



STRATEGIJA ZA ODNOSE S JAVNOŠĆU

**Državne agencije za istrage i zaštitu
2016-2019**



Istočno Sarajevo, juni 2016. godine

SADRŽAJ

UVOD

STRATEŠKI CILJEVI SIPA-e

ODNOSI S JAVNOŠĆU

Vizija

Misija

Osnovne vrijednosti

OPĆI I POJEDINAČNI CILJEVI

CILJNE GRUPE

AKTIVNOSTI U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU

Komunikacioni alati

VIZUELNI I GRAFIČKI IDENTITET

STALNA PROCJENA KOMUNIKACIONIH AKTIVNOSTI

Mjerenje i evaluacija online komunikacije

PROVODIOCI STRATEGIJE

KRIZNO KOMUNICIRANJE

ZAKONSKI OKVIR

UVOD

Izrada Strategije za odnose s javnošću Državne agencije za istrage i zaštitu (u daljem tekstu: SIPA) proizilazi iz strateškog cilja 5. Strateškog plana aktivnosti Državne agencije za istrage i zaštitu 2015-2017: „Održati dostignuti pozitivan imidž SIPA-e u javnosti i intenzivno raditi na njegovom daljem unapređenju“. U Strategiji za odnose s javnošću SIPA-e prošireni su i razrađeni programi za implementaciju ovog cilja. Izrada Strategije proizišla je i iz procesa reforme javne uprave u BiH i procesa evropskih integracija.

Strategija je srednjoročnog karaktera, a njena primjena odnosi se na vremenski period od četiri godine. Sastavni dio Strategije su aktivnosti u vezi sa konkretnim ciljevima, te je na kraju svake godine potrebno sačiniti izvještaj o njihovoj realizaciji (kvalitativnu i kvantitativnu analizu).

Budući da je javnost rada policije jedno od temeljnih načela u demokratskom društvu, policija ima obavezu, a u pojedinim slučajevima i potrebu, da hitno informira javnost o događajima koji su od interesa za javnost i koji, u datom trenutku, u velikoj mjeri utiču na ukupno stanje sigurnosti. Moderna policija treba da bude utemeljena na javnosti rada, saradnji sa lokalnom zajednicom i partnerskom odnosu sa građanima. Strategija za odnose s javnošću SIPA-e zasniva se upravo na javnosti i transparentnosti rada policije, jer informiranje građana o događajima i pojavama iz djelokruga rada SIPA-e, te o konkretnim tekućim aktivnostima predstavlja našu obavezu, ali u onoj mjeri koja je potrebna da mediji dobiju dovoljno informacija da mogu informirati javnost a da se ne ugroze konkretne operativne aktivnosti na terenu ili istraga u određenom predmetu.

Osnov kvalitetne komunikacije je kontinuirano i blagovremeno informiranje cjelokupne javnosti o redovnim aktivnostima, realiziranim operativnim akcijama, ali i drugim zanimljivostima u vezi sa radom SIPA-e, te interakcija sa građanima s ciljem razvijanja partnerskog odnosa sa lokalnom zajednicom. Policija treba razvijati saradnju sa cijelom društvenom zajednicom što se postiže kvalitetnim odnosima s javnošću. Namjera je da se u komunikaciji s građanima, novinarima, nevladinim sektorom, akademskom i poslovnom zajednicom izgradi podrška javnosti aktivnostima SIPA-e.

Da bi se izgradila dobra saradnja s javnošću, potrebno je detaljno planirati razvoj u oblasti komunikacije, koji ide u dva smjera: u smjeru kvalitetne interne komunikacije te učinkovite eksterne komunikacije.

Od decembra 2013. godine u SIPA-i su na snazi Smjernice za unapređenje interne komunikacije radi djelotvornog upravljanja informiranjem, čija se primjena pokazala veoma efikasnom. Uočeni su značajni pomaci u internoj komunikaciji, što se automatski odrazilo na eksternu komunikaciju i rad sa medijima. Odnosi s javnošću u SIPA-i regulirani su i Instrukcijom o standardnim procedurama ostvarivanja odnosa s javnošću, kojom su precizirana pravila i uputstva, te nadležne osobe, ciljevi i procedure ostvarivanja odnosa s javnošću, dužnosti glasnogovornika i druga pitanja.

Treba imati u vidu da etičnost, stručnost i profesionalnost svakog policijskog i državnog službenika i zaposlenika SIPA-e pri neposrednom kontaktu s građanima direktno utiče na uspjeh policije i povjerenje javnosti u policiju. Dakle, javnost policiju uglavnom percipira na dva načina: neposredno – u kontaktu s pripadnicima policije i posredno – medijski prezentiranim slikom.

Imajući u vidu činjenicu da policijski službenici SIPA-e, s obzirom na nadležnosti i ulogu SIPA-e u sigurnosnom sistemu BiH, ne ostvaruju svakodnevnu

interakciju sa građanima, na način na koji to čine lokalni policijski organi u okviru patrolne i drugih djelatnosti, SIPA mora posebnu pažnju posvetiti predstavljanju svojih aktivnosti putem medija, interneta i društvenih mreža, te organizirati sadržaje kojima će unaprijediti interakciju sa građanima.

Prvo poglavlje Strategije posvećeno je strateškim ciljevima SIPA-e radi lakšeg razumijevanja problematike odnosa s javnošću, nadležnosti SIPA-e, njenoj misiji i viziji, nakon čega se razmatraju konkretna pitanja iz oblasti odnosa s javnošću i planirane aktivnosti.

Strategija za odnose s javnošću SIPA-e treba da pomogne u ostvarivanju misije i vizije SIPA-e i njena svrha je da podrži provođenje i ostvarivanje strateških ciljeva SIPA-e.

STRATEŠKI CILJEVI SIPA-e

U periodu od 2009. godine do danas SIPA je donijela tri strateška plana aktivnosti. U vrijeme kada su doneseni prvi strateški dokumenti SIPA-e nije postojao propis kojim se obavezuje donošenje strateškog dokumenta. Ovi dokumenti rezultat su nastojanja rukovodstva SIPA-e da se njen rad podigne na viši nivo i da se pozicionira kao najvažniji subjekat u sigurnosnom sektoru Bosne i Hercegovine. Strateške dokumente izrađivale su radne grupe osnovane Odlukom direktora SIPA-e.

Ciljevi utvrđeni Strateškim planom aktivnosti Državne agencije za istrage i zaštitu 2009-2011 i Strateškim planom aktivnosti Državne agencije za istrage i zaštitu 2012-2014, čije je ostvarivanje zavisilo, isključivo, od angažmana SIPA-e, najvećim dijelom su postignuti. SIPA je unaprijedila operativne kapacitete i postala nezaobilazan faktor u borbi protiv najtežih oblika kriminala, poželjan i prepoznatljiv partner svim policijskim agencijama u zemlji i inostranstvu, a rezultat njenog rada je pozitivna percepcija cjelokupne javnosti u BiH i šire.

Nakon sveobuhvatne analize realizacije Strateškog plana aktivnosti Državne agencije za istrage i zaštitu 2012-2014, definirani su strateški ciljevi SIPA-e za naredni period, te je donijet Strateški plan aktivnosti Državne agencije za istrage i zaštitu 2015-2017.

Strateški ciljevi SIPA-e definirani u Strateškom planu aktivnosti Državne agencije za istrage i zaštitu 2015-2017 su:

- 1. Jačanje institucionalnih i normativno-pravnih kapaciteta Agencije u skladu sa operativnim potrebama**
- 2. Unapređenje kriminalističko-istražnih i kriminalističko-obavještajnih kapaciteta kao odgovor na pojavne oblike kriminala iz nadležnosti SIPA-e**
- 3. Jačanje organizacione strukture SIPA-e i osiguranje adekvatnog potencijala u ljudskim resursima**
- 4. Jačanje podrške, saradnje i razmjene informacija sa domaćim i međunarodnim partnerima**
- 5. Održati dostignuti pozitivan imidž SIPA-e u javnosti i intenzivno raditi na njegovom daljem unapređenju**

Da bi se održao pozitivan imidž SIPA-e, te na još efikasniji način prezentirale javnosti buduće operativne akcije i radilo na dodatnom jačanju povjerenja građana u policijske strukture, potrebno je planirati razvoj odnosa s javnošću i unapređivati ih.

Shodno tome, u Strategiji za odnose s javnošću Državne agencije za istrage i zaštitu razrađeni su programi za implementaciju strateškog cilja 5: "Održati dostignuti pozitivan imidž SIPA-e u javnosti i intenzivno raditi na njegovom daljem unapređenju", te su obrađena druga pitanja u vezi sa odnosima s javnošću koja nisu predmet Strateškog plana aktivnosti Državne agencije za istrage i zaštitu 2015-2017.

MISIJA SIPA-e

Kontinuirano raditi i jačati kapacitete na sprečavanju, otkrivanju i istragama krivičnih djela iz nadležnosti Suda BiH, a posebno: organiziranog kriminala, terorizma, ratnih zločina, trgovine ljudima i drugih krivičnih djela protiv čovječnosti i vrijednosti zaštićenih međunarodnim pravom, te teškog finansijskog kriminala.

Pružiti zaštitu svim građanima u BiH i unaprijediti njihov osjećaj sigurnosti i povjerenja u sigurnosni sistem.

Jačati međunarodnu i međuagencijsku saradnju, a posebno saradnju sa građanima.

Zadržati lidersku poziciju i ostati prepoznatljiv partner u saradnji na provođenju međunarodnih istraga iz oblasti organiziranog kriminala.

VIZIJA SIPA-e

SIPA, kao vodeća agencija za provođenje zakona u BiH, u saradnji sa drugim agencijama osigurat će najviši kvalitet usluga u oblasti sigurnosti građana i imovine.

Strategija za odnose s javnošću SIPA-e pomaže u ostvarivanju misije i vizije SIPA-e, a njeni svrha je da podrži provođenje i ostvarivanje strateških ciljeva SIPA-e.

ODNOSI S JAVNOŠĆU



Budući da je javnost rada policije jedno od temeljnih načela u demokratskom društvu, policija ima obavezu, a u pojedinim slučajevima i potrebu, da hitno informira javnost o događajima koji su od interesa za javnost i koji, u datom trenutku, u velikoj mjeri utiču na ukupno stanje sigurnosti.

SIPA je često u fokusu interesiranja predstavnika medija, najčešće prilikom realiziranja operativnih akcija koje se provode u borbi protiv najsloženijih vidova kriminala u BiH, kada predstavnici medija nastoje da „pobijede“ konkurenciju ekskluzivnim informacijama i novostima.

Iz godine u godinu SIPA bilježi pozitivan trend razvoja odnosa s javnošću, nastojeći da unaprijedi i održi što efikasniji i profesionalniji odnos s ciljnim grupama. Usvajanjem novog Pravilnika o unutrašnjoj organizaciji SIPA-e, uvode se značajne promjene u dijelu koji se odnosi na informiranje javnosti o radu SIPA-e.

Budući da je izvještavanje javnosti o policijskim aktivnostima veoma značajno, uloženi su veliki napori kako bi se ovaj segment unaprijedio. Usvajanjem Smjernica za unapređenje interne komunikacije radi djelotvornog upravljanja informiranjem, koje predviđaju plansko informiranje javnosti i planiranje taktike komuniciranja s javnošću za svaku konkretnu akciju, predviđeno je uključivanje segmenta odnosa s javnošću u operativni plan svake složenije operativne akcije. Dakle, proteklih godina prepoznata je potreba proaktivnog informiranja javnosti i pravilnog planiranja medijskih aktivnosti. To je podrazumijevalo, prije svega, unapređenje interne komunikacije putem blagovremene pripreme i dostavljanja informacija glasnogovorniku, te aktivnu komunikaciju sa glasnogovornikom do okončanja aktivnosti na terenu, što mu omogućava da vijest na vrijeme pripremi i plasira u javnost, te da kontinuirano informira o tekućim aktivnostima.

Prilikom izvještavanja javnosti u vezi sa policijskim aktivnostima SIPA-e, s jedne strane treba voditi računa o obavezi da se pruže informacije koje su od interesa za javnost, a s druge strane o obavezi zaštite tajnosti podataka i da se ne ugrozi dalja istraga. Također se mora imati u vidu načelo pretpostavke nevinosti, pa je prilikom sačinjavanja saopćenja za javnost potrebno oprezno birati terminologiju koja će se koristiti prilikom izvještavanja, kako se ne bi ugrozio neki od navedenih principa.

Treba imati u vidu da čak i najuspješnija akcija policije može imati negativan odjek u javnosti ukoliko rad sa medijima nije bio odgovarajući, a rezultat takvog odnosa prema medijima mogu biti negativni izvještaji, što utiče na gubitak povjerenja građana, ili uopće nepominjanje aktivnosti u medijima. Djelotvorno upravljanje informacijama može doprinijeti da se, eventualno, negativno izvještavanje u medijima pretvorи u neutralno ili čak pozitivno.

S obzirom na ulogu SIPA-e u sigurnosnom sistemu BiH i njenu zakonsku nadležnost, te uzimajući u obzir realizirane mjere i radnje u oblasti odnosa s javnošću i konkretno interakciju s građanima, SIPA je u proteklom periodu postigla značajne rezultate. Ovo se posebno odnosi na proaktivno informiranje javnosti i kvalitetno prezentiranje rezultata rada, kao i na unapređenje saradnje sa zajednicom putem razvijanja partnerstva sa svim subjektima u zajednici i povećanja povjerenja građana prema policiji.

Pozitivni primjeri razvoja odnosa s javnošću su uspostava i korištenje interneta, društvenih mreža (You Tube, Facebook, Twitter) i online komunikacija uopće. Društvene mreže i internet uopće koristi sve veći broj korisnika kao glavni izvor informiranja, mnogo više nego tradicionalne medije. Online komunikacija postala je obavezan i integralni dio komuniciranja sa javnošću, što je SIPA na vrijeme prepoznala.

Također, redizajniranje i uspostava nove web stranice SIPA-e u skladu sa najnovijim trendovima, uspostava elektronskog obrasca za prijavu krivičnog djela, promoviranje telefonske linije "Krimolovci", kao i izrada dokumentarnih filmova o SIPA-i i učešće u stranim dokumentarnim filmovima koji obrađuju određene oblasti dobri su primjeri napretka u oblasti odnosa s javnošću.

S obzirom na to da je SIPA izrasla u vodeću policijsku agenciju kada je u pitanju borba protiv organiziranog kriminala, terorizma, finansijskog kriminala i korupcije, ratnih zločina i drugih oblika kriminala, ona ima znatnu prednost u poređenju sa drugim agencijama za provođenje zakona u BiH.

SIPA je prihvaćena kao savremena, snažna i čvrsta policijska organizacija. Policijska organizacija koja je beskompromisna u borbi protiv kriminala i koja upošljava najuspješnije kandidate, te policijska organizacija dostoјna povjerenja koja radi isključivo u interesu građana BiH. Ovakav imidž treba održavati, njegovati i dalje unapređivati.

SIPA je proteklih godina prepoznala značaj korištenja svih svojih potencijala s ciljem što reprezentativnijeg predstavljanja aktivnosti javnosti, između ostalog, i putem kvalitetnog i upečatljivog foto i video materijala. Posebna pažnja se posvećuje i vremenu plasiranja informacija, odnosno komuniciranja u pravom trenutku, kako bi poruka na vrijeme stigla do ciljne javnosti.

Sve ovo u konačnici utiče na plasman konkretnе vijesti i veću zastupljenost SIPA-e u medijima, povećava transparentnost i odgovornost rada, osjećaj sigurnosti građana BiH, te utiče na stvaranje sigurnijeg ambijenta za život svih građana BiH.

Dakle, cilj SIPA-e u odnosima s medijima je transparentnost rada, pravovremenost i objektivnost pri izvještavanju, uz poštivanje zakonskih propisa i temeljnih ljudskih prava i sloboda.

VIZIJA

Otvaranjem prema javnosti i razvijanjem interaktivne, odgovorne i profesionalne komunikacije, te odnosa povjerenja i razumijevanja svih zaposlenih u neposrednim kontaktima s građanima, odnosno u posrednim kontaktima preko medija, SIPA ostvaruje partnerstvo sa građanima, te u saradnji sa drugim agencijama, provodeći mjere i radnje iz svoje nadležnosti, osigurava najviši kvalitet usluga u oblasti sigurnosti građana BiH.

MISIJA

Blagovremenim, tačnim, objektivnim i profesionalnim informiranjem javnosti o stanju sigurnosti, operativnim akcijama i drugim aktivnostima SIPA-e izbjegći plasiranje dezinformacija u javnost. Inicirati proaktivnu i kooperativnu komunikaciju koja će povećati transparentnost i odgovornost rada SIPA-e, te promovirati i naglašavati rezultate rada radi povećanja osjećaja sigurnosti građana BiH i stvaranja sigurnijeg ambijenta za život svih njenih građana.



TEMELJNE VRIJEDNOSTI

Odgovornost	SIPA u komunikaciji s javnošću uvijek treba preuzimati odgovornost za svoje aktivnosti.
Objektivnost	Poruke upućene javnosti treba da odražavaju pravu sliku o aktivnostima SIPA-e kako bi javnost razumjela njene postupke i razvijala osjećaj povjerenja. SIPA uvijek mora iznositi cjelovite, istinite i tačne informacije, poštujući pri tome zakonska ograničenja.
Transparentnost	S obzirom na veliku društvenu odgovornost, SIPA u komunikaciji uvijek treba da bude lako razumljiva, jasna i konkretna, kako javnost poslane poruke ne bi pogrešno interpretirala. Informacije plasirane u javnost ne smiju biti dvosmislene, već treba da prikažu otvoren, razumljiv i precizno iskazan stav.
Proaktivnost	Preciznim, brzim i tačnim informacijama SIPA mora uvijek da bude korak ispred. Da bi javnost razvijala osjećaj sigurnosti u SIPA-u, SIPA treba djelovati proaktivno, odnosno preuzimati inicijativu i odgovornost, te inicirati aktivnosti kako bi spriječila moguće problematične i opasne situacije, ali i proaktivno informirati javnost o svim bitnim dešavanjima kako bi spriječila iznošenje dezinformacija u javnost.
Dosljednost	Da bi javnost razvijala osjećaj povjerenja u SIPA-u, komunikacija treba biti koordinirana, tačna, istinita i temeljita i potrebno je primjenjivati jasne i nedvosmislene kriterije u svim situacijama.
Profesionalnost	U komunikaciji s javnošću, a pogotovo u neposrednim kontaktima s građanima, svaki pripadnik SIPA-e dužan je, bez obzira na moguće tenzije, biti profesionalan i dosljedan, te štititi prava i interes građana i na taj način razvijati povjerenje, čuvati vlastiti ugled i ugled SIPA-e.
Etičnost	I putem komunikacije s javnošću treba poštovati temeljna prava čovjeka, ljudske i građanske slobode, djelovati povjerljivo, tolerantno, objektivno, odlučno, pozitivno, obazrivo, pravično, ne praveći razlike

	među ljudima po bilo kojoj osnovi. Kulturnim ophođenjem i spremnošću za komunikaciju svih zaposlenih, u javnosti treba biti primjer.
Kreativnost	Komunikacija s javnošću treba biti kreativna, uočljiva, privlačna, pamtljiva i razumljiva. Kreativnim i inovativnim porukama i sadržajima treba se povećati zainteresiranost za rad SIPA-e i pomoći u shvaćanju njene uloge u sigurnosnom sistemu BiH.



OPĆI I POJEDINAČNI CILJEVI

OPĆI CILJ

Opći cilj je razviti internu i eksternu komunikaciju i unaprijediti saradnju sa javnošću proaktivnom objavom informacija, te objektivnim i profesionalnim informiranjem javnosti radi jačanja podrške, razumijevanja i povjerenja građana, te povećanja osjećaja sigurnosti, kao i održanja dostignutog pozitivnog imidža i ugleda SIPA-e, te njegovog daljeg unapređenja.

POJEDINAČNI CILJEVI

1. Razvoj proaktivnog, transparentnog i fleksibilnog odnosa s javnošću;
2. Plansko, blagovremeno i koordinirano izvještavanje uz razvijanje ad hoc medijskih taktika za konkretnе akcije i druge značajne događaje;
3. Unapređenje interne komunikacije i informiranosti svih zaposlenih SIPA-e;
4. Dodatno unapređenje saradnje i interakcije sa građanima i razvijanje partnerskih odnosa u zajednici;
5. Podizanje nivoa svijesti i individualne odgovornosti svih zaposlenih;
6. Dodatno unapređenje saradnje i poboljšanje komunikacije sa medijima;
7. Stalno poboljšanje vidljivosti djelovanja SIPA-e;
8. Jačanje ukupnih kapaciteta SIPA-e;
9. Korištenje i promoviranje vlastitih stručnih i naučnih kapaciteta.

1. Razvoj proaktivnog, transparentnog i fleksibilnog odnosa s javnošću

Razvijati proaktivne odnose s javnošću i preuzimati inicijativu u informiranju, s ciljem blagovremenog, tačnog, transparentnog, odgovornog i profesionalnog informiranja javnosti o stanju sigurnosti, operativnom djelovanju i ukupnim aktivnostima SIPA-e, kako bi se izbjeglo da vijest formiraju glasine i dezinformacije.

Preciznim, brzim i tačnim informacijama SIPA mora uvijek da bude korak ispred kako bi bila u poziciji da upravlja informiranjem.

Aktivnosti

- Blagovremeno, tačno i objektivno informirati javnost o policijskim aktivnostima (pretresi, lišenja slobode, uviđaji, podneseni izvještaji o postojanju osnova sumnje o počinjenim krivičnim djelima i sl.) i drugim aktivnostima SIPA-e (posjete, sastanci, edukacije, saradnja sa drugim organima i sl.).
- Komunicirati s predstavnicima lokalnih, regionalnih, nacionalnih i međunarodnih medija, uključujući printane i elektronske medije. Bitno je imati u vidu regionalnu pokrivenost, kao i zainteresiranost inostranih medija za određene teme.

Navedene aktivnosti realizirati putem:

- *Saopćenja za javnost/medije*

Ovaj vid informiranja ima prednost zbog brzog prenosa informacija direktno ciljnoj grupi. Radi unapređenja kvaliteta plasiranih informacija i što reprezentativnijeg predstavljanja aktivnosti SIPA-e, uz saopćenja za javnost medijima je veoma korisno poslati i fotografiju, a kada je moguće i adekvatan videomaterijal određenog događaja.

- *Konferencija za novinare*

Organiziranje konferencija za novinare veoma je korisno jer daje mogućnost novinarima da izvijeste o datoј temi, direktno postavljaju pitanja i traže eventualna pojašnjenja. Ad hoc konferencije za novinare mogu se povezati sa pojedinačnim operativnim akcijama SIPA-e. Potrebno je razmotriti mogućnost periodičnog organiziranja konferencija za novinare u regionalnim uredima SIPA-e ili na terenu.

Konferencije za novinare poželjno je organizirati u terminima prihvatljivim za medije, između 10:00 i 14:00 sati. U slučaju potrebe, konferencija za novinare može se organizirati i na mjestu određenog događaja, kako bi se usmjerila pažnja medija i osiguralo blagovremeno, objektivno i tačno informiranje javnosti.

- *Odgovara na upite medija (pismeno ili putem izjave)*

Odgovori na upite medija uglavnom se odnose na davanje pismenih ili usmenih odgovora, telefonskih ili TV izjava na određena pitanja u vezi sa aktuelnim dešavanjima o kojima je SIPA prethodno izvjestila javnost ili pitanjima o kojima SIPA nije proaktivno informirala javnost. Da bi plasirana informacija bila medijski upotrebljiva, moraju se blagovremeno osigurati informacije i odgovor dostaviti odmah ili u najkraćem mogućem roku. Treba imati u vidu da su novinarima zbog prirode posla, odnosno potrebe da se javnost što prije informira, informacije koje traže najčešće potrebne odmah. Zbog toga je bitno dodatno razvijati internu komunikaciju, kako bi se informacije tražene upitom novinara što prije dostavile glasnogovorniku radi daljeg postupanja.

- *Postupanja po zahtjevima u skladu sa Zakonom o slobodi pristupa informacijama u BiH*

Provodenjem Zakona o slobodi pristupa informacijama u BiH (u daljem tekstu: ZOSPI) osigurati i promovirati transparentnost rada.

U skladu sa ZOSPI "svaka fizička i pravna osoba ima pravo pristupa informacijama koje su pod kontrolom javnog tijela, a svako javno tijelo ima odgovarajuću obavezu objaviti takve informacije". Nadležni organ može utvrditi izuzetak, u slučajevima kada se otkrivanjem informacije osnovano može očekivati izazivanje značajne štete po legitimne ciljeve sljedećih kategorija u Bosni i Hercegovini: (a) vanjska politika, interesi odbrane i sigurnosti, kao i zaštita javne sigurnosti; (b) interesi monetarne politike; (c) sprečavanje kriminala i svako otkrivanje kriminala; (d) zaštita procesa donošenja odluke od strane javnog organa u davanju mišljenja, savjeta ili preporuka od strane javnog organa, zaposlene osobe u javnom organu, ili svake osobe koja vrši aktivnosti za ili u ime javnog organa, a ne obuhvata činjenične, statističke, naučne ili tehničke informacije, kao i u drugim slučajevima u skladu sa zakonom.

Shodno Vodiču za pristup informacijama Državne agencije za istrage i zaštitu, SIPA redovno prima i rješava zahtjeve dostavljene u skladu sa ZOSPI.

- *Pisanja tekstova o interesantnim temama*

Istraživati i obrađivati teme interesantne za javnost radi osiguranja prisustva SIPA-e u medijima, odnosno redovno stvarati prilike za medijske izvještaje. U tom kontekstu uvijek je zanimljivo pisati tekstove, npr. o aktivnostima Jedinice za specijalnu podršku SIPA-e, vježbama specijalaca, obukama i slično, ali i drugim interesantnim aktuelnim temama.

Korištenje savremenih komunikacionih kanala i društvenih mreža

Posredno komuniciranje s javnošću, uređivanjem i objavljivanjem sadržaja na web stranici SIPA-e (www.sipa.gov.ba), Facebook stranici (korisničko ime: SIPA-Policija), You Tube kanalu (SIPA-POLICIJA) i Twitteru @SIPA_Policija, od posebnog je značaja.

Web stranica SIPA-e redizajnirana je u februaru 2015. godine u skladu sa najsavremenijim trendovima u ovoj oblasti. Nova web stranica omogućava građanima jednostavno praćenje aktivnosti SIPA-e, moderniji prikaz sadržaja, olakšano pretraživanje i pristup informacijama, te integraciju sa društvenim mrežama i dijeljenje sadržaja. Upotreborom *responsive* web dizajna građani mogu da nas prate i preko mobitela i tableta. Svakodnevno ažuriranje stranice i njen kvalitetan sadržaj omogućavaju dijeljenje putem naloga na društvenim mrežama Facebook i Twitter. Na ovaj način se pokreću nove posjete stranici i postiže veći doseg informacija do ciljnih grupa.

Od februara 2014. godine SIPA je uspostavila Facebook stranicu pod korisničkim imenom „SIPA-Policija“, koja već ima više od dvadeset hiljada „pratilaca“, a na profilu se svakodnevno bilježi veliki broj pregleda, „lajkova“ i komentara. Od 15. aprila 2015. godine SIPA je uspostavila i Twitter profil, a od 2013. godine SIPA ima You Tube kanal (SIPA - POLICIJA) koji do sada ima preko 700 hiljada pregleda.

Aktivno uključivanje SIPA-e u internet komunikaciju treba osigurati interakciju sa građanima, bolje razumijevanje uloge SIPA-e u sigurnosnom sistemu BiH, te dodatno promoviranje njenog rada radi prezentiranja javnosti njenih aktivnosti u borbi protiv kriminala i povećanja osjećaja sigurnosti građana BiH.

SIPA je u proteklom periodu donijela Poslovnik o radu Web redakcije SIPA-e, kojim su uređena sva pitanja u vezi sa održavanjem i uređivanjem web stranice SIPA-e, a koji uključuje i segment upravljanja i monitoringa nad društvenim mrežama na kojima SIPA ima analog.

Aktivnosti

- Brinuti o dizajnu, redovno održavati, ažurirati i unapređivati sadržaje na web stranici SIPA-e;
- Redovno održavati i ažurirati sadržaje na Facebook stranici;
- Redovno održavati i ažurirati sadržaje na You Tube stranici;
- Redovno održavati i ažurirati sadržaje na Twitter stranici;
- Promovirati web stranicu SIPA-e i društvene mreže u javnosti.

2. Plansko, blagovremeno i koordinirano izvještavanje uz razvijanje ad hoc medijskih strategija za konkretnе akcije i druge značajne događaje

Izvještavanje javnosti treba planirati tako što će se stvoriti ad hoc medijska strategija za svaku konkretnu operativnu akciju, s ciljem kontroliranja objave informacija. Pravilno planiranje aktivnosti koje se odnose na informiranje javnosti od velikog je značaja, zbog čega informiranje javnosti treba biti dio plana operativnih akcija. Dakle, plan operativne akcije, između ostalog, treba da sadrži taktku postupanja sa medijima prije, za vrijeme i nakon operativne akcije i da osigura kontinuirano izvještavanje o toku akcije. Uz odobrenje direktora, detalje o medijskom izvještavanju dogovaraju predstavnici Grupe za odnose sa javnošću i organizacione jedinice koja rukovodi operativnom akcijom.

Aktivnosti

- Insistirati na dosljednoj primjeni Smjernica za unapređenje interne komunikacije radi djelotvornog upravljanja informiranjem.
- Uključivati segment odnosa s javnošću i strategiju informiranja u planove operativnih akcija.
- Inicirati izvještavanje glasnogovornika sa lica mjesta operativne akcije.
- Održavati redovne sastanke glasnogovornika i rukovodilaca organizacionih jedinica s ciljem informiranja i ažuriranja informacija od interesa za javnost.
- Učešće glasnogovornika kao člana u radu štaba formiranog povodom konkretnе operativne akcije.
- U skladu sa procjenom i uz odobrenje direktora, a u koordinaciji sa glasnogovornikom, nosioci operativne akcije treba da blagovremeno organiziraju sačinjavanje foto i video materijala privremeno oduzetih predmeta, lišenja slobode osumnjičenih osoba, privođenja i dr., te obradu navedenog materijala.
- Održavati kontakte sa glasnogovornicima drugih policijskih organa i tužilaštava, kao i ostalih relevantnih organa i institucija radi blagovremene razmjene informacija, te eventualnog organiziranja zajedničkih nastupa u javnosti u slučajevima združenih policijskih akcija.
- Optimizirati korištenje potencijala prilikom informiranja javnosti o policijskim mjerama, aktivnostima i uspjesima atraktivnom, kvalitetnom i upečatljivom obradom informacije, te komuniciranjem u pravom trenutku, kako bi se povećao doseg poruke do ciljne javnosti. Vrijeme plasmana informacije je izuzetno bitno.

3. Unapređenje interne komunikacije i informiranosti svih zaposlenih SIPA-e

Da bi se izgradila dobra saradnja s javnošću potrebno je detaljno planirani razvoj u oblasti komunikacije, koji ide u dva smjera: u smjeru kvalitetne interne komunikacije te učinkovite eksterne komunikacije. Veoma je važna dobra interna komunikacija u SIPA-i, koja je preduslov za dobru eksternu komunikaciju. Zbog toga ju je potrebno definirati i uskladiti, što će je učiniti efikasnjom.

Također je potrebno unapređenjem interne komunikacije unaprijediti informiranost zaposlenih o svim bitnim pitanjima koja se tiču aktivnosti SIPA-e. Efikasna interna komunikacija nužna je za uspješan rad i djelovanje SIPA-e, jer poboljšava kvalitet odluka i omogućava ostvarivanje ciljeva SIPA-e. Pored održavanja redovnih radnih sastanaka na svim nivoima, prenošenja zaključaka sjednica Stručnog kolegija do najnižeg nivoa, dobar primjer za unapređenje interne komunikacije su izvještaji o medijskoj pokrivenosti konkretnih operativnih akcija koji se dostavljaju svim policijskim službenicima u SIPA-i, ali i objavljivanje svih značajnih dešavanja u vezi sa radom SIPA-e na zvaničnoj web stranici, Facebook stranici, You Tube profilu i Twitteru, na kojima su dostupni svim zaposlenim, ali i široj javnosti.

Informiranje glasnogovornika SIPA-e definirano je u Instrukciji o standardnim procedurama ostvarivanja odnosa s javnošću SIPA-e, te Smjernicama za unapređenje interne komunikacije radi djelotvornog upravljanja informiranjem, koje su pojednostavile i dodatno precizirale komunikaciju. Treba voditi računa da se lanac komunikacije/distribucije informacija previše ne optereti, jer uključivanje većeg broja osoba može samo usložniti proces, te usporiti način komunikacije.

Aktivnosti

- Dosljedno primjenjivati Smjernice za unapređenje interne komunikacije radi djelotvornog upravljanja informiranjem i unaprijediti sistem razmjene informacija.
- Redovno informirati glasnogovornika o bitnim aktualnostima koje se odnose na konkretnu operativnu akciju, za šta su zaduženi rukovodeći službenici i osobe zadužene za kontakte.
- Osigurati da zaključci Stručnog kolegija budu preneseni do svih zaposlenih u SIPA-i.
- Na osnovu analize medijskih objava, sačinjavati i dostavljati organizacionim jedinicama izvještaje o medijskoj pokrivenosti konkretnih akcija.
- Radi informiranja šire javnosti i svih zaposlenih u SIPA-i, objavljivati članke koji govore o SIPA-i na web stranici u rubrici „Press“ i sve druge sadržaje u vezi sa aktualnostima SIPA-e u rubrici „Aktualnosti“.
- Objavljivati sve interesantne sadržaje na zvaničnom Facebook profilu SIPA-e, kao i You Tube kanalu i Twitter stranici.

4. Dodatno unapređenje saradnje i interakcije sa građanima i razvijanje partnerskih odnosa u zajednici

Održavanje kvalitetne komunikacije i pozitivnih odnosa sa građanima od prioritetnog je značaja budući da građani spadaju u najvažniju i najbrojniju ciljnu grupu. Imajući u vidu činjenicu da policijski službenici SIPA-e, s obzirom na nadležnosti i ulogu SIPA-e u sigurnosnom sistemu BiH, ne ostvaruju svakodnevnu interakciju sa građanima na način koji to čine lokalni policijski organi u okviru patrolne i drugih djelatnosti, SIPA mora posebnu pažnju posvetiti predstavljanju svojih aktivnosti putem medija, te organiziranjem adekvatnih sadržaja kojima će unaprijediti interakciju sa građanima putem neposrednih kontakata, edukacije, druženja i drugih aktivnosti.

Također, službenici, prilikom obavljanja službenih mjera i radnji iz nadležnosti SIPA-e, moraju pokazati visok nivo profesionalizma, stručnosti i razumijevanja u svom radu. Policija treba biti javni servis građana, a proaktivni pristup treba da bude važniji od reaktivnog. Zato policija treba razvijati saradnju sa cijelom društvenom zajednicom.

Na web stranici SIPA-e redovno se ažuriraju informacije značajne za javnost, kao i na Facebook i Twitter stranici SIPA-e, a određeni zanimljivi video sadržaji objavljaju se i na You Tube kanalu SIPA-e. Interakcija sa građanima ostvaruje se kontinuirano i kroz odgovore na upite građana.

Komunikacija sa građanima, kada su pitanju konkretni upiti, realizira se putem elektronske pošte (službenog e-maila) glasnogovornika. Na ovaj način komunikacija je maksimalno olakšana i ubrzana. Posjeta đaka, studenata, postdiplomaca, kao i djece mlađe uzrasti, također su dobar primjer razvijanja odnosa sa zajednicom i uspostavljanja bolje komunikacije sa građanima. U ovom kontekstu bitno je spomenuti i telefonsku liniju "Krimolovci" i elektronski obrazac za prijavu krivičnog djela, putem kojih građani sarađuju sa SIPA-om u borbi protiv kriminala. Takođe, važno je istaći da SIPA ima potpisane memorandume o saradnji sa nekim visokoškolskim ustanovama i drugim organima i tijelima u BiH.

Aktivnosti

- Svakodnevno komunicirati sa građanima putem telefona, e-maila, web stranice i društvenih mreža.
- Na web stranici, Facebook stranici, Twitter stranici i You Tube kanalu redovno objavljivati informacije od interesa za javnost.
- U najkrćem mogućem roku dostavljati odgovore na upite građana i zahtjeve u skladu sa ZOSPI;
- Promovirati telefonsku liniju "Krimolovci" i elektronski obrazac za prijavu krivičnog djela.
- Organizirati informativne kampanje.
- Učestvovati u tematskim kampanjama koje organiziraju drugi organi i institucije.
- Inicirati nabavku odgovarajućeg informativnog i promotivnog materijala.
- Organizirati posjete osnovaca, srednjoškolaca, studenata, ali i djece mlađe uzrasti SIPA-i radi upoznavanja sa njenim aktivnostima i jačanja povjerenja.
- Preduzimati i druge mjere i radnje s ciljem stvaranja čvrćih veza sa zajednicom, te unapređenja ambijenta međusobnog povjerenja, odnosno jačanja partnerstva.
- Potpisivati memorandume o saradnji sa obrazovnim i drugim ustanovama.

5. Podizanje nivoa svijesti i individualne odgovornosti svih zaposlenih

Potrebno je podići nivo svijesti i individualne odgovornosti svih zaposlenih u načinu komunikacije s ciljnom javnosti. Svaki službenik SIPA-e mora da bude odgovoran u radu i svjestan uticaja njegovog rada i ponašanja na ugled SIPA-e. Treba imati u vidu da etičnost, stručnost i profesionalnost svakog pojedinog policijskog i državnog službenika i zaposlenika SIPA-e pri neposrednom kontaktu s građanima direktno utiče na uspjeh i dobar glas policije u javnosti.

U komunikaciji s javnošću, a pogotovo u neposrednim kontaktima s građanima, svaki zaposleni mora uvijek, bez obzira na moguće tenzije, biti profesionalan i dosljedan, te štititi prava i interes građana i tako razvijati povjerenje, čuvati vlastiti ugled i ugled SIPA-e.

Aktivnosti

- Insistirati na implementaciji Etičkog kodeksa policijskih službenika SIPA-e i Kodeksa državnih službenika u institucijama BiH.
- Implementacija Plana integriteta Državne agencije za istrage i zaštitu.
- Insistirati na učešću pripadnika svih organizacionih jedinica u kulturnim manifestacijama, tematskim kampanjama i drugim sadržajima, s ciljem stvaranja čvršćih veza sa zajednicom, te unapređenja međusobnog povjerenja.
- Organizirati predavanja u oblasti jačanja individualnog integriteta.

6. Dodatno unapređenje saradnje i poboljšanje komunikacije sa medijima

Mediji predstavljaju ključni faktor u informiranju šire javnosti o radu SIPA-e i time utiću na formiranje javnog mišljenja. Osim neposrednih kontakata sa policijskim službenicima i drugim zaposlenim u SIPA-i, javnost policiju percipira, upravo, preko slike koju o njoj stvaraju mediji.

Od medijskog izvještavanja o radu SIPA-e u najvećoj mjeri ovisi u kojoj mjeri će građani biti informirani o njenom radu. Zbog toga je potrebno sa novinarima razvijati i održavati profesionalne i korektne odnose. Također je potrebno planski i u kontinuitetu raditi na poboljšanju komunikacije sa predstavnicima medija radi unapređenja buduće saradnje, te eliminiranja različitih spoljnih uticaja na objektivno izvještavanje.

Posebno je bitan odnos glasnogovornika s medijima, jer od njegove kompetentnosti, dostupnosti, poštivanja medijskih rokova i profesionalne otvorenosti umnogome zavisi kvalitet izvještavanja o aktivnostima SIPA-e.

Aktivnosti

- Održavati i razvijati korektne i profesionalne odnose sa predstavnicima medija.
- Voditi računa o rokovima medija i da glasnogovornik bude dostupan.
- Blagovremeno dostavljati odgovore na upite novinara.
- Organizirati povremena druženja.
- Organizirati zajedničke obuke sa predstavnicima medija.

7. Stalno poboljšanje vidljivosti djelovanja SIPA-e

Kontinuirano i planski izvještavati javnost o aktivnostima SIPA-e u oblasti sprečavanja, otkrivanja i istraživanja krivičnih djela iz njene nadležnosti, kako bi se dnevno prezentirali različiti rezultati i osigurala prisutnost u medijima, s posebnim akcentom na proaktivne i preventivne aktivnosti.

8. Jačanje sveukupnih kapacitete SIPA-e

Kontinuirano organiziranje i stručno usavršavanje svih službenika SIPA-e korištenjem najbolje svjetske prakse, te materijalno-tehničko jačanje u skladu sa aktuelnim trendovima i nabavka najsavremenije opreme i sredstava za rad, doprinijet će povećanju ugleda i jačanju prepoznatljivog imidža SIPA-e u javnosti.

Aktivnosti

- Kontinuirano obučavanje i profesionalno usavršavanje službenika SIPA-e.
- Profiliranje kadrova i specijaliziranje za određene oblasti.
- Materijalno-tehničko jačanje.
- Nabavka najsavremenije opreme.

Kada je u pitanju segment odnosa s javnošću, neophodno je osigurati potrebne materijalno-tehničke resurse za provođenje i unapređenje ove oblasti, te jačati ljudske potencijale u oblasti odnosa s javnošću kontinuiranim obučavanjem službenika Grupe za odnose s javnošću. U tom smislu treba voditi računa o stalmom stručnom usavršavanju, stilu odijevanja (formalno, svečana uniforma, taktička uniforma), sredstvima za rad (laptop, telefon) i svim drugim pojedinostima koje direktno utiču na imidž SIPA-e u javnosti.

9. Korištenje i promoviranje vlastitih stručnih i naučnih kapaciteta

Insistirati na korištenju vlastitih stručnih i naučnih kapaciteta u kreiranju mišljenja javnosti o sigurnosnim pitanjima, i to učešćem na naučnim skupovima, organiziranjem seminara, edukacijom, radionicama, davanjem intervjuja, te učešćem službenika SIPA-e na okruglim stolovima, u dijaloškim emisijama i sl. Ovo se posebno odnosi na oblasti koje su u izvornoj nadležnosti SIPA-e, kao što su organizirani kriminal, terorizam, korupcija, ali i druge oblasti zanimljive široj javnosti koje u proteklom periodu nisu mnogo eksponirane, npr. aktivnosti Odjela za zaštitu svjedoka SIPA-e, prisustvo i angažman žena u okviru policijskog organa i sl.

U proteklom periodu najviše su eksponirane aktivnosti Odsjeka za borbu protiv terorizma i trgovine ABHO Kriminalističko-istražnog odjela i aktivnosti Jedinice za specijalnu podršku, čiji su predstavnici često davali intervjuje za različite elektronske i printane medije, a neki su učestvovali i u televizijskim emisijama. Dosadašnja praksa bila je takva da najveći dio izjava u vezi sa aktivnostima SIPA-e daje glasnogovornik, ali u budućnosti treba koristiti i druge potencijale SIPA-e, odnosno promovirati stručne kapacitete i forsirati rukovodice organizacionih jedinica da povremeno istupaju u javnosti kao stručnjaci za određene oblasti.

Aktivnosti

- Obučavati rukovodne službenike za javne nastupe.
- Učestvovati u emisijama (radio, tv).
- Davati intervjue elektronским i štampanim medijima, učestvovati u radijskim i TV emisijama.
- Organizirati seminare i druge oblike edukacije.
- Angažirati službenike SIPA-e kao predavače u obrazovnim ustanovama.
- Sačinjavati promotivne videospotove (vježbe specijalaca i sl.).

CILJNE GRUPE

SIPA ima širok krug ciljnih grupa, odnosno ciljnih javnosti. Najvažnija i najbrojnija ciljna grupa SIPA-e su građani BiH. Potrebno je razlikovati interne i eksterne ciljne grupe. Internu grupu čine svi zaposleni u SIPA-i (policijski službenici, državni službenici i zaposlenici), a eksternu grupu čine građani, državne institucije, lokalni organi, nevladine organizacije, razne domaće i međunarodne organizacije, međunarodna zajednica i drugi.

Mediji predstavljaju najvažniju posrednu ciljnu javnost za stvaranje dobrog imidža i boljeg ugleda SIPA-e u javnosti.

Mediji su glavni posrednici u komunikaciji sa eksternim ciljnim grupama.

Zbog toga, SIPA treba s medijima razvijati kvalitetnu komunikaciju za šta je direktno odgovoran glasnogovornik, te rukovodioci SIPA-e.

SIPA je posljednjih godina proširila lepezu ciljnih javnosti, pa se medijska taktika SIPA-e proširila i na inostrane medije, odnosno građanstvo susjednih zemalja, zemalja iz regionala i šire. Dakle, bitno je imati u vidu regionalnu pokrivenost, kao i zainteresiranost inostranih medija za određene informacije i teme.

AKTIVNOSTI U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU

Aktivnosti u okviru obrade pojedinačnih ciljeva u odnosima s javnošću podrazumijevaju veliki broj različitih mjera i radnji. U smislu komunikacije, odnosi s javnošću obuhvataju sve instrumente i mjere pogodne za izgradnju kredibiliteta i povjerenja između jasno definiranih internih i eksternih grupa, u koje spadaju:

- interna komunikacija;
- odnosi s medijima;
- konferencije za novinare;
- saopćenja za javnost/medije;
- izjave za novinare (TV, radio);
- rješavanje zahtjeva u skladu sa ZOSPI;
- odgovori ne upite novinara;
- odgovori na upite građana;
- upravljanje komunikacionim alatima (web stranica, portali, društvene mreže);
- organiziranje intervjeta i gostovanja;
- tematsko izvještavanje medija;
- pisanje tekstova;
- promotivni videospotovi;
- odnosi sa građanima i lokalnom zajednicom;
- organiziranje događaja i izložbi;
- rješavanje krize;
- provođenje javnih kampanja;
- press clipping,
- redovno izvještavanje nadležnih institucija o aktivnostima SIPA-e i dr.

Komunikacioni alati

Komunikacioni alati koje koristi SIPA su: neposredan kontakt, telefon, SMS, viber, elektronska pošta, izjava u kameru, fono izjava, konferencija za medije, intervju, reportaža, saopćenje za javnost, informacija, reagiranje, demanti, izvještaj o radu, web stranica, društvene mreže, prezentacije, promotivni materijali, dokumentarne i druge emisije.

VIZUELNI I GRAFIČKI IDENTITET



SIPA-e. SIPA izrađuje značke, rokovnike, fascikle, olovke, privjeske i drugi promotivni materijal na kojima je istaknut ovaj amblem.



SIPA ima izgrađen standardiziran vizuelni i grafički identitet. To se prije svega odnosi na amblem SIPA-e, koji se nalazi na uniformama policijskih službenika, kao i na memorandumu SIPA-e u svim zvaničnim dokumentima.

U holu sjedišta SIPA-e nalazi se veliki amblem SIPA-e. Ovdje se održavaju konferencije za novinare, a amblem je postao sastavni dio imidža SIPA-e i pojavljuje se, uglavnom, prilikom izvještavanja medija o aktivnostima

Jedinica za specijalnu podršku, također, ima svoj amblem, u boji koja je prilagođena uniformama, kao i poseban amblem po kojem se prepoznaju pojedine specijalnosti. Policijski službenici Jedinice za specijalnu podršku umnogome doprinose reprezentativnom imidžu SIPA-e. Fotografije i videomaterijali njihovog angažiranja često se eksponiraju u javnosti i privlače veliku pažnju medija i građana. Fotografije policijskih službenika Jedinice često se koriste kao ilustracija za aktivnosti SIPA-e.



Nabavkom taktičkih uniformi 5.11, sa jasno istaknutom oznakom "SIPA POLICIJA" na leđima i kačketima, istražitelji SIPA-e, koji su ranije radili u civilu, postaju prepoznatljivi široj javnosti tokom provođenja operativnih akcija. Nove uniforme eksponirala je i Grupa za odnose s javnošću SIPA-e jer je sačinjena serija fotografija istražitelja, koje se kao ilustracija šalju medijima uz vijest o određenim aktivnostima. Radi promoviranja rodne ravnopravnosti u SIPA-i, na

pomenutim fotografijama nalaze se istražitelj i istražiteljica, čemu se također poklanja posebna pažnja.



Za sada SIPA nema svoj zvanični slogan, odnosno ključne komunikacione poruke koje se pojavljuju uz amblem SIPA-e, ali u različitim izvještajima za javnost često koristi sljedeće poruke:

- "SIPA je beskompromisna u borbi protiv najsloženijih vidova kriminala u BiH i šire".
- "Za SIPA-u nema nedodirljivih".
- "SIPA radi isključivo u interesu građana BiH".
- "SIPA u službi građana".
- "Osiguranje sigurnog ambijenta za život svih građana BiH je osnovni zadatak SIPA-e".
- "Prioritet u radu SIPA-e je borba protiv organiziranog kriminala, terorizma, finansijskog kriminala i korupcije, te ratnih zločina".

Aktivnosti

- Da bi se javnosti što bolje predstavio rad SIPA-e i dodatno unapređivao i jačao njen imidž, potrebno je u budućnosti osmisliti prateći slogan, odnosno komunikacione poruke SIPA-e koje će se pojavljivati uz logo SIPA-e.
- Donijeti uputstvo/pravila za izradu promotivnog materijala.

STALNA PROCJENA KOMUNIKACIONIH AKTIVNOSTI

Potrebno je kontinuirano prikupljati, analizirati, obrađivati i pohranjivati medijske objave u vezi sa aktivnostima SIPA-e (press clipping) radi identificiranja pitanja koja utiču na politiku i strategiju odnosa s javnošću SIPA-e i internu komunikaciju putem praćenja medijske pokrivenosti i putem ostalih izvora.

Neophodno je uvesti sistem stalnog nadgledanja i procjene preduzetih aktivnosti u komunikaciji. Procjena treba biti nužni preduslov za efikasno planiranje budućih medijskih aktivnosti.

Aktivnosti

- Analizirati medijske objave o SIPA-i s ciljem identificiranja pitanja koja utiču na politiku i strategiju odnosa s javnošću SIPA-e i interne komunikacije.
- Redovno raditi press clipping, uključujući sve elektronske i printane medije.
- Analizirati pozicioniranost u medijima i kvalitet objava.
- Evidencirati sve upite, žalbe i pohvale koje SIPA dobije.
- Vršiti monitoring online medija.
- U skladu sa raspoloživim sredstvima raditi stručne analize kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri su korisnici zadovoljni informacijama koje im SIPA pruža o svom radu (ankete i sl.).
- Evidencirati posjete na web stranici, pratiti na Facebook stranici, You Tube kanalu i Twitteru popularnost stranica, povezivanje, dijeljenje objava, broj pratilaca, komentara i sl.

Mjerenja i evaluacija online komunikacije

Evaluacija online komunikacije radi se po potrebi, a najmanje na mjesecnom nivou, o čemu se vodi posebna evidencija. Osim navedenog, korisno je pratiti broj pregleda svakog sadržaja zasebno, zbog uvida u to šta posjetioci najviše traže. U skladu s analitičkim podacima potrebno je kreirati buduće sadržaje.

Učestalost mjerenja definira se u skladu s potrebama i planira se kao redovna aktivnost osim kad su posebne kampanje i aktivnosti u toku a rezultati, kvalitet i kvantitet, online komunikacije bitni za dalje planiranje aktivnosti ili izvještavanje.

Facebook ima vlastitu detaljnu analitiku – *Facebook insights*. Facebook insights omogućava uvide u sve podatke (broj „fanova“ i svaki njihov klik). *Overview* dio pokazuje stanje Facebook stranice u odabranom periodu, prikazuje broj „lajkova“ (*Page Likes*), domet objavljenih postova (*Post Reach*) te angažiranost „fanova“ (*Engagement*). Sve je prikazano vizuelno, grafikonima što omogućava jednostavno praćenje angažmana na stranici i efekata sadržaja koji su postavljeni u analiziranom periodu.

Pratiti:

- broj „fanova“;
- najpopularnije postove;
- doseg – *reach* u toku mjeseca;
- broj „lajkova“ i „šerova“ u toku mjeseca;
- sve ostalo što je u tom trenutku aktuelno i važno.

Twitter ima analitiku na <https://analytics.twitter.com/> koja omogućava praćenje osnovnih informacija: broja pratilaca (*followers*), broj dijeljenja (*retweet - RT*) i odgovora (*reply*) na *twitove*. Pratiti na mjesecnom nivou, po potrebi i češće.

YouTube također ima analitiku koja daje osnovne informacije o gledaocima videa – demografija, pol, lokacija, te omogućava odabir perioda za izradu analitičkog pregleda. Pregled nudi podatke o broju pregleda videa, vremena provedenog u pregledanju, broju „lajkova“, komentara, dijeljenju svakog videa, lokacijama gledaoca, te top listu najpopularnijih videosnimaka na stranici. Pratiti na mjesecnom nivou, po potrebi i češće.

Web stranica prati se pomoću *Google Analytics* alata koji izdvaja sve važne informacije. Najvažnije informacije sa web stranice su:

- broj ukupnih posjeta web stranici;
- broj posjeta koje su na stranicu došle sa društvenih mreža;
- broj zasebnih stranica koje su posjetiocci pogledali na web stranici;
- broj jedinstvenih posjetilaca;
- broj novih posjetilaca i onih koji se vraćaju na stranicu redovno;
- vrijeme zadržavanja posjetilaca na stranici.

Pratiti na mjesecnom nivou, po potrebi i češće.

PROVODIOCI STRATEGIJE

U skladu sa Instrukcijom o standardnim operativnim procedurama ostvarivanja odnosa s javnošću Državne agencije za istrage i zaštitu, nadležne osobe za ostvarivanje odnosa s javnošću u SIPA-i su direktor SIPA-e i glasnogovornik. Direktor može ovlastiti i drugu osobu zaposlenu u SIPA-i da ostvari kontakt s javnošću u zavisnosti od tipa informacije koju treba objaviti. Osoba koju direktor ovlasti dužna je u što kraćem roku obavijestiti glasnogovornika, te u koordinaciji sa glasnogovornikom dati izjave medijima ili na drugi način ustupiti informacije.

Bitnu ulogu u odnosima s javnošću imaju svi policijski i državni službenici, te zaposlenici SIPA-e, koji u svakodnevnom radu ostvaruju interakciju sa građanima. Treba imati u vidu da etičnost, stručnost i profesionalnost svakog pojedinog policijskog i državnog službenika i zaposlenika SIPA-e pri neposrednom kontaktu s građanima direktno utiče na uspjeh i ugled policije u javnosti.

KRIZNO KOMUNICIRANJE

Kriza je nepredviđen negativni događaj zbog kojeg dolazi do poremećaja u normalnom funkcioniranju policijskog organa. Krize su i incidenti (kriza malih razmjera ili početni stadij potencijalne krize) i katastrofe (kriza velikih razmjera). Kriza, ma kakva bila, i reputacijska je prijetnja za policijski organ i može poljuljati i ugroziti stečeno povjerenje građana.

Krize su često nepredvidive situacije koje u velikoj mjeri uzneniravaju javnost i privlače veliku pažnju medija. To mogu biti i teška krivična djela, velike nesreće, havarije i slično, ali i krize zbog grešaka u upravljanju, krize javnog mnijenja i druge.

Krize predstavljaju posebno područje odnosa s javnošću koje obuhvata predviđanje potencijalnih kriznih događaja i situacija, pripremu za njih, rješavanje kriza i komuniciranje s oštećenim, medijima i drugim bitnim ciljnim grupama, te analizu ocjenjivanja postupanja nakon završetka kriznog stanja.

Za uspješno rješavanje krize potreban je unaprijed napravljen plan koji se sastoji od dva podjednako važna elementa: plana rješavanja krize i plana komunikacije u kriznoj situaciji.

Ovdje će biti govora samo o komuniciranju za vrijeme krize, tzv. kriznom komuniciranju koje se tiče segmenta odnosa s javnošću. Za uspješno vođenje kriznog komuniciranja moraju se ispuniti tri osnovna preduslova:

- imati potpune informacije o dogadaju,
- biti unaprijed pripremljeni i
- komunicirati proaktivno.

Da bi se kriza što kvalitetnije prevladala, bitno je jasno definirati strategiju kriznog komuniciranja SIPA-e i koristiti jasne i transparentne poruke. Najvažnije je preuzeti kontrolu nad kriznim komuniciranjem da se ne bi počela širiti panika među stanovništvom i kako bi se spriječio nastanak i širenje glasina i zadobilo povjerenje javnosti.

U prvim trenucima krize potrebno je odrediti medijsku strategiju, i to:

- Najvažnija stvar u kriznoj situaciji jeste proaktivno djelovanje. To znači da je potrebno uvijek prvi dati informaciju. Time ne ostavljamo prostor za špekulacije.
- Na početku je uvijek potrebno dati pripremljenu izjavu i ne odgovarati na pitanja koja se bave pojedinostima, te uputiti novinare u „pravila igre“ i naglasiti kada će dobiti više informacija i ko će im dati informacije.
- Potrebno je definirati alate za komunikaciju. U tom smislu najvažniji su pravilno sačinjeno saopćenje za javnost, te možda čak i nekoliko konferencija za novinare dnevno i eventualno krizna info telefonska linija, ali to mogu biti i neposredni kontakti, web, telefon, izjave sa lica mjesta, intervju s rukovodstvom, sastanci sa građanima koji su pogođeni krizom i sl.
- Potrebno je definirati vremenske razmake u kojima će se komunikacioni alati koristiti.

- Potrebno je imenovati osobu, najčešće glasnogovornika, koji će, u koordinaciji sa ovlaštenim rukovodiocima, medijima u pravilnim vremenskim razmacima prenositi informacije na dinamičan način i jezikom razumljivim cilnjim javnostima.
- Medijima je potrebno osigurati prostor za djelovanje. Taj prostor treba definirati osoba koja rukovodi postupanjem u događajima od posebnog interesa javnosti, vodeći računa da zadovoljava potrebe novinara i da, prije svega, ne ometa normalno obavljanje planiranih policijskih zadaća.

Bitno je da je glasnogovornik ili osoba koju imenuje direktor član štaba koji se formira povodom konkretnog kriznog događaja kako bi na vrijeme imao pristup svim potrebnim informacijama i pratilo tok razvoja i rješavanja krize.

Osoba zadužena za odnose s javnošću/glasnogovornik najvažnija je za saradnju s medijima i cilnjom javnošću za vrijeme krize, jer dobra saradnja sa medijima omogućit će da poruka na pravi način dođe do cijelokupne javnosti. Zato, da bismo umirili javnost u kriznoj situaciji i ulijevali joj povjerenje strategijom za njen rješavanje, trebamo blagovremeno inicirati, te odgovorno, jasno i sažeto, smireno, obazrivo, biranim, ali lako razumljivim rječnikom, komunicirati s medijima, ali i cilnjom javnošću putem uspostavljenih komunikacionih kanala.

U odnosima s medijima, osoba zadužena za krizno komuniciranje uvijek treba izbjegavati frazu „bez komentara”, prenositi samo činjenice, govoriti samo istinu, čak i kada nije ugodna, pa u tom smislu reći kada nešto ne zna, te se potruditi da u najkraćem mogućem roku nađe odgovor i uputi medijima.

Osoba zadužena za krizno komuniciranje se prije javnih istupa, bez obzira na sigurnost u poznavanje teme, uvijek treba kvalitetno i detaljno pripremiti i dobro proučiti upute za postupanje u krizi. Osoba koja rukovodi postupanjem u krizi osigurava dovoljno informacija, na osnovu kojih će osoba zadužena za krizno komuniciranje sačiniti informaciju za javnost.

Krise su često nepredvidive, ne postoji jedinstven način za njihovo rješavanje s obzirom na različitost uzroka i one, neizostavno, unose nemir među ljude i pobuđuju veliki interes medija. Zato uvijek treba biti pripremljen i imati okvirno definiran plan postupanja u kriznim situacijama koji sadrži opće upute za postupanje u krizi, elemente bitne za kvalitetno određivanje medijske strategije i upute kojima se jasno definira uloga osobe zadužene za krizno komuniciranje.

ZAKONSKI OKVIR

Uz primjenu svih zakonskih i podzakonskih propisa i etičkih kodeksa na osnovu kojih SIPA obavlja poslove iz svoje nadležnosti, Grupa za odnose sa javnošću komunikaciju sa javnošću primarno bazira na temeljnim pravnim aktima za rad policije, medija i za zaštitu ličnih i tajnih podataka, a to su:

- Zakon o krivičnom postupku BiH;
- Krivični zakon BiH;
- Zakon o policijskim službenicima BiH;
- Zakon o državnoj službi u institucijama BiH;
- Zakon o radu u institucijama BiH;
- Zakon o Državnoj agenciji za istrage i zaštitu;
- Zakon o slobodi pristupa informacijama u BiH;
- Zakon o zaštiti ličnih podataka;
- Zakon o zaštiti tajnih podataka;
- Instrukcija o standardnim procedurama odnosa s javnošću Državne agencije za istrage i zaštitu;
- Kodeks za štampu Vijeća za štampu BiH;
- Etički kodeks policijskih službenika Državne agencije za istrage i zaštitu;
- Etički kodeks državnih službenika u institucijama BiH;
- Plan integriteta Državne agencije za istrage i zaštitu;
- Strateški plan aktivnosti Državne agencije za istrage i zaštitu 2015-2017;
- norme i kodeksi za elektronske medije Regulatorne agencije za komunikacije;
- podzakonski i interni akti koji se odnose na interno informiranje, saradnju sa medijima i istupanje u javnosti;
- ostali zakoni, podzakonski akti i drugi dokumenti.



Izradila: Grupa za odnose sa javnošću, Sektor za planiranje, analitiku, saradnju i informiranje.

16.03.02.3723-2/15

07.06.2016

DIREKTOR

Perica Stanić



