



Visoko sudsko i tužilačko vijeće Bosne i Hercegovine
Visoko sudbeno i tužiteljsko vijeće Bosne i Hercegovine
Високи судски и тужилачки савјет Босне и Херцеговине
High Judicial and Prosecutorial Council of Bosnia and Herzegovina



Medijski akcioni plan





Visoko sudsko i tužilačko vijeće Bosne i Hercegovine
Visoko sudbeno i tužiteljsko vijeće Bosne i Hercegovine
Високи судски и тужилачки савјет Босне и Херцеговине
High Judicial and Prosecutorial Council of Bosnia and Herzegovina



Medijski akcioni plan



februar 2023. godine

SADRŽAJ

UVODNE NAPOMENE	5
VAŽNOST STRATEŠKOG KOMUNICIRANJA I IZGRADNJE ODNOSA S MEDIJIMA	6
MEDIJI KAO CILJNA GRUPA PRAVOSUDNIH INSTITUCIJA	10
ODNOSI S MEDIJIMA KAO DIO STRATEŠKOG KOMUNICIRANJA PRAVOSUDNIH INSTITUCIJA	11
PLAN IMPLEMENTACIJE	13
INDIKATORI USPJEŠNOSTI	18

Ovaj dokument izrađen je uz finansijsku podršku Švedske agencija za međunarodni razvoj i saradnju (SIDA) u okviru Projekta unapređenja efikasnosti sudova i odgovornosti sudija i tužilaca u BiH – treća faza (ICEA) koji finansira Vlada Kraljevine Švedske. Sadržaj priručnika je isključivo odgovornost VSTV-a BiH i ne odražava nužno stavove Vlade Kraljevine Švedske.

UVODNE NAPOMENE

Medijski akcioni plan dokument je Visokog sudskog i tužilačkog vijeća Bosne i Hercegovine (VSTV BiH) koji je izrađen u saradnji sa Sudskom administracijom Švedske u okviru projekta „Unapređenje efikasnosti sudova i odgovornosti sudija i tužilaca u BiH – treća faza”, koji se realizuje uz finansijsku podršku Kraljevine Švedske. Tim dokumentom se nastoje definisati ciljevi, načini i metode komuniciranja pravosudnih institucija s medijima i javnošću s ciljem uspostavljanja sistema proaktivne komunikacije koji podrazumijeva tačno, blagovremeno, odgovorno i kvalitetno informisanje javnosti o aktivnostima pravosudnih institucija, kao i razvijanje odnosa povjerenja i razumijevanja između medija i pravosudnih institucija, a samim tim i javnosti i pravosudnih institucija.

Medijski akcioni plan jedan je od mehanizama za unapređenje komunikacijskih praksi i transparentnosti pravosudnih institucija i kao takav predstavlja aneks Komunikacijske strategije VSTV-a BiH.

Ključna uloga dokumenta jeste jačati vidljivost i kredibilitet pravosudnih institucija kroz vjerodostojno informisanje javnosti, u čemu ključnu ulogu imaju mediji kao glavni kreatori stavova javnog mnijenja.

Stoga je poseban akcent dokumenta na ostvarivanju intenzivnije saradnje i komunikacije s medijima, u cilju ostvarivanja veće transparentnosti i efikasnije komunikacije pravosudnih institucija.

Medijski akcioni plan definiše efikasne principe djelovanja prema medijima, a krajnji ishod primjene dokumenta od strane pravosudnih institucija trebao bi biti veća transparentnost pravosudnih institucija te zadovoljstvo i povjerenje javnosti u njihov rad.

Dokumentom su obuhvaćeni različiti segmenti, a posebna pažnja posvećena je i upotrebi rodno osjetljivog jezika te razvoju sistema mjerenja uspješnosti komunikacijskih procesa.

Komuniciranje pravosudnih institucija nesumnjivo treba potpadati u domen strateške komunikacije, što podrazumijeva organizovan, planski i proaktivan proces.

Cilj uspostavljanja sistema strateške komunikacije jeste:

- izgradnja partnerskih odnosa s medijima;
- blagovremeno, tačno, profesionalno i kontinuirano informisanje javnosti;
- proaktivno djelovanje pravosudnih institucija prema medijima i javnosti;
- adekvatno korištenje komunikacijskih alata i kanala u skladu s potrebama ciljnih grupa;
- inkorporiranje rodno osjetljivog jezika u komunikacijsku kulturu pravosudnih institucija;
- kontinuirano mjerenje i evaluacija uspješnosti komunikacijskih procesa.

VSTV BiH predstavlja krovno regulatorno tijelo pravosuđa zbog čega ima aktivnu ulogu u kreiranju komunikacijskih standarda u pravosudnim institucijama s ciljem uspostavljanja odnosa povjerenja i razumijevanja, prvenstveno između pravosuđa i građana/ki.

VAŽNOST STRATEŠKOG KOMUNICIRANJA I IZGRADNJE ODNOSA S MEDIJIMA

Trenutne prakse u pravosudnim institucijama ukazuju na odsustvo strateškog pristupa u komunikacijskim procesima, kako u internim, tako i u eksternim. Na takvu praksu ukazuju istraživanja javnog mnijenja koje je VSTV BiH, kao regulatorno pravosudno tijelo, proveo u nekoliko navrata kao i rezultati anketa provedenih među medijskim radnicima/ama. Činjenica je da percepcija javnosti o radu pravosudnih institucija nije na zadovoljavajućem nivou, zbog čega je, u komunikacijskom smislu, neophodno djelovati proaktivnije.

Kako se navodi i kroz ranije kreirane Smjernice za izvještavanje o sudskim postupcima, povjerenje javnosti u pravosudni sistem u velikoj mjeri zavisi od njegove transparentnosti, dok transparentnost, kao takva, zavisi od:

- a) spremnosti sudskog menadžmenta da ažurno i u kontinuitetu informiše javnost o svom radu i
- b) kapaciteta sudskog menadžmenta/administracije da na profesionalan i istinit način izvještava javnost o informacijama od značaja za javnost.

Trenutni komunikacijski procesi svedeni su, u pravilu, na ad hoc djelovanje, bez jasno definisanih ciljeva i uloga u komunikacijskom procesu. Također, primjetno je odsustvo proaktivnosti i kontinuiteta, što nerijetko izaziva nezadovoljstvo, kako medija, tako i građana/ki u BiH.

Dosadašnje spoznaje ukazuju na to da pravosudne institucije nemaju dovoljno razvijene organizacijske kapacitete za efikasno vođenje interne i eksterne komunikacije, da ne koriste adekvatne tehnike, alate i kanale za komunikaciju, kao i da nisu dovoljno otvorene prema medijima i javnosti, što značajno utječe na kreiranje percepcije javnosti o radu pravosudnih institucija kao i na nivo povjerenja u njihov rad.

Jedan od načina unapređenja ove oblasti prepoznaje se u uspostavljanju sistema strateškog komuniciranja i unificiranih načina komuniciranja za sve pravosudne institucije, što bi trebalo rezultirati efikasnijom komunikacijom.

Pristup koji se predviđa ovim dokumentom ima za cilj postizanje otvorenosti i transparentnosti institucija kao i usklađivanje komunikacijske poruke, komunikacijskih kanala i načina prenošenja i saopštavanja poruka i informacija radi postizanja što efikasnije komunikacije.

Ključnu ulogu u cijelom procesu predstavlja izgradnja dobre saradnje s medijima, koji imaju dominantnu ulogu u oblikovanju ličnih uvjerenja.

Izgradnja dobre saradnje s medijima podrazumijeva kontinuirano informisanje medijskih kuća o aktivnostima institucije, redovnu komunikaciju s redakcijama te uspostavljanje i održavanje saradnje.

Aktivnosti koje pravosudne institucije trebaju/mogu poduzeti s ciljem izgradnje sistema strateškog komuniciranja i izgradnje dobrih odnosa s medijima su:

1. Pravosudne institucije na medije trebaju gledati kao na strateške partnere u kreiranju pozitivnog stava javnog mnijenja;
2. Pravosudne institucije trebaju sve medije tretirati jednako i ravnopravno u pogledu kvaliteta i blagovremenosti informacija;
3. U planiranju komunikacijskih procesa, pravosudne institucije trebaju slijediti ciljeve Komunikacijske strategije VSTV-a BiH koja je „kišobran” strategija za pravosudne institucije u BiH;
4. Izgradnja partnerskih odnosa s medijima treba biti kontinuirani proces;
5. Pravosudne institucije trebaju imati proaktivan pristup prema medijima;
6. Pravosudne institucije dužne su medijima osigurati neometan rad;
7. Redovno informisati medije i javnost o svim aktivnostima pravosudne institucije;
8. Upotrebljavati nediskriminirajući jezik u svakodnevnoj službenoj i neslužbenoj komunikaciji;
9. Vršiti kontinuiranu evaluaciju uspješnosti komunikacijskih procesa i saradnje s medijima.

Razumijevanje i povjerenje grade se proaktivnim pristupom, odnosno razvijanjem strategija, te primjenom odgovarajućih metoda i aktivnosti u komunikacijskom procesu, koje imaju za cilj osigurati da svi aspekti rada pravosudnih institucija budu vjerodostojno predstavljeni i tačno interpretirani u medijima i kao takvi dostupni građanima/kama, odnosno široj javnosti.

Ono što je važan cilj strateške komunikacije je formiranje i provođenje standardiziranih komunikacijskih praksi u svim pravosudnim institucijama.

Komunikacija sudova s javnošću, bez obzira na to da li je riječ o direktnoj komunikaciji ili komunikaciji posredstvom medija, treba biti zasnovana na principima¹:

- **transparentnosti** – pod čime se podrazumijeva osiguravanje otvorenosti sudova prema građanima/kama te osiguravanje sistema dostupnosti informacija od javnog interesa;
- **javnosti** – koje garantuje da će najšira javnost, kao i specifične javnosti, biti upoznate sa svim relevantnim informacijama za ostvarivanje njihovih legitimnih pravnih interesa;
- **ažurnosti** – čime se plasiranje informacija o radu suda, kao i drugih informacija od interesa za javnost, osigurava blagovremeno;

¹ Smjernice za izvještavanje o sudskim postupcima, VSTV BiH

- **tačnosti** – koje je garant pouzdanosti i provjerenosti informacija koje se osiguravaju i prenose, direktno ili putem medija;
- **sveobuhvatnosti** – čime se preuzima obaveza da se informacije osiguravaju u cijelosti, bez bilo kakve sadržinske cenzure koja bi utjecala na mišljenje javnosti.

Značajnu podršku u izgradnji sistema strateške komunikacije u pravosudnim institucijama pružaju i dokumenti koje je VSTV BiH razvio s ciljem uspostavljanja sistema strateškog komuniciranja, a samim tim i jačanja transparentnosti pravosudnih institucija:

- Komunikacijska strategija VSTV-a BiH, čiji aneks predstavlja i ovaj dokument, a koja predstavlja „kišobran” strategiju za sve pravosudne institucije;
- Dokument Komunikacija s medijima i korištenje komunikacijskih alata/kontrolna lista;
- Smjernice za izvještavanje o sudskim postupcima;
- Vodič za kreiranje i upravljanje sadržajima web-stranica;
- Vodič za kreiranje vizuelnog identiteta pravosudnih institucija.

Pravosudne institucije i mediji – Kako komunicirati?

Pravosudne institucije koriste različite komunikacijske kanale kako bi ispunile jedan od glavnih komunikacijskih ciljeva, blagovremeno informisanje medija i javnosti o radu.

Neki od najznačajnijih i najčešće korištenih komunikacijskih kanala:

Web-stranice pravosudnih institucija jedan su od važnijih komunikacijskih kanala koji medijima i javnosti nudi različite vrste informacija. Informacije dostupne na web-stranici mediji mogu preuzeti za objavu, stoga se preporučuje objavljivanje sadržaja koji zahtijeva minimalne korekcije, što znači da objave trebaju biti napisane kao vijest ili izvještaj za medije/javnost. S druge strane, informacije trebaju biti prilagođene široj javnosti odnosno trebaju biti koncipirane na taj način da budu razumljive širem spektru javnosti.

Prilikom kreiranja sadržaja za web-stranice, preporučuje se da pravosudne institucije primjenjuju Vodič za kreiranje i upravljanje sadržajima na web-stranicama koji je sastavni dio Medijskog akcionog plana.

Društvene mreže mediji i javnost koriste kao jedan od glavnih izvora informisanja. Mediji često koriste društvene mreže kao zvanične izvore, zbog čega je poželjno da



ih pravosudne institucije koriste kao jedan od kanala komuniciranja, kako s medijima, tako i s drugim ciljnim grupama. Najpogodnije društvene mreže za komunikaciju pravosudnih institucija su Facebook, Twitter, LinkedIn i YouTube. Sve navedene društvene mreže omogućavaju plasiranje različitih vrsta sadržaja i poruka – tekstualnih, video i fotoporuka.

Različiti promotivni materijali koje kreiraju pravosudne institucije u skladu s vlastitim komunikacijskim potrebama u koje se ubrajaju leci, afiše, posterit itd.

Kod kreiranja ovakvih vrsta materijala, pravosudne institucije trebaju voditi računa o vizuelnom identitetu institucije. Za aktivnosti koje je neophodno poduzeti s ciljem uspostavljanja vizuelnog identiteta pravosudne institucije, preporučuje se primjena preporuka navedenih u Vodiču za kreiranje vizuelnog identiteta pravosudnih institucija koji je sastavni dio Medijskog akcionog plana.

Oglasne ploče – iako je objavljivanje informacija na oglasnim pločama zakonom propisana obaveza, nije dovoljno informacije objaviti samo putem tog komunikacijskog kanala, posebno ukoliko su mediji ili građani/ke ciljna grupa. Informacije objavljene na oglasnim pločama trebaju biti distribuirane i putem drugih komunikacijskih kanala, web-stranica, društvenih medija itd., koji su ciljnim grupama dostupniji.

MEDIJI KAO CILJNA GRUPA PRAVOSUDNIH INSTITUCIJA

Kako se navodi i u Komunikacijskoj strategiji VSTV-a BiH, masovni mediji i novinari/ke trebaju biti jasno definisani kao strateška ciljna grupa te je uspostavljanje dobre saradnje s njima strateški cilj svake institucije.

Jedan od ključnih segmenata za uspostavljanje dobre saradnje jeste poznavati potrebe različitih vrsta medija kao što su:

Televizija - Televizija kao medij zahtijeva brze reakcije u plasiranju sadržaja. Kako bi pravosudne institucije koristile ovu vrstu medija kao kanal komunikacije trebaju znati da to zahtijeva:



- osiguravanje snimanja za medijske radnike/ce (snimak događaja, konferencije, suđenja, ročišta) ili dostavljanje videomaterijala iz vlastite produkcije;
- osiguravanje izjave za TV od strane zaposlenika/ce institucije koji/a poznaje određenu oblast koja je tema informacije/poruke;
- gostovanje zaposlenika/ce institucije koji/a poznaje određenu oblast koja je tema informacije/poruke u različitim formatima televizijskih emisija;
- blagovremeno djelovanje.

Novinarima/kama koji/e rade u televizijskim kućama nije dovoljno poslati saopštenje za medije. Menadžment institucije treba biti svjestan potrebe i mogućnosti za dodatnim angažmanom, s obzirom na to da je riječ o formatu izvještavanja koji zahtijeva video i audiozapis za prenošenje vjerodostojne i kvalitetne informacije.

Radio je manje zahtjevan medij u odnosu na televiziju. Za razliku od televizije koja zahtijeva živu sliku, radio zahtijeva živu riječ. U uspostavljanju saradnje s radijskim novinarima/kama pravosudne institucije mogu:



- dostaviti saopštenje za medije;
- osigurati intervju ili izjavu zaposlenika/ce institucije koji/a poznaje određenu oblast koja je tema informacije/poruke koji se mogu realizovati uživo ili telefonski.

Printani mediji zahtijevaju tekst i fotografiju. Ovu vrstu komunikacije moguće je ostvariti uživo, putem e-maila ili telefonski. Pravosudne institucije prilikom komunikacije s printanim medijima trebaju uvažavati naredna pravila:



- tekst treba biti jasan i razumljiv i pisan u formi vijesti, ukoliko je riječ o formatu koji to zahtijeva;
- fotografije koje se dostavljaju medijima trebaju biti kvalitetne, profesionalne, u odgovarajućem formatu i veličini, te zadovoljavati sve stavke o zaštiti autorskih prava.

Online mediji nude širi spektar mogućnosti prenošenja poruke i pogodni su za plasiranje tekstualnih poruka, audio i videomaterijala, fotografija. Jednako kao što je navedeno i za printane medije, pravosudne institucije moraju voditi računa o kvalitetu, formatu audio i videomaterijala, kao i fotografija koje se dostavljaju.

Pravosudne institucije, ukoliko žele da njihova informacija/poruka bude interpretirana vjerodostojno i na željeni način, trebaju voditi računa o potrebama svake od navedenih vrsta medija.

ODNOSI S MEDIJIMA KAO DIO STRATEŠKOG KOMUNICIRANJA PRAVOSUDNIH INSTITUCIJA

Odnosi s medijima neizostavan su segment odnosa s javnošću i strateškog komuniciranja pravosudnih institucija, s obzirom na to da se informisanost građana/ki uglavnom zasniva na sadržajima i porukama koje primaju putem medija.

Kako je ranije navedeno, mediji imaju dominantnu ulogu u oblikovanju stavova javnog mnijenja zbog čega je od ključne važnosti pronaći načine da informacije o radu pravosudnih institucija budu vjerodostojno interpretirane. To posebno zavisi od kvaliteta rada i angažmana rukovodilaca/teljki i zaposlenih u pravosudnim institucijama. Iako brojne pravosudne institucije nemaju zaposlenike/ce koji/e su kvalifikovani/e i isključivo zaduženi/e za poslove odnosa s javnošću, uz efikasnu upotrebu postojećih resursa i ljudskih kapaciteta moguće je unaprijediti trenutne prakse.

Prema dostupnim rezultatima analiza koje su vršile pravosudne institucije, nevladine organizacije i udruženja novinara, mediji od pravosudnih institucija očekuju veću transparentnost, otvorenost i saradnju s medijima.

Jačanjem spomenutih segmenata, što je obaveza pravosudnih institucija prema Zakonu o sudovima, kao i na osnovu uputa VSTV-a BiH, pravosudne institucije uz izgradnju dobrih odnosa s medijima istovremeno bi značajno unaprijedile i komunikaciju prema građanima/kama, ali i drugim ciljnim grupama.

Pravosudne institucije trebaju voditi računa da u svakodnevnoj komunikaciji primjenjuju ustaljene standarde koji se odnose na:

- kvalitet informacija (jasnoća, prilagođenost javnosti i različitim komunikacijskim kanalima);
- blagovremenost dostavljanja informacija;
- korištenje odgovarajućeg kanala komunikacije koji će osigurati da poruka stigne do ciljne grupe.

Kao ključni segmenti za izgradnju dobrih odnosa pravosudnih institucija s medijima prepoznaju se:

- otvorenost za komunikaciju i saradnju s medijima;
- edukacija medijskih radnika/ca o radu pravosudnih institucija;
- uspostavljanje i održavanje saradnje.

U komunikaciji s medijima pravosudne institucije uvijek trebaju zadržati nivo profesionalnosti i imati na umu da su razgovori s predstavnicima medija uvijek u službi zvaničnog informisanja. Neformalni razgovori se ne preporučuju kako ne bi došlo do plasiranja neželjenih informacija u javnost.

Pravosudne institucije, u saradnji s medijima, trebaju koristiti niz komunikacijskih alata, čiji izbor i upotreba zavise od ciljne grupe kojoj se institucija obraća, kao i poruke koju treba prenijeti.

Neki od tih alata uključuju:

- direktni kontakt s novinarima;
- indirektno komunikacijske alate (telefon, SMS, e-mail);
- događaje za medije (izjave, intervjui, pres-konferencije, prezentacije);
- pisane sadržaje za medije (saopštenja, obavještenja, reagovanja, demanti, izvještaji o radu).

Klasični medijski alati:

- Saopštenja za medije
- Konferencije za štampu
- Intervjui u medijima
- Nastupi u TV i radijskim emisijama

Vodič za korištenje navedenih klasičnih medijskih alata dostupan je u dokumentu **Komunikacija s medijima i korištenje komunikacijskih alata/kontrolna lista** koji predstavlja dio Medijskog akcionog plana, a samim tim i Komunikacijske strategije VSTV-a BiH.

PLAN IMPLEMENTACIJE

1. Izgradnja dobrih odnosa s medijima



Pravosudne institucije dužne su da sve medije tretiraju jednako i ravnopravno u pogledu kvaliteta i blagovremenosti informacija.

Zakon o slobodi pristupa informacijama u Bosni i Hercegovini svakom fizičkom i pravnom licu garantuje pristup informacijama koje su pod kontrolom pravosudne institucije, no u slučaju komunikacije s medijima, proces ustupljivanja informacija potrebno je dodatno prilagoditi u smislu ažurnosti i blagovremenog dostavljanja traženih informacija, posebno u slučaju onih informacija koje se odnose na događaje koji su vremenski vezani.

Svakako je neophodno voditi računa o razlikovanju upita kojim se poziva na Zakon o slobodi pristupa informacijama u Bosni i Hercegovini i novinarskog upita koji u većini slučajeva nije u navedenom formatu.

Pravosudne institucije trebaju voditi računa o specifičnosti medijskog izvještavanja i vremenu koje imaju na raspolaganju, zbog čega je neophodno uložiti dodatne napore kako bi se osiguralo da se na novinarske upite odgovori u što kraćem vremenskom roku.

Kako bi se to postiglo, neophodno je da pravosudne institucije imaju uspostavljenu internu organizaciju osoba zaduženih za komunikaciju s medijima kako bi novinari/ke pravilno mogli/e adresirati svoje upite unutar određene pravosudne institucije.



I. Ispod se nalazi lista osnovnih aktivnosti koje pravosudne institucije trebaju/mogu poduzeti:

Kreiranje liste svih medija koja u pravilu sadrži naziv medija, imena i prezimena, e-mail adrese i kontakt telefone redakcija, novinara/ki, urednika/ca iz elektronskih, štampanih, radio i online medija.

Liste medija koriste se prilikom dostavljanja svih informacija, a na taj način osigurava se jednako i ravnopravno tretiranje medija.

Liste medija trebaju biti dostupne zaposlenicima/ama zaduženim za komunikaciju s medijima, kao i rukovodiocima/teljicama institucija.

Redovno informisanje medija o aktivnostima institucije putem dostavljanja saopštenja za medije, organizovanjem konferencija za medije, javnim objavljivanjem izvještaja, redovnim odgovaranjem na medijske upite.

Osiguravanje optimalnih uslova za rad novinara/ki što prvenstveno podrazumijeva omogućavanje prisustva ročištima i suđenjima a u skladu s procesnim zakonima, kao i omogućavanje praćenja događaja od interesa za medije (konferencija za medije, okruglih stolova, diskusija, organizovanih izjava za medije).

Edukacija medijskih radnika o radu pravosudnih institucija kroz kreiranje i dostavljanje materijala i publikacija s ciljem boljeg razumijevanja načina rada i specifičnosti izvještavanja o radu pravosudnih institucija.

Primjena Smjernica za izvještavanje o sudskim postupcima koje na jednostavan i sistematičan način sudovima u BiH nude ključne preporuke za ažurno, sveobuhvatno, istinito i kontinuirano izvještavanje javnosti o sudskim postupcima koji su od posebnog interesa za širu ili užu javnost, s obzirom na to da najveći interes medija vlada upravo za ovaj segment.

Primjena dokumenta Komunikacija s medijima i korištenje komunikacijskih alata/kontrolna lista koji sadrži smjernice za efikasno korištenje osnovnih komunikacijskih alata i kanala.

Edukacija zaposlenika/ca pravosudnih institucija o tehnikama ostvarivanja i održavanja dobrih odnosa s medijima, kao i osvještavanja o važnosti kvalitetne komunikacije s medijima.

Organizovanje događaja namijenjenih predstavnicima/ama medija kao što su dani otvorenih vrata za medije, sastanci s urednicima/ama medija, okrugli stolovi, specijalizirani događaji, godišnje konferencije itd.

Provođenje istraživanja/anketiranja u redakcijama medija s ciljem utvrđivanja stepena zadovoljstva saradnjom pravosudnih institucija s medijima. Na taj način pravosudne institucije detektovat će ključne oblasti za unapređenje i shodno tome definisati ključne mjere i mehanizme.

Informacije o unutrašnjoj organizaciji i raspodjeli zaduženosti (kontakt osobe/a zadužene/ih za odnose s medijima) učiniti dostupnim na web-stranicama pravosudnih institucija.

2. Blagovremeno, tačno, profesionalno i kontinuirano informisanje javnosti

Medije uvijek treba smatrati jednim od ključnih kanala komunikacije s građanima/javnošću.

Planska i kontinuirana komunikacija pravosuđa s medijima i javnošću doprinosi kreiranju dobrih praksi tačnog, blagovremenog i ažurnog informisanja javnosti.





Osnovne aktivnosti koje pravosudne institucije trebaju poduzeti su:

Medijima blagovremeno dostavljati sve relevantne informacije

- Slanje saopštenja o realizovanim aktivnostima, donesenim presudama (posebno je važno voditi računa da saopštenje bude dostavljeno odmah po završetku događaja, suđenja, izricanja presude...)
- Slanje poziva za prisustvo događajima, konferencijama
- Dostavljanje informacija o zakazanim ročištima, suđenjima (koja su od interesa javnosti).

Redovno informisati javnost o svim aktivnostima pravosudne institucije

- Kontinuirano i blagovremeno dostavljanje informacija medijima
- Objavljivanje informacija na web-stranicama i društvenim mrežama

Provoditi medijske kampanje o aktivnostima značajnim za širu javnost

Koristiti kanale komunikacije prilagođene medijima i građanima

- U upotrebu uvesti savremene komunikacijske kanale koji imaju širu upotrebu kao što su društvene mreže, online mediji

Prilagođavanje poruke različitim ciljnim javnostima, po formi i sadržaju

- Sadržaj poruka (video, tekst, foto) prilagođavati u skladu sa zahtjevima određenog komunikacijskog kanala ili alata

Koristiti jezik prilagođen medijima i građanima

- Sadržaj poruka treba biti kreiran na razumljiv način bez suvišnog korištenja stručne terminologije

*** Za implementaciju svih navedenih aktivnosti zadužen je Odjel ili osoba zadužena za odnose s javnošću.**

Značajnu podršku u efikasnoj implementaciji aktivnosti može pružiti Vodič za korištenje navedenih klasičnih medijskih alata dostupan u dokumentu Komunikacija s medijima i korištenje komunikacijskih alata/kontrolna lista, koji je dio Medijskog akcionog plana, kao i Komunikacijske strategije VSTV-a BiH.

3. Proaktivno djelovanje pravosudnih institucija prema medijima i javnošću



Odnosi s medijima značajan su dio procesa planske komunikacije i kontinuiranog procesa slanja poruka i informacija javnosti, ali i primanja povratnih informacija, stavova i mišljenja javnosti o radu pravosudnih institucija.

Od nivoa proaktivnosti pravosudnih institucija, ali i njihove reaktivnosti, u velikoj mjeri zavisi i odnos medija prema pravosuđu.

Osnovne aktivnosti koje pravosudne institucije trebaju poduzeti su:

Odgovarati na zahtjeve medija (dostavljati informacije, odgovarati na pozive za gostovanje, zahtjeve za intervjuje) i koordinacija s onima koji mogu dati izjave ili gostovati u medijima.

Poznavati potrebe medija, kako tehničke, tako i u pogledu informacija, vremena i rokova kada su im one potrebne, kao i forme u kojoj su im potrebne.

Pozivati medije na događaje koji su od interesa za medije.

Organizovati događaje za medije (pres-konferencije, okrugle stolove, izjave za medije).

Održavati sastanke s urednicima/ama i novinarima/kama.

4. Inkorporiranje rodno osjetljivog jezika u komunikacijsku kulturu pravosudnih institucija



Pravosudne institucije trebaju voditi računa da svi komunikacijski procesi koje realizuju moraju biti zasnovani na poštivanju zakonskih propisa, posebno onih koji se odnose na jednakopravno uključivanje svih građana i građanki.

Jedan od segmenata je i upotreba nediskriminirajućeg jezika u svakodnevnoj službenoj i neslužbenoj komunikaciji. U pravosudnim institucijama u Bosni i Hercegovini rodno osjetljiv jezik nije dovoljno institucionaliziran iako postoje brojni propisi koji na to upućuju.

Pravni okvir za rodno osjetljivu upotrebu jezika u Bosni i Hercegovini može se pronaći u Zakonu o ravnopravnosti spolova BiH (2010) i Zakonu o zabrani diskriminacije (2009), a s obzirom na to da pravosudne institucije, kao dio pravosudnog sistema u BiH, čine treći stub vlasti, u njihovoj je obavezi provođenje zakonom propisanih normi.

Na osnovu Zakona o ravnopravnosti spolova u Bosni i Hercegovini (2010) može se reći da je nekorištenje rodno osjetljivog jezika oblik indirektno diskriminacije. U članu 9. stav (e) navodi se: „Diskriminacija u jeziku postoji kada se koristi isključivo jedan gramatički rod kao generički pojam”².

² Zakon o ravnopravnosti spolova u Bosni i Hercegovini (pročišćeni tekst, „Službeni glasnik BiH”, br. 16/03, 102/09 i 32/10)

Pravosudne institucije rodno osjetljivi jezik dužne su upotrebljavati i u javnom diskursu, što podrazumijeva upotrebu jezika u službenoj (mediji, obrazovanje i administracija) i javnoj komunikaciji. Dakle, svaka situacija u kojoj se od govornika i govornica očekuje da koriste standardni jezik obavezuje nas da taj jezik ne sadrži izraze koji bi nekoga mogli diskriminirati po bilo kojem osnovu.³

Neke od općih preporuka za korištenje rodno osjetljivog jezika su:⁴

- Koristiti paralelne oblike u rečenici, ako se odnosi i na žene i na muškarce (moli-mo građane/ke, pitali smo novinar(k)e o zadovoljstvu...)
- Imenice ili sintagme koje označavaju nazive profesija, zanimanja, zvanja, titula, radnih mjesta žena, koristiti u ženskom gramatičkom rodu dosljedno;
- Ukoliko se radi o dokumentima u kojima se često spominju imenice koje se odnose na ljude, radi preglednosti i čitljivosti može se koristiti isključivo muški rod, s tim da je neophodno prvi put upotrijebiti oba oblika uz objašnjenje: „Smatra se da se svi izrazi upotrijebljeni u muškom gramatičkom rodu u ovom dokumentu odnose bez diskriminacije i na žene.”

Također, pravosudne institucije u komunikaciji su dužne koristiti i politički korektan jezik u odnosu na marginalizirane grupe društva.

Politička korektnost predstavlja izbjegavanje izraza koji mogu izgledati kao da se njima namjeravaju isključiti, marginalizirati ili uvrijediti osobe koje su socijalno ugrožene ili diskriminirane (osobe s invaliditetom, starije osobe, pripadnici etničkih manjina, LGBTTIQ osobe i drugi).

5. Razvoj sistema mjerenja i evaluacije

Evaluacija uspješnosti komunikacijskih procesa i saradnje s medijima mora se provoditi kontinuirano, kako kvalitativno, tako i kvantitativno.

Evaluacija uspješnosti može se vršiti na mjesečnom, kvartalnom ili godišnjem nivou, zavisno od potreba pravosudne institucije.

Na osnovu rezultata evaluacije, pravosudne institucije mogu donositi mjere i mehanizme za unapređenje komunikacijskih procesa ili održavanje željenih rezultata.

Kvalitativno mjerenje:

- zadovoljstvo novinara/ki saradnjom s pravosudnim institucijama (ankete, istraživanja, intervjui);
- uspješnost saradnje medija i pravosudnih institucija (godišnje rezimiranje kako bi se na osnovu rezultata kreirali naredni koraci);
- nivo povjerenja javnosti (ankete, istraživanja...).

³ Čaušević, J., Zlotrg, S., Načini za prevladavanje diskriminacije u jeziku u obrazovanju, medijima i pravnim dokumentima, Sarajevo, 2011.

⁴ Čaušević, J., Zlotrg, S., Načini za prevladavanje diskriminacije u jeziku u obrazovanju, medijima i pravnim dokumentima, Sarajevo, 2011.

Kvantitativno mjerenje

- Broj medijskih objava (press kliping, gostovanja u medijima, izjave za medije)
- Analitika društvenih mreža (broj pratilaca/teljki, doseg, angažman pratilaca/teljki)

Posebno je važno voditi evidenciju objava i vršiti selekciju pozitivnih i negativnih, kako bi se u skladu s tim definisale buduće aktivnosti.

INDIKATORI USPJEŠNOSTI

Aktivnost	Kvantitativni pokazatelj	Kvalitativni pokazatelj
Press kliping	Broj objavljenih saopštenja, emitovanih priloga, intervjua	<ul style="list-style-type: none"> - Tačnost/vjerodostojnost prenesenih informacija - Način izvještavanja – pozitivan ili negativan
Odgovori na medijske upite	Broj odgovora	Reakcije na odgovore
Saopštenja za medije	Broj objavljenih saopštenja	Način interpretiranja informacije na osnovu saopštenja
Konferencije za medije	Broj održanih konferencija	Način interpretiranja informacije po održavanju konferencije
Intervju/izjava/gostovanje	Broj pojavljivanja u medijima	Način na koji je predstavljena određena tematika tokom medijskog istupa
Medijsko praćenje aktivnosti	Broj događaja s prisustvom medija	Način interpretiranja informacije po održavanju aktivnosti
Edukacije za novinare/ke i zaposlene u pravosudnim institucijama	Broj održanih edukacija	Reakcija učesnika/ca
Publikacije/vodiči za medije	Broj objavljenih publikacija/vodiča	Korisnost u radu
Primjena vodiča i drugih dokumenata namijenjenih komunikaciji s medijima od strane pravosudnih institucija	Broj institucija u kojim se primjenjuju	Korisnost u radu



Visoko sudsko i tužilačko vijeće Bosne i Hercegovine
Visoko sudbeno i tužiteljsko vijeće Bosne i Hercegovine
Високи судски и тужилачки савјет Босне и Херцеговине
High Judicial and Prosecutorial Council of Bosnia and Herzegovina



Komunikacija s medijima i korištenje komunikacijskih alata / kontrolna lista



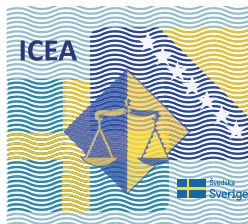


Visoko sudsko i tužilačko vijeće Bosne i Hercegovine
Visoko sudbeno i tužiteljsko vijeće Bosne i Hercegovine
Високи судски и тужилачки савјет Босне и Херцеговине
High Judicial and Prosecutorial Council of Bosnia and Herzegovina



Komunikacija s medijima i korištenje komunikacijskih alata / kontrolna lista

Projekat unapređenja efikasnosti sudova i odgovornosti sudija i tužilaca u BiH – treća faza



SADRŽAJ

Uvod	5
Pisanje i distribucija saopćenja za medije – kontrolna lista	6
Intervju / izjava za medije – kontrolna lista / izjava za medije – kontrolna lista	14
Konferencija za medije – kontrolna lista	17
Tips and tricks	20

Ovaj dokument izrađen je uz finansijsku podršku Švedske agencija za međunarodni razvoj i saradnju (SIDA) u okviru Projekta unapređenja efikasnosti sudova i odgovornosti sudija i tužilaca u BiH – treća faza (ICEA) koji finansira Vlada Kraljevine Švedske. Sadržaj priručnika je isključivo odgovornost VSTV-a BiH i ne odražava nužno stavove Vlade Kraljevine Švedske.

UVOD

„Ako nešto nije bilo u medijima, nije se ni dogodilo.”

Odnosi s medijima zauzimaju ključnu ulogu u kreiranju imidža i stvaranju pozitivnog publiciteta institucije. O tome koliko ulažemo u izgradnju odnosa s medijima ovisit će i koliko ćemo od medija pozitivnog ili negativnog dobiti.

Građani/građanke bilo koje zemlje koriste medije kao jedan od osnovnih izvora informacija, što dalje ukazuje na činjenicu da oni itekako utiču na izgradnju njihovog pozitivnog ili negativnog stava o radu bilo koje pravosudne institucije.

Važnost izgradnje dobrih odnosa s medijima posebno je vidljiva kada želimo prenijeti određenu poruku javnosti. Odnosi s medijima nisu „uradi” i „zaboravi”, već se baziraju na dobrim odnosima s novinarima, urednicima i drugim zaposlenim u medijima te njihovom kontinuiranom održavanju.

Mediji i javnost očekuju transparentnost, dostupnost i kontinuitet u ustupanju informacija od svih pravosudnih institucija, pa i sudova.

Kada se pred vašim sudom vodi postupak koji privlači posebnu pažnju medija i javnosti, od presudne važnosti za povjerenje građana u rad suda je da ovlaštena osoba suda medijima i javnosti osigura blagovremene, tačne, pouzdane i sveobuhvatne informacije o relevantnim činjenicama koje se odnose na konkretan postupak, vodeći računa o zaštiti integriteta svih osoba povezanih s tim postupkom.

S medijima komuniciramo na različite načine, ovisno o poruci koju želimo prenijeti i vrsti medija kojim poruku šaljemo, a neki od najpoznatijih komunikacijskih alata koje koristimo u odnosima s medijima su: najave i saopćenja za medije, materijali za medije, konferencije za medije, neformalni sastanci, brifinzi, intervjui, izjave, videomaterijali, pres-centri na službenim web-stranicama, istraživanja...

O kvalitetu komunikacije, prvenstveno korištenja komunikacijskih alata i kanala, ovise i rezultati koje priželjkujemo ili očekujemo.

Kroz ovaj dokument ponuđen je niz praktičnih savjeta i primjera kvalitetnog korištenja različitih komunikacijskih alata u svrhu informisanja javnosti, kreiranja pozitivnog imidža i publiciteta, predstavljanja rezultata rada, ali i uspostavljanja dobrih odnosa s medijima.

PISANJE I DISTRIBUCIJA SAOPĆENJA ZA MEDIJE – KONTROLNA LISTA



Saopćenje za medije predstavlja najčešći komunikacijski alat javnih institucija s medijima i javnošću, koji, ako se pravilno i blagovremeno dostavlja, može postići željene rezultate.

Struktura saopćenja i generalne informacije

Da bi saopćenje medijima bilo zanimljivo, mora sadržavati vijest, nešto bitno novo i značajno u odnosu na trenutak. Ne smijete pisati saopćenje za medije, morate pisati vijest!

Kako postići željenu formu saopćenja?

Nezamjenjivo pravilo pisanja vijesti je pravilo 5 W + 1 H. To znači da novinarska pravila govore da, ako želite napisati vijest, morate odgovoriti na 5 pitanja:

5 W + 1 H	
KO (WHO)	je subjekt priče, o kome je riječ?
ŠTA (WHAT)	je tema priče?
KAD (WHEN)	se događaj odigrao (ili će se odigrati)?
GDJE (WHERE)	se odigrao (ili će se odigrati)?
ZAŠTO (WHY)	je informacija važna / šta je uzrok događaja koji je u informaciji?
+	
KAKO (HOW)	se to dogodilo?

5W+1H

Odgovori na ova pitanja trebaju se naći već u prvom pasusu saopćenja.

Struktura saopćenja je slična novinarskoj vijesti i preporučuje se pravilo „obrnute piramide”

- Prvi pasus saopćenja treba sadržavati najvažnije informacije (vijest);
- Pasusi koji slijede proširuju te najvažnije informacije i daju dodatne pojedinosti po redoslijedu njihove važnosti;
- Najmanje važne informacije nalaze se na kraju saopćenja.



Naslov saopćenja

Naslov ima presudnu ulogu za čitanost teksta, ali i za medije. Urednici i novinari najčešće na osnovu naslova prave procjenu da li će dostavljenom saopćenju posvetiti više ili manje pažnje.

Zbog neadekvatnog naslova često se može desiti da saopćenje koje ste uputili ostane nepročitano ili nedovoljno zapaženo. Stoga se kreiranju samog naslova treba posvetiti mnogo pažnje.

Naslov saopćenja treba biti koncizan, a iz njega treba biti moguće jasno utvrditi sadržaj i temu saopćenja. **Broj predmeta i drugi formalni elementi ne trebaju biti navedeni u naslovu saopćenja.**

“Naslov treba biti kratak, jasan i atraktivan i mora donositi novost.”

Primjeri naslova:

Primjer naslova koji ne poštuje navedena pravila:
OBAVIJEST ZA STRANKE Sedmice sudske nagodbe

Primjer naslova koji će privući pažnju:
Sedmice sudske nagodbe od 9. do 25. novembra – riješite spor brže i jeftinije!

Uvodne informacije

Svako saopćenje u svom uvodnom dijelu treba sadržavati ključne informacije o kontekstu i suštini informacije koja se želi podijeliti s medijima i javnošću.

U predmetima koji privlače posebnu pažnju medija najčešće ćete imati potrebu da informacije više puta podijelite s medijima putem saopćenja. U tim situacijama je pogrešno vjerovati da je osoba koja čita saopćenje za medije prethodno pročitala sva ostala saopćenja u vezi s konkretnim predmetom. Upravo zato uvodni dio saopćenja treba ponuditi najnovije informacije, a u nastavku ponuditi dodatne poveznice i pojašnjenja.

Sadržaj saopćenja

U ovom dijelu saopćenja potrebno je prezentirati sveobuhvatnu informaciju o činjenicama koje se žele podijeliti s medijima i javnošću. Bez obzira na to da li se radi o saopćavanju informacije koja se odnosi na određenu sudsku odluku ili na određenu procesnu situaciju koja je aktuelna, ovaj dio saopćenja treba na jasan, razumljiv i način koji je lišen nepotrebnog formalizma ponuditi medijima informaciju koja je ključna za pravilno razumijevanje konkretne situacije.

Kad god je moguće, prilikom pisanja saopćenja, poželjno je naglasiti ulogu suda u konkretnoj procesnoj situaciji ili postupku. Pogrešno je pretpostaviti da je konkretna osoba koja će, na osnovu dostavljenog saopćenja, pisati medijsku vijest ili kreirati TV prilog upoznata sa stvarima koje sudija podrazumijeva.

Kada pišemo saopćenje, informaciju za medije?

Saopćenje pišemo kada imamo nešto novo reći medijima ili javnosti nakon:

- organizovanog događaja;
- održanog ročišta, suđenja, izricanja presude;
- zakonskih promjena;
- promjena u radu institucija koje su od interesa za javnost;
- uvođenja noviteta, novih usluga, pravila...

Kada šaljemo saopćenje za medije?

Blagovremenost slanja saopćenja jedan je od ključnih parametara o kojem ovisi da li ćemo saopćenjem ostvariti željeni cilj.

Prilikom slanja saopćenja potrebno je voditi računa:

- da saopćenje bude distribuirano odmah po održavanju događaja, završetka suđenja, izricanja presude, održavanja ročišta...
- o datumima i danima u sedmici kada šaljete saopćenje. Pokušajte izbjeći praznike, značajne datume, obilježavanja događaja i sve što može zaokupirati medijsku pažnju i vašu informaciju/saopćenje staviti u drugi plan.

Razlika između najave i saopćenja

Forma najave najčešće se koristi prilikom pozivanja novinara da prate događaj koji sud organizuje ili prethodi samom saopćenju.

Forma najave sadrži osnovne informacije o mjestu i vremenu održavanja, organizatoru i temi, dok saopćenje sadrži dodatne informacije i obično se šalje po završetku nekog događaja, aktivnosti, da bi se objavila izjava ili zauzeo stav oko problema, da bi se dale opće informacije ili dopunile najnovije vijesti.

Kako napisati dobro saopćenje za MEDIJE?

Saopćenje mora biti gramatički ispravno i razumljivo

- Rečenice i pasusi u saopćenju za medije trebaju biti kratki, tako da ih urednik ili novinar može brzo pregledati;
- Saopćenje ne bi smjelo sadržavati žargon, skraćenice, neobjašnjene pojedinosti ili klišeje;
- Saopćenje treba biti pisano uz korištenje riječi i fraza iz svakodnevnog upotrebe, koje su razumljive svakom članu društva;
- Preporučuje se izbjegavanje suhoparnih uvoda, poput: Dana 15. 8. 2020. godine održano je... ili ...Sud je danas okupljenim novinarima predstavio detalje predmeta broj 8542 koji se odnosi na...



“Odmah dajte novinarima najvažnije informacije”



Navođenje inicijala ili imena stranaka u postupku i članova zakona

- Kod navođenja identiteta stranaka u sudskom postupku preporučuje se primjena pravila definisanih kroz Smjernice o objavljivanju sudskih i tužilačkih odluka na web-stranicama pravosudnih institucija, koje je VSTV BiH usvojio 2014. godine.
- S obzirom na to da je riječ o dokumentu čije su izmjene moguće, principe objavljivanja identiteta kroz saopćenja za medije potrebno je usklađivati s eventualnim izmjenama primarnog dokumenta.
- Članove zakona nije neophodno navoditi u saopćenju za medije. Urednici i novinari, ako postoji potreba, na osnovu saopćenja dodatno će istraživati specifične sudske predmete, presude, odluke...



Tehničke specifikacije saopćenja

- Saopćenje treba biti koncizno, jasno i fokusirano na informaciju koja se želi podijeliti s medijima i javnošću i ne bi trebalo prelaziti jednu stranicu A4 formata (font 12, normalan prored);
- Preporučuje se razdvajanje pasusa zbog lakše i brže preglednosti saopćenja;
- Preporučuje se dvostruki razmak između pasusa;
- Treba koristiti običan papir, po mogućnosti da sadržava memorandum s nazivom i adresom organizacije na vrhu;
- Print treba biti samo s jedne stranice lista.



Na vrhu standardnog saopćenja za javnost nalaze se sljedeći podaci:

- datum objavljivanja saopćenja za javnost;
- ime, broj telefona i faksa te elektronska adresa osobe za kontakt;
- vrijeme objavljivanja, ako je potrebna naznaka da se informacije ne smiju objaviti prije određenog roka, tako da novinari imaju vremena pročitati materijale i obraditi informacije, što je važno ako je priča složena. U tom slučaju napišite „NE OBJAVITI PRIJE” te datum i tačno vrijeme kada se informacije mogu pustiti u javnost;
- naslov, u kojem su sažete vijesti iz saopćenja za javnost, koji privlači pažnju potrebno je dodatno istaći.

Kako treba izgledati saopćenje za medije koje je reakcija na kriznu situaciju?

Kada saopćenje predstavlja reakciju/odgovor na aktuelnu kriznu situaciju, imajte na umu da novinari od vas očekuju da im kažete:

- Šta se dogodilo?
- Zbog čega je došlo do krizne situacije?
- Šta se poduzima da se kriza prevaziđe?

Šta je važno?

- Saopćenje treba imati svojevrsan odgovor na kriznu situaciju;
- Saopćenje treba poslati blagovremeno – reagovati odmah!
- Odgovor mora biti brz, jasan i otvoren;
- Treba iznositi samo tačne informacije;
- Potrebno je da saopćenje bude bez dvosmislene komunikacije;
- Saopćenje treba imati ton prilagođen trenutnoj situaciji (bez upuštanja u rasprave, lične obračune, napade);
- Prva reakcija u kriznoj situaciji diktira ton naredne komunikacije.

Kako distribuirati saopćenje?

Najefkasniji način dostavljanja saopćenja medijima je njegovo slanje elektronskom poštom.

Kada je objavljivanje saopćenja na web-stranici suda praćeno i elektronskim dostavljanjem saopćenja medijima, može se očekivati efikasniji proces pružanja informacija.

Novinari dnevno dobiju veliki broj saopćenja za medije, te je stoga neophodno poduzeti sve korake koji će osigurati da urednik/novinar pročita i objavi saopćenje, a ti koraci su:

- kreiranje „mailing liste” svih relevantnih medijskih adresa za vaš sud, uključujući i lokalne medije;
- prilikom slanja e-maila, kod adresiranja koristiti bcc (nemojte „mailing listu” dijeliti s drugim korisnicima);
- naslov e-maila treba odgovarati naslovu saopćenja; izbjegavajte nazive kao što su saopćenje za medije, informacija za medije; subjektom e-maila trebate privući pažnju urednika/novinara;

- u prilogu e-maila dostavite relevantne fotografije, videomaterijal ili drugi sadržaj, ako njime raspolazete;
- vodite računa o veličini datoteka koje prilažete jer pojedini mediji posjeduju ograničenja.



Informacije koje saopćenje treba obavezno sadržavati

Kontakt informacije: Saopćenje za medije treba sadržavati kontakt podatke, uključujući ime i prezime kontakt osobe, broj telefona i e-mail adresu osobe od koje mediji mogu dobiti dodatnu informaciju.

Broj predmeta: Ako se saopćenje za medije odnosi na konkretan sudski postupak, potrebno je navesti broj predmeta kako bi mediji, eventualno, mogli lakše podnijeti zahtjev za pristup informacijama u skladu s relevantnim propisima.

Dodatne informacije

Uputstvo za pristup informacijama pod kontrolom suda mora biti jasno istaknuto na web-stranici suda. Ako je tehnički izvodljivo, saopćenje za medije, koje se objavljuje na web-stranici suda, treba sadržavati **link** na spomenute informacije.

Pored toga, web-stranica suda treba sadržavati jasno istaknut Rječnik pravnih pojmova za novinare, a saopćenje za medije, ako je to tehnički izvodljivo, treba sadržavati **link** na spomenuti rječnik.

Primjer saopćenja za medije

Header: Dostaviti na memorandum suda.

Footer: Ispisati kontakt podatke suda (Ako memorandum suda ne sadržava kontakt podatke suda – ili se podaci za kontakt osobe određene za komunikaciju s medijima razlikuju od podataka za kontakt suda na memorandumu – navesti podatke za kontakt s medijima).

Saopćenje za javnost

Sedmice sudske nagodbe od 23. maja do 3. juna u sudovima u BiH – riješite spor brže i jeftinije!

(Sarajevo, 20. 5. 2022.) **U svim prvostepenim i drugostepenim sudovima u Bosni i Hercegovini u periodu od 23. maja do 3. juna 2022. godine**, na inicijativu Visokog sudskog i tužilačkog vijeća BiH, **bit će održane Sedmice sudske nagodbe tokom kojih stranke na brži i ekonomičniji način mogu riješiti svoje sporove.**

Riječ je o mogućnosti da se sudski spor riješi na brži način, naročito u predmetima koji se odnose na naplatu komunalnih i sličnih usluga male vrijednosti, radne sporove, isplatu dugova i naplatu novčanih potraživanja, naknadu štete, podjelu stvari i nekretnina u zajedničkom vlasništvu, uređenje međa, materijalna davanja, porodične sporove i sporove u vezi s alimentacijom i drugo.

Zaključivanjem sporazuma, koji ima istu pravnu snagu kao i sudska presuda, i stranke i sud su pošteđeni dugotrajnog vođenja sudske postupke, nepotrebnog pribavljanja i izvođenja dokaza, odlaganja/odgađanja ročišta, dugotrajnog postupka namirenja, eventualnog drugostepenog postupka te se izbjegavaju brojni dodatni troškovi redovnog sudske postupka.

Stranke koje su zainteresovane i žele svoje predmete riješiti sudskom nagodbom mogu se samostalno, preko svog zastupnika ili u dogovoru sa suprotnom stranom obratiti sudu te pisanim prijedlogom ili na drugi način predložiti zaključenje sudske nagodbe. **Važno je naglasiti da stranke sudske nagodbu mogu sklopiti i neovisno o periodu održavanja Sedmicesudske nagodbe.**

Intenzivnija primjena ovog instituta značajno bi rasteretila rad pravosudnih institucija, što bi istovremeno značilo manje troškove za stranke u sudskom postupku, ali i brži pristup građana i poslovnih subjekata pravdi.

Sedmice sudske nagodbe, počevši od 2016. godine, VSTV BiH realizuje u saradnji sa svim prvostepenim i drugostepenim sudovima u BiH s ciljem promovisanja sudske nagodbe kao mirnog, bržeg i ekonomičnijeg načina rješavanja sporova. **Za sve dodatne informacije obratite se:**

Ana Anić, stručna saradnica za odnose s javnošću
Tel: 035 111 222
E-mail: ana.anic@pravosudje.ba

Primjer poziva / najave za medije

Poziv za medije Dan otvorenih vrata za predstavnike medija

Visoko sudsko i tužilačko vijeće Bosne i Hercegovine organizuje Dan otvorenih vrata za predstavnike medija tokom kojeg će biti predstavljene aktuelne informacije o radu Vijeća i trenutnim aktivnostima.

**Dan otvorenih vrata bit će organizovan:
u srijedu, 17. novembra 2021. godine
zgrada VSTV-a BiH, s početkom u 11:00 sati.**

Predviđeno je predavljanje aktuelnih informacija o radu VSTV-a BiH i najava organizovanja događaja Sedmice sudske nagodbe.

Bit će predstavljene i informacije o dosadašnjim aktivnostima koje je VSTV BiH proveo s ciljem unapređenja trenutnih komunikacijskih praksi i povećanja transparentnosti rada kroz projekt „Unapređenje efikasnosti sudova i odgovornosti sudija i tužilaca u BiH”, koji se realizuje u saradnji sa Švedskom sudskom administracijom.

Nakon predavljanja svih relevantnih informacija, predviđen je neformalni dio druženja s novinarima, s ciljem dodatnog identifikovanja segmenata za unapređenje saradnje između medija i pravosudnih institucija.

Tokom događaja prisutnim će se obratiti:

Za sve dodatne informacije obratite se:

Ana Anić
stručna saradnica za odnose s javnošću
Tel: 035 111 222
E-mail: ana.anic@pravosudje.ba



INTERVJU / IZJAVA ZA MEDIJE – KONTROLNA LISTA

Intervju, kao i izjava za medije, predstavlja vrstu javnog nastupa. Razlika između intervjuja i izjave za medije je u dužini trajanja i načinu emitovanja, ali i jedna i druga forma zahtijevaju psihičke i fizičke pripreme, ako želimo postići rezultate.

Način i intenzitet priprema ovise i o samoj vrsti medija na kojem će intervju ili izjava biti emitovani. Pripreme i načini vođenja intervjuja nisu isti za TV, radio ili printani medij.

„Ključ svakog uspješnog javnog nastupa je priprema!”

Kad vam se obrati novinar ili medijska kuća, nastojte da se detaljno upoznate s razlogom interesovanja medija i detaljima koji bi mogli biti predmet posebne pažnje medija.

Pokušajte da pretpostavite koja pitanja bi mogla biti postavljena tokom intervjuja, kako biste bili bolje pripremljeni ili jednostavno tražite od urednika/novinara da vam dostavi pitanja.

Razmislite na koji način biste trebali formulisati odgovore na pretpostavljena pitanja, kako biste prenijeli sveobuhvatnu, tačnu i preciznu informaciju i kako biste smanjili mogućnost pogrešne interpretacije.

Ako nemate iskustva s javnim nastupom, pokušajte vježbati odgovore na očekivana pitanja. Vremenom ova praksa će vam pomoći da izgradite samopouzdanje u javnom nastupu.

Ako smatrate da je određenu činjenicu potrebno posebno naglasiti radi potpunog razumijevanja konkretnog pitanja, razmislite u kojem kontekstu (odgovoru na koje očekivano pitanje) je najadekvatnije da tu činjenicu saopćite medijima.

Uvijek se trudite da vaši odgovori budu fokusirani na suštinu pitanja koje je izazvalo posebnu pažnju medija i javnosti i nastojte da ne pravite digresije koje bi mogle biti pogrešno interpretirane.

Ako niste u mogućnosti da odgovorite na određeno pitanje, na jasan i precizan način nastojte da to objasnite sagovorniku. „Nemam komentar” nikada ne bi trebalo biti opcija za odgovor.

Nastojte da budete prijatni u razgovoru, ali zauzmite odlučan stav.

Kako pripremiti kvalitetnu izjavu za medije?

- Izjava je format dužine do 45 sekundi (potrudite se da sve što je važno kažete u ovom vremenu);
- Neka odgovori budu kratki;
- Izjava za medije uglavnom predstavlja komentar na aktuelno dešavanje, iznošenje viđenja/stava institucije;
- Ključnu poruku iznesite na samom početku;

- Nekada ćete se naći u situaciji da izjave za medije daje više govornika, u tom slučaju ponavljajte suštinu vaše poruke kako biste povećali šanse da se ona pojavi kao glavna tema;
- Govorite koncizno;
- Ne koristite duge rečenice! (izbjegnite mogućnost da odgovor bude „izvučen” iz konteksta);
- Uvijek treba imati jednu frazu, zaključak, nešto za šta će se mediji „uhvatiti” (aktuelno, privlačno medijima, nešto što će izazvati pažnju javnosti);
- Nemojte koristiti fraze tipa: “kao što sam ranije rekao...; vremenske odrednice...” (ne znate kada će izjava biti emitovana);
- Ako govorite pred više novinara, nemojte ih oslovljavati imenom ako ne poznajete svakog od njih.



Savjeti za TV intervju

- Proučite sadržaj i stil emisije u kojoj ćete gostovati;
- Razmislite o publici koja će gledati emisiju;
- Razmislite o novinaru, uredniku (je li provokativan, šta možete očekivati?);
- Prije nastupa napišite maksimalno tri stvari koje želite istaći;
- Ne dopustite da vas „odvuku” na druge teme;
- Nikada ne koristite neprovjerene informacije;
- Pregledajte najvažnije tekuće medijske teme;
- Prilagodite odjeću;
- Prilagodite neverbalnu komunikaciju;
- Zadržite profesionalan odnos s novinarom/urednikom, bez obzira na eventualno ranije poznanstvo;
- Izbjegavajte nekontrolisane reakcije ako niste jedini sagovornik (ne dozvolite da vas odgovori drugih učesnika spriječe u prenošenju poruke na željeni način).

Savjeti za RADIO intervju

- Odredite šta želite reći tokom intervjua;
- Koristite se neformalnim „svakodnevnim” jezikom;
- Nemojte koristiti komplikovane pravne/stručne izraze;
- Nemojte koristiti žargon;
- Ne pričajte kao da ste na sastanku ili se obraćate na nekom skupu;
- Koristite anegdote/priče, vizualizirajte (kako biste zadržali pažnju slušatelja).

Ne zaboravite, radio intervju nudi mogućnost da vas javnost isključivo čuje. Ne vide vas i ne možete neverbalnim govorom upotpuniti verbalni. Stoga učinite vaš govor dovoljno zanimljivim kako biste zadržali pažnju.

Intervju za printane medije

Novinari koji rade u printanim medijima najčešće pitanja/e za intervju pošalju e-mailom, nakon čega odgovore parafraziraju ili prenose u cijelosti.

Važno je da:

- znate u kojem će formatu vaša izjava ili intervju biti preneseni;
- znate na koliko prostora će biti objavljeni (o tome ovisi dužina vaših odgovora);
- budete jasni prilikom kreiranja odgovora;
- ne izbjegavate da vas novinar fotografirše za potrebe izjave ili intervjuja;
- tražite autorizaciju teksta kako biste imali mogućnost provjeriti tačnost navedenih / prenesenih podataka.

Šta ako dobijete pitanje na koje nemate odgovor ili ne želite odgovoriti?

Postoji mogućnost da se tokom intervjuja pojave pitanja i tvrdnje koji bi mogli ugroziti slanje željene poruke. U tom slučaju, cilj je razgovor vratiti u smjer koji će vam omogućiti da ispričate ono zbog čega ste tu, te da komunikaciju vratite u željeni tok.

Kako?

Koristite takozvane premosnice. Tehnike premošćivanja naravno nisu jedina metoda skretanja pažnje s neželjenih pitanja, niti ih se treba uvijek pridržavati, ali mogu poslužiti kao metoda da se uspješno pošalje željena poruka.

Primjeri premosnica:

1. Dajte primjer „...na primjer...”

U situaciji u kojoj novinar/urednik navodi da javnost ne vjeruje radu pravosudnih institucija, vi odgovarate: „Činimo sve da se takva percepcija promijeni. Na primjer, posljednje istraživanje pokazuje određene pomake...”

2. Predložite da se situacija sagleda u širem kontekstu

Novinar ističe da je u vašem sudu prisutna prevelika korupcija, a vi odgovarate: „Problem postoji, ali problem korupcije je samo jedan segment, pogledajmo stvari u širem kontekstu...”

3. Skrenite pažnju na drugi problem

Ako novinar ističe određeni problem, pažnju preusmjerite na problem koji je za vas afirmativan na sljedeći način: „...to nije pravi problem. Pravi problem je...”

4. Predložite drugi način gledanja na problem

„...hajde da to pogledamo iz drugog ugla...”, nakon čega tok komunikacije vraćate željenom smjeru i ističete za vas bitne informacije i poruke.



KONFERENCIJA ZA MEDIJE – KONTROLNA LISTA

Konferencija za medije je najzahtjevniji oblik odnosa s medijima i mora postojati razlog zbog kojeg se organizuje, odnosno mora postojati nešto važno da se objavi.

Cilj pres-konferencije može biti da se nešto objavi, da se predstavite rezultati, analize, zaključci, podaci...

Šta je potrebno za uspješnu pres-konferenciju?

- Provjeriti da li je vijest zaista jako važna / odrediti temu konferencije;
- Odabrati mjesto održavanja konferencije;
- Odabrati vrijeme održavanja konferencije;
- Urediti prostor;
- Obavijestiti novinare / poslati informaciju za medije o održavanju pres-konferencije; Poziv za medije treba sadržavati: vrijeme i mjesto održavanja konferencije, razlog organizovanja konferencije za medije, imena i prezimena govornika. Najava za medije treba da je kratka i jednostavna i da sadržava osnovne informacije. Najavu za medije je najbolje poslati unaprijed, 24 do 48 sati prije.
- Odrediti osobu koja vodi konferenciju (moderatora);
- Odrediti osobe koje će se obratiti novinarima (govornike);
- Pripremiti materijale za novinare; Imajte pripremljenu informaciju za medije, ne dužu od dvije ili tri strane i imajte dovoljno kopija za sve novinare. Na taj način novinarima/urednicima dajete dodatne informacije, ali i povećavate mogućnost da će oni prenijeti informacije javnosti. Dio informacije mogu biti i izvještaji, rezultati istraživanja...

Kakav treba biti tok pres-konferencije?

- Dočekati novinare, pripremiti listu za popis novinara i ostalih posjetitelja;
- Na početku reći koliko će trajati konferencija i predstaviti govornike;
- Održati izlaganja, s tim da vodite računa da govori moraju biti kratki;
- Osigurati dovoljno vremena za pitanja novinara;
- Podijeliti pisani materijal.

Kako izabrati lokaciju održavanja konferencije za medije?

- Lokacija treba biti lako dostupna;
- Treba imati dovoljno prostora za predstavnike medija i njihovu opremu;
- Potrebno je da ima adekvatno osvjjetljenje i opremu za ozvučenje;
- Lokacija treba biti takva da možete osigurati prostor za kamere;
- Brendirajte prostor iza govornika (postavite banere ili druga obilježja koja su dio vašeg vizuelnog identiteta).

Kako definisati dan i vrijeme održavanja konferencije za novinare?

Razmislite o datumima i danima u sedmici kada zakazujete konferenciju za medije. Vodite računa da se dan održavanja konferencije za medije ne preklapa s praznicima ili značajnim datumima obilježavanja.

- Na osnovu dosadašnjih iskustava i praksi, utorak, srijeda i četvrtak preporučuju se kao najpogodniji dani za organizaciju događaja;
- Konferenciju za medije ne treba zakazivati prije 10.00 i poslije 14.00 sati;
- Budite svjesni vremena koje vam je na raspolaganju, konferencija za medije ne bi trebala trajati duže od 30 minuta;
- Vodite računa da osim vremena za izlaganje govornika ostavite i dovoljno vremena za pitanja novinara.

Savjeti za organizaciju uspješne konferencije za medije

- Konferenciju za medije počnite u terminu u kojem ste je najavili, nemojte kasniti;
- Nemojte davati pojedinačne intervjue medijima prije nego što počnete jer na taj način možete ostaviti dojam da favorizujete pojedine medije, što vam nikako ne ide u korist u izgradnji dobrih odnosa s medijima. Pojedinačne izjave se mogu dati nakon konferencije;
- Postavite pored ulaza u prostoriju sto s materijalima za novinare i promotivne materijale, kao i listu predstavnika medija;
- Odredite osobu koja će predstavnicima medija pružiti sve potrebne informacije i koja će im biti na raspolaganju, ako je to potrebno.

Šta ako na pres-konferenciju niko ne dođe?

Pripremite snimak izjava, videomaterijal, fotografije, saopćenje za medije i pošaljite novinarima.

Šta poslije konferencije?

- Pošaljite saopćenje za medije, video i audiomaterijale te fotografije za novinare koji nisu bili u mogućnosti prisustvovati konferenciji za medije;
 - Pronađite objave, tekstove i priloge s konferencije (vodite evidenciju o medijskim pojavljivanjima);
 - Analizirajte svoj nastup – to će vam omogućiti da detektujete slabosti, propuste, ali i napravite poboljšanja.
-



Tabelarni pregled ključnih koraka u organizaciji i održavanju konferencije za medije:

Priprema	Nakon održavanja konferencije za medije
Odredite datum i mjesto održavanja (budite sigurni da u to vrijeme nema drugih zanimljivih sadržaja koji će privući medijsku pažnju)	Pošaljite saopćenje i druge materijale medijskim kućama koje nisu bile prisutne
Prilagodite prostor (osigurajte prostor za govornike, novinare i kamere, brendirajte prostor...)	Evidentirajte broj medijskih objava o održanoj konferenciji za medije i objavljenim informacijama
Blagovremeno dostavite poziv i informacije medijima	
Odredite govornike i moderatora	
Pripremite sav potrebni materijal za novinare	
Prikupite kontakt podatke prisutnih novinara i urednika	

TIPS AND TRICKS



Preporuke prilikom davanja TV intervjua

- Nemojte nositi svjetlucavu odjeću, odjeću koja sadrži sitne pruge, kockice ili tačkice.
- Nemojte nositi nakit koji je masivniji, ima odsjaj ili nakit koji pomjeranjem proizvodi zvukove. Sve to može stvarati smetnju kod gledatelja a vama onemogućiti da prenesete željenu poruku.
- Ako je riječ o intervjuu u TV studiju, vodite računa da se udobno smjestite kako biste izbjegli „komešanje” i neželjenu neverbalnu komunikaciju.
- Preporučuje se izbjegavanje jarkih boja odjeće.
- Kosa ne smije prekrivati lice.
- Ako dajete izjavu za medije dok stojite, nemojte se „klatiti” ili „ljuljati”, zauzmite čvrst i stabilan položaj.
- Kada dajete izjavu za medije, gledajte u novinara koji stoji do kamere ili u kameru.

Radio

- Nemojte proizvoditi mehaničke zvukove (lupkanje ili paljenje-gašenje olovke).
- Vodite računa o blizini mikrofona.
- Izbjegavajte poštalice.
- Obavezno osigurajte da tokom intervjua imate dostupnu vodu.



Online i Print

- Ako za potrebe objave u medijima dostavljate vlastitu fotografiju, vodite računa da fotografija bude poslovna, a ne privatna i da ne ugrožava vaš kredibilitet.

Konferencija za medije

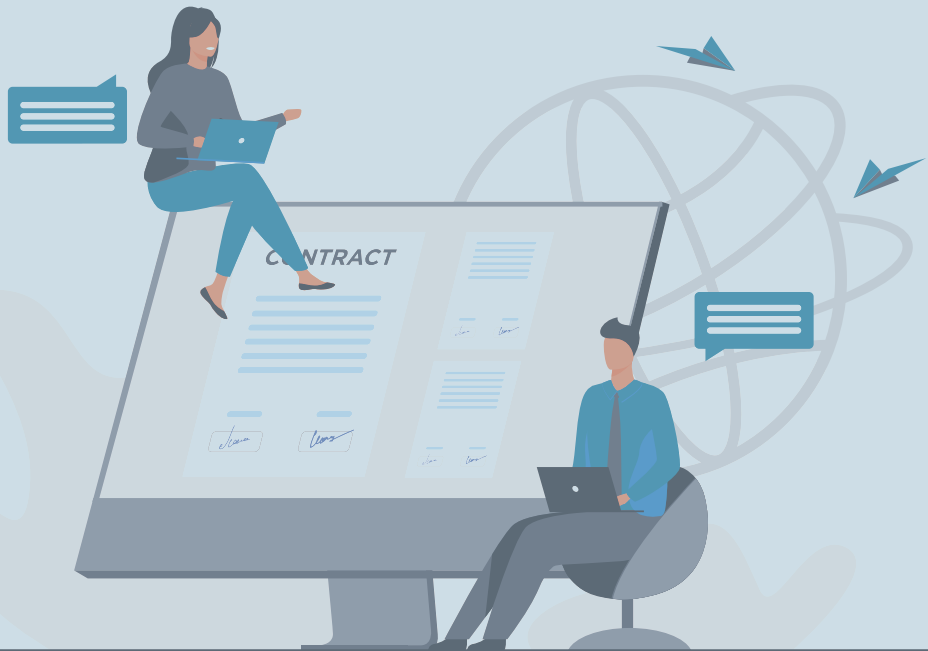
- Ako nemate odgovor na pitanje, ili ako pitanje smatrate neprikladnim, pozovite novinara da naknadno razgovarate na tu temu.
- Vodite računa o neverbalnoj komunikaciji, tijelom govorimo koliko i govornim aparatom.



Visoko sudsko i tužilačko vijeće Bosne i Hercegovine
Visoko sudbeno i tužiteljsko vijeće Bosne i Hercegovine
Високи судски и тужилачки савјет Босне и Херцеговине
High Judicial and Prosecutorial Council of Bosnia and Herzegovina



Vodič za kreiranje i upravljanje sadržajima web-stranica





Visoko sudsko i tužilačko vijeće Bosne i Hercegovine
Visoko sudbeno i tužiteljsko vijeće Bosne i Hercegovine
Високи судски и тужилачки савјет Босне и Херцеговине
High Judicial and Prosecutorial Council of Bosnia and Herzegovina



Vodič za kreiranje i upravljanje sadržajima web-stranica



februar 2023. godine

SADRŽAJ

UVODNE NAPOMENE	5
SMJERNICE ZA KREIRANJE KORISNIČKI PRILAGOĐENE WEB-STRANICE	6
KATEGORIZACIJA SADRŽAJA NA WEB-STRANICI	6
SADRŽAJ NA WEB-STRANICAMA PRAVOSUDNIH INSTITUCIJA	8
KREIRANJE SADRŽAJA PREMA CILJNIM GRUPAMA	10
PREPORUKE ZA DODATNO UNAPREĐENJE WEB-STRANICE	12

Vodič za kreiranje i upravljanje sadržajima web-stranica dokument je Visokog sudskog i tužilačkog vijeća Bosne i Hercegovine (VSTV BiH) koji je izrađen u saradnji sa Sudskom administracijom Švedske u okviru projekta „Unapređenje efikasnosti sudova i odgovornosti sudija i tužilaca u BiH – treća faza”, koji se realizuje uz finansijsku podršku Kraljevine Švedske.

UVODNE NAPOMENE

Web-stranica predstavlja jedan od osnovnih komunikacijskih kanala pravosudnih institucija, koji omogućava blagovremeno informisanje javnosti, što u značajnoj mjeri može utjecati na ukupnu sliku javnosti o radu, kako pojedinačnih pravosudnih institucija, tako i pravosuđa u cjelini.

Blagovremena dostupnost informacija i redovno ažuriranje sadržaja na web-stranicama sudova je važna aktivnost, koju sve pravosudne institucije trebaju provoditi predano i odgovorno.

Na sjednici održanoj 23. i 24. novembra 2010. godine Visoko sudsko i tužilačko vijeće Bosne i Hercegovine (VSTV BiH) usvojilo je Pravilnik o održavanju web-stranica pravosudnih institucija u okviru Pravosudnog portala.

Pravilnikom su propisana pravila, procedure, organizaciona struktura sadržaja i standardi koji su pravosudne institucije u Bosni i Hercegovini dužne poštovati pri održavanju svojih zvaničnih web-stranica u okviru Pravosudnog portala: www.pravosudje.ba.

Pravilnikom je uređen način vođenja službenih web-stranica pravosudnih institucija u okviru Pravosudnog portala, koji obuhvata:

- a) ujednačenost strukture i načina predstavljanja sadržaja,
- b) pojednostavljeno upravljanje objavljenim sadržajem,
- c) poboljšanje pristupačnosti i svrsishodnosti web-stranica pravosudnih institucija,
- d) pružanje pouzdanih informacija i usluga,
- e) standardizovani način dodjele poddomena “.pravosudje.ba” svim pravosudnim institucijama.

Iako su Pravilnikom definisane informacije koje moraju biti objavljene na web-stranicama, uočena je potreba za dodatnim specificiranjem same strukture i načina kreiranja sadržaja na web-stranicama koji je od značaja za širu javnost.

Riječ je o vrlo značajnom segmentu koji zahtijeva sistematičan pristup i posvećenost.

Cilj dokumenta Vodič za kreiranje i upravljanje sadržajima web-stranica jeste pružiti svojevrstne upute zaposlenicima/ama pravosudnih institucija zaduženim za kreiranje sadržaja za web-stranice s ciljem ostvarivanja efikasne komunikacije putem ovog komunikacijskog kanala.

Kako je Pravilnikom definisano, urednički tim weba uključuje najmanje sljedeće osoblje: glavni/a urednik/ca, urednik/ca web-sadržaja, web-administratori, a pored navedenih funkcija može uključivati i druge zaposlene u ustanovi kao što su šefovi/ice odjeljenja, nosioci/teljke pravosudnih funkcija i dr., te je zadužen za kvalitet sadržaja stranice.

SMJERNICE ZA KREIRANJE KORISNIČKI PRILAGOĐENE WEB-STRANICE

Web-stranica jedan je od osnovnih kanala komunikacije pravosudnih institucija s različitim ciljnim grupama. Web-stranice služe za plasiranje različitih vrsta sadržaja i jedna su od prvih kontakt tački s pravosudnim institucijama.

Da bi web-stranica bila korisnički prilagođena odnosno da bi bila jednostavnija za korištenje, potrebno je:

- znati što korisniku/ci treba i imati kvalitetan sadržaj koji zadovoljava te potrebe;
- izvršiti kvalitetnu kategorizaciju sadržaja.

Ukoliko zadovoljava ova dva uslova, može se očekivati da će zadovoljiti potrebe korisnika/ca i izvršiti svoju osnovnu namjenu – prenijeti željenu poruku od pošiljaoca/teljke do primaoca/teljke.

KATEGORIZACIJA SADRŽAJA NA WEB-STRANICI

Posjetilac/teljka stranice svoje prvo korisničko iskustvo zasniva već pri prvoj posjeti internet lokacije, stoga je važno da pristup informacijama koje traži bude što jednostavniji.

To će se prvenstveno postići kroz kvalitetnu i ciljnim grupama prilagođenu kategorizaciju sadržaja. Dobra struktura stranice omogućit će korisnicima/ama da lakše pristupe sadržaju koji im je potreban.

Tu se prvenstveno podrazumijeva da sadržaj bude pregledan, selektovan u odgovarajućim kategorijama i lako dostupan.

Kako vršiti selekciju sadržaja prema kategorijama?

Tako što će sav sadržaj biti:

- smješten u kategorije odgovarajućeg naziva i
- razvrstan prema potrebama različitih ciljnih grupa.

Tabelarni prikaz kategorizacije sadržaja:

Kategorija rad suda treba sadržavati sve relevantne informacije o sudu obuhvaćene kroz potkategorije, kao što su: nadležnosti, uređenje, zaposleni, historijat, statistika rada, zapošljavanje u sudu, interaktivna mapa koja omogućava praćenje protoka predmeta, raspored ročišta...

Kategorija oglasna ploča za stranke u sudu trebala bi sadržavati sve relevantne informacije koje su od interesa, prvenstveno za stranke. Kategorije rad suda i oglasna ploča sadržajno se ne bi trebale preklapati.

Oglasna ploča trebala bi predstavljati svojevrsan kutak za građane/ke i sadržavati sve za njih značajne informacije kao što su one o različitim postupcima, uslugama, naknadama, ostvarivanju prava... Te informacije mogu zanimati i druge ciljne grupe, ali trebalo bi ih napisati i sortirati prvenstveno za stranke.

Sve informacije, zbog preglednosti i lakšeg pristupa korisnika/ca, trebale bi biti dostupne kroz potkategorije.

Posebnu pažnju potrebno je posvetiti osobama/strankama koje su uključene u neki sudski postupak i kroz specifičan sadržaj odgovoriti im na za njih važna pitanja (šta mogu očekivati od postupka, procjena trajanja i troškova...).

Kategorija vaša pitanja treba sadržavati odgovore na najčešće postavljena pitanja s kojim se institucija susreće. U ovoj kategoriji se ne bi trebao nalaziti prevelik broj odgovora, već samo onih najčešćih i najspecifičnijih. Ukoliko ipak postoji veći broj pitanja, potrebno ih je grupisati prema određenim naslovima.

Kategorija odnosi s javnošću treba sadržavati informacije relevantne za predstavnike/ce medija kao i širu javnost.

U ovoj kategoriji trebaju se nalaziti sve aktuelnosti i saopštenja vezana za rad pravosudne institucije. Pri tome je potrebno voditi računa da se pravi jasna selekcija između saopštenja i aktuelnosti. Saopštenja se odnose na sve informacije koje su dostavljene medijskim kućama i kao takve učinjene dostupnim za širu javnost, dok u sekciji aktuelnosti trebaju biti dostupne sve druge informacije o radu institucije kao što su obavještenja o promjeni radnog vremena, realizovanim aktivnostima...

U ovoj kategoriji trebaju se naći i sudske odluke i presude, posebno one koje su od bitnog značaja za javnost. U ovom slučaju treba voditi računa da pravosudna institucija interpretira odluku ili presudu na medijima i javnosti razumljiv način, u vidu informacije za medije, a originalnu odluku ili presudu, u skladu sa Smjernicama o objavljivanju sudskih i tužilačkih odluka koje je VSTV BiH usvojio 2014. godine, objavi propratno u PDF formatu. Nije dovoljno da se objavi samo skenirana odluka ili presuda!

Također, sastavni dio ove kategorije trebaju biti i potkategorije koje će sadržavati promotivne materijale, publikacije, multimediju, pravilnike o pristupu informacijama, izvještavanju s ročišta i druge relevantne dokumente.

Svakako se preporučuje da se neki materijali koji su od interesa za stranke u postupku nađu i u kategoriji odnosi s javnošću i u kategoriji oglasna ploča.

Kategorija javne nabavke treba sadržavati sve informacije koje se odnose na proces javnih nabavki, a uključuju:

obavještenja o nabavci, izvršenju i sve druge informacije neophodne za postizanje zadovoljavajućeg nivoa transparentnosti.

Kategorija kontakt treba sadržavati sve najznačajnije kontakt telefone i e-mail adrese. Također, ukoliko institucija ima naloge na društvenim mrežama u ovoj kategoriji, trebaju biti dostupne poveznice ka društvenim mrežama.

*** Kroz tabelarni prikaz navedeni su primjeri koji nužno ne definišu suštinski sadržaj već služe kao pokazni primjeri.**

SADRŽAJ NA WEB-STRANICAMA PRAVOSUDNIH INSTITUCIJA

Kada je izvršena kvalitetna kategorizacija, sljedeći zadatak je ponuditi kvalitetan sadržaj.

Web-sadržaj se sastoji od informacija koje mogu biti u obliku teksta, slike, tabele, liste, audio i videozapisa.

Svaka pravosudna institucija, u cilju dobre i kvalitetne komunikacije s korisnicima/ama, dužna je svojim djelovanjem osigurati razvoj web-stranice obogaćujući njen sadržaj zvaničnim informacijama koje su tačne, blagovremene, gramatički i pravopisno ispravne, jednostavno napisane i jasne.

Kako je i ranije spomenutim pravilnikom propisano, sadržaj objavljen na web-stranici treba biti:

- **Jednostavan i razumljiv** - sadržaj bi trebao biti kreiran na način koji će biti razumljiv i jasan široj javnosti. Naprimjer, ukoliko je riječ o tekstualnom sadržaju, on ne bi trebao biti pisan službenim/pravnim jezikom, već uz korištenje terminologije koja je poznata široj javnosti, uzimajući u obzir raznolik obrazovnu strukturu ciljnih grupa.
- **Čist i sažet** – sadržaj ne bi trebao biti opterećen bespotrebnim informacijama koje nisu od posebnog značaja za krajnjeg korisnika/cu. „Manje je više” predstavlja formulu koja se preporučuje u kreiranju sadržaja za web-stranice, dakle sa što manje teksta krajnjem korisniku/ci prenijeti sve suštinske informacije.
- **Služben i potpun** – sadržaj bi trebao biti sačinjen od službenih, zvaničnih i potpunih informacija te sadržavati notu zvaničnosti koja neće ugrožavati razumljivost i jednostavnost sadržaja.
- **Ažuran** – sadržaj na web-stranici trebao bi biti aktuelan, što je moguće postići njegovim kontinuiranim ažuriranjem, posebno u onom dijelu koji je od značaja za širu javnost.
- **Gramatički i pravopisno ispravan** – takav sadržaj je značajno relevantniji od onog koji obiluje greškama, pa i onim slučajnim. Preporuka je da svaki sadržaj bude detaljno prekontrolisan u pravopisnom i gramatičkom smislu prije same objave.

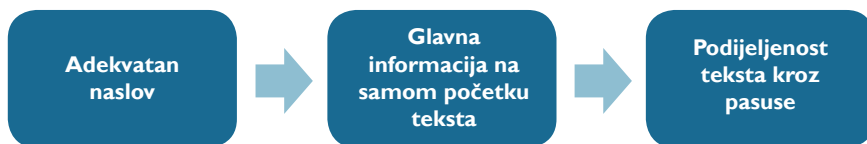
Sadržaj na web-stranicama dostupan je široj javnosti i namijenjen je za više ciljnih grupa, stoga treba biti prilagođen njihovim potrebama.

U kontekstu tekstualnog sadržaja posjetiocu/teljki web-stranice važno je sljedeće:

Naslov treba ponuditi osnovnu informaciju, biti zanimljiv i jasan. Na osnovu naslova čitalac/teljka odlučuje da li će dodatnu pažnju posvetiti samom tekstu. Stoga pravosudne institucije trebaju voditi računa o ovom segmentu jer je njihov krajnji cilj da određena informacija dođe do određene ciljne grupe.

Treba izbjegavati naslove kao što su: „**Obavještenje za stranke**” ili „**Izrečena prvostepena presuda u predmetu broj: 33 K 199854 22 K**”. U oba slučaja kroz naslov bi trebala biti ponuđena ključna informacija. Naprimjer, ukoliko se naslov „**Obavještenje za stranke**” odnosi na promjenu radnog vremena, trebao bi glasiti „**Pisarnica suda 31. 12. 2022. radi skraćeno, do 14.00 sati**”. Tako bi posjetioci/teljke stranice dobili korisnu informaciju, dok u prvom slučaju vjerovatno ne bi ni kliknuli na naslov i pročitali obavještenje.

Preglednost teksta prvenstveno se odnosi na način objavljivanja teksta na web-stranici. Da bi čitaocu bio pregledan, tekst bi trebao biti adekvatno strukturiran.



Stoga razdvojite duge rečenice i paragrafe, jer je takav tekst čitaocu/teljki pregledniji i lakši za čitati. Tekst obavezno treba sadržavati fotografiju ili adekvatan vizual jer će to privući pažnju čitaoca/teljke. Posjetioci/teljke stranice skoro uvijek, kako pokazuje praksa, prije primjećuju vizuelno nego tekstualno.

Prilikom kreiranja vizuala ili odabira fotografija, potrebno je voditi računa da fotografije, vizuali i svi drugi sadržaji zadovoljavaju sve stavke o zaštiti autorskih prava.

Također, tekstovi ne trebaju biti suviše dugi, radije koristite poveznice (linkove) na druge tekstove ili materijale koji će korisniku/ci ponuditi dodatne informacije.

Relevantnost sadržaja – Osim pravopisne i gramatičke ispravnosti, tekst mora sadržavati tačne i provjerene informacije. Nepotpune, neproverjene i netačne informacije ne smiju se naći na web-stranici. Kvalitet pisanog sadržaja određuje i dostupnost na internet tražilicama, što je razlog više za dodatni angažman.

Korištenje web-stranica, kao jednog od osnovnih komunikacijskih kanala pravosudnih institucija, ima dva primarna cilja: ponuditi javnosti transparentnost i olakšati pristup informacijama i uslugama.

KREIRANJE SADRŽAJA PREMA CILJNIM GRUPAMA

Selekciji sadržaja koji će se naći na web-stranici pravosudne institucije trebaju pristupiti strateški. Krajnji korisnici/e trebaju dobiti informacije koje su im potrebne, stoga se na web-stranici mora nalaziti aktuelan i ažuriran sadržaj.

U kontekstu jačanja transparentnosti, od velikog je značaja da web-stranice obuhvataju sadržaje kao što su:

- Interaktivna mapa
- Informacije o postupcima javnih nabavki
- Izvještaji o radu
- Protok predmeta
- Vijesti i saopštenja

Kao dio sadržaja koji korisnicima/ama olakšava pristup informacijama i uslugama prepoznaje se sljedeće:

- Informacije o sudskim taksama
- Raspored ročišta
- Servisi za pristup sudskim predmetima putem interneta
- Informacije o radnom vremenu i druge korisne informacije
- Organizacija suda
- Kontakt

Sadržaj je neophodno kontinuirano uređivati i zadržati samo relevantne sadržaje za čitaoce/teljke. Da bi sadržaj na web-stranici bio koristan za posjetioca/teljku, potrebno je da osoba zadužena za uređivanje sadržaja, prilikom kreiranja i selekcije sadržaja, koristi percepciju krajnjeg korisnika/ce, odnosno uzima u obzir njegove/njene potrebe i navike.

Posjetioci/teljke očekuju:

- informacije o uslugama,
- brze poveznice (linkove) koje će im ponuditi dodatne informacije,
- brzo dostupan sadržaj.

Posjetioci/teljke web-stranice su:

- građani/ke,
 - predstavnici medija,
 - predstavnici nevladinih organizacija, akademske zajednice, pravosudne zajednice.
-

Koje informacije traže građani/ke?

<p>Informacije o tome šta mogu očekivati u pojedinačnim postupcima pred sudom (u ovom dijelu građanima/kama bi trebale biti dostupne pregledne osnovne informacije za svaki od postupaka u kojem bi mogli/e učestvovati)</p>
<p><input type="checkbox"/> cijenama sudskih taksi i troškova</p> <p>(u ovom segmentu već je razvijen servis kalkulator sudskih taksi koji bi trebao biti vidljiv i dostupan građanima/kama te svrstan u kategoriju namijenjenu informisanju i pružanju usluga građanima/kama)</p>
<p><input type="checkbox"/> predvidivim rokovima trajanja po vrstama predmeta</p>
<p><input type="checkbox"/> radnom vremenu</p>
<p>Kontakt informacije</p>
<p>Informacije o dostupnosti elektronskih usluga</p> <p><input type="checkbox"/> pristupu svom sudskom spisu</p>

Koje informacije traže mediji?

<p>Saopštenja za javnost</p> <p>(Vodič za kreiranje saopštenja dostupan je na https://vstv.pravosudje.ba/vstvfo/B/141/article/117637)</p>
<p>Raspored ročišta</p>
<p>Presude i odluke</p>
<p>Izveštaje o radu</p>
<p>Informacije u vezi s načinom pristupa informacijama</p>
<p>Informacije o mogućnostima i uslovima za organizovanje intervjua s relevantnim sagovornicima, fotografisanju i snimanju ročišta i druge relevantne informacije</p>
<p>Kontakt informacije osobe zadužene za odnose s javnošću</p>

Koje informacije traže predstavnici/e nevladinih organizacija, akademske zajednice, pravosudne zajednice?

<p>Publikacije</p>
<p>Izveštaje o radu</p>
<p>Zakonske odredbe i pravilnike</p>

PREPORUKE ZA DODATNO UNAPREĐENJE WEB-STRANICE:

- Više informacija – manje PDF-a

Objavljivanje informacija u PDF-u teško je za čitanje i sortiranje i zbog potrebe za dodatnim otvaranjem, korisnici/e često odustaju od sadržaja. PDF, odnosno preuzimanje ovog formata, vodi izvan web-stranice što nije naklonjeno kreatoru sadržaja. PDF potiskuje ostale informacije i nije pogodan za internet pretraživače.

- Učinite sadržaj dostupnim na tražilicama

Većina korisnika/ca sadržaj traži na internet pretraživačima, stoga je od velike važnosti da sadržaj web-stranice bude relevantan i samim tim dostupan na tražilici. Preporuka je da web-stranica sadrži kvalitetan, autorski sadržaj koji sadrži ključne riječi (riječi koje će se pretraživati). Ključne riječi su one riječi, pojmovi i fraze koje osobe upisuju u tražilicu. Ključne riječi potrebno je koristiti kad god je to prikladno u tekstu, ali ne treba pretjerivati. Tekst ipak treba biti tečan i prirodan.

Dijelovi teksta koji moraju sadržavati ključne riječi kako bi kreirani sadržaj bio što vidljiviji korisnicima/ama prilikom organske pretrage su:

- o naslov
- o početak teksta
- o podnaslovi

About 54,000 results

Šta je sudska nagodba i kada je moguće koristiti?

<https://vstv.pravosudje.ba/vstvfo/B/141/article/115065>

Web **Sudska nagodba** je način rješavanja sudskog spora koji podrazumijeva međusobni dogovor stranaka u sporu o predmetu spora. Sudskom nagodbom, stranke same dogovaraju na ...

Kod kreiranja naslova ne preporučuje se korištenje opcije bold, već kreiranje zanimljivih naslova koji će privući pažnju i koji sadrže ključne riječi.

Npr. naslov „Kako izračunati sudsku taksu” privući će pažnju i velika je mogućnost da je upravo to fraza koju će korisnici/e koristiti prilikom pretraživanja.

- Imenovanje materijala

Prilikom aploudovanja materijala na web-stranicu, preporuka je da se oni imenuju adekvatnim nazivima. To se odnosi i na publikacije, audio i videomaterijale, fotografije, vizuale, kao i sve druge materijale koji mogu biti sastavni dio web-stranice. Materijali ne trebaju imati naslove kao što su „final, verzija4, dokument2”, već trebaju imati naziv koji je konkretno vezan za sadržaj jer samo takvi fajlovi mogu se pojaviti u pretraživačima.

- Multimedijalni sadržaj

Poželjno je da web-stranica sadrži fotografije, infografike i ostala vizuelna rješenja jer je takav sadržaj potpuniji i korisnicima nudi vizuelno pregledniji sadržaj. Prilikom odabira fotografija, vizuala i svih drugih sadržaja, potrebno je voditi računa da zadovoljavaju sve stavke o zaštiti autorskih prava.

- Poveznice

U sadržaju, tamo gdje je to potrebno ili korisno, koristite poveznice (linkove) koji vode do druge lokacije na web-stranici kako bi korisnici dobili dodatne informacije.

Primjer:

Rad suda Oglasna ploča Viša pitanja Odnosi s javnošću Javne nabavke Kontakt

Odnosi s javnošću > Vijesti > Saopćenja za javnost

Interaktivna mapa o radu sudova

20.06.2017.

Poštovani,

Obavještavamo da je na web portalu Viskogog sudskog i tužilačkog vijeća BiH (u nastavku VSTV) puštena mogućnost pregleda osnovnih statističkih podataka o radu sudova klikom na link https://pravosuđe.ba/jgs/izvjestaji_gm.html.

Cilj ove aktivnosti je da rezultati rada sudova budu dostupni javnosti putem web stranice, a sve u svrhu povećanja transparentnosti rada pravosuđa i povećanja efikasnosti.

Podaci prikazani na mapi su informativnog karaktera i preuzimati će se iz CMS sistema.

U narednom periodu je planirano i razvijanje aplikacije za Android koja će omogućavati pregled istih informacija putem mobilnih telefona.

Linkovi

Interaktivna mapa
Link na vijest na web portalu VSTV-a

1080 PREGLEDA

Facebook, LinkedIn, WhatsApp, Telegram, Email, Twitter

Link koji vodi na interaktivnu mapu trebao bi biti dostupan na glavnoj stranici u brzim poveznicama, jer ovakvom kategorizacijom ostaje nedostupan široj javnosti, a od značaja je za jačanje transparentnosti rada pravosudnih institucija. Također, trebalo bi biti naglašeno da je riječ o statističkom praćenju predmeta korupcije u sudovima.

