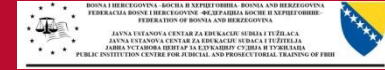




PROJEKT PRAVOSUĐE PROTIV KORUPCIJE
U BOSNI I HERCEGOVINI



Komunikacija u kriznim situacijama

Efikasna komunikacija i reagovanje u kriznim situacijama

Admir Arnautović
Konsultant za komunikacije u pravosuđu

IZJAVA O OGRANIČENJU ODGOVORNOSTI

Stavovi koji su izneseni u ovom dokumentu ne odražavaju nužno stavove USAID-a ili Vlade Sjedinjenih Američkih Država.

Šta su krizne situacije?

- ✓ Kriza je **uglavnom i većinom nepredviđeni i iznenadni događaj** koji ozbiljno prijeti ugledu institucije, cijelog sistema, organizacije, političke partije, kompanije ili pojedinca
- ✓ Može biti uzrokovana **ljudskim faktorom ili prirodnom nepogodom**
- ✓ Uzrokuje **stres, nesigurnost i nesvakidašnje ponašanje** u instituciji
- ✓ Krizne situacije su **dinamične i nestabilne**
- ✓ Određene krizne situacije **je moguće predvidjeti** i adekvatno se pripremiti za postupanje u krizi unaprijed- kada znamo za određene odluke i postupanja institucije koja bi mogla biti predmetom značajnih kritika u javnosti



Vrste kriznih situacija

LJUDSKI FAKTORI

- ✓ Lična kriza rukovodioca ili zaposlenika institucije
- ✓ Afera u instituciji
- ✓ Velika greška u instituciji
- ✓ Ugrožavanje ljudskih prava
- ✓ Štrajkovi ili protesti
- ✓ Izazvana nesreća ili ekološka i druga katastrofa
- ✓ Počinjeno krivično djelo ili teroristički čin
- ✓ Talačka kriza, ropski odnos i potlačenost
- ✓ Finansijska kriza
- ✓ Prestanak pružanja obaveznih usluga i dr.....

PRIRODNE NESREĆE

- ✓ Prirodne nesreće koje utiču na djelovanje institucije (poplava, suša, zemljotres, mećave, snježni nanosi, uragani, cunami, nestale osobe u prirodnim nepogodama i sl.) većih ili manjih razmjera



Nepredvidive i predvidive krize

- ✓ Nepredvidive krize se obično odnose na vanredne događaje (ljudski faktor) ili prirodne katastrofe i potrebna je **brza reakcija iz institucije**
- ✓ Predvidive krize se mogu odnositi na postupanje i djelovanje institucije (sistema) na koje se mogu očekivati izrazito negativne reakcije dijelova javnosti i **potrebno je ranije se pripremiti**

Dodatne krizne situacije?

- ✓ Vanredni događaji i nesreće u kojima institucija nije učestvovala ali se **direktno ili indirektno na nju odnosi**
- ✓ Nesreće uzrokovane ljudskim faktorom ili problemima sa primjenom **tehnologije koju koristi i institucija**
- ✓ Vanredno stanje (oružani sukob, teroristički čin ili sl) u kojima institucija nije učestvovala ali se odnosi i na njeno postupanje
- ✓ Konflikti koji se **indirektno ili direktno odnose na instituciju**

Mogući načini ispoljavanja krize na instituciju

NEUTEMELJENE KRITIKE

- ✓ Neutemeljeno se “napada” ponašanje, postupak ili odluka donesena u instituciji
- ✓ Objavljene su netačne informacije ili lične uvrede rukovodstvu ili zaposlenicima institucije
- ✓ Preuranjeno se objavljuju informacije o postupanju institucije bez provjere o objektivnom postupanju

UTEMELJENE KRITIKE

- ✓ Evidentna greška u instituciji koja je objelodanjena i o kojoj se dodatno špekulira
- ✓ Institucija s namjerom skriva informacije iako je neophodno plasirati ih javnosti



Reakcije na krizu

REAGOVATI

- ✓ Kriza je ozbiljna i može imati **značajan negativan učinak** na instituciju ili cijeli sektor
- ✓ Kada je značajno negativna i izazvana **nerazumijevanjem sistema** u kojem djeluje institucija
- ✓ Kada je izazvana **neosnovanim, lažnim ili netačnim podacima** ili dezinformacijama a posljedice su velike
- ✓ Kada je izazvana osnovanim, tačnim informacijama ili je **posljedica greške u instituciji**

NE REAGOVATI

- ✓ Kritika predstavlja **legitiman komentar ili mišljenje**
- ✓ Institucija-rukovodilac i “kritičari” su **u ličnom sporu**
- ✓ **Kritika je nejasna** i ne odnosi se direktno na instituciju
- ✓ Kada je potrebna **duža “istraga” o osnovanosti** kritike
- ✓ Kada je **kritika beznačajna**
- ✓ Kada se **reakcija na krizu može protumačiti kao podrška** u nekoj političkoj kampanji ili nekoj interesnoj grupi

Prve reakcije na nove okolnosti

- ✓ Prihvatanje i priznavanje - **kriza je tu**
- ✓ Definirati **uzroke i posljedice i elemente** krize
- ✓ Ustanoviti da li se radi o krizi **ili je to učestao problem**
- ✓ **Smiriti emocije/odgovoriti** na prva teška pitanja
- ✓ Događaji- **mogu li se predvidjeti** neke reakcije i budući događaji
- ✓ Informacija se brzo pojavljuje u javnosti-**pratiti reakcije**
- ✓ Unutrašnji tok informacija-**interna komunikacija** odmah mora biti usaglašena
- ✓ **Faze krize se prožimaju**, nadopunjuju i nemaju početka i kraja (zbunjujuće su)

Pet faza krizne situacije

- ✓ Početak
- ✓ Uspon
- ✓ Vrhunac
- ✓ Pad
- ✓ Prestanak krize



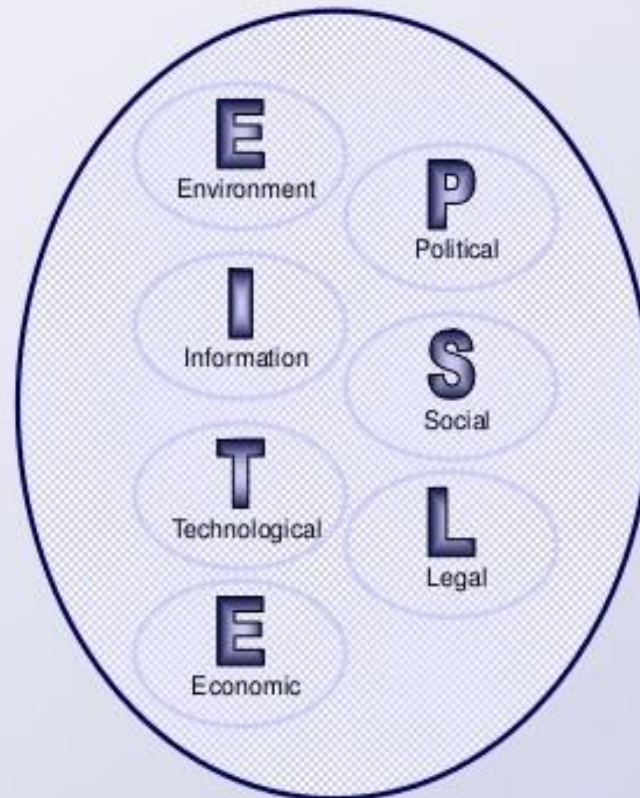
Upravljanje kriznom situacijom

- ✓ Ustanoviti **vanredne radne procedure** – donijeti prve procjene i planove
- ✓ Dati najveći **značaj ljudima pogođenim krizom**
- ✓ Održati **povjerenje i kredibilitet** unutar institucije
- ✓ Adekvatno ponašanje uprave
- ✓ Razjasniti **očekivanja** unutar institucije
- ✓ Pripravnost prije nastupanja krize (**ranije postojanje plana djelovanja u kriznim situacijama**)
- ✓ Djelovanje (**ublažavanje negativnih efekata**) u vrijeme trajanja krize
- ✓ Djelovanje **nakon kriznog udara** – Oporavak



Koji problemi su pokretači krize iz makro okruženja

Analiza okruženja



Komuniciranje u kriznim situacijama - svrha i ciljevi

- ✓ **Koordinirana interna i eksterna komunikacija** o činjeničnom stanju (nema prikrivanja i spinovanja)
- ✓ **Određivanje potreba** različitih javnosti
- ✓ **Minimalizacija glasina i špekulacija**
- ✓ **Uspostavljanje reda i povjerenja**
- ✓ **Povratna informacija** u komunikaciji je obavezna, komunikacija je dvosmjerna

Preduslovi za uspješno krizno komuniciranje

- ✓ Krizni tim ima sve relevantne podatke o događaju
- ✓ Krizni tim je unaprijed pripremljen za krizne situacije i ima spreman plan (ili smjernice) za krizno komuniciranje
- ✓ Precizno se zna ko šta radi – timovi za krizno komuniciranje su pripremljeni i stvoreni daleko prije izbijanja krize (ranije su definisane različite varijante ko su članovi tima)
- ✓ Krizni tim je proaktivan – kreira vijesti, a ne čeka da se postane viješću
- ✓ **Bez pripreme je teško kontrolisati krizu**

Šta je posebno važno i djelotvorno?

- ✓ **Menadžment je stalno dostupan**
- ✓ **Otvoriti kanale komunikacije na više nivoa (na svim mogućim)**
- ✓ **Prihvatiti odgovornost. Priznati svoj dio odgovornosti-** društveno odgovorna institucija
- ✓ **Pružiti podršku i zaštitu žrtvama/oštećenim i njihovim porodicama**
- ✓ **Osigurati stručnu pomoć za pogođene krizom**
- ✓ **Sve aktivnosti učiniti vidljivim**
- ✓ **Reagovati brzo i odgovorno, rješavati probleme, a ne prikrivati ih i uvećavati**
- ✓ **Pokazati posvećenost i empatiju**
- ✓ **Povratiti povjerenje javnosti je ključni cilj**
- ✓ **Prvo govorite o ljudima, a onda o šteti**
- ✓ **Budite iskreni. Budite realni. Pokažite žaljenje**
- ✓ **Ne krivite medije za vaše probleme**

Šta prvo raditi?

- ✓ Procjena koga kriza najviše pogađa, da bi prilagodili svoje poruke, komunikaciju i kanale komunikacije
- ✓ Formirati “centar za komunikaciju” ako se radi o ekstremno kriznoj situaciji (aktivan 24 sata)
- ✓ Prikupljati i u kontinuitetu pratiti sve izvore informacija
- ✓ Reorganizirati i ljudske i materijalne resurse i usmjeriti ih u rješavanje krize (osloboditi ih drugih obaveza)
- ✓ Pokazati proaktivnost-komunicirati s medijima sve vrijeme

Šta ne treba raditi?

- ✓ Ne čekati
- ✓ Ne ulaziti u dodatne sukobe, naročito s novinarima
- ✓ Onemogućavati novinarima pristup do mjesta krize
- ✓ Ne odgovarati sa "bez komentara"
- ✓ Ne lagati
- ✓ Ne ponašati se nadmeno, osorno ni pretjerano ofanzivno
- ✓ Ne zazuzimati ni pasivni defanzivni stav (mi smo jedini krivi)

Ponašanja koja pogoršavaju krizu

- ✓ **Poricanje** - glava u pjesku
- ✓ **Kašnjenje**-reagovanje tek kada priča ode u javnost i to postane dominantan narativ u javnosti
- ✓ **Čekanje** da kriza učini svoje i uništi reputaciju
- ✓ Percepcija o **medijima kao neprijateljima**
- ✓ Ponašanje je **reaktivno** umjesto proaktivno
- ✓ Korištenje rječnika koji **publika ne razumije**
- ✓ Stav da **će kriza sama proći**
- ✓ Ograničavanje na “hladne” činjenice i **zanemarivanje emocija**
- ✓ **Procjenjivanje** posljedica i **štete okvirno** (otprilike)
- ✓ **Ponavljanje istih radnji**, nadajući se drugačijem ishodu
- ✓ Imenovanje **nejasnih “krivaca”**
- ✓ **Neiskrenost**, zamagljivanje, odgađanje

Strategije krizne komunikacije

- ✓ **Kontra napad** - (mnoštvo primjera, naročito u političkoj komunikaciji-mi smo dobri, oni su ti koji su loši)
- ✓ **Poricanje** - Organizacija objašnjava da ne postoji kriza
- ✓ **Izgovor** - Organizacija minimizira svoju odgovornost za krizu i da nije imala kontrolu nad događajima koji su izazvali krizu
- ✓ **Opravdanje** - kriza se minimizira izjavom da ne postoji ozbiljna šteta ili povreda
- ✓ **Udovoljavanje** - Pokušaj da se umiri zainteresovana javnost kroz udovoljavanje minimuma zahtjeva (npr. sindikata ili neke druge grupe)
- ✓ **Korektivni postupak** - ispravljanje načinjene štete i sprečavanje ponavljanja krize
- ✓
- ✓ **Izvinjenje** - preuzimanje odgovornosti i traženje oprostaja

Ključno za kriznu komunikaciju

- ✓ Imati formiran krizni tim
- ✓ Definisati i analizirati krizu
- ✓ Stalna koordinacija i brifinzi kriznog tima
- ✓ Definisati komunikacijske ciljeve
- ✓ Odrediti ciljne javnosti
- ✓ Pripremiti glasnogovornika i druge osobe koje će komunicirati prema ciljnim javnostima
- ✓ Definisati ključne poruke
- ✓ Definisati komunikacijske taktike
- ✓ Sačiniti jasno definisan plan, vrijeme i potrebne resurse za kriznu komunikaciju
- ✓ Provoditi učinkovito komunikacijske aktivnosti
- ✓ Stalna evaluacija učinaka krizne komunikacije

Izuzetno važno za krizno komuniciranje

- ✓ Realan prikaz situacije i vremenski okvir provedbe
 - ✓ Rukovodstvo i savjetnik za odnose s javnošću preuzimaju ulogu upravitelja krizom i glasnogovornika
 - ✓ Posebno ojačana interna komunikacija u kriznoj situaciji
 - ✓ Hitno i stalno upoznavanje zaposlenih s novonastalom situacijom-prezentira im se šta se od njih očekuje
 - ✓ Upozoriti na nepotpune ili neistinite informacije
- ✓ Definisane komunikacijskih kanala i alata i odgovornosti ko u timu preuzima komunikaciju sa različitim javnostima



Kako komunicirati sa medijima i drugim javnostima

- ✓ Svi mediji su važni (TV, radio, print, web portali, društvene mreže...)
- ✓ Određenim javnostima nisu svi mediji dostupni (INTEGRISATI MEDIJE)
- ✓ Određene javnosti su direktno pogođene krizom, ostale indirektno
- ✓ Prilagodite poruke koje šaljete prema vrsti medija i publike

Narativ-šta poruke treba da sadrže?

- ✓ Recite sve bitno. Recite brzo. Recite istinu
- ✓ Zaštite integritet i ugled organizacije
- ✓ Poruka treba da ima ljudsku notu (krizu često prate uzburkane emocije)
- ✓ Ne pokušavajte da lažete, osporavate ili krijete svoju umiješanost. Nemojte da ignorišete situaciju i minimizirate odgovornost
- ✓ **Ne dozvolite da samo pravnici donose odluke** (pokušat će premostiti ljudsku stranu priče koja je u krizi najvažnija)
- ✓ Kada sve činjenice nisu poznate govorite o onome što se sa sigurnošću zna, **najniži standard je “razumna pretpostavka”**
- ✓ Budite ljudi. Budite dostupni. Pokažite empatiju
- ✓ Od svoje organizacije načinite pouzdan izvor informacija
- ✓ Odgovarajte u razumno kratkom roku

Odnos s medijima i informacije prema medijima

- ✓ Profesionalan, uvijek pristojan
- ✓ Ne postoji “nezvanično”
- ✓ Na raspolaganju 24 sata
- ✓ Stalni direktan kontakt
- ✓ Novinari nisu ni prijatelji ni neprijatelji – imaju svoje mišljenje
- ✓ Ne očekujte da vam vraćaju usluge
- ✓ Promptne i istinite
- ✓ Dokumentovane, mogu se provjeriti
- ✓ Stalne – dosljedne
- ✓ U dovoljnoj količini
- ✓ Razdvojite činjenice od mišljenja – pružite im i jedno i drugo ukoliko je važno da se zna
- ✓ Nemojte stvarati propagandu-šaljite jasne poruke

Pitanja tokom i poslije krize

- ✓ Koja je osnovna pouka iz krize?
- ✓ Šta sada, nakon poduzetih akcija, predstavlja održivu prednost?
- ✓ Koja je konkretna pouka za rad i djelovanje menadžmenta i PR osoblja?
- ✓ Kako je funkcionisao krizni tim?



Krizne situacije u tužilaštvima-moguće uzročno-posljedične veze

- ✓ *Značajno se negativno prezentira postupanje tužilaštva, naročito u predmetima organizovanog i koruptivnog kriminala*
- ✓ *Curenje informacija u osjetljivim i složenim predmetima i oštre reakcije javnosti*
- ✓ *Neefikasnost u radu i predugo rješavanje predmeta od posebnog interesa javnosti*
- ✓ *Nedovoljno i neadekvatno procesuiranje predmeta organizovanog kriminala i korupcije i drugih po karakteru teških krivičnih djela*
- ✓ *Iznenadni događaji u kojima je ugroženo više ljudskih života ili značajna javna ili privatna imovina a tužilaštva obavljaju nadzor nad istragom svih uključenih agencija (mnogo zavisi od efikasnog rada tužilaštava)*
- ✓ *Zlonamjerne ili pogrešne interpretacije tužilačkih odluka*
- ✓ *Tendencija neobjektivnog, neprofesionalnog, netačnog i pežorativnog izvještavanja medija*
- ✓ *Pasivnost i netransparentnost tužilaštava u važnim predmetima i specifičnim situacijama kada do izražaja u javnosti dolaze glasine i špekulacije*
- ✓ *Neprijemljivi istupi tužilaca u javnosti*
- ✓ **Protesti i širi opseg neslaganja sa postupanjem tužilaštva.....**

Koje krizne situacije u tužilaštvima se mogu predvidjeti, a koje ne?

- ✓ Donošenje ili izostanak donošenja određenih odluka, što je u značajnoj suprotnosti sa percepcijom šire javnosti, je **moгуće predvidjeti kao krizne situacije**
- ✓ Iznenadne događaje (teška krivična djela, incidenti i dr.) **se ne mogu predvidjeti** a mogu biti značajne krizne situacije za tužilaštva (u ovim situacijama je posebno bitno brzo i kvalitetno reagovati)

Kako predvidjeti krizne situacije

- ✓ Kreiranje **liste posebno osjetljivih predmeta** u kojima bi šira javnost mogli imati značajan kritički stav prema Tužilaštvu
- ✓ Evidentirane predmete **tretirati s posebnom pažnjom**
- ✓ U njima **postupati kontinuirano (prioritet u radu)**
- ✓ **O njima komunicirati proaktivno** da bi se izbjeglo da se kritika na rad tužilaštva i tužilaca dovede u ozbiljniji stadij
- ✓ Svakodnevno raditi **monitoring izvještavanja medija** i pratiti reakcije javnosti
- ✓ **Uočavati sve značajne kritike** na rad Tužilaštva koje bi mogle ugroziti reputaciju i izazvati opadanje povjerenja javnosti
- ✓ **Tužioci su dužni da sa glasnogovornikom razmijene informacije** o takvim predmetima
- ✓ **Glasnogovornik je dužan da obavijesti tužioce** o velikom interesu javnosti za te predmete
- ✓ **Stalno se procjenjuje da li se radi o značajnim kritikama** koje bi mogle izazvati ozbiljnije posljedice za Tužilaštvo

Krizni tim tužilaštva

Krizni tim se unaprijed definiše planom ili smjernicama, ali se prilagođava svakoj pojedinačnoj situaciji:

- ✓ Glavni tužilac
 - ✓ Zamjenici glavnog tužioca
 - ✓ Šefovi odsjeka
 - ✓ Postupajući tužilac/oci
 - ✓ Stručni savjetnik za odnose s javnošću
 - ✓ Sekretar
 - ✓ IKT
 - ✓ Po potrebi psiholog
- ✓ Krizni tim se sastaje odmah po saznanju da je stvorena krizna situacija ili se može predvidjeti (u roku od 24 sata) a koja bi mogla utjecati na reputaciju Tužilaštva. Potrebna je reakcija na krizu koja će uslijediti najkasnije u roku od 72 sata od vremena kada je kriza nastupila

Komunikacija kriznog tima-prvi sastanak

- ✓ Definiše se **šta je konkretno dovelo do krize** i ko ju je izazvao (jedan medij ili više medija, pojedinci, udruženja, interesne grupe, politika, drugi nivoi vlasti....)
- ✓ Prezentiraju se **elementi krize, odnosno razlozi** značajne kritike medija, javnosti, pojedinca ili institucija prema Tužilaštvu
- ✓ Utvrđuju se **eventualne greške u postupanju** ili/i dosadašnjem komuniciranju
- ✓ Prezentira se **šta je do sada urađeno** povodom konkretne situacije
- ✓ Utvrđuju se **koraci koji će se poduzeti**
- ✓ Utvrđuje se **pojedinačna uloga svakog aktera iz Tužilaštva** u rješavanju krize
- ✓ Postavlja se **rok za pripremu i implementaciju** kriznog plana i plana kriznog komuniciranja

Ciljevi kriznog komuniciranja

- ✓ Šta želimo postići komunikacijom sa svakom grupom javnosti na koju utiče kriza ili koja ima uticaj na krizu tužilaštva?
- ✓ Šta možemo učiniti da umanjimo negativne efekte krize?
- ✓ Da li je potrebno jačati upoznatost i svijest o nekim važnim pitanjima u vezi sa krizom?
- ✓ Kako možemo koristiti ciljnu grupu, odnosno povezati se u cilju rješavanja izazova i problema (da zastupaju naše interese)
- ✓ O čemu ih želimo dodatno informisati i komunicirati kako bi se drugačije postavili u odnosu na ranije postupanje koje je bilo dio krize dr?

Ciljevi u kriznom komuniciranju

- ✓ **Kognitivni** (prenijeti informacije, iznijeti činjenice)
- ✓ **Bihevioralni** (uticati na ponašanje)
- ✓ **Afektivni** (uticati na stavove)

SMART matrica

- S** – specific – cilj mora biti specifičan da bi bio uspješan i ostvarljiv
- M** – measurable – cilj mora biti mjerljiv kako bismo mogli izmjeriti njegov učinak
- A** – achievable – cilj mora biti dostižan
- R** – realistic – cilj mora biti realan
- T** – time bounded – cilj mora biti vremenski određen

Ciljne javnosti-primarne javnosti, ugovorne ili društvene

Dvije javnosti u krizi su uvijek primarne: interna javnost i mediji

Matrica moći i utjecaja

		Nivo interesa	
		Nizak	Visok
Stupanj moći	Nizak	A minimalan trud	B informirati
	Visok	C zadovoljiti	D ključni igrači

Priprema glasnogovornika i drugih osoba koje će komunicirati sa različitim javnostima

- ✓ **Glasnogovornik će prezeti komunikaciju sa medijima i pripremati druge sagovornike** koji će se uključivati u ovu komunikaciju (konferencije za medije, izjave, intervjui i dr.)
- ✓ **Svaki član kriznog tima će biti uključen u komunikaciji sa drugim ciljnim javnostima u skladu sa ulogama u timu** (glavni tužilac naročito)
- ✓ **Potrebno je obezbijediti sve dostupne pisane materijale** za pripremu, ali i **stalnu razmjenu informacija među članovima tima** (dostupnost na svim kanalima komunikacije 24/7)

Ključne poruke

- ✓ Analizirati postojeće percepcije i narativ koji su stvorili problem
- ✓ Utvrditi koje poruke bi mogle mijenjati takvu percepciju
- ✓ Koncizne, uvjerljive izjave o tome koje je trenutno stanje u vezi sa problemom
- ✓ Poziv na specifičnu akciju/reakciju, mijenjanje ili zadržavanje uvjerenja koja očekujete i priželjkujete od šire javnosti i drugih specifičnih ciljnih grupa

Pet ključnih elemenata za kreiranje i plasiranje poruka

Sadržaj: Koje informacije želite prenijeti? Koje argumente ćete iskoristiti da informišete ili uvjerite ciljne grupe? Koje informacije, statistiku, činjenice ili mišljenja će te koristiti?

Jezik: Koje će te jezik koristiti da efikasno prenesete vašu poruku? Da li će vas šira javnost razumjeti? Koristite li jednostavan jezik bez suvišnih stručnih termina?

Nosilac ključnih poruka: Kome će ciljna grupa ili publika vjerovati i na koga će najbolje reagovati zavisi i od ciljne grupe (glasnogovornik i mediji/ glavni tužilac i interna javnost i sl.)?

Oblik: Na koje ćete načine prenijeti vašu poruku kako bi postigli maksimalan utjecaj? Da li će to biti putem medija, sastanka, prezentacija, javnih rasprava, pismenom komunikacijom, videom, koristeći web stranicu i dr.?

Vrijeme i mjesto: Kada je najbolje vrijeme da prenesete poruku? Da li postoji posebno mjesto gdje možete prenijeti poruku i postići veće povjerenje ili uticaj kod javnosti (mjesto krizne situacije u nesrećama i sl.)?

Komunikacijske taktike

- ✓ Usko povezane sa komunikacijskim ciljevima
- ✓ Dosegnuti **do odgovarajućeg broja ljudi** (ciljnih grupa) koji **imaju odgovarajući uticaj** za ostvarivanje ciljeva krizne komunikacije, sa **realnim troškovima** i provodive u tačnim i **realnim vremenskim okvirima**
- ✓ Taktike su primjerene
- ✓ Taktike su izvodljive

Komunikacijski kanali

- ✓ Usmena komunikacija (sastanci, prezentacije, konferencije, okrugli stolovi, javne rasprave, kolegiji i dr.)
- ✓ Pisana komunikacija (e-mail, pisma namjere, dopisi, ekspozeci i sl.)
- ✓ **Komunikacija putem medija** (saopćenja, konferencije za medije, izjave, učešće u emisijama)
- ✓ Dokumentovana komunikacija (koristeći se dokumentima ili dijelovima dokumenata)
- ✓ Komunikacija putem web i društvenih medija (postovi, viber, fotografije, video i dr.)

Komunikacija s medijima-najintenzivnija u krizi i koriste se sve taktike

- ✓ Press materijali na web stranici institucije
- ✓ Saopštenja za javnost
- ✓ Konferencije i brifinzi za medije
- ✓ Odgovori i reakcije na medijske zahtjeve (odmah)
- ✓ Učešće u emisijama i priložima u elektronskim medijima
- ✓ Intervjui i prilozi u printanim i web medijima
- ✓ Posebni događaji za medije
- ✓ Vlastita produkcija za medije



Kako odabrati učinkovite komunikacijske taktike

Izbor kanala komunikacije ovisi o:

- ✓ Sadržaju poruka
- ✓ Prirodi i svrsi poruke
- ✓ Primatelju/ima (njihovoj disperziranosti, matrici moći i uticaja i dr.)
- ✓ Brzini potrebnoj za plasiranje poruka
- ✓ Vremenu potrebnom za reakciju/akciju
- ✓ Stilu komunikacije

Plan krizne komunikacije-potrebni resursi

- ✓ **Vrijeme** je najvažniji resurs u krizi (vremenski okvir provedbe i efikasno korištenje vremena, naročito u kratkim rokovima i pod velikim pritiskom)
- ✓ **Ljudski resursi** i pojedinačni zadaci (za sve članove tima)
- ✓ **Oprema i tehnički resursi** (mora osigurati kvalitetan rad, efikasnost i brz pristup svim ciljnim javnostima)
- ✓ **Troškovi** (smanjiti na najnižu moguću mjeru, ali kupovina tehnoloških pomagala ili organizacija neke konferencije su ponekad nužni u kriznom komuniciranju)

Evaluacija krizne komunikacije

- ✓ **Kontinuiran proces, stalan**, počinje odmah po postavljanju ciljeva kriznog komuniciranja i traje cijelim tokom
- ✓ Evaluacija se ne radi samo na kraju
- ✓ Stalno praćenje reakcija ciljnih grupa, **naročito medija**
- ✓ Raditi stalnu analizu medijskog izvještavanja, i kvantiteta (broja izvještaja) i kvaliteta (načina izvještavanja)
- ✓ Na kraju krize se analiziraju “lekcije” koje smo naučili i samo je to dio procesa koji se odvija na kraju krizne situacije

Primjeri krize iz drugih tužilaštava- prezentacija i diskusija

HVALA NA PAŽNJI!

IZJAVA O ODRICANJU OD ODGOVORNOSTI:

Informacije i mišljenja izneseni u ovoj prezentaciji ne predstavljaju nužno stavove i mišljenja USAID-a ili Vlade Sjedinjenih Američkih Država.