

Односи са јавношћу у
ванредним ситуацијама:
Значај комуникације,
комуникациона стратегија,
креирање ефективне
комуникације, план
комуникације

Дефинисање ванредне ситуације

Који су узроци ванредних ситуација?

Значај комуникације у кризним ситуацијама:

- Ефикасне комуникационе стратегије треба да пруже јавности благовремене и тачне информације у све четири фазе управљања ванредним ситуацијама:

- 1. ублажавања*
- 2. приправности*
- 3. одговора и*
- 4. опоравка*

Ефикасна комуникациона стратегија заснива се на пет кључних претпоставки:

1. Фокусирање на кориснике
2. Преузимање одговорности
3. Укључивање комуникација у планирање и операције
4. Праве информације
5. Партнерство са медијима

1. Фокусирање на кориснике:

- ▶ Корисници у ванредним ситуацијама су следећи:
 - Интерни: особље, савезни органи, државе и остали сарадници у стањима катастрофе.
 - Спољни: шира јавност, изабрани званичници на свим нивоима власти, као и медији.
- ▶ Изградити комуникационе механизме који информације преносе заинтересованима тачно и у право време.
- ▶ Сваки корисник има потребу за различитим информацијама.

2. Преузимање одговорности:

- ▶ Вођа операција у ванредним ситуацијама мора бити посвећен ефикасном преношењу информација и мора у потпуности учествовати у процесу комуникације.
- ▶ Важно је:
 - размењивати и даље ширити информације
 - придобијање поверења грађана и испуњавање обећања;
 - вођа мора отворено да подржава и заступа правац размене информација међу заинтересованима како би комуникација била успешна.

3. Укључивање комуникација у планирање и операције:

- ▶ Стручњаци за преношење информација морају бити укључени у планирање и у све операције у ванредним ситуацијама како би се осигурало правовремено и тачно преношење информација, узимајући у обзир одлуке о акцијама.
- ▶ Приликом планирања операција и доношења одлука, потребно је:
 - размотрити различите потребе за информацијама
 - најбоље начине за преношење тих информација.

4. Праве информације/Ситуација на терену.

- ▶ Ефективно преношење информација заснива се на правовременом:
 - прикупљању,
 - анализи и
 - ширењу информација.
- ▶ Важни основни принципи ефективне комуникације:
 - транспарентност и истинитост.
- ▶ Ситуација на терену је кључ правилног реаговања, како би доносиоци одлука имали увид у ситуацију, што им је неопходно како би сагледали потребе и на прави начин распоредили расположиве ресурсе.

5. Партнерство са медијима:

- ▶ Медији су најефикасније средство за правовремено и тачно информисање јавности.
- ▶ Партнерство са медијима подразумева:
 - разумевање потреба медија,
 - укључивање обученог особља које ради директно са медијима како би дошли до информација за јавност.
- ▶ Циљ партнерства са медијима је пружање тачних и правовремених информација јавности.
- ▶ Често постоји конфликт између потреба да се брзо реагује и потреба медија да дођу до информације коју би брзо објавили:
 - конфликт доводи до нетачног извештавања и тензије.

Аудиторијуми / корисници информација у ванредним ситуацијама:

- ▶ *Шира јавност*
- ▶ *Жртве катастрофе*
- ▶ *Бизнисмени*
- ▶ *Медији*
- ▶ *Изабрани званичници*
- ▶ *Општински службеници*
- ▶ *Прво реагујући*
- ▶ *Волонтери*

Креирање ефективних комуникација:

1. План комуникација
2. Долазне информације
3. Одлазне информације
4. Преносиоци порука
5. Особље
6. Обука и вежбе
7. Мониторинг, ажурирање и прилагођавање

1. План комуникација

- ▶ Фокусира се на прикупљање, анализирање и дистрибуцију јавности правовремене и тачне информације.
- ▶ Обухвата:
 - протоколе за прикупљање информација из различитих извора, укључујући грађане – новинаре,
 - анализирање тих податка како би се утврдиле потребе и расположиви ресурси у односу на потребе,
 - ширење информација, у односу на тренутне услове и активности, према јавности кроз традиционалне и нове медије.

План идентификује:

- ▶ преносиоце порука којима се верује,
- ▶ како ће информације бити испоручене популацији са посебним потребама
- ▶ списак локалних, државних и националних медија, новинара и првих информатора

Треба да садржи протоколе за праћење медија, идентификовање нових извора информација, прикупљање или ширење и процену ефективности комуникација.

2. Долазне информације

Треба идентификовати све потенцијалне изворе информација и развити односе са различитим изворима.

Потенцијални извори информација су:

- ▶ *Влада и њени тимови и локални нивои власти*
- ▶ *Они који први реагују*
- ▶ *Добровољачке агенције*
- ▶ *Лидери заједнице*
- ▶ *Први информатори*
- ▶ *Нови медији*
- ▶ *Интрнет сајтови вести*
- ▶ *Традиционални медији*

Пошто се идентификују потенцијални извори информација, контактирају се, развија се партнерство, прави протокол прихватања информација из ових извора.

3. Одлазне информације

- ▶ Долазна информација основа за комуникацију, излазна информација је циљ.
- ▶ Благовремене и тачне информације могу спасити животе, смањити ризик.
- ▶ У давању информација за јавност, користите се сви расположиви механизми комуникације:
 - *традиционални медији*: телевизија, радио, новине
 - *нови медији*: интернет, сајтови заједнице, блогови, ...
 - *комуникационе мреже суседства*: лидери од поверења у заједници, који иду од врата до врата.

4. Преносиоци порука:

- ▶ Особа која шаље поруке игра кључну улогу у комуникацијама.
- ▶ Гласник од кључног значаја за изградњу поверења у јавности.
- ▶ Међутим, примарно лице реаговања у ванредним ситуацијама би требало да буде изабрани или именовани званичник (изабрани гласник).
- ▶ Јавност жели да чује личност из власти, а медији желе да знају да је то лице које говори јадан од оних који могу да доносе одлуке.

5. Особље

- ▶ Особље мора да успостави и одржава:
 - сарадничке односе са медијима
 - да интерактивно комуницира са разним блоговима, огласним таблама, сајтовима друштвених мрежа, као и другим новим медијима који служе њиховој заједници.
- ▶ Минимум једна особа за комуникацију која је одговорна за дневне интеракције са медијима.
- ▶ Особље одређено за нове медије ради на промовисању ублажавања ризика и припремних кампања у заједници и као помоћно особље за успостављање и одржавање комуникационих мрежа суседства, у сарадњи са поузданим лидерима од поверења у заједници.

6. Обука и вежбе:

Медијска обука обезбеђује методе за ефективну комуникацију порукама, технике за ограђивање од тешких питања.

Медијску обуку треба обезбедити за виши ниво особља које може да се појави у медијима.

Обука кадрова треба да буде у неколико облика, укључујући:

- односе са медијима
- нове медије
- маркетинг

7. Мониторинг, ажурирање и прилагођавање

- ▶ Треба да се одреди особље које редовно прати све медије.
- ▶ Требало би да се редовно састављају резимеи и новости из традиционалних медија.
- ▶ Особље треба рутински да прати нове медије и обезбеди редовне прегледе вести на тим сајтовима.
- ▶ Кроз мониторинг, могу да се идентификују проблеми и питања и могу се обликовати комуникационе стратегије.
- ▶ Ово је прилика да се идентификују трендови о начину протока информација кроз медије до јавности и да се идентификују области за побољшање у развој и слању порука.
- ▶ Редован мониторинг идентификује гласине и дезинформације и омогућава брзе корекције.
- ▶ Информације прикупљене у оквиру активности мониторинга могу се користити за ажурирање комуникацијских планова, стратегија и тактика, како да се расподеле ресурси особља и како да се ажурирају програми обуке и вежбу.