

Кризові комунікації - до, під час і після



Генрік Оліндер,
Старший експерт з кризових комунікацій та редактор

Електронна пошта: henrik.olinder@msb.se

Мобільний: +46730261291.

Стокгольм 2023-04-10





Timeline Photos 14 of 22

Options Share Send Like

 Polisen Hallstavik
8 November 2013 · 

Igår var jag på Slottergubbens förskola och visade polisbilen. Där var det en liten kille som var ledsen. Eftersom fröknarna var upptagna med att hålla koll på 10 andra barn så lyfte jag upp killen i min famn varpå han lade sitt huvud mot min axel och somnade.) Tack till hans föräldrar att vi fick lägga upp denna härliga bild! Micke

Like · Comment · Share

 218,511 people like this.

 15,039 shares

 View previous comments 6 of 6,820

 Hanna Troëng Och jag som tyckte den var så sorglig. En ledsen liten pojke som inte hinner bli uppmärksam av personalen och somnar utmattad hos en främling.
16 January at 20:49 · Like ·  6

 Mia Dahlén Jag skulle snarare vilja säga -Vilken trygg liten parvel som kan somna i famnen hos en okänd kille, som dessutom har uniform.
19 January at 20:39 · Like ·  4

 Petra Tobias Fors Margareta Lampila: Hur kan du ha någon som helst aning om hur långa dagar just de barnet har? Han kan ha varit där en timme men ändå vara trött. Vad ska till exempel ensamstående föräldrar göra, ska de tacka nej till jobb och leva på bidrag istället bara för att barnen inte ska behöva ha långa dagar på förskola??
26 January at 07:52 · Like ·  13

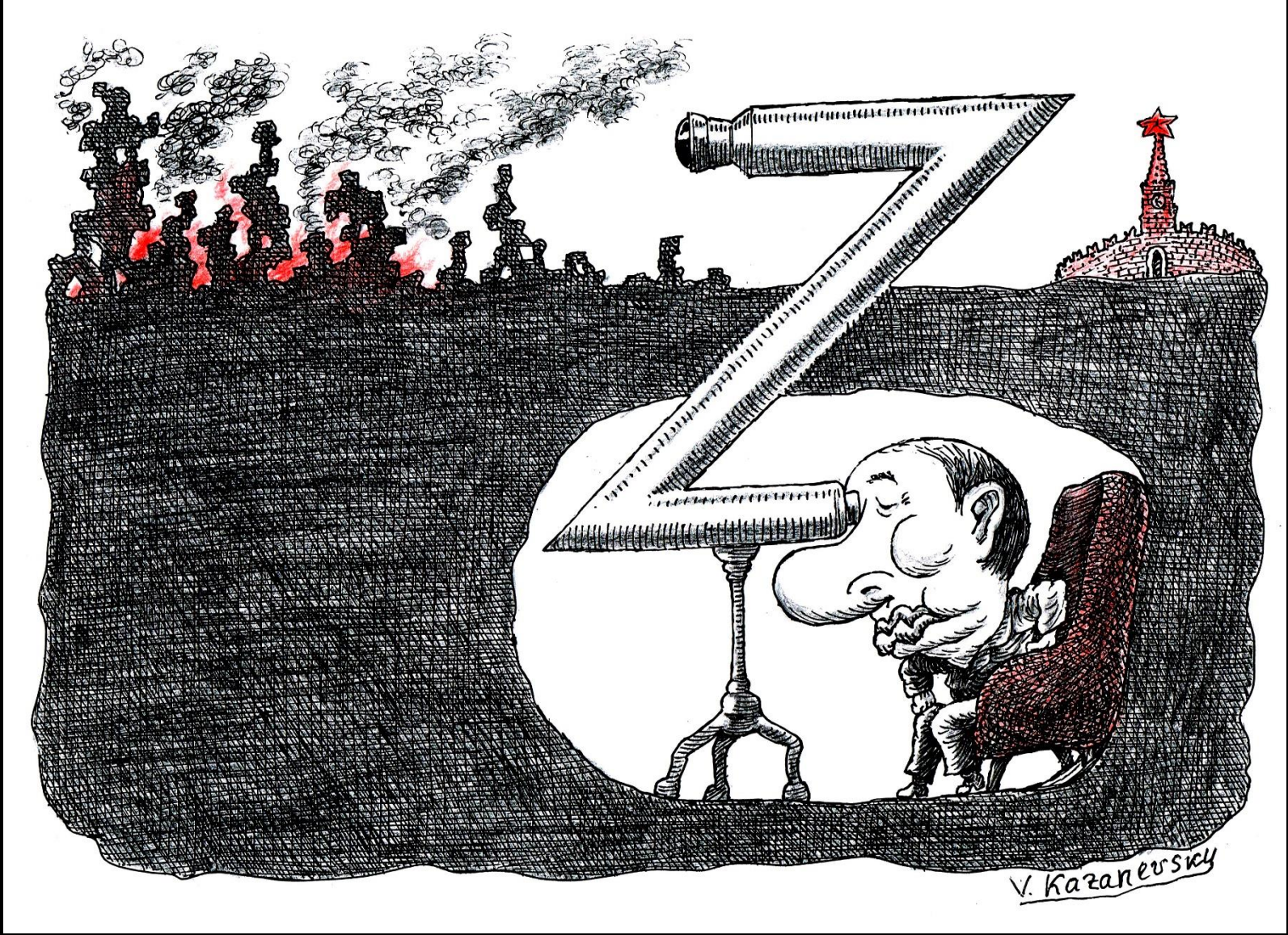
 Guri Inger Bergstedt Ja sådana kommentarer gör bara att alla föräldrar och varför skriver du "hemma hos mamma") får ännu mer dåligt samvete. De gör nog allt de kan redan för att få allt att fungera.... Bilden vittnar om tycker jag om ett tryggt barn hos en snäll polisman...
9 February at 09:02 · Like ·  11

 Lars Karlsson Övervåld!!!
16 April at 09:48 · Like

 Erik Hamilton Rostad Vad fint gjort 😊
26 May at 09:16 · Like

 Write a comment...





Визначення кризи

- Криза - це *несподівана подія, яка* вимагає скоординованих дій від кількох суб'єктів. Криза може бути наслідком війни, стихійного лиха, аварії, спалаху епідемії, скандалу, неправильного використання слів у заяві тощо.
- Криза - це інцидент або ситуація, яка впливає на багатьох людей і значні частини суспільства та *загрожує фундаментальним цінностям і функціям*.
- Криза - це стан, з яким неможливо впоратися за допомогою звичайних ресурсів і процесів, але який *вимагає відносно швидкого реагування* для стримування або зменшення шкоди.

Визначення кризової комунікації

- Кризова комунікація стосується комунікативних можливостей суспільства та здатності виправдати довіру, яку громадяни надали інститутам влади. Це означає, що у випадку кризи державні органи виступають посередниками у наданні швидкої та точної інформації постраждалим, зацікавленим особам, громадськості та засобам масової інформації.
- Кризова комунікація - це також *обмін інформацією, який відбувається всередині та між органами влади, організаціями, ЗМІ та громадянами до, під час та після кризи.*











В умовах кризи...

Кожна криза має три важливі виміри:

1. сама криза,
2. агенції та організації, що працюють з кризою,
3. і образ кризи.

Часто найбільші проблеми виникають не через саму кризу, а через різні способи управління або неправильного управління нею, наприклад, через погану підготовку, труднощі з імпровізацією та гнучкістю, неповне знання того, що сталося, проблеми з розумінням нових ролей і функцій та незнання комунікативних структур у сучасних суспільствах.

Зацікавлені сторони та співпраця

Влада має бути добре поінформована щодо сприйняття і знання різних зацікавлених сторін щодо різних подій і ситуацій.

Під час кризи часто задіяна дуже велика кількість зацікавлених сторін:

1. жертви та їхні родичі,
2. органи влади та різні організації,
3. місцеві, національні та міжнародні ЗМІ, соціальні мережі

Інформаційні проблеми в умовах кризи:

Завоювання довіри?

Чіткість повідомлення?

Потрібна інформація в потрібний час?

Привертає увагу?

Містить релевантну інформацію в достатньому об'ємі?

Містить як емпатію, так і дистанцію?

Відповідає ситуації аудиторії, на яку спрямована?

Широка громадськість повинна знати:

Що сталося?

Чому це сталося?

Якими будуть наслідки?

Як я можу захистити себе?

Які симптоми?

Коли небезпека мине?

Де і коли я можу отримати інформацію?

План комунікації в кризових ситуаціях

Кризова комунікація в муніципалітеті чи відомстві - це функція, яку необхідно швидко запустити в разі виникнення кризи.

Інформаційний потенціал часто є недостатнім і починається занадто пізно.

Процеси планування

Умови: Від керівництва муніципалітету має бути чітке завдання розпочати підготовку плану кризової комунікації.

План має бути розроблений та затверджений в рамках муніципалітету/відомства.

Планування, навчання, тренування та відпрацювання плану кризової комунікації має бути здійснено до початку кризи. Це має відбуватися безперервно (бути постійним процесом).

План можна доповнювати та оновлювати.

Важливі функції кризової комунікації

Менеджер з комунікацій/відповідальний за співпрацю та координацію.

Необхідно мати призначеного менеджера з комунікацій та принаймні одного повноцінного заступника.

Менеджер з комунікацій повинен мати чіткий мандат на ініціювання плану кризової комунікації та запуск кризової комунікації, щоб бути готовим діяти.

Співробітники

Комунікаційний менеджер, як і стратег, не повинен зациклюватися на деталях і практичних завданнях.

Відповідальні за комунікацію як у сфері співпраці, так і в сфері координації, повинні мати чіткий мандат.

Залучайте колег, якщо це можливо. Намагайтеся не залишатися наодинці у виконанні своїх обов'язків.

Антикризовий центр. (центр обміну та інформації)

Розподільчий центр (switch board): Персонал, цілодобові процеси по запуску роботи центру та налагодження процедури надання інформації працівникам центру для подальшої комунікації.

Інформаційний центр: Перегляньте процедури передачі найпоширеніших відповідей на часті запитання (FAQ), зафіксуйте важливі питання, передайте відповіді на них відповідальним адміністраторам та керівництву. Коли і чи варто запускати таку функцію?

Інтернет та соціальні мережі

Сформулюйте цілі щодо того, як швидко організація повинна інформувати на своєму веб-сайті у випадку надзвичайних ситуацій та криз.

Сформулюйте цілі використання соціальних мереж. Декілька людей (з-поміж персоналу) повинні бути в змозі використовувати потрібні інструменти для досягнення цілей.

Перегляньте ваші можливості у соцмережах та процедури (routines).

Контакти для ЗМІ

Призначте прес-секретаря. Підготуйте приміщення для зустрічей з медіа.

Сформулюйте повідомлення (які можна, наприклад, опублікувати у внутрішній мережі організації), прес-релізи, офіційні оголошення.

Багато співробітників можуть допомогти з відповідями на базові запитання.

Спирайтеся на демократичні цінності та свободу інформації при підготовці.

Внутрішня інформація

Усі зовнішні кризові комунікації мають бути також і внутрішніми.

Організуйте вільний доступ до потрібної інформації.

Майте відкриту культуру, де працівники отримують повну внутрішню інформацію та відчувають себе у безпеці.

Функція аналізу та моніторинг ЗМІ

Аналіз і моніторинг ситуації повинні проводитися та бути доступними щоденно.

Відстежуйте та досліджуйте, як сприймається зараз громада/установа.

Документація

Усі дії у сфері кризової комунікації, зв'язків зі ЗМІ тощо мають бути задокументовані.

Документація важлива з юридичної точки зору та для відстеження того, що було сказано/зроблено.

Журнал обліку, 24/7, на вхід та вихід (інформаційних запитів, звернень, тощо).

Інформація для особливих груп та постраждалих

Навкруги створених кризових центрів часто спостерігається великий інформаційний та медійний тиск. Важливо вміти з цим справлятися, щоб особливо постраждалі люди могли отримати підтримку та необхідну інформацію. ЗМІ повинні отримувати точну інформацію, яку вони потребують.

Водночас, особливу увагу слід приділяти постраждалим людям, які перебувають у шоковому стані. Персонал кризового центру повинен бути готовим зустрічатися зі ЗМІ, щоб уберегти постраждалих від тиску ЗМІ.

Іншими групами, які повинні отримувати інформацію в адаптованому форматі, є, наприклад, люди з інвалідністю або мовними труднощами (language difficulties).

Кризова перспектива

Не обов'язково, щоб відбулася якась особливо велика подія, щоб розпочати використовувати деякі з цих функцій кризової комунікації. Це може бути звичайне питання довіри або недовіри.

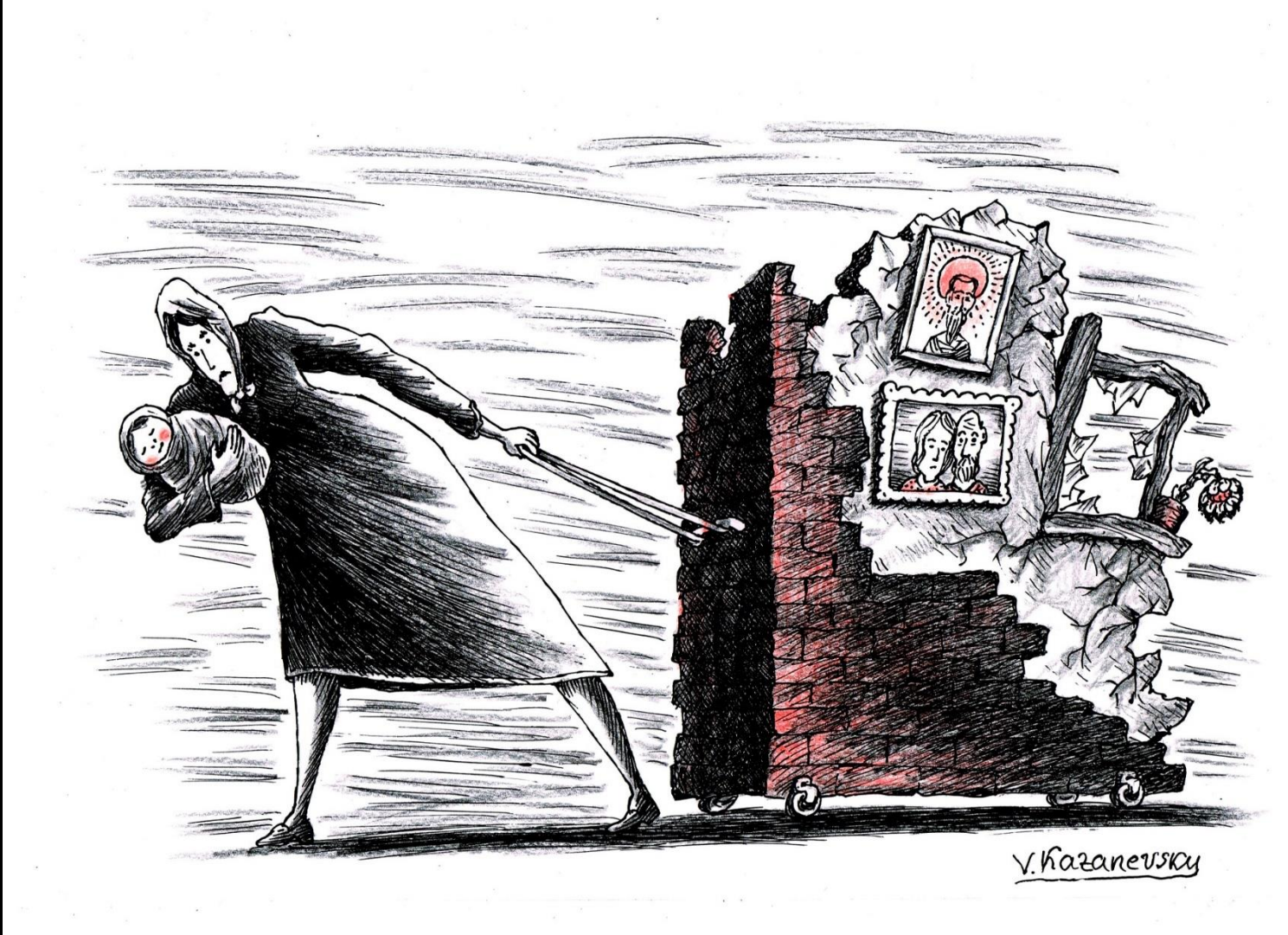
У випадку кризи особливо важливо, щоб інформація була швидкою, точною, простою і відповідала на запитання громадськості, ЗМІ та інших організацій.

Образ, який створюється про кризу, і є самою кризою, як її сприймають ЗМІ, інші органи влади, організації та мешканці міста.

Випадок 1



Випадок 2



Випадок 3



ЧУТКИ.

INTELLIGENCE POSTER NO. 8

**ARE YOU A
MEGAPHONE
MOUTH?**



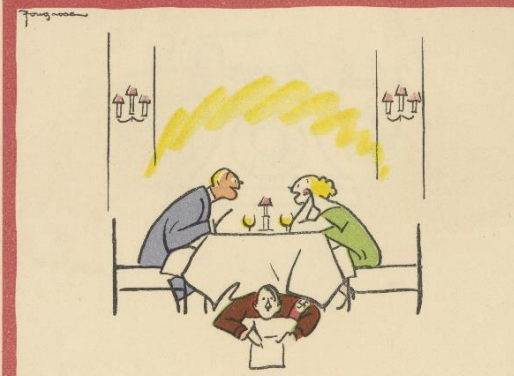
**don't spread
RUMORS**

Illustration by Seymour Chwast. © 1942 by the United States Government. All rights reserved. No. 10-2121-1. 4 Panels. 1942.

BARNES - WILEY



**Feind
hört
mit!**



*"Of course there's no harm
in your knowing!"*

**CARELESS TALK
COSTS LIVES**



KÖP SvD I DAG – PENGARNA GÅR TILL KATASTROFENS OFFER

Detta är en extra nyhetstidning från Svenska Dagbladet. Samtliga intäkter går till hjälporganisationerna.



SVENSKA DAGBLADET

Lördag den 1 januari 2005

Ek | Sedan 1884 | Pris 15 kr



Självföretagandet ger inte bra beslut

PIA ANDERSSON LINDBER Lördag sid 2

MITT I SORGEN MÅSTE VI SÖKA ORD FÖR HOPP

KG HANMAR Drottningstidning sid 3



De flesta skadade svenskar har nu kommit till södra Thailand. Bland dem snart beärgade Hanne Bergröm som hittades övergiven på stranden. På flygfältet i Phuket sitter han tryggt i farfar Assis kärleksfulla famn. Hanne's pappa är skadad och hans mamma är fortfarande försvunnen.

FOTO: BLOOM LARSSON/ASA

3500 svenskar saknas

"Den största katastrofen i vårt lands historia" säger Göran Persson • Skadade flögs hem i natt

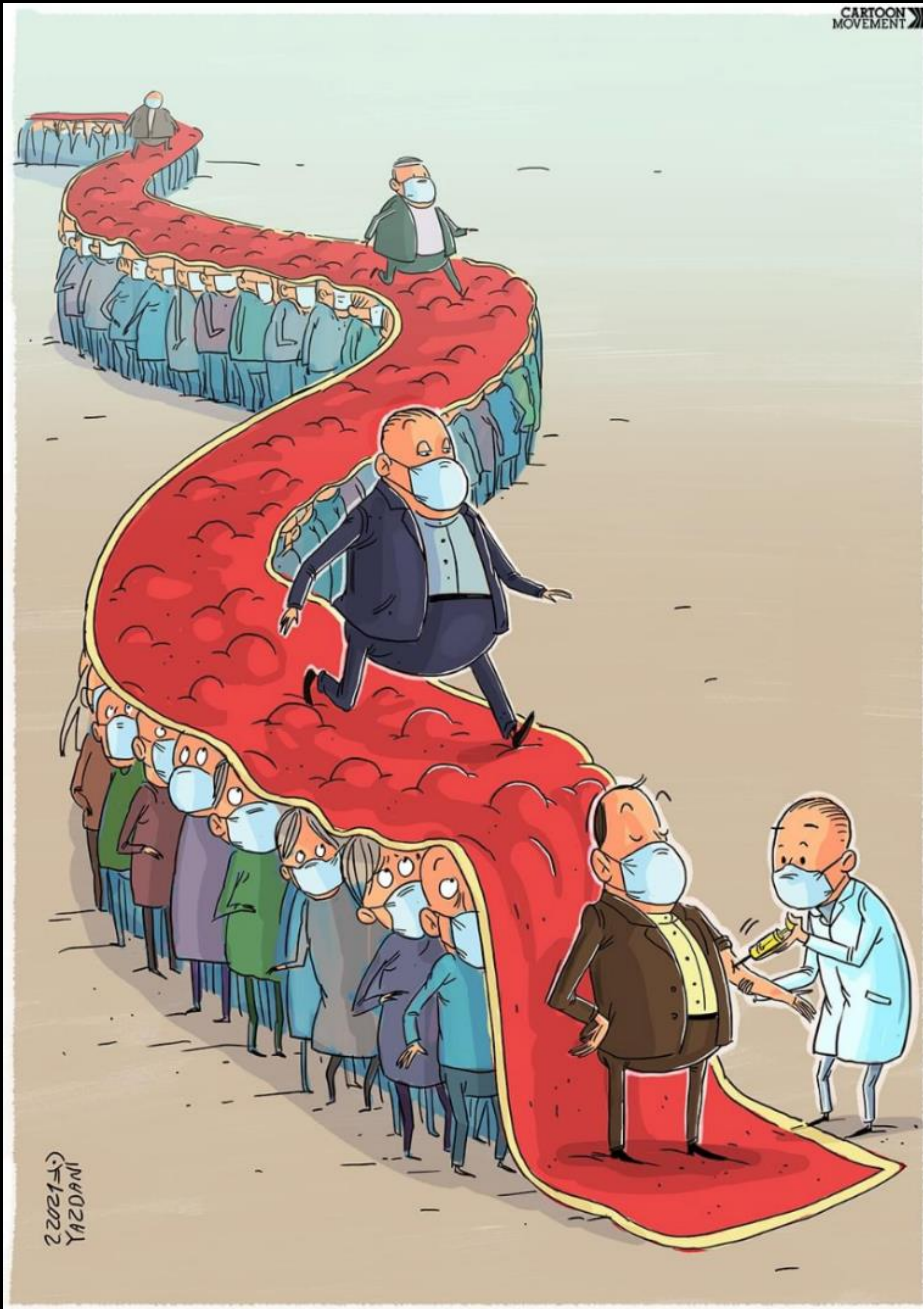
Statsminister Göran Persson bekräftade i går på en preskonferens att 3500 svenskar saknas efter jordbävningsskatastrofen i sydöstra Asien. Totalt har 124 000 människor omkommit men antalet växer fortfarande.

I Thailand har evakueringen av skadade svenskar kommit igång. SvD:s utsända i Phuket rapporterar från flygfältet om hur de som väntar på hemrens, mitt i berättelser om fruktansvärda upplevelser, vittnar om den hjälp de fått av thailändare.

Utrikesminister Laila Freivalds medgav igår att regeringen tidigare missbedömt situationens allvar.

sid 2-14, 16p 18-19, Nätuppgift sid 11

Följ nyhetsutvecklingen på SvD.se



Що таке чутки?

- Актуальні заяви, підкріплені неверифікованою інформацією
- (Непідтверджені претензії/заяви)
- Твердження, які неможливо довести/непідтверджена інформація
- Інформація, яка додає нові відомості про особу або поточну подію
- Історії, які мають на меті переконати, а не розважити
- Повідомлення, що передаються між людьми без перевірки раціональними критеріями та без аргументації

Чутки не завжди неправдиві

- Чутки загалом – явище нейтральне, але їхнє поширення може мати багато причин
- Чутки не є правдивими чи неправдивими, поки вони не підтверджені або не спростовані
- Слід відрізняти чутки від неправдивої інформації (ненавмисного введення в оману) та дезінформації (навмисного викривлення, введення в оману або заплутування інформації)

Чутки заміщують відсутність інформації

- Виникають в інформаційному вакуумі
- Найчастіше, коли офіційна інформація затримується
- Надають швидкі відповіді на термінові питання
- Створюють більш захопливу історію

Чутки у медійному суспільстві

- Чутки - найстаріший у світі засіб масової інформації
- Оцифрування забезпечує велику кількість інформації - і чуток
- Соціальні мережі часто підсилюють чутки

Мистецтво реагування на чутки

- Швидко реагуйте на контент у ЗМІ та соціальних мережах
- Успішні реактивні зусилля вимагають знань та ресурсів
- Заперечення чуток мають містити власні формулювання
- Деякі чутки не варто коментувати. На більшість чуток ніколи не реагують
- Достовірні чутки можуть потребувати дедраMATизації
- Чутки не можна викорінити повністю
- З чутками найкраще боротися за допомогою ще кращих історій

Дякую.

Генрік Олндер

Старший експерт з кризових комунікацій та
редактор

Електронна пошта: henrik.olinder@msb.se

Мобільний: +46730261291

