

KOMUNICIRANJE S MEDIJIMA

VLATKA VUČIĆ-MARASOVIĆ, UNIV. SPEC. REL. PUBL.

URED ŽUPANA ZADARSKE ŽUPANIJE



UPOZNAJMO SE...

- Profesorica talijanskog jezika i povijesti umjetnosti, novinarka i sveučilišna specijalistica odnosa s javnošću
- Novinarka i urednica na HRT-u radio Zadar (15 godina)
- Voditeljica Odsjeka za odnose s javnošću u Uredu župana Zadarske županije (14 godina)
- Dugogodišnja aktivna članica HUOJ-a
- Predsjednica Dalmatinske podružnice HUOJ-a
- Zamjenica predsjednice Radne skupine za odnose s javnošću HZZ
- Moderatorica državnih i lokalnih manifestacija i svečanosti (više od 30 godina)

‘Napit ću vam se krvi’: Splitski dogradonačelnik verbalno napao urednicu Slobodne na neprihvatljiv način

Riječ je o posve neprihvatljivom obliku komuniciranja te nedopustivom pritisku na Slobodnu Dalmaciju i njene zaposlenike

Piše: Sandra Lapenda Lemo, glavna urednica Slobodne Dalmacije

Objavljeno: 09. veljača 2022. 17:14

Share

Twitter

Email



Bojan Ivošević, splitski dogradonačelnik

lesnina
xxxL

TJEDNA AKCIJA

29.03. - 04.04.2022.

10^{DO} 25%

- spavaće sobe
- ormari
- kreveti
- vrtni namještaj
- tepisi

KOMUNIKACIJA KAO ALAT NAŠE SVAKODNEVICE

- Komunikacija je sastavni dio naše privatne i poslovne svakodnevice;
- Privatna komunikacija i poslovno komuniciranje su različiti;
- Komuniciranje se uči kontinuirano, teorijski i u praksi, pokušajima i pogreškama;
- Uspješna komunikacija zahtjeva uvjerljiv javni nastup.

UČITI I BITI SPREMAN

Dvije ključne riječi za uspješan javni i medijski nastup

Javnim i medijskim nastupom šaljemo informacije:

- ☐ O SEBI,
 - ☐ INSTITUCIJI KOJU PREDSTAVLJAMO,
 - ☐ TEMI/SADRŽAJU.
-

ZAŠTO NASTUPATI U MEDIJIMA?

- „Medije treba poštovati kao suradnike i pomoćnike u misiji prenošenja informacija”
(E. Duraj, Odnosi s medijima u lokalnoj i regionalnoj samoupravi)
- „Što mediji nisu objavili, nije se ni dogodilo.”
- Mediji trebaju vas i vi trebate medije!

VAŽNO JE ZNATI DA JE PRAVILO PISANJA VIJESTI 5W+1H

TKO (WHO)?

ŠTO (WHAT)?

KADA (WHEN)?

GDJE (WHERE)?

ZAŠTO (WHY)?

KAKO (HOW)?

Novinar koji profesionalno obavlja posao kod kreiranja vijesti odgovorit će na pitanja: Tko?, Što?, Gdje?, Kada?

Od vas očekuju odgovore na pitanja: Zašto? i Kako?

SAZNAJTE ŠTO VIŠE POJEDINOSTI MEDIJSKOG NASTUPA

- Za medijski nastup treba imati razlog - nastupamo samo onda kada imamo što reći.
- Koji medij traži medijski nastup - radio, televizija, tisak, internetski portal...
- Koliko vremena imate za nastup?
- Ide li nastup uživo ili se snima? Imate li vremena za autorizaciju?
- Saznajte tko će sve uz vas sudjelovati u programu.
- Tko je sve vaša publika i tko su vaši sugovornici?
- Pripremite poruke svog nastupa koje moraju biti kratke i jasne.
- Pokušajte predvidjeti neugodna pitanja.
- Prikladno se odjenite.

MEDIJSKI NASTUP JE VIŠESMJERNA CESTA



ŠTO NOVINAR OČEKUJE OD SUGOVORNIKA?

- Brz i izravan odgovor na ponudu za sudjelovanje u medijskom nastupu,
- Pružanje iscrpnih, ali ne preopširnih i točnih odgovora na postavljena pitanja,
- Slanje dodatnih informacija, podataka ili pojašnjenja, ako je tako dogovoreno,
- Poštivanje dogovorenih vremenskih rokova.

NOVINARI SAMO RADE SVOJ POSAO

- Svaka informacija koju podijelite s novinarima, može biti zanimljiva za objavljivanje.
- Važno je procijeniti što pri susretima s novinarima možete reći.
- Koliko god bila neugodna, istina uvijek nanosi manje štete od laži.

IZJAVE ILI INTERVJU ZA NOVINE

- Informirajte se o formatu u kojem će izjava ili intervju biti objavljeni.
- Stavove iznosite izravno i jasno.
- Neka svaki odgovor bude cjelina za sebe.
- Zamolite novinara da vaše ključne poruke objavi u podnaslovu.
- Pitajte za rok do kojeg je potrebno dostaviti odgovore u pisanoj formi.
- Pristanite na fotografiranje ili ponudite odgovarajuću fotografiju.
- Tražite autorizaciju novinskog teksta prije objavljivanja.

INTERVJU ZORAN ŠIKIĆ, PREDSEDNIK SKUPŠTINE ZADARSKE ŽUPANIJE

Šikić: Županijska skupština bit će mjesto konstruktivne rasprave

Za razvoj Zadarske županije bitna je stabilnost i funkcioniranje predstavničkog tijela zbog cijelog niza dokumenata koje je potrebno raspraviti i donijeti kako u dijelu osiguravanja servisa građanima, pa do ulaganja u razvojne projekte, posebno u kontekstu korištenja EU sredstava, kaže Zoran Šikić

Županijska skupština Zadarske županije odredila je na svojoj posljednjoj sjednici predsjednika. Nakon predloživanja ugovora o Skupštini, HDZ-ov dr. Zoran Šikić izabran je za predsjednika. Šikić je na svojoj prvoj sjednici skupštine izjavio da će se u prvom redu baviti pitanjem razvoja županije, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima. Šikić je na svojoj prvoj sjednici skupštine izjavio da će se u prvom redu baviti pitanjem razvoja županije, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima.

Šikić je na svojoj prvoj sjednici skupštine izjavio da će se u prvom redu baviti pitanjem razvoja županije, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima. Šikić je na svojoj prvoj sjednici skupštine izjavio da će se u prvom redu baviti pitanjem razvoja županije, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima.



Zoran Šikić, predsjednik Županijske skupštine

Podrška raznim političkim opcijama
— Prvo namena, budući da je skupština predstavničko tijelo, bit će da se podrži raznim političkim opcijama u županiji. Skupština će se baviti i pitanjem osiguravanja servisa građanima, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima.

Sadašnji i budući profesionalni izazovi

Dr. Zoran Šikić trenutno radi kao izvršni potpredsjednik u Središtemu županije. Za Zadar: Sadašnji i budući profesionalni izazovi. Šikić je na svojoj prvoj sjednici skupštine izjavio da će se u prvom redu baviti pitanjem razvoja županije, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima. Šikić je na svojoj prvoj sjednici skupštine izjavio da će se u prvom redu baviti pitanjem razvoja županije, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima.



Zoran Šikić, predsjednik Županijske skupštine

Otvorenost za argumentiranu suradnju

Šikić je na svojoj prvoj sjednici skupštine izjavio da će se u prvom redu baviti pitanjem razvoja županije, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima. Šikić je na svojoj prvoj sjednici skupštine izjavio da će se u prvom redu baviti pitanjem razvoja županije, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima.

rasprave.

Čast i velika obnova

— Biti izabran za predsjednika Skupštine Zadarske županije je izuzetna čast, ali i velika obnova. U obliku skupštine bit će mjesto konstruktivne rasprave. Za razvoj Zadarske županije bitna je stabilnost i funkcioniranje predstavničkog tijela zbog cijelog niza dokumenata koje je potrebno raspraviti i donijeti kako u dijelu osiguravanja servisa građanima, pa do ulaganja u razvojne projekte, posebno u kontekstu korištenja EU sredstava, kaže Zoran Šikić.

— Prvo namena, budući da je skupština predstavničko tijelo, bit će da se podrži raznim političkim opcijama u županiji. Skupština će se baviti i pitanjem osiguravanja servisa građanima, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima.

Zoran Šikić

— Prvo namena, budući da je skupština predstavničko tijelo, bit će da se podrži raznim političkim opcijama u županiji. Skupština će se baviti i pitanjem osiguravanja servisa građanima, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima.

Dugoročni izazovi

— Prvo namena, budući da je skupština predstavničko tijelo, bit će da se podrži raznim političkim opcijama u županiji. Skupština će se baviti i pitanjem osiguravanja servisa građanima, a zatim i pitanjem osiguravanja servisa građanima.

MARIO NANOŠIĆ: MINISTAR ODRUŽENJE O PARAVIJE I ROKOVIMA AVIONA, OSTALJE U OBLASTI ŽUPANIJSKOGA I ŽUPANIJSKOGA

Nikad nije najbolji trenutak za trošak nabavke aviona, ali to je strateški projekt ove Vlade

— Nikad nije najbolji trenutak za trošak nabavke aviona, ali to je strateški projekt ove Vlade. Ministar obrane Mario Nanošić izjavio je u razgovoru s novinarkama i novinarkama. Nanošić je izjavio da je avion jedan od ključnih projekata obrane, a da će se u budućnosti baviti i drugim projektima. Nanošić je izjavio da je avion jedan od ključnih projekata obrane, a da će se u budućnosti baviti i drugim projektima.



više od stotinu zaposlenika, plus razne savjetničke skupine po nekoliko desetaka vanjskih stručnjaka. Već četiri pol godine nitko u Hrvatskoj nije do sada vidio što su napravili, kako ostvaruju taj tzv. program nove pravde.

Ipak, Josipović se proteklih dana učestalo ograđuje o gospodarstvu. Zaista je vrlo loše to što predsjednik proteklih godina gotovo da nije ni spomenuo gospodarstvo bojeći se da će se time zamjeriti premijeru Milanoviću. Najbolji dokaz za to jest činjenica da se njegov gospodarski savjet nije ni jednom ozbiljno oglašio tijekom cijelog mandata. Evo npr. o energetici je progovorio prije mjesec dana i to tek nakon što ju je HDZ predstavio kao važan dio svog gospodarskog programa.

U svom razgovoru za dnevnik HRT-a predsjednik je na vašu kritiku vlasti zbog siromaštva uzvatio: „Naravno da želim Hrvatsku bez gladih, ali mislim da se problem gladih ne rješava ostavljanjem vrećica ovdje ili ondje, već otvaranjem projekata“.

To je bekanje uzroka i posljedica i svojevrsno potjecanje političkog suparnika. Moja je izjava takva kakva jest zato što na simbolički način odražava našu stvarnost. Zar je hrvatskim ljudima potrebna nečija milostinja da bi mogli preživjeti? Rekla sam i da je to ponajviše naša stvarnost, a ne bavi li li se bavimo politikom. Naravno da se iz siromaštva možemo izvući jedino ozbiljnom i sustavnom gospodarskom politikom i investicijama. Predsjednik je imao više od četiri godine da nešto o tome kaže. Zbogom bi rekli da je bilo slično, a nije bilo to.

Jako vam smeta depresija u hrvatskom društvu?



Nepovlačenje milijardi iz fondova EU ravno je nacionalnoj izdaji

TV ILI RADIJSKA IZJAVA

- 1. Budite koncentrirani i pripremljeni za temu.**
- 2. Pripremite ključne poruke.**
- 3. Poruka mora biti jednostavna i razumljiva. Izrecite ju odmah na početku.**
- 4. U izjavi ne koristite duge rečenice.**
- 5. Umanjite, koliko god je moguće, prilike za pogrešne interpretacije.**
- 6. Neka vaša izjava ne traje duže od 40 sekundi.**

RADIO PRUŽA VEĆI OSJEĆAJ SIGURNOSTI

- PUBLIKA VAS NE VIDI.
- UŽIVO ILI SNIMANJE
- POMOĆU DIKTAFONA ILI TELEFONA
- KORISTITE KARTICE SA ZAPISIMA.
- NE MORATE VODITI RAČUNA O ODIJEVANJU.



TV ILI RADIJSKA EMISIJA

- Može biti uživo ili snimana, naknadno emitirana;
- U formi „jedan na jedan” ili s drugim gostima;
- Raspitajte se koji novinar i koja emisija;
- Pripremite ključne poruke;
- Sačuvajte pribranost;
- Ne hvalite voditelja i ne pozdravljajte prijatelje i rodbinu;
- Ne personalizirajte odnos s novinarom, obraćajte mu se s prezimenom;

TV ILI RADIJSKA EMISIJA

- Ne budite dugi u odgovorima;
- Ne dopustite da vas „odvuku“ na druge teme;
- Nikada ne koristite neprovjerene informacije i poluistine;
- Pokušajte spriječiti da vas prekidaju dok govorite;
- Ne odgovarajte na pitanja povišenim i ljutitim tonom;
- Ne iznosite povjerljive informacije, izuzev u situaciji ako želite da se one pojave u javnosti;

TV ILI RADIJSKA EMISIJA

- Služite se anegdotama, analogijama, statističkim podacima, ali ne pretjerujte u tome;
- Ako se koristite brojevima, trudite se da to budu približne, „okrugle“ brojke, u suprotnom ih oni kojima se obraćate neće zapamtiti;
- Ne odgovarajte s „da” ili „ne” čak ni ako je riječ o takozvanom zatvorenom pitanju;
- Ne upotrebljavajte narječje, ali ni komplicirane stručne izraze;
- Neka vaš govor bude razumljiv najvećem broju onih koji vas gledaju ili slušaju.

STRATEGIJE PREMOŠĆIVANJA

- “Mikroskop” – Premošćujemo tako što „umanjujemo“ problem o kojem priča sugovornik.
- “Teleskop” – Suprotno “mikroskopu”, ovdje „ukrupnjujemo“ problem o kojem priča sugovornik.
- “Pomicanje fokusa” – Skrećete pažnju s jednog na drugi problem, koji je za vas afirmativan.
- “Paralelna konstrukcija” – Predlažete drugi način gledanja na problem koji je za vas daleko afirmativniji.

INTERNET

- Putem vlastitih mrežnih stranica, putem vašeg profila na nekoj društvenoj mreži ili putem mrežnog portala koji vam traži izjavu ili intervju;
- Iznošenje privatnih informacija i fotografija smatra se, ako je riječ o mrežnim stranicama ili profilu organizacije, neprofesionalnim, kao i slanje poruka e-pošte prisnim tonom, odnosno žargonskim govorom;
- Ne pisati velikim slovima;
- U potpisu e-pošte kontakti i detalji, vaše puno zvanje i titula;
- Bez znakova koji odudaraju od pravila poslovne komunikacije.

MEDIJSKI NASTUP U KRIZNIM SITUACIJAMA

- U vrijeme kada je sve u instituciji u redu, vi tražite medije, a kada je kriza, mediji traže vas.
- Kad smo suočeni s nepoznatim i nemamo odgovore na sva pitanja, presudna je pravovremena i učinkovita komunikacija - posebice onih koji vode državu.
- U većini slučajeva prava kriza nije ono što se uistinu dogodilo, nego ono što ljudi misle da se dogodilo.
- „Popratne pojave svih nesreća, nepogoda i kriza su, uza sve objektivne probleme, mistifikacije i dezinformacije.” (B. Holsomback)
- Jedan od najvažnijih zadataka onoga tko u vrijeme krize nastupa u javnosti je otkloniti nejasnoću i spriječiti glasine i dezinformacije.

KOME VJEROVATI?



SVAKA KRIZA JE UVIJEK I PRIJE SVEGA KOMUNIKACIJSKA KRIZA

Plenković o letjelici: "Nije nitko nikad rekao da ima 120 kilograma eksploziva. Znamo točku na kojoj je dron prvi put uočen"

AZD — Objavljeno: 18. ožujka 2022. 12:39



UMIROVLJENI PILOT SELAK

'Da je u dronu bila aviobomba, danas ne bi bilo pola krila studentskog doma! Eksploziva je bilo, znam o čemu je riječ'

Ta letjelica posjeduje ono što je posjedovao i avion na kojem sam ja letio, kazao je Selak

Pisao: Jastoraj KB Objavljeno: 12. ožujak 2022. 15:00

0 0 0 0 0 0



BITNO:TKO, KADA I GDJE DAJE IZJAVE?

NATO i forenzičari kažu da nije bilo bombe na dronu, Plenković da je. Kome vjerujete?

Index Vijesti
23.3.2022.



Foto: Slavko Mitrović / POKPIL

NAJNOVIJE NAJČITANIJE

- 5 Znanstvenici namjerno z
ljudi koronom. Objavljen
ovo su rezultati
- 11 Rusija: Odgovorit ćemo i
EU. Europska unija nije c
svemira
- 17 Na snazi Putinov ultim
našem gradu gori sikladi
ga je napala
- 20 Sastaju se EU i Kina. Bru
tražiti da Peking ne pom
nati
- 31 Britanski obavještajci: U
oslobođili sela kod Čem

ČORAK ILI BOMBA

Taman kad su se Plenković i DORH složili oko aviobombe iscurila je informacija da analiza nije pronašla eksploziv u dronu

23.03.2022 19:09 · Arijana Radčić



Načitanje



U MIOC bez prijemnog? Može, ali samo za učenika međunarodnog programa iz OŠ Matija Gubec. Ravnatelj MIOC-a: 'To je diskriminacija'

RUŠENJE BEZ OPREMA
Ruski vojnici dobili radijacijsku bolest nakon vođenja kroz Crvenu šumu u Černobilu? Nitko ne ide tamo, zaboga!

BEBA NA REPRIZI
Preminula dvomesečna beba iz Turapolja koja je na ležeru dovezena s teškim ozljedama glave

TRAJALA SE BRZA, 90000 00 000

Milanović: Ne mogu reći je li bilo bombe! Pozivam Plenkovića da smiri Banožića, a ministra da ne govori ono što ne smije



Portal Novi list

14. ožujak 2022 11:22



ŠTO TREBA IMATI NA UMU KOD JAVNOG NASTUPA U KRIZNOJ SITUACIJI

- Komunikacija u vrijeme krize treba biti dijelom rješenja krize, a ne njenog produbljenja;
- Komunikacija s medijima i javnostima značajan je mehanizam suočavanja s krizom;
- NE PRAVITI ŠTETU!
- Prije bilo kakve javne izjave važno je utvrditi što ćemo priopćiti javnosti;
- Ne govoriti, ako niste spremni;
- Za vrijeme krize nikad ne upotrijebiti izraz: BEZ KOMENTARA;
- Reagirati na probleme, a ne na ljude, ne upuštati se u rasprave tko je kriv, u osobne obračune;

ŠTO TREBA IMATI NA UMU KOD JAVNOG NASTUPA U KRIZNOJ SITUACIJI

- Ostati mirni, uljudni, zauzeti fizički neutralan stav;
- Koristiti pozitivne i neutralne izraze;
- Pokazati da vladamo situacijom i da ćemo krizu riješiti;
- Sve što kažete i učinite dio su službenog iskaza;
- Uvijek govorite u ime institucije, koristite zamjenicu mi;
- Nikad ne iskazujte vlastito neslaganje s institucijom koju predstavljate;
- Obećajte samo ono što možete ispuniti.

NE BISTE SMJELI DOPUSTITI:

- Nepripremljenost: izjave tipa: „To se nije moglo nama dogoditi.“
- „Ne znam što se dogodilo.“
- Odsutnost: ne biti odmah na mjestu događaja jer su novinari odmah tamo, pa i vi morate biti;
- Ignoriranje: ne razumjeti potrebe ciljnih skupina, onih na koje se kriza odnosi;
- Tišina: ne komunicirati;
- Udaljenost: „Zabiti glavu u pijesak.“
- Izmišljanje: istinite informacije su ključ, pogotovo danas kad se one mogu lako provjeriti.

ODIJEVANJE ZA TV NASTUP

- Ako znate da ćete biti snimljeni video snimkom, vrijedi se potruditi odjenuti se na način koji će vam pomoći da izgledate najbolje;
- Mislite na kameru, a ne na osobu;
- Ono što vaši gledatelji vide, neće biti potpuno isto kao osobno;
- Vodite računa o bojama;
- Udobnost je vrlo važna. NE nosite teške tkanine poput vune i vunene flanele. Svjetla su vruća, a govor vašeg tijela jednako je važan kao i riječi koje izgovarate;
- Znojenje, prilagođavanje, pomicanje nisu poželjne aktivnosti ispred kamere; zato mislite 'prozračno' i 'lagano'.

ODJEVANJE ŽENA ZA JAVNI NASTUP NA TELEVIZIJI

- Haljine i popularni kostimi najbolji su izbor;
- No bez gustih „šara“ i dezena;
- Što manje nakita, to bolje;
- Cipele su važan detalj, ali ne one s otvorom na prstima;
- Kosa neka ne prekriva lice i neka ne bude vaša „igračka“ pred kamerama;
- Sako je najbolje rješenje (mikrofon, znojenje...).

Interviewing Attire

Dos

Jewelry in moderation

Conservative 2-piece suit

Skirt: Knee-length

Hoisery at or near skin color

Dark Shoes



Don'ts

Necklace too large/distracting

No bright colors/patterns

Capris: too casual

No open-toed shoes



Interview Suits



MUŠKARCI

- DA: Odijelo, ali bez prsluka;
- NE: Jarke boje i uzorci nisu dobro došli, ali ni crno odijelo više nije „in”;
- DA: Smeđa, tamnoplava ili siva odijela su „in”;
- NE: Zaboravite na kratke rukave!
- DA: Jarka boja kravate, pravilan čvor i dužina do kopče na remenu;
- Veličina treba biti odgovarajuća: ni pretijesna ni preširoka;
- Nosite potkošulju u svijetlosivoj ili bijeloj boji. Ove potkošulje djeluju kako bi vaše tijelo ohladilo i upile znoj.

Interviewing Attire

Dos

No earrings

Silk necktie with
conservative pattern

Shirt cuffs show only
slightly at the wrist

Conservative 2-piece suit

Dark shoes & socks



Don'ts

Facial hair should be
neat & trimmed

Avoid distracting
or busy patterns

No rolled up pants
Don't forget socks



TREMA I KAKO JE SAVLADATI

Strah od javnog nastupa na samom je vrhu ljestvice ljudskih strahova.

U jednom američkom istraživanju, napravljenom 1990., strah od smrti je, ma kako nevjerovatno zvučalo, daleko ispod straha od javnog nastupa. Ta vrsta straha na prvom je mjestu, dok ovo istraživanje pokazuje da je strah od smrti tek na sedmom.



*KAŽU DA JE STRAH OD GOVORA JAČI OD STRAHA
OD SMRTI. ISPADA DA BISMO RADIJE BILI MRTVI U
LIJESU NEGO DRŽALI NEKROLOG.*

Jerry Seinfeld, američki komičar



KAKO SE SUPROTSTAVITI TREMI?

- Najprije trebamo priznati da trema postoji!
- Ne postoji magičan lijek protiv straha i treme!
- Prije medijskog nastupa zamislite što je ono najgore što vam se može dogoditi.
- Napraviti dobru pripremu. Priprema je ključni preduvjet da tremu svedete na razumnu mjeru.
- Pokušajte „zaboraviti“ koliko vas publike u tom trenutku prati i govorite kao da se obraćate samo jednoj osobi
- Vježbajte javne nastupe!

VI TO MOŽETE!

- DA – dobra priprema, obična voda pri ruci, podsjetnik u formi A6 tvrdih kartica, kontakt očima s publikom, osmijeh, kontrola pokreta tijela, vježbe disanja i vježbe za glas.
- NE – improvizacija/nepripremljenost, kava/gazirana pića, sredstva za smirenje/alkohol, paničarenje i negativne misli, čitanje s papira, skrivanje iza govornice.

...da bi se razumio novinarski posao i njegovi rezultati, treba na umu imati tri stvari; prvo - novinari su ljudi, drugo - novinarstvo je poziv, treće - medije proizvode poduzeća. Štetno je bahato se odnositi prema novinarima s kojima se kroz posao svakodnevno i dugoročno surađuje... najveća je vrijednost, sposobnost otvorenog i poštenog građenja dugoročnih odnosa s novinarima s kojima ćemo nerijetko koegzistirati dugi niz godina. Neljubazan, pa i neprijateljski, odnos novinara prema nekome najčešće je tek reakcija na iskazanu bahatost...



HVALA NA POZORNOSTI

VLATKA VUČIĆ-MARASOVIĆ

E-POŠTA: informiranje@zadarska-zupanija.hr

MOB.: 099/2170936