

ЦРВЕН КРСТ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Врз основа на член 26 од Статутот на Црвениот крст на Република Македонија, Извршниот одбор на Црвениот крст на РМ на својата седница одржана на 19.10.2011 година донесе

П Л А Н

за справување со репутациски ризици на Црвениот крст на РМ

Имицот на Црвениот крст на Република Македонија, односно нејзината репутација во Република Македонија и надвор од неа го градат взаемно вработените и волонтерите на Црвениот крст, нераскинлив дел на Организацијата.

Постојаното меѓусебно комуницирање за активности и акции на Црвениот крст и информирање за истите во медиумите, интернетот и социјалните мрежи, изнесување на мислењето на граѓаните и соработката со владини и невладини организации и институции и корпоративниот сектор, ја отсликува организацијата во нејзиното делување.

Медиумите играат клучна улога во презентирањето на одредени настани и факти и затоа соработката со нив е исклучително важна.

Потребата за брзо и точно информирање во мирно време, а посебно во кризни ситуации е можно со добро осмислена стратегиска комуникација.

Искуствата од минатите години кога Република Македонија се справуваше со состојби наметнати од соседството и внатрешниот конфликт, посебно ја наметнаа потребата за активности поврзани со информирањето во контекст на вкупниот информативен менаџмент систем.

Во медиумите можат да се објават нецелосни и неточни информации (негативен или неточен публицитет) кои бараат исправка или корекција, а може и лажни информации со кои се повредува угледот на Организацијата или член кој припаѓа на раководна структура.

Демантот кој во суштина е исправка, претставува новинарска категорија со која се негира нешто односно корегира или побива одредена информација.

1. Мерки

Црвениот крст на РМ за да ја зачува и заштити својата репутација од ризици во форма на изнесени невистинити или нецелосни содржини за одредена

активност, презема соодветни мерки за справување со истите во зависност од настанатата ситуација.

1.1. Во мирновременски услови

Во случај на потреба од демантирање, каде со објавување на неvistинита информација која во себе содржи нерелевантни факти се нарушува угледот, имиџот, правата и интересите на организацијата Генералниот секретар, одговорниот, Стручниот соработник од областа и одговорното лице за информирање заеднички расправаат и бараат најдобар начин за реагирање или демантирање.

Начини за демантирањето се следните:

- Разговор со новинарот кој ја испишал објавената информација во која користел неvistинити факти;
- Писмо за демант до уредникот на медиумот испратено од страна на организацијата како официјален документ (доколку новинарот погрешно ја сфатил улогата на ЦКРМ или погрешно го интерпретирал она што му е кажано);
- составување на текст за објавување во повеќе медиуми (доколку погрешната интерпретација имала пошироко влијание). Притоа треба да внимаваме да не додадеме нов импулс или повод за понатамошно проширување на темата;
- Прес конференција, доколку веста е објавена во повеќе медиум;
- Интервју за медиумот и/или директно учество во соодветната програма на медиумот каде е искажана веста;
- Разговор со граѓанинот и испраќање на официјално писмо до граѓанинот кој упатил поплака;
- Правен акт до надлежни институции (пр. Тужба во име на Црвен крст на РМ);
- нереагирање (во случај да се работи на пример само за погрешно наведена бројка што битно не ја загрозува и не нанесува штета на ниедна страна);

1.2. Во кризни состојби

Комуникацијата во овие состојби се врши согласно „Прирачникот за комуникации во кризни состојби на Црвен крст на РМ“.

Извршниот одбор на Црвениот крст на РМ донесува одлука со која се определува конкретно лице преку кое се споделуваат информациите.

За настанати повреди на угледот на Организацијата од поголеми размери, се расправа на ниво на Комисијата за информирање и комуникации и на

Извршниот одбор на Црвениот крст на РМ, со цел упатување на стратешки одговор.

Наведените мерки од точка 1.1 се применуваат и во кризни состојби, а пред се одржувањето на прес конференции.

2. Злоупотреба на амблемот Црвен крст

Амблемот на Црвениот крст е препознатлив бренд на Организацијата, заштитен со меѓународни документи, Законот за Црвениот крст на РМ и интерни акти. Кампањите кои се спроведуваат за употребата и заштитата на амблемот се со активности на ниво на цела територија, проследени во медиумите.

Во случај на злоупотреба, настаната како резултат од незнаење, усмено се комуницира и се упатува писмен допис до соодветната организација или компанија, со укажување за сторена повреда. Во случај кога амблемот е употребен на возило од друга неовластена организација се упатува допис и до Министерството за внатрешни работи .

3. Истражување на јавно мислење

Црвен крст на Република Македонија периодично имплементира истражување на јавното мислење во соработка со надворешни специјализирани агенции, кои претставуваат сумирани ставови на јавноста за довербата и работењето на организацијата. Согласно ставовите на испитаниците Црвен крст на РМ го усмерува понатамошното работење во улога на подобрување и достигнување на повисок степен на доверба и повисока репутација помеѓу јавноста. Исто така, како релевантни информации се признаваат и спроведените истражувања нарачани од страна на други организации кои се однесуваат на испитувања на ставовите на јавноста или корпоративниот сектор за невладиниите организации во кои Црвен крст на РМ е дел од анкетниот прашалник.

4. Следење, мониторинг и анализа на медиумските содржини – (прес клипинг)

Во своето работење се вклучува и мониторингот на содржините во електронските, печатените медиуми и Интернетот, познато како прес клипинг (press-clipping). Се документираат објавените вести на кои се врши објективизирани квалитативни и квантитативни анализи на медиумското покривање, по различни параметри, по клучен збор, по тема, по автор, по медиум.

Следењето на медиумските содржини и формирањето на солидна база на податоци е основа за понатамошно трасирање на патот по кој треба да се движи секоја сериозна организација – креирање ефективна стратегија за односи со целните јавности. Прес - клипингот, покрај дневната информираност на субјектите коишто го добиваат, ја гради базата на податоци и историјата на организацијата со што се инвестира во градењето на нејзиниот позитивен имиџ во јавноста.

Континуираното следење на објавените информации се врши преку континуирано следење каде за секој вид на медиум (печатен и електронски) се употребуваат посебни критериуми за следење:

- бројот на објавени текстови и коментари;
- број на позитивни, негативни и неутрални текстови и коментари;
- број на редови и колони (простор) одвоени за текстот или минути за коментарот во медиумот;
- број на наслови, текстови, информации, вести и коментари во кои ЦКРМ се споменува посредно;
- анализа на медиумите според тиражот, гледаноста и влијанието (широко распространети, средно распространети, регионални весници,

Преку континуирано следење на медиумите се детектираат негативните информации за кои е неопходна реакција од страна на надлежните лица во организацијата.

Документирањето се однесува и на архивирања и на поднесените исправки и деманти од страна на организацијата кои претставуваат реакции за корекција на одредени информации.

Прес клипингот и документирањето на официјалните исправки и деманти претставува континуирана активност реализирана од страна на лицето задолжено за информирање.

Планот за справување со репутациски ризици влегува во сила со денот на неговото донесување.

Претседател

Д-р Милчо Трајков