



Odnosi sa javnošću, vještine prezentacije i poslovna komunikacija

Eleonora Albijanić

3. i 4. decembar 2019. godine

Obuka realizovana u sklopu projekta „Mapiranje i razvoj kulturnih i kreativnih industrija u Crnoj Gori“ koji je podržan od strane Međunarodnog fonda za kulturnu raznolikost UNESCO.

PRIPREMA ZA MEDIJSKI NASTUP



PRIPREMA ZA MEDIJSKI NASTUP

- ▶ Ključ uspješnog nastupa: **PRIPREMA**
- ▶ Čak i kad imate sate provedene na medijima i godine iskustva, priprema je podjednako bitna kao da ste na početku karijere

I ZA JAVNI NASTUP

- ▶ Što želimo postići? **Koji su naši ciljevi?**
- ▶ S kime želim (moram) komunicirati? **Koje su naše ciljne javnosti?**
- ▶ Što želimo reći? **Koje su poruke koje želimo prenijeti?**
- ▶ Kako ćemo to reći? **Koje ćemo mehanizme upotrijebiti da poruka stigne do primalaca?**
- ▶ Kako znati da su odluke ispravne ? **Kako ćemo svoj rad ocijeniti?**

PRIPREMA

- ▶ Upoznavanje sa novinarom/medijem
- ▶ Ciljne grupe
- ▶ Oblikovanje poruke
- ▶ Procjena pitanja
- ▶ Sastavljanje govora

UPOZNAVANJE SA NOVINAROM/MEDIJEM

- ▶ Glavna tema? Razlog? Kad? Gdje? Da li će još neko biti intervjuisan o istoj temi i ko?
- ▶ Karakteristike medijske kuće i novinara? Izvještavanje o temu u prošlosti? Raspoloženje novinara? Background novinara?


CILJNA GRUPA

OPŠTI AUDITORIJUM: Što jednostavniji jezik

Izbjegavati:

- ▶ Preduge rečenice
- ▶ Stručnu terminologiju
- ▶ Žargon
- ▶ Strane izraze


PROCJENA PITANJA

- ▶ Odgovore nemojte učiti napamet
 - ▶ 'off topic' pitanja
 - ▶ Koja je najkontroverznija stvar i najdelikatnija tema koje mogu biti dotaknute tokom nastupa?
 - ▶ Na koje pitanje bi bilo najteže odgovoriti i zbog čega?
- 

VRSTE INTERVJUA




TV INTERVJU

- ▶ Uživo?
 - ▶ Naknadna montaža?
 - ▶ Panel diskusija, jedan na jedan, debata?
 - ▶ Ko su ostali gosti?
- 
- The bottom of the slide features a decorative graphic composed of several overlapping geometric shapes. On the left, there is a yellow triangle pointing right. Below it is a dark blue triangle pointing up. To the right of the dark blue triangle is a light grey triangle pointing down. Further right is a teal triangle pointing up. At the bottom right, there is a dark blue triangle pointing up. The overall effect is a modern, abstract design.

UŽIVO IZ TV STUDIJA

- ▶ Dođite u studio ranije
- ▶ Šminker
- ▶ Popijte vodu - ne kafu
- ▶ Duboko disanje

UŽIVO IZ TV STUDIJA

- ▶ Mikrofon / 'bubica'
 - ▶ 'Vaša kamera': direktno obraćanje publici, pokazivanje dodatnog materijala
 - ▶ Kamera vas stalno snima, i kada ne govorite
- 

INTERVJU S NOGU S JEDNIM ILI VIŠE NOVINARA

- ▶ Odgovori neka vam budu **kratki**, najviše 15 do 20 sekundi.
- ▶ Ponavljajte **suštinu vaše poruke** da biste povećali šanse da se ona pojavi kao glavna tema.

LICEM U LICE: ŠTAMPA

- ▶ Kratka izjava ili duža priča
- ▶ Foto-reporter/vaši vizuali
- ▶ Snimanje intervjua/snimajte i vi
- ▶ Dublje zalaženje u teme
- ▶ Glavne poruke uvijek provlačite

INTERVJUI TELEFONOM: ZA ŠTAMPU I RADIO

- ▶ **Mikrofon**
 - ▶ **Energija i samopouzdanje** u glasu
 - ▶ **Osmijeh**
- 
- The bottom of the slide features a decorative graphic composed of several overlapping geometric shapes. On the left, there is a yellow triangle. Below it and extending further right is a dark blue shape. To the right of the dark blue shape is a light grey shape. Further right is a teal shape with a fine grid pattern. The shapes are layered and overlap, creating a modern, abstract design.

UŽIVO IZ RADIJSKOG STUDIJA

- ▶ Ton i glas prijatni
- ▶ Stalni vizuelni kontakt sa domaćinom.
- ▶ Izrazom lica pratite ono što govorite da bi vam ton bio topliji.
- ▶ Jasno se izražavajte.
- ▶ Usporavajte ritam i varirajte sa intonacijom.
- ▶ Kratki odgovori - ne duži od 30 sekundi.



UŽIVO SA DRUGIM GOSTIMA

- ▶ Držite se svoje priče – **glavna poruka**
- ▶ **Premošćavajte**
- ▶ Nemojte gubiti nerve. Nikada **nemojte** da pređete na **ličan ton**.
- ▶ Pokažite smisao za **humor**.

KONTAKT PROGRAMI NA RADIJU

- ▶ Da li je slušaocu dozvoljeno da postavlja potpitanja?
- ▶ Vaš cilj: slaganje sa publikom, a ne po svaku cijenu sa slušaocem koji je postavio pitanje.
- ▶ Uvijek imajte poštovanja prema slušaocu koji je zvao



**KOLIKO JE VAŽNO IMATI DOBRU
PORUKU TOLIKO JE VAŽNO
NAUČITI KAKO JE NA NAJBOLJI
NAČIN PRENIJETI**

KOMUNIKACIJA

- **ŠTO** je rečeno (sadržaj) – verbalna komunikacija
- **KAKO** je rečeno (karakteristike glasa) – paraverbalna komunikacija
- **ŠTO** je pratilo komunikaciju (kontekst) – neverbalna komunikacija

PARAVERBALNA KOMUNIKACIJA

...Karakteristike glasa:

- ▶ Brzina
- ▶ Ritam
- ▶ Intonacija
- ▶ Jačina glasa
- ▶ Boja glasa
- ▶ Artikulacija
- ▶ Melodija
- ▶ Jasnoća
- ▶ Smijanje i drugi glasovi

PAUZA

- ▶ Zastajanjem prije ili poslije izgovaranja najbitnijih riječi ili rečenica dodatno se ističe njihova važnost i doprinosi da zvuče promišljeno.

GLAS - glavni alat svakog govornika

Boje, brzina, jačina i pauza

VEĆINA LJUDI NE ' ČUJE ' SVOJ GLAS!

Naglasci u paraverbalnoj komunikaciji

- ▶ Zašto te JA ne bih izveo napolje večeras?
- ▶ Zašto te ja NE BIH izveo napolje večeras?
- ▶ Zašto te ja ne bih izveo NAPOLJE večeras?
- ▶ Zašto te ja ne bih izveo napolje VEČERAS?

- ▶ *Ne sviđam ti se*
- ▶ *Ima li razloga*
- ▶ *Umjesto da ostanemo kući*
- ▶ *A ne sutra*

**Kad je ono što je rečeno
kontradiktorno sa onim što se
radi, vjeruje se govoru tijela**

NEVERBALNI ZNACI


Svi znaci koji učestvuju u govornom činu, a sami nisu govor

- ▶ podupiru govor
- ▶ dopunjuju govor
- ▶ suprotstavljaju se govoru

NEVERBALNA SIGNALIZACIJA

- ▶ položaji i pokreti tijela
- ▶ mimika
- ▶ zvukovi
- ▶ dodiri
- ▶ rekviziti, scenografija
- ▶ oblikovanje tijela
- ▶ pomoćni mediji
- ▶ mirisi
- ▶ vrijeme

Neverbalni signali treba da pojačaju riječi, a ne i da ih zamijene.





Otvorenost vs zatvorenost



Očekivanje vs frustracija



Evaluacija vs sumnja



Samokontrola vs nervoza



Spremnost vs dosada



Samopozdan vs nesiguran

Engaging Approachable Body Language

Neverbalni signali treba da pojačaju riječi, a ne i da ih zamijene.

••••••••

▶ Ugao 45!

- ▶ Gledati u novinara, ne u kameru
- ▶ Naočare – okvir, refleksija, sočiva
- ▶ Sunčane naočare
- ▶ Lak za nokte
- ▶ Uvijek: sako u kancelariji, ogledalo i češalj
- ▶ Uvijek pitati u kojoj je boji studio
- ▶ Okretanje prstena
- ▶ Dodirivanje manžetni
- ▶ Okovratnik
- ▶ Ne: đus, kafa, gazirano, ne jesti neposredno pred nastup
- ▶ Ne zavaljivati se, naročito ako su mekane i duboke fotelje

PORUKE

U javnom nastupu komuniciramo pomoću poruka – **unaprijed pripremljenih izjava namijenjenih našim ciljnim grupama**



PORUKE

Priprema poruke:

- ▶ Lako pamtljiva
- ▶ Da ostane urezana u memoriji publike

PORUKE

- ▶ Kako doći do poruke? 'Brainstorming'
- ▶ Ne više od tri poruke
- ▶ Što više materijala nudite publici, manje će im ostati u sjećanju

PORUKE

REPETICIJA:

- ▶ Recite poruku na početku
- ▶ Pominjite je što više u toku emisije
- ▶ Saopštite je na kraju!

PORUKE

- ▶ Od 5 do 30 sekundi – to je efektivno vrijeme za koje možete prenijeti poruku (sound bite)

DODATNE INFORMACIJA

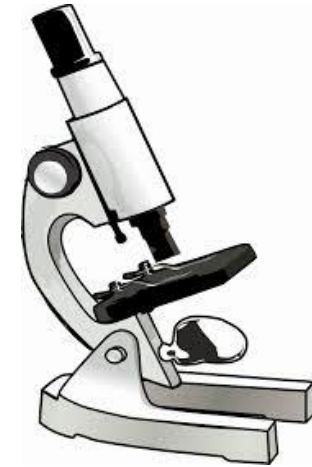
- ▶ Analogija
- ▶ Ilustracija, grafikon, dijagram
- ▶ Anekdota
- ▶ Komparacije, metafore
- ▶ Dosta primjera
- ▶ Citati kredibilnih izvora
- ▶ Izbjegavati često korišćenje brojeva

NAPRAVITE MATRICU PORUKA – TRI PORUKE I DODATNE INFORMACIJE

Publika kojoj je poruka namijenjena: Tema emisije:		
Poruka 1	Poruka 2	Poruka 3
Sound bite	Sound bite	Sound bite
Dodatna informacija 1 – 1	Dodatna informacija 2 - 1	Dodatna informacija 3 - 1
Dodatna informacija 1 – 2	Dodatna informacija 2 – 2	Dodatna informacija 3 – 2
Dodatna informacija 1 – 3	Dodatna informacija 2 - 3	Dodatna informacija 3 - 3

TEHNIKE PRENOŠENJA PORUKE

- ▶ Tehnika udice
- ▶ Označavanje
- ▶ Premošćavanje
- ▶ Tišina
- ▶ Elipsa
- ▶ Mikroskop
- ▶ Teleskop
- ▶ Branje višanja
- ▶ Pomjerenje fokusa
- ▶ Mali ustupak
- ▶ Ogledalo
- ▶ Poentiranje



PITANJA NA KOJA NE ODGOVARAMO

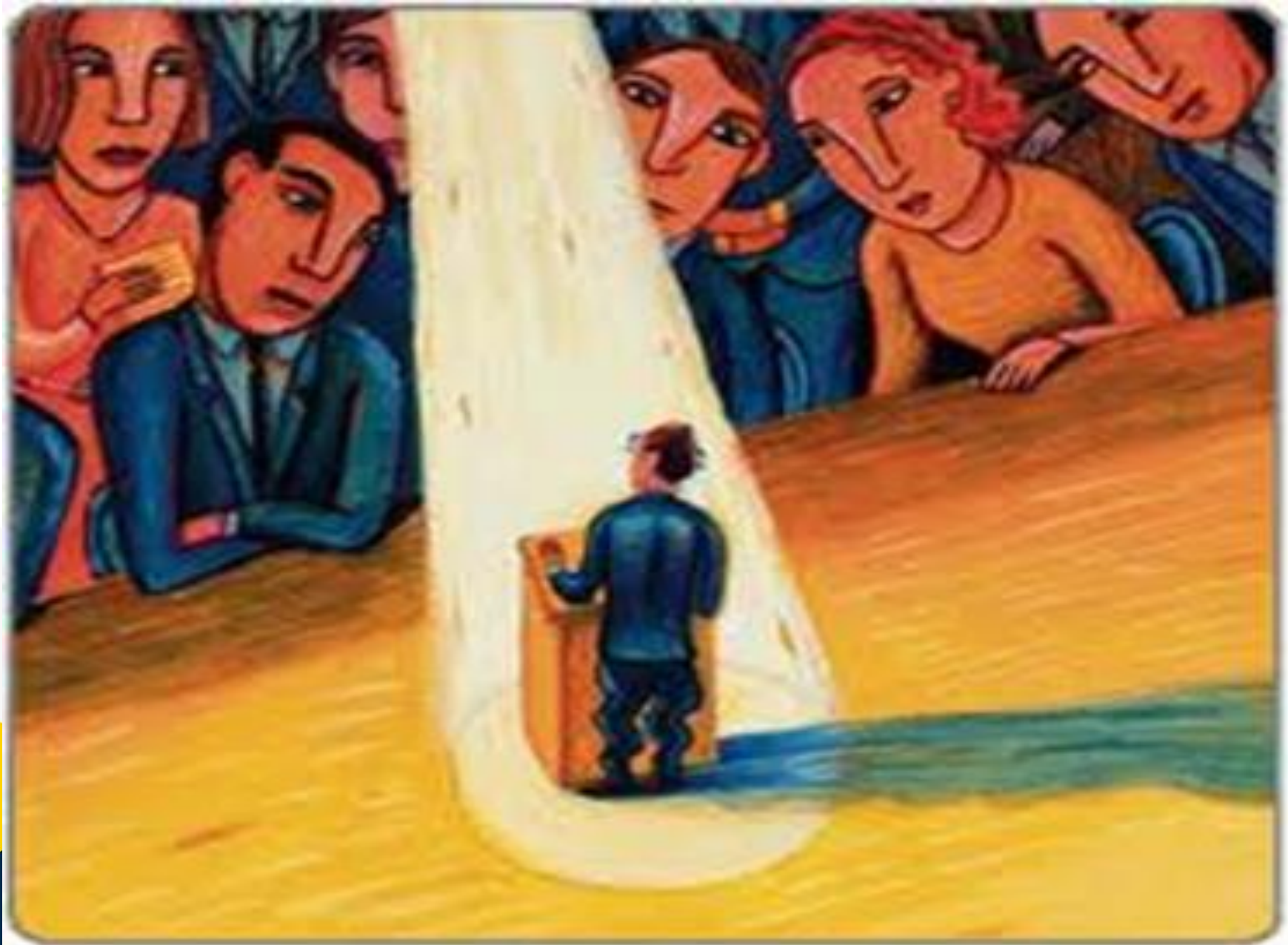
- ▶ Glasine
- ▶ Navodni komentari drugih
- ▶ Lično mišljenje
- ▶ Nagaðanja
- ▶ Neumjerena oĉekivanja
- ▶ Nešto što je van polja vaše ekspertize ili znanja
- ▶ Povjerljive informacije

Zapamtite

Publika će bolje reagovati na jedan lični primjer koji ima ljudsku dimenziju, na slikovit opis ili konkretnu situaciju - nego slušajući stotine statističkih podataka.



TREMA



Ne morate da fascinirate publiku i vaše izlaganje ne mora biti savršeno. Dovoljno je da se dobro pripremite.



SAVJET 1

Uvježbavanje samog materijala.



SAVJET 2

- ▶ Vizualizacija



SAVJET 3

Preslišavanje naglas

- ▶ sami ili pred grupom prijatelja, pred ogledalom



SAVJET 4

Publika



SAVJET 5

Ne budete centrirani na sebe.




Zamislite **pozitivan ishod** — razmišljajte o tome šta će uspešan nastup značiti za vaše slušaoce i za vas.




Opustite se i psihički i fizički



KAKO ?

- ▶ Zastanite i **duboko udahnite**. Vježbajte dok ne uvjerite sebe da vam prija da se tako opušate.
 - ▶ Odlučite se za držanje koje vam pruža najviše samopouzdanja.
 - ▶ Isplanirajte kako ćete dobiti određeni odgovor od publike.
- 

- ▶ Obraćajte se direktno onima koje vas naročito pažljivo slušaju i pokazuju interesovanje.
 - ▶ Ako je neophodno, uposlite ruke: držite svoje bilješke, vizuelna pomagala ili neki drugi rekvizit.
 - ▶ Gledajte ljude u oči. Neka svaka vaša misao bude upućena jednoj osobi.
- 

PLANIRAJTE
PRIPREMAJTE SE
VJEŽBAJTE

The background features a series of overlapping, angular shapes. A large white shape is at the top. Below it, a yellow shape is partially visible on the left. A dark blue shape is prominent in the lower-left and bottom areas. A teal shape is located in the lower-right area. The overall composition is clean and modern.

Literatura:

- ▶ Priručnik za nastupe u medijima i javne nastupe, Nacionalni demokratski institut, Decembar 2012.
- ▶ www.javninastup.rs
- ▶ www.mrmediatraining.com
- ▶ 'Definitivni vodič kroz govor tijela', Alan i Barbara Piz, Nova knjiga, Podgorica 2013.

HVALA!
