



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



Медијски акциони план





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



Медијски акциони план



фeбруар 2023. године

САДРЖАЈ

УВОДНЕ НАПОМЕНЕ	5
ВАЖНОСТ СТРАТЕШКОГ КОМУНИЦИРАЊА И ИЗГРАДЊЕ ОДНОСА С МЕДИЈИМА	6
МЕДИЈИ КАО ЦИЉНА ГРУПА ПРАВОСУДНИХ ИНСТИТУЦИЈА	10
ОДНОСИ С МЕДИЈИМА КАО ДИО СТРАТЕШКОГ КОМУНИЦИРАЊА ПРАВОСУДНИХ ИНСТИТУЦИЈА	11
ПЛАН ИМПЛЕМЕНТАЦИЈЕ	13
ИНДИКАТОРИ УСПЈЕШНОСТИ	18

Овај документ је припремљен уз финансијску подршку Шведске агенције за међународни развој и сарадњу (СИДА) у оквиру Пројекта унапређења ефикасности судова и одговорности судија и тужилаца у Босни и Херцеговини – трећа фаза, финансиран од стране Владе Краљевине Шведске (ИЦЕА). Садржај приручника искључиво је одговорност ВСТВ-а Босне и Херцеговине и не одражава нужно ставове Владе Краљевине Шведске.

УВОДНЕ НАПОМЕНЕ

Медијски акциони план документ је Високог судског и тужилачког савјета Босне и Херцеговине (ВСТС БиХ) који је израђен у сарадњи са Судском администрацијом Шведске у оквиру пројекта „Унапређење ефикасности судова и одговорности судија и тужилаца у БиХ – трећа фаза“, који се реализује уз финансијску подршку Краљевине Шведске. Тим документом се настоје дефинисати циљеви, начини и методе комуницирања правосудних институција с медијима и јавношћу с циљем успостављања система проактивне комуникације који подразумеју тачно, благовремено, одговорно и квалитетно информисање јавности о активностима правосудних институција, као и развијање односа повјерења и разумијевања између медија и правосудних институција, а самим тим и јавности и правосудних институција.

Медијски акциони план један је од механизма за унапређење комуникационих пракси и транспарентности правосудних институција и као такав представља анекс Комуникационе стратегије ВСТС-а БиХ.

Кључна улога документа јесте јачати видљивост и кредибилитет правосудних институција кроз вјеродостојно информисање јавности, у чему кључну улогу имају медији као главни креатори ставова јавног мњења.

Стога је посебан акценат документа на остваривању интензивније сарадње и комуникације с медијима, у циљу остваривања веће транспарентности и ефикасније комуникације правосудних институција.

Медијски акциони план дефинише ефикасне принципе дјеловања према медијима, а крајњи исход примјене документа од стране правосудних институција требао би да буде већа транспарентност правосудних институција те задовољство и повјерење јавности у њихов рад.

Документом су обухваћени различити сегменти, а посебна пажња посвећена је и употреби родно осјетљивог језика те развоју система мјерења успјешности комуникационих процеса.

Комуницирање правосудних институција несумњиво треба потпадати у домен стратешке комуникације, што подразумејува организован, плански и проактиван процес.

Циљ успостављања система стратешке комуникације јесте:

- изградња партнерских односа с медијима;
- благовремено, тачно, професионално и континуирано информисање јавности;
- проактивно дјеловање правосудних институција према медијима и јавности;
- адекватно коришћење комуникационих алата и канала у складу с потребама циљних група;
- инкорпорисање родно осјетљивог језика у комуникациону културу правосудних институција;
- континуирано мјерење и евалуација успјешности комуникационих процеса.

ВСТС БиХ представља кровно регулаторно тијело правосуђа због чега има активну улогу у креирању комуникационих стандарда у правосудним институцијама с циљем успостављања односа повјерења и разумијевања, првенствено између правосуђа и грађана/ки.

ВАЖНОСТ СТРАТЕШКОГ КОМУНИЦИРАЊА И ИЗГРАДЊЕ ОДНОСА С МЕДИЈИМА

Тренутне праксе у правосудним институцијама указују на одсуство стратешког приступа у комуникационим процесима, како у интерним, тако и у екстерним. На такву праксу указују истраживања јавног мњења које је ВСТС БиХ, као регулаторно правосудно тијело, спровео у неколико наврата као и резултати анкета спроведених међу медијским радницима. Чињеница је да перцепција јавности о раду правосудних институција није на задовољавајућем нивоу, због чега је, у комуникационом смислу, неопходно дјеловати проактивније.

Како се наводи и кроз раније креиране Смјернице за извјештавање о судским поступцима, повјерење јавности у правосудни систем у великој мјери зависи од његове транспарентности, док транспарентност, као таква, зависи од:

- а) спремности судског менаџмента да ажурно и у континуитету информише јавност о свом раду и
- б) капацитета судског менаџмента/администрације да на професионалан и истинит начин извјештава јавност о информацијама од значаја за јавност.

Тренутни комуникациони процеси сведени су, у правилу, на ad hoc дјеловање, без јасно дефинисаних циљева и улога у комуникационом процесу. Такође, примјетно је одсуство проактивности и континуитета, што неријетко изазива незадовољство, како медија, тако и грађана/ки у БиХ.

Досадашње спознаје указују на то да правосудне институције немају довољно развијене организационе капацитете за ефикасно вођење интерне и екстерне комуникације, да не користе адекватне технике, алате и канале за комуникацију, као и да нису довољно отворене према медијима и јавности, што значајно утиче на креирање перцепције јавности о раду правосудних институција као и на ниво повјерења у њихов рад.

Један од начина унапређења ове области препознаје се у успостављању система стратешког комуницирања и унификованих начина комуницирања за све правосудне институције, што би требало да резултује ефикаснијом комуникацијом.

Приступ који се предвиђа овим документом има за циљ постизање отворености и транспарентности институција као и усклађивање комуникационе поруке, комуникационих канала и начина преношења и саопштавања порука и информација ради постизања што ефикасније комуникације.

Кључну улогу у цијелом процесу представља изградња добре сарадње с медијима, који имају доминантну улогу у обликовању личних увјерења.

Изградња добре сарадње с медијима подразумијева континуирано информисање медијских кућа о активностима институције, редовну комуникацију с редакцијама те успостављање и одржавање сарадње.

Активности које правосудне институције требају/могу да предузму с циљем изградње система стратешког комуницирања и изградње добрих односа с медијима су:

1. Правосудне институције на медије треба да гледају као на стратешке партнере у креирању позитивног става јавног мњења;
2. Правосудне институције треба да све медије третирају једнако и равноправно у погледу квалитета и благовремености информација;
3. У планирању комуникационих процеса, правосудне институције треба да слиједе циљеве Комуникационе стратегије ВСТС-а БиХ која је „кишобран“ стратегија за правосудне институције у БиХ;
4. Изградња партнерских односа с медијима треба да буде континуирани процес;
5. Правосудне институције треба да имају проактиван приступ према медијима;
6. Правосудне институције дужне су да медијима обезбиједне неометан рад;
7. Редовно информисати медије и јавност о свим активностима правосудне институције;
8. Употребљавати недискриминишући језик у свакодневној службеној и неслужбеној комуникацији;
9. Вршити континуирану евалуацију успјешности комуникационих процеса и сарадње с медијима.

Разумијевање и повјећење граде се проактивним приступом, односно развијањем стратегија, те примјеном одговарајућих метода и активности у комуникационом процесу, које имају за циљ да обезбиједне да сви аспекти рада правосудних институција буду вјеродостојно представљени и тачно интерпретирану у медијима и као такви доступни грађанима/кама, односно широј јавности.

Оно што је важан циљ стратешке комуникације је формирање и спровођење стандардизованих комуникационих пракси у свим правосудним институцијама.

Комуникација судова с јавношћу, без обзира на то да ли је ријеч о директној комуникацији или комуникацији посредством медија, треба да буде заснована на принципима¹:

- **транспарентности** – под чиме се подразумева обезбјеђивање отворености судова према грађанима/кама те обезбјеђивање система доступности информација од јавног интереса;
- **јавности** – које гарантује да ће најшира јавност, као и специфичне јавности, бити упознате са свим релевантним информацијама за остваривање њихових легитимних правних интереса;
- **ажурности** – чиме се пласирање информација о раду суда, као и других информација од интереса за јавност, обезбјеђује благовремено;

¹ Смјернице за извјештавање о судским поступцима, ВСТС БиХ

- **тачности** – које је гарант поузданости и провјерености информација које се обезбјеђују и преносе, директно или путем медија;
- **свеобухватности** – чиме се преузима обавеза да се информације обезбјеђују у цијелости, без било какве садржинске цензуре која би утицала на мишљење јавности.

Значајну подршку у изградњи система стратешке комуникације у правосудним институцијама пружају и документи које је ВСТС БиХ развио с циљем успостављања система стратешког комуницирања, а самим тим и јачања транспарентности правосудних институција:

- Комуникациона стратегија ВСТС-а БиХ, чији анекс представља и овај документ, а која представља „кишобран” стратегију за све правосудне институције;
- Документ Комуникација с медијима и коришћење комуникационих алата/ контролна листа;
- Смјернице за извјештавање о судским поступцима;
- Водич за креирање и управљање садржајима веб-страница;
- Водич за креирање визуелног идентитета правосудних институција.

Правосудне институције и медији – Како комуницирати?

Правосудне институције користе различите комуникационе канале како би испуниле један од главних комуникационих циљева, благовремено информисање медија и јавности о раду.

Неки од најзначајнијих и најчешће коришћених комуникационих канала:

Веб-странице правосудних институција један су од важнијих комуникационих канала који медијима и јавности нуди различите врсте информација. Информације доступне на веб-страници медији могу да преузму за објаву, стога се препоручује објављивање садржаја који захтијева минималне корекције, што значи да објаве треба да буду написане као вијест или извјештај за медије/јавност. С друге стране, информације треба да буду прилагођене широј јавности односно треба да буду конципиране на тај начин да буду разумљиве ширем спектру јавности.

Приликом креирања садржаја за веб-странице, препоручује се да правосудне институције примјењују Водич за креирање и управљање садржајима на веб-страницама који је саставни дио Медијског акционог плана.

Друштвене мреже медији и јавност користе као један од главних извора информисања. Медији често користе друштвене мреже као званичне изворе, због чега је пожељно да их правосудне институције користе као један од



канала комуницирања, како с медијима, тако и с другим циљним групама. Најпогодније друштвене мреже за комуникацију правосудних институција су Facebook, Twitter, LinkedIn и YouTube. Све наведене друштвене мреже омогућавају пласирање различитих врста садржаја и порука – текстуалних, видео и фотопорука.

Различити промотивни материјали које креирају правосудне институције у складу с властитим комуникационим потребама у које се убрајају леци, афише, постери итд.

Код креирања оваквих врста материјала, правосудне институције треба да воде рачуна о визуелном идентитету институције. За активности које је неопходно предузети с циљем успостављања визуелног идентитета правосудне институције, препоручује се примјена препорука наведених у Водичу за креирање визуелног идентитета правосудних институција који је саставни дио Медијског акционог плана.

Огласне табле – иако је објављивање информација на огласним таблама законом прописана обавеза, није довољно информације објавити само путем тог комуникационог канала, посебно уколико су медији или грађани/ке циљна група. Информације објављене на огласним таблама треба да буду дистрибуиране и путем других комуникационих канала, веб-страница, друштвених медија итд., који су циљним групама доступнији.

МЕДИЈИ КАО ЦИЉНА ГРУПА ПРАВОСУДНИХ ИНСТИТУЦИЈА

Како се наводи и у Комуникационој стратегији ВСТС-а БиХ, масовни медији и новинари/ке треба да буду јасно дефинисани као стратешка циљна група те је успостављање добре сарадње с њима стратешки циљ сваке институције.

Један од кључних сегмената за успостављање добре сарадње јесте познавати потребе различитих врста медија као што су:

Телевизија – Телевизија као медиј захтијева брзе реакције у пласирању садржаја. Како би правосудне институције користиле ову врсту медија као канал комуникације треба да знају да то захтијева:



- обезбјеђивање снимања за медијске раднике/це (снимак догађаја, конференције, суђења, рочишта) или достављање видео-материјала из властите продукције;
- обезбјеђивање изјаве за ТВ од стране запосленика/це институције који/а познаје одређену област која је тема информације/поруке;
- гостовање запосленика/це институције који/а познаје одређену област која је тема информације/поруке у различитим форматима телевизијских емисија;
- благовремено дјеловање.

Новинарима/кама који/е раде у телевизијским кућама није довољно послати саопштење за медије. Менаџмент институције треба да буде свјестан потребе и могућности за додатним ангажманом, с обзиром на то да је ријеч о формату извјештавања који захтијева видео и аудио-запис за преношење вјеродостојне и квалитетне информације.

Радио је мање захтјеван медиј у односу на телевизију. За разлику од телевизије која захтијева живу слику, радио захтијева живу ријеч. У успостављању сарадње с радијским новинарима/кама правосудне институције могу да:



- доставе саопштење за медије;
- обезбиједите интервју или изјаву запосленика/це институције који/а познаје одређену област која је тема информације/поруке који могу да се реализују уживо или телефонски.

Принтани медији захтијевају текст и фотографију. Ову врсту комуникације могуће је остварити уживо, путем имејла или телефонски. Правосудне институције приликом комуникације с принтаним медијима треба да уважавају наредна правила:



- текст треба да буде јасан и разумљив и писан у форми вијести, уколико је ријеч о формату који то захтијева;
- фотографије које се достављају медијима треба да буду квалитетне, професионалне, у одговарајућем формату и величини, те да задовољавају све ставке о заштити ауторских права.

Онлајн медији нуде шири спектар могућности преношења поруке и погодни су за пласирање текстуалних порука, аудио и видео-материјала, фотографија. Једнако као што је наведено и за принтане медије, правосудне институције морају да воде рачуна о квалитету, формату аудио и видео-материјала, као и фотографија које се достављају.

Правосудне институције, уколико желе да њихова информација/порука буде интерпретирана вјеродостојно и на жељени начин, треба да воде рачуна о потребама сваке од наведених врста медија.

ОДНОСИ С МЕДИЈИМА КАО ДИО СТРАТЕШКОГ КОМУНИЦИРАЊА ПРАВОСУДНИХ ИНСТИТУЦИЈА

Односи с медијима неизоставан су сегмент односа с јавношћу и стратешког комуницирања правосудних институција, с обзиром на то да се информисаност грађана/ки углавном заснива на садржајима и порукама које примају путем медија.

Како је раније наведено, медији имају доминантну улогу у обликовању ставова јавног мњења због чега је од кључне важности пронаћи начине да информације о раду правосудних институција буду вјеродостојно интерпретирани. То посебно зависи од квалитета рада и ангажмана руководиоца/тељки и запослених у правосудним институцијама. Иако бројне правосудне институције немају запосленике/е који/е су квалификовани/е и искључиво задужени/е за послове односа с јавношћу, уз ефикасну употребу постојећих ресурса и људских капацитета могуће је унаприједити тренутне праксе.

Према доступним резултатима анализа које су вршиле правосудне институције, невладине организације и удружења новинара, медији од правосудних институција очекују већу транспарентност, отвореност и сарадњу с медијима.

Јачањем споменутих сегмената, што је обавеза правосудних институција према Закону о судовима, као и на основу упута ВСТС-а БиХ, правосудне институције уз изградњу добрих односа с медијима истовремено би значајно унаприједиле и комуникацију према грађанима/кама, али и другим циљним групама.

Правосудне институције треба да воде рачуна да у свакодневној комуникацији примјењују устаљене стандарде који се односе на:

- квалитет информација (јасноћа, прилагођеност јавности и различитим комуникационим каналима);
- благовременост достављања информација;
- коришћење одговарајућег канала комуникације који ће обезбиједити да порука стигне до циљне групе.

Као кључни сегменти за изградњу добрих односа правосудних институција с медијима препознају се:

- отвореност за комуникацију и сарадњу с медијима;
- едукација медијских радника/ца о раду правосудних институција;
- успостављање и одржавање сарадње.

У комуникацији с медијима правосудне институције увијек треба да задрже ниво професионалности и да имају на уму да су разговори с представницима медија увијек у служби званичног информисања. Неформални разговори се не препоручују како не би дошло до пласирања нежељених информација у јавност.

Правосудне институције, у сарадњи с медијима, треба да користе низ комуникационих алата, чији избор и употреба зависе од циљне групе којој се институција обраћа, као и поруке коју треба да пренесе.

Неки од тих алата укључују:

- директни контакт с новинарима;
- индиректне комуникационе алате (телефон, SMS, имејл);
- догађаје за медије (изјаве, интервјуи, прес-конференције, презентације);
- писане садржаје за медије (саопштења, обавјештења, реаговања, деманти, извјештаји о раду).

Класични медијски алати:

- Саопштења за медије
- Конференције за штампу
- Интервјуи у медијима
- Наступи у ТВ и радијским емисијама

Водич за коришћење наведених класичних медијских алата доступан је у документу **Комуникација с медијима и коришћење комуникационих алата/контролна листа** који представља дио Медијског акционог плана, а самим тим и Комуникационе стратегије ВСТС-а БиХ.

ПЛАН ИМПЛЕМЕНТАЦИЈЕ

1. Изградња добрих односа с медијима



Правосудне институције дужне су да све медије третирају једнако и равноправно у погледу квалитета и благовремености информација.

Закон о слободи приступа информацијама у Босни и Херцеговини сваком физичком и правном лицу гарантује приступ информацијама које су под контролом правосудне институције, али у случају комуникације с медијима, процес уступљивања информација потребно је додатно прилагодити у смислу ажурности и благовременог достављања тражених информација, посебно у случају оних информација које се односе на догађаје који су временски везани.

Свакако је неопходно водити рачуна о разликовању упита којим се позива на Закон о слободи приступа информацијама у Босни и Херцеговини и новинарског упита који у већини случајева није у наведеном формату.

Правосудне институције треба да воде рачуна о специфичности медијског извјештавања и времену које имају на располагању, због чега је неопходно уложити додатне напоре како би се обезбиједило да се на новинарске упите одговори у што краћем временском року.

Да би се то постигло, неопходно је да правосудне институције имају успостављену интерну организацију лица задужених за комуникацију с медијима како би новинари/ке правилно могли/е да адресирају своје упите унутар одређене правосудне институције.



1.1. Испод се налази листа основних активности које правосудне институције требају/могу да предузму:

Креирање листе свих медија која у правилу садржи назив медија, имена и презимена, имејл адресе и контакт телефоне редакција, новинара/ки, уредника/ца из електронских, штампаних, радио и онлајн медија.

Листе медија користе се приликом достављања свих информација, а на тај начин обезбјеђује се једнако и равноправно третирање медија.

Листе медија треба да буду доступне запосленицима/ама задуженим за комуникацију с медијима, као и руководиоцима/тељкама институција.

Редовно информисање медија о активностима институције путем достављања саопштења за медије, организовањем конференција за медије, јавним објављивањем извјештаја, редовним одговарањем на медијске упите.

Обезбјеђивање оптималних услова за рад новинара/ки што првенствено подразумева омогућавање присуства рочиштима и суђењима а у складу с процесним законима, као и омогућавање праћења догађаја од интереса

за медије (конференција за медије, округлих столова, дискусија, организованих изјава за медије).

Едукација медијских радника/ца о раду правосудних институција кроз креирање и достављање материјала и публикација с циљем бољег разумијевања начина рада и специфичности извјештавања о раду правосудних институција.

Примјена Смјерница за извјештавање о судским поступцима које на једноставан и систематичан начин судовима у БиХ нуде кључне препоруке за ажурно, свеобухватно, истинито и континуирано извјештавање јавности о судским поступцима који су од посебног интереса за ширу или ужу јавност, с обзиром на то да највећи интерес медија влада управо за овај сегмент.

Примјена документа Комуникација с медијима и коришћење комуникационих алата/контролна листа који садржи смјернице за ефикасно коришћење основних комуникационих алата и канала.

Едукација запосленика/ца правосудних институција о техникама остваривања и одржавања добрих односа с медијима, као и освјештавања о важности квалитетне комуникације с медијима.

Организовање догађаја намијењених представницима/ама медија као што су дани отворених врата за медије, састанци с уредницима/ама медија, округли столови, специјализовани догађаји, годишње конференције итд.

Спровођење истраживања/анкетирања у редакцијама медија с циљем утврђивања степена задовољства сарадњом правосудних институција с медијима. На тај начин правосудне институције детектоваће кључне области за унапређење и сходно томе дефинисати кључне мјере и механизме.

Информације о унутрашњој организацији и расподјели задужености (контакт особе/а задужене/их за односе с медијима) учинити доступним на веб-страницама правосудних институција.

2. Благовремено, тачно, професионално и континуирано информисање јавности

Медије увијек треба сматрати једним од кључних канала комуникације с грађанима/јавношћу.

Планска и континуирана комуникација правосуђа с медијима и јавношћу доприноси креирању добрих пракси тачног, благовременог и ажурног информисања јавности.





Основне активности које правосудне институције треба да предузму су:

Медијима благовремено достављати све релевантне информације

- Слање саопштења о реализованим активностима, донесеним пресудама (посебно је важно водити рачуна да саопштење буде достављено одмах по завршетку догађаја, суђења, изрицања пресуде...)
- Слање позива за присуство догађајима, конференцијама
- Достављање информација о заказаним рочиштима, суђењима (која су од интереса јавности).

Редовно информисати јавност о свим активностима правосудне институције

- Континуирано и благовремено достављање информација медијима
- Објављивање информација на веб-страницама и друштвеним мрежама

Спроводити медијске кампање о активностима значајним за ширу јавност

Користити канале комуникације прилагођене медијима и грађанима

- У употребу увести савремене комуникационе канале који имају ширу употребу као што су друштвене мреже, онлајн медији

Прилагођавање поруке различитим циљним јавностима, по форми и садржају

- Садржај порука (видео, текст, фото) прилагођавати у складу са захтјевима одређеног комуникационог канала или алата

Користити језик прилагођен медијима и грађанима

- Садржај порука треба да буде креиран на разумљив начин без сувишног коришћења стручне терминологије

*** За имплементацију свих наведених активности задужен је Одјел или лице задужено за односе с јавношћу.**

Значајну подршку у ефикасној имплементацији активности може да пружи Водич за коришћење наведених класичних медијских алата доступан у документу Комуникација с медијима и коришћење комуникационих алата/контролна листа, који је дио Медијског акционог плана, као и Комуникационе стратегије ВСТС-а БиХ.

3. Проактивно дјеловање правосудних институција према медијима и јавношћу



Односи с медијима значајан су дио процеса планске комуникације и континуираног процеса слања порука и информација јавности, али и примања повратних информација, ставова и мишљења јавности о раду правосудних институција.

Од нивоа проактивности правосудних институција, али и њихове реактивности, у великој мјери зависи и однос медија према правосуђу.

Основне активности које правосудне институције треба да предузму су:

Одговарати на захтјеве медија (достављати информације, одговарати на позиве за гостовања, захтјеве за интервјуе) и координација с онима који могу да дају изјаве или гостују у медијима.

Познавати потребе медија, како техничке, тако и у погледу информација, времена и рокова када су им оне потребне, као и форме у којој су им потребне.

Позивати медије на догађаје који су од интереса за медије.

Организовати догађаје за медије (прес-конференције, округле столове, изјаве за медије).

Одржавати састанке с уредницима/ама и новинарима/кама.

4. Инкорпорирање родно осјетљивог језика у комуникациону културу правосудних институција



Правосудне институције треба да воде рачуна да сви комуникациони процеси које реализују морају да буду засновани на поштивању законских прописа, посебно оних који се односе на једнакоправно укључивање свих грађана и грађанки.

Један од сегмената је и употреба недискриминишућег језика у свакодневној службеној и неслужбеној комуникацији. У правосудним институцијама у Босни и Херцеговини родно осјетљив језик није довољно институционализован иако постоје бројни прописи који на то упућују.

Правни оквир за родно осјетљиву употребу језика у Босни и Херцеговини може се пронаћи у Закону о равноправности полова БиХ (2010) и Закону о забрани дискриминације (2009), а с обзиром на то да правосудне институције, као дио правосудног система у БиХ, чине трећи стуб власти, у њиховој је обавези спровођење законом прописаних норми.

На основу Закона о равноправности полова у Босни и Херцеговини (2010) може се рећи да је некоришћење родно осјетљивог језика облик индиректне дискриминације. У члану 9. став (е) наводи се: „Дискриминација у језику постоји када се користи искључиво један граматички род као генерички појам”².

² Закон о равноправности полова у Босни и Херцеговини (прочишћени текст, „Службени гласник БиХ”, бр. 16/03, 102/09 и 32/10)

Правосудне институције родно осјетљиви језик дужне су да употребљавају и у јавном дискурсу, што подразумемијева употребу језика у службеној (медији, образовање и администрација) и јавној комуникацији. Дакле, свака ситуација у којој се од говорника и говорница очекује да користе стандардни језик обавезује нас да тај језик не садржи изразе који би некога могли да дискриминишу по било којем основу.³

Неке од општих препорука за коришћење родно осјетљивог језика су⁴:

- Користити паралелне облике у реченици, ако се односи и на жене и на мушкарце (молимо грађане/ке, питали смо новинар(к)е о задовољству...)
- Именице или синтагме које означавају називе професија, занимања, звања, титула, радних мјеста жена, користити у женском граматичком роду досљедно;
- Уколико се ради о документима у којима се често спомињу именице које се односе на људе, ради прегледности и читљивости може се користити искључиво мушки род, с тим да је неопходно први пут употријебити оба облика уз објашњење: „Сматра се да се сви изрази употријебљени у мушком граматичком роду у овом документу односе без дискриминације и на жене.“

Такође, правосудне институције у комуникацији су дужне да користе и политички коректан језик у односу на маргинализоване групе друштва.

Политичка коректност представља избјегавање израза који могу да изгледају као да се њима намјеравају искључити, маргинализовати или увриједити лица која су социјално угрожена или дискриминисана (лица с инвалидитетом, старија лица, припадници етничких мањина, LGBTTIQ лица и други).

5. Развој система мјерења и евалуације

Евалуација успјешности комуникационих процеса и сарадње с медијима мора се спроводити континуирано, како квалитативно, тако и квантитативно.

Евалуација успјешности може се вршити на мјесечном, кварталном или годишњем нивоу, зависно од потреба правосудне институције.

На основу резултата евалуације, правосудне институције могу да доносе мјере и механизме за унапређење комуникационих процеса или одржавање жељених резултата.

Квалитативно мјерење:

- задовољство новинара/ки сарадњом с правосудним институцијама (анкете, истраживања, интервјуи);
- успјешност сарадње медија и правосудних институција (годишње резимирање како би се на основу резултата креирали наредни кораци);
- ниво повјерења јавности (анкете, истраживања...).

³ Чаушевић, Ј., Злотрг, С., Начини за превладавање дискриминације у језику у образовању, медијима и правним документима, Сарајево, 2011.

⁴ Чаушевић, Ј., Злотрг, С., Начини за превладавање дискриминације у језику у образовању, медијима и правним документима, Сарајево, 2011.

Квантитативно мјерење

- Број медијских објава (press kliping, гостовања у медијима, изјаве за медије)
- Аналитика друштвених мрежа (број пратилаца/тељки, досег, ангажман пратилаца/тељки)

Посебно је важно водити евиденцију објава и вршити селекцију позитивних и негативних, како би се у складу с тим дефинисале будуће активности.

ИНДИКАТОРИ УСПЈЕШНОСТИ

Активност	Квантитативни показатељ	Kvalitativni pokazatelj
Press kliping	Број објављених саопштења, емитованих прилога, интервјуа	<ul style="list-style-type: none"> - Тачност/вјеродостојност пренесених информација - Начин извјештавања – позитиван или негативан
Одговори на медијске упите	Број одговора	Реакције на одговоре
Саопштења за медије	Број објављених саопштења	Начин интерпретирања информације на основу саопштења
Конференције за медије	Број одржаних конференција	Начин интерпретирања информације по одржавању конференције
Интервју/изјава/гостовање	Број појављивања у медијима	Начин на који је представљена одређена тематика током медијског иступа
Медијско праћење активности	Број догађаја с присуством медија	Начин интерпретирања информације по одржавању активности
Едукације за новинаре/ке и запослене у правосудним институцијама	Број одржаних едукација	Реакција учесника/ца
Публикације/водичи за медије	Број објављених публикација/водича	Корисност у раду
Примјена водича и других докумената намијењених комуникацији с медијима од стране правосудних институција	Број институција у којим се примјењују	Корисност у раду



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



Комуникација с медијима и коришћење комуникационих алата / контролна листа





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



Комуникација с медијима и коришћење комуникационих алата / контролна листа

Пројекат унапређења ефикасности судова и одговорности
судија и тужилаца у БиХ – трећа фаза



САДРЖАЈ

Увод	5
Писање и дистрибуција саопштења за медије – контролна листа.....	6
Интервју / изјава за медије – контролна листа.....	14
Конференција за медије – контролна листа	17
Tips and tricks	20

Овај документ је припремљен уз финансијску подршку Шведске агенције за међународни развој и сарадњу (СИДА) у оквиру Пројекта унапређења ефикасности судова и одговорности судија и тужилаца у Босни и Херцеговини – трећа фаза, финансиран од стране Владе Краљевине Шведске (ИЦЕА). Садржај приручника искључиво је одговорност ВСТВ-а Босне и Херцеговине и не одражава нужно ставове Владе Краљевине Шведске.

УВОД

„Ако нешто није било у медијима, није се ни догодило.”

Односи с медијима заузимају кључну улогу у креирању имиџа и стварању позитивног публицитета институције. Од тога колико улажемо у изградњу односа с медијима зависиће и колико ћемо од медија позитивног или негативног добити.

Грађани/грађанке било које земље користе медије као један од основних извора информација, што даље указује на чињеницу да они итекако утичу на изградњу њиховог позитивног или негативног става о раду било које правосудне институције.

Важност изградње добрих односа с медијима посебно је видљива када желимо да пренесемо одређену поруку јавности. Односи с медијима нису „уради” и „заборави”, већ се базирају на добрим односима с новинарима, уредницима и другим запосленим у медијима те њиховом континуираном одржавању.

Медији и јавност очекују транспарентност, доступност и континуитет у уступању информација од свих правосудних институција, па и судова.

Када се пред вашим судом води поступак који привлачи посебну пажњу медија и јавности, од пресудне важности за повјерење грађана у рад суда је да овлашћено лице суда медијима и јавности обезбиједи благовремене, тачне, поуздане и свеобухватне информације о релевантним чињеницама које се односе на конкретан поступак, водећи рачуна о заштити интегритета свих лица повезаних с тим поступком.

С медијима комуницирамо на различите начине, зависно од поруке коју желимо да пренесемо и врсте медија којим поруку шаљемо, а неки од најпознатијих комуникационих алата које користимо у односима с медијима су: најаве и саопштења за медије, материјали за медије, конференције за медије, неформални састанци, брифинзи, интервјуи, изјаве, видео-материјали, прес центри на службеним веб-страницама, истраживања...

О квалитету комуникације, првенствено коришћења комуникационих алата и канала, зависе и резултати које прижељкујемо или очекујемо.

Кроз овај документ понуђен је низ практичних савјета и примјера квалитетног коришћења различитих комуникационих алата у сврху информисања јавности, креирања позитивног имиџа и публицитета, представљања резултата рада, али и успостављања добрих односа с медијима.

ПИСАЊЕ И ДИСТРИБУЦИЈА САОПШТЕЊА ЗА МЕДИЈЕ – КОНТРОЛНА ЛИСТА



Саопштење за медије представља најчешћи комуникациони алат јавних институција с медијима и јавношћу, који, ако се правилно и благовремено доставља, може да постигне жељене резултате.

Структура саопштења и генералне информације

Да би саопштење медијима било занимљиво, мора да садржи вијест, нешто битно ново и значајно у односу на тренутак. Не смијете да пишете саопштење за медије, морате да пишете вијест!

Како постићи жељену форму саопштења?

Незамјенљиво правило писања вијести је правило 5 W + 1 X. То значи да новинарска правила говоре да, ако желите да напишете вијест, морате да одговорите на 5 питања:

5 W + 1 X	
КО (WHO)	је субјект приче, о коме је ријеч?
ШТА (WHAT)	је тема приче?
КАД (WHEN)	се догађај одиграо (или ће се одиграти)?
ГДЈЕ (WHERE)	се одиграо (или ће се одиграти)?
ЗАШТО (WHY)	је информација важна / шта је узрок догађаја који је у информацији?
+	
КАКО (HOW)	се то догодило?

5W+1X

Одговори на ова питања требају се наћи већ у првом пасусу саопштења.

Структура саопштења је слична новинарској вијести и препоручује се правило „обрнуте пирамиде”

- Први пасус саопштења треба да садржи најважније информације (вијест);
- Пасуси који слиједу проширују те најважније информације и дају додатне појединости по редоследу њихове важности;
- Најмање важне информације налазе се на крају саопштења.



Наслов саопштења

Наслов има пресудну улогу за читаност текста, али и за медије. Уредници и новинари најчешће на основу наслова праве процјену да ли ће достављеном саопштењу посветити више или мање пажње.

Због неадекватног наслова често се може десити да саопштење које сте упутили остане непрочитано или недовољно запажено. Стога се креирању самог наслова треба посветити много пажње.

Наслов саопштења треба да буде концизан, а из њега треба да буде могуће јасно утврдити садржај и тему саопштења. **Број предмета и други формални елементи не треба да буду наведени у наслову саопштења.**

Наслов треба да буде кратак, јасан и атрактиван и мора да доноси новост.

Примјери наслова:

Примјер наслова који не поштује наведена правила:
ОБАВИЈЕСТ ЗА СТРАНКЕ – Седмице судске нагодбе

Примјер наслова који ће привући пажњу:
Седмице судске нагодбе од 9. до 25. новембра – ријешите спор брже и јефтиније!

Уводне информације

Свако саопштење у свом уводном дијелу треба да садржи кључне информације о контексту и суштини информације која се жели подијелити с медијима и јавношћу.

У предметима који привлаче посебну пажњу медија најчешће ћете имати потребу да информације више пута подијелите с медијима путем саопштења. У тим ситуацијама је погрешно вјеровати да је лице које чита саопштење за медије претходно прочитало сва остала саопштења у вези с конкретним предметом. Управо зато уводни дио саопштења треба да понуди најновије информације, а у наставку да понуди додатне повезнице и појашњења.

Садржај саопштења

У овом дијелу саопштења потребно је презентовати свеобухватну информацију о чињеницама које се желе подијелити с медијима и јавношћу. Без обзира на то да ли се ради о саопштавању информације која се односи на одређену судску одлуку или на одређену процесну ситуацију која је актуелна, овај дио саопштења треба да на јасан, разумљив и начин који је лишен непотребног формализма понуди медијима информацију која је кључна за правилно разумијевање конкретне ситуације.

Кад год је могуће, приликом писања саопштења, пожељно је нагласити улогу суда у конкретној процесној ситуацији или поступку. Погрешно је претпоставити да је конкретно лице које ће, на основу достављеног саопштења, писати медијску вијест или креирати ТВ прилог упознато са стварима које судија подразумева.

Када пишемо саопштење, информацију за медије?

Саопштење пишемо када имамо нешто ново рећи медијима или јавности након:

- организованог догађаја;
- одржаног рочишта, суђења, изрицања пресуде;
- законских промјена;
- промјена у раду институција које су од интереса за јавност;
- увођења новитета, нових услуга, правила...

Када шаљемо саопштење за медије?

Благовременост слања саопштења један је од кључних параметара од ког зависи да ли ћемо саопштењем остварити жељени циљ.

Приликом слања саопштења потребно је водити рачуна:

- да саопштење буде дистрибуирано одмах по одржавању догађаја, завршетка суђења, изрицања пресуде, одржавања рочишта...
- о датумима и данима у седмици када шаљете саопштење. Покушајте избјећи празнике, значајне датуме, обиљежавања догађаја и све што може да заокупира медијску пажњу и вашу информацију/саопштење стави у други план

Разлика између најаве и саопштења

Форма најаве најчешће се користи приликом позивања новинара да прате догађај који суд организује или претходи самом саопштењу.



Форма најаве садржи основне информације о мјесту и времену одржавања, организатору и теми, док саопштење садржи додатне информације и обично се шаље по завршетку неког догађаја, активности, да би се објавила изјава или заузео став око проблема, да би се дале опште информације или допуниле најновије вијести.

Како написати добро саопштење за медије?

Саопштење мора да буде граматички исправно и разумљиво

- Реченице и пасуси у саопштењу за медије треба да буду кратки, тако да их уредник или новинар може брзо прегледати;
- Саопштење не би смјело да садржи жаргон, скраћенице, необјашњене појединости или клишеје;
- Саопштење треба да буде писано уз коришћење ријечи и фраза из свакодневне употребе, које су разумљиве сваком члану друштва;
- Препоручује се избјегавање сувопарних увода, попут: Дана 15. 8. 2020. године одржано је... или ...Суд је данас окупљеним новинарима представио детаље предмета број 8542 који се односи на...

“Одмах дајте новинарима најважније информације”



Навођење иницијала или имена странака у поступку и чланова закона

- Код навођења идентитета странака у судском поступку препоручује се примјена правила дефинисаних кроз Смјернице о објављивању судских и тужилачких одлука на веб-страницама правосудних институција, које је ВСТС БиХ усвојио 2014. године.
- С обзиром на то да је ријеч о документу чије су измене могуће, принципе објављивања идентитета кроз саопштења за медије потребно је усаглашавати с евентуалним изменама примарног документа.
- Чланове закона није неопходно наводити у саопштењу за медије. Уредници и новинари, ако постоји потреба, на основу саопштења додатно ће истраживати специфичне судске предмете, пресуде, одлуке...



Техничке спецификације саопштења

- Саопштење треба да буде концизно, јасно и фокусирано на информацију која се жели подијелити с медијима и јавношћу и не би требало да прелази једну страницу А4 формата (фонт 12, нормалан проред);
- Препоручује се раздвајање пасуса због лакше и брже прегледности саопштења;
- Препоручује се двоструки размак између пасуса;
- Треба користити обичан папир, по могућности да садржи меморандум с називом и адресом организације на врху;
- Принт треба да буде само с једне странице листа.



На врху стандардног саопштења за јавност налазе се сљедећи подаци:

- датум објављивања саопштења за јавност;
- име, број телефона и факса те електронска адреса лица за контакт;
- вријеме објављивања, ако је потребна назнака да се информације не смију објавити прије одређеног рока, тако да новинари имају времена да прочитају материјале и обраде информације, што је важно ако је прича сложена. У том случају напишите „НЕ ОБЈАВИТИ ПРИЈЕ” те датум и тачно вријеме када се информације могу пустити у јавност;
- наслов, у ком су сажете вијести из саопштења за јавност, који привлачи пажњу потребно је додатно истаћи.

Како треба да изгледа саопштење за медије које је реакција на кризну ситуацију?

Када саопштење представља реакцију/одговор на актуелну кризну ситуацију, имајте на уму да новинари од вас очекују да им кажете:

- Шта се догодило?
- Због чега је дошло до кризне ситуације?
- Шта се предузима да се криза превазиђе?

Шта је важно?

- Саопштење треба да има својеврстан одговор на кризну ситуацију;
- Саопштење треба послати благовремено – реаговати одмах!
- Одговор мора да буде брз, јасан и отворен;
- Треба износити само тачне информације;
- Потребно је да саопштење буде без двосмислене комуникације;
- Саопштење треба да има тон прилагођен тренутној ситуацији (без упуштања у расправе, личне обрачуне, нападе);
- Прва реакција у кризној ситуацији диктира тон наредне комуникације.

Како дистрибуисати саопштење?

Најефикаснији начин достављања саопштења медијима је његово слање електронском поштом.

Када је објављивање саопштења на веб-страници суда пропраћено и електронским достављањем саопштења медијима, може се очекивати ефикаснији процес пружања информација.

Новинари дневно добију велики број саопштења за медије, те је стога неопходно предузети све кораке који ће обезбиједити да уредник/новинар прочита и објави саопштење, а ти кораци су:

- креирање „мејлинг листе” свих релевантних медијских адреса за ваш суд, укључујући и локалне медије;
- приликом слања имејла, код адресирања користити bcc (немојте „мејлинг листу” дијелити с другим корисницима);

- наслов имејла треба да одговара наслову саопштења; избегавајте називе као што су саопштење за медије, информација за медије; субјектом имејла треба да привучете пажњу уредника/новинара;
- у прилогу имејла доставите релевантне фотографије, видеоматеријал или други садржај, ако њиме располажете;
- водите рачуна о величини датотека које прилажете јер поједини медији посједују ограничења.



Информације које саопштење треба да обавезно садржи

Контакт информације: Саопштење за медије треба да садржи контакт податке, укључујући име и презиме контакт лица, број телефона и имејл адресу лица од ког медији могу да добију додатну информацију.

Број предмета: Ако се саопштење за медије односи на конкретан судски поступак, потребно је навести број предмета како би медији, евентуално, могли лакше да поднесу захтјев за приступ информацијама у складу с релевантним прописима.

Додатне информације

Упутство за приступ информацијама под контролом суда мора да буде јасно истакнуто на веб-страници суда. Ако је технички изводљиво, саопштење за медије, које се објављује на веб-страници суда, треба да садржи линк на поменуте информације.

Поред тога, веб-страница суда треба да садржи јасно истакнут Рјечник правних појмова за новинаре, а саопштење за медије, ако је то технички изводљиво, треба да садржи линк на поменути рјечник.

Примјер саопштења за медије:

Header: Доставити на меморандум суда.

Footer: Исписати контакт податке суда (Ако меморандум суда не садржи контакт податке суда – или се подаци за контакт лица одређена за комуникацију с медијима разликују од података за контакт суда на меморандуму – навести податке за контакт с медијима).

Саопштење за јавност

Седмице судске нагодбе од 23. маја до 3. јуна у судовима у БиХ – ријешите спор брже и јефтиније!

(Сарајево, 20. 5. 2022.) **У свим првостепеним и другостепеним судовима у Босни и Херцеговини у периоду од 23. маја до 3. јуна 2022. године, на иницијативу Високог судског и тужилачког савјета БиХ, биће одржане Седмице судске нагодбе током којих странке на бржи и економичнији начин могу да ријеше своје спорове.**

Ријеч је о могућности да се судски спор ријешити на бржи начин, нарочито у предметима који се односе на наплату комуналних и сличних услуга мале вриједности, радне спорове, исплату дугова и наплату новчаних потраживања, накнаду штете, подјелу ствари и некретнина у заједничком власништву, уређење међа, материјална давања, породичне спорове и спорове у вези с алиментацијом и друго.

Закључивањем споразума, који има исту правну снагу као и судска пресуда, и странке и суд су поштеђени дуготрајног вођења судског поступка, непотребног прибављања и извођења доказа, одлагања/одгађања рочишта, дуготрајног поступка намирења, евентуалног другостепеног поступка те се избјегавају бројни додатни трошкови редовног судског поступка.

Странке које су заинтересоване и желе своје предмете ријешити судском нагодбом могу се самостално, преко свог заступника или у договору са супротном страном обратити суду те писаним приједлогом или на други начин предложити закључење судске нагодбе. **Важно је нагласити да странке судску нагодбу могу да склопе и независно од периода одржавања Седмица судске нагодбе.**

Интензивнија примјена овог института значајно би растеретила рад правосудних институција, што би истовремено значило мање трошкове за странке у судском поступку, али и бржи приступ грађана и пословних субјеката правди.

Седмице судске нагодбе, почевши од 2016. године, ВСТС БиХ реализује у сарадњи са свим првостепеним и другостепеним судовима у БиХ с циљем промовисања судске нагодбе као мирног, бржег и економичнијег начина рјешавања спорова. **За све додатне информације обратите се:**

Ана Анић, стручна сарадница за односе с јавношћу

Тел: 035 111 222

Имејл: ana.anic@pravosudje.ba

Примјер позива / најаве за медије

Позив за медије Дан отворених врата за представнике медија

Високи судски и тужилачки савјет Босне и Херцеговине организује Дан отворених врата за представнике медија током ког ће бити представљене актуелне информације о раду Савјета и тренутним активностима.

Дан отворених врата биће организован:

**у сриједу, 17. новембра 2021. године
зграда ВСТС-а БиХ, с почетком у 11:00 сати.**

Предвиђено је представљање актуелних информација о раду ВСТС-а БиХ и најаву организовања догађаја Седмице судске нагодбе.

Биће представљене и информације о досадашњим активностима које је ВСТС БиХ спровео с циљем унапређења тренутних комуникационих пракси и повећања транспарентности рада кроз пројекат „Унапређење ефикасности судова и одговорности судија и тужилаца у БиХ”, који се реализује у сарадњи са Шведском судском администрацијом.

Након представљања свих релевантних информација, предвиђен је неформални дио дружења с новинарима, с циљем додатног идентификовања сегмената за унапређење сарадње између медија и правосудних институција.

Током догађаја присутним ће се обратити:

За све додатне информације обратите се:

Ана Анић

стручна сарадница за односе с јавношћу

Тел: 035 111 222

Имејл: ana.anic@pravosudje.ba



ИНТЕРВЈУ / ИЗЈАВА ЗА МЕДИЈЕ – КОНТРОЛНА ЛИСТА

Интервју, као и изјава за медије, представља врсту јавног наступа. Разлика између интервјуа и изјаве за медије је у дужини трајања и начину емитовања, али и једна и друга форма захтијевају психичке и физичке припреме, ако желимо да постигнемо резултате.

Начин и интензитет припрема зависе и од саме врсте медија на ком ће интервју или изјава бити емитовани. Припреме и начини вођења интервјуа нису исти за ТВ, радио или принтани медиј.

„Кључ сваког успешног јавног наступа је припрема!”

Кад вам се обрати новинар или медијска кућа, настојте да се детаљно упознате с разлогом интересовања медија и детаљима који би могли да буду предмет посебне пажње медија.

Покушајте да претпоставите која питања би могла да буду постављена током интервјуа, како бисте били боље припремљени или једноставно тражите од уредника/новијара да вам достави питања.

Размислите на који начин бисте требали формулисати одговоре на претпостављена питања, како бисте пренијели свеобухватну, тачну и прецизну информацију и како бисте смањили могућност погрешне интерпретације.

Ако немате искуства с јавним наступом, покушајте вјежбати одговоре на очекивана питања. Временом ова пракса ће вам помоћи да изградите самопоуздање у јавном наступу.

Ако сматрате да је одређену чињеницу потребно посебно нагласити ради потпуног разумијевања конкретне питања, размислите у ком контексту (одговору на које очекивано питање) је најадекватније да ту чињеницу саопштите медијима.

Увијек се трудите да ваши одговори буду фокусирани на суштину питања које је изазвало посебну пажњу медија и јавности и настојте да не правите дигресије које би могле да буду погрешно интерпретиране.

Ако нисте у могућности да одговорите на одређено питање, на јасан и прецизан начин настојте да то објасните саговорнику. „Немам коментар” никада не би требало да буде опција за одговор.

Настојте да будете пријатни у разговору, али заузмите одлучан став.

Како припремити квалитетну изјаву за медије?

- Изјава је формат дужине до 45 секунди (потрудите се да све што је важно кажете у овом времену);

- Нека одговори буду кратки;
- Изјава за медије углавном представља коментар на актуелно дешавање, изношење виђења/става институције;
- Кључну поруку изнесите на самом почетку;
- Некада ћете се наћи у ситуацији да изјаве за медије даје више говорника, у том случају понављајте суштину ваше поруке да бисте повећали шансе да се она појави као главна тема;
- Говорите концизно;
- Не користите дуге реченице! (избјегните могућност да одговор буде „извучен“ из контекста);
- Увијек требате имати једну фразу, закључак, нешто за шта ће се медији „ухватити“ (актуелно, привлачно медијима, нешто што ће изазвати пажњу јавности);
- Немојте да користите фразе типа: као што сам раније рекао...; временске одреднице... (не знате када ће изјава бити емитована);
- Ако говорите пред више новинара, немојте их ословљавати именом ако не познајете сваког од њих.



Савјети за ТВ интервју

- Проучите садржај и стил емисије у којој ћете гостовати;
- Размислите о публици која ће гледати емисију;
- Размислите о новинару, уреднику (да ли је провокативан, шта можете да очекујете?);
- Прије наступа напишите максимално три ствари које желите да истакнете;
- Не допустите да вас „одвуку“ на друге теме;
- Никада не користите непровјерене информације;
- Прегледајте најважније текуће медијске теме;
- Прилагодите одјећу;
- Прилагодите невербалну комуникацију;
- Задржите професионалан однос с новинаром/уредником, без обзира на евентуално раније познанство;
- Избјегавајте неконтролисане реакције ако нисте једини саговорник (не дозволите да вас одговори других учесника спријече у преношењу поруке на жељени начин).

Савјети за радио-интервју

- Одредите шта желите да кажете током интервјуа;
- Користите се неформалним „свакодневним“ језиком;
- Немојте да користите компликоване правне/стручне изразе;
- Немојте да користите жаргон;
- Не причајте као да сте на састанку или се обраћате на неком скупу;
- Користите анегдоте/приче, визуализујте (да бисте задржали пажњу слушаоца).

Не заборавите, радио-интервју нуди могућност да вас јавност искључиво чује. Не виде вас и не можете невербалним говором да употпуните вербални. Стога учините ваш говор довољно занимљивим да бисте задржали пажњу.

Интервју за принтане медије

Новинари који раде у принтаном медијима најчешће питања/е за интервју пошаљу имејлом, након чега одговоре парафразирају или преносе у цијелости.

Важно је да:

- знате у ком ће формату ваша изјава или интервју бити пренесени;
- знате на колико простора ће бити објављени (од тога зависи дужина ваших одговора);
- будете јасни приликом креирања одговора;
- не избегавате да вас новинар фотографише за потребе изјаве или интервјуа;
- тражите ауторизацију текста да бисте имали могућност проверити тачност наведених/пренесених података.

Шта ако добијете питање на које немате одговор или не желите одговорити?

Постоји могућност да се током интервјуа појаве питања и тврдње који би могли да угрозе слање жељене поруке. У том случају, циљ је разговор вратити у смјер који ће вам омогућити да испричате оно због чега сте ту, те да комуникацију вратите у жељени ток.

КАКО?

Користите такозване премоснице. Технике премошћивања наравно нису једини метод скретања пажње с нежељених питања, нити их се треба увијек придржавати, али могу да послуже као метод да се успјешно пошаље жељена порука.

Примјери премосница:

- 1. Дајте примјер „...на примјер...“**
У ситуацији у којој новинар/уредник наводи да јавност не вјерује раду правосудних институција, ви одговарате: „Чинимо све да се таква перцепција промијени. На примјер, последње истраживање показује одређене помаке...“
 - 2. Предложите да се ситуација сагледа у ширем контексту**
Новинар истиче да је у вашем суду присутна превелика корупција, а ви одговарате: „Проблем постоји, али проблем корупције је само један сегмент, погледајмо ствари у ширем контексту...“
 - 3. Скрените пажњу на други проблем**
Ако новинар истиче одређени проблем, пажњу преусмјерите на проблем који је за вас афирмативан на сљедећи начин: „...то није прави проблем. Прави проблем је...“
 - 4. Предложите други начин гледања на проблем**
„...хајде да то погледамо из другог угла...“, након чега ток комуникације враћате жељеном смјеру и истичете за вас битне информације и поруке.
-



КОНФЕРЕНЦИЈА ЗА МЕДИЈЕ – КОНТРОЛНА ЛИСТА

Конференција за медије је најзахтјевнији облик односа с медијима и мора да постоји разлог због ког се организује, односно мора да постоји нешто важно да се објави.

Циљ прес конференције може да буде да се нешто објави, да се представе резултати, анализе, закључци, подаци...

Шта је потребно за успјешну прес конференцију?

- Провјерити да ли је вијест заиста јако важна / одредити тему конференције;
- Одабрати мјесто одржавања конференције;
- Одабрати вријеме одржавања конференције;
- Уредити простор;
- Обавијестити новинаре / послати информацију за медије о одржавању прес конференције;
- Позив за медије треба да садржи: вријеме и мјесто одржавања конференције, разлог организовања конференције за медије, имена и презимена говорника. Најава за медије треба да је кратка и једноставна и да садржи основне информације. Најаву за медије је најбоље послати унапријед, 24 до 48 сати прије.
- Одредити лице које води конференцију (модератора);
- Одредити лица која ће се обратити новинарима (говорнике);
- Припремити материјале за новинаре;
- Имајте припремљену информацију за медије, не дужу од двије или три стране и имајте довољно копија за све новинаре. На тај начин новинарима/уредницима дајете додатне информације, али и повећавате могућност да ће они пренијети информације јавности. Део информације могу да буду и извјештаји, резултати истраживања...

Какав треба да буде ток прес конференције?

- Дочекати новинаре, припремити листу за попис новинара и осталих посјетилаца;
- На почетку рећи колико ће трајати конференција и представити говорнике;
- Одржати излагања, с тим да водите рачуна да говори морају да буду кратки;
- Обезбиједити довољно времена за питања новинара;
- Подијелити писани материјал.

Како изабрати локацију одржавања конференције за медије?

- Локација треба да буде лако доступна;
- Треба имати довољно простора за представнике медија и њихову опрему;
- Потребно је да има адекватно освјетљење и опрему за озвучење;
- Локација треба да буде таква да можете да обезбиједите простор за камере;
- Брендирате простор иза говорника (поставите банере или друга обиљежја која су дио вашег визуелног идентитета).

Како дефинисати дан и вријеме одржавања конференције за новинаре?

Размислите о датумима и данима у седмици када заказујете конференцију за медије. Водите рачуна да се дан одржавања конференције за медије не преклапа с празницима или значајним датумима обиљежавања.

- На основу досадашњих искустава и пракси, уторак, сриједи и четвртак препоручују се као најпогоднији дани за организацију догађаја;
- Конференцију за медије не треба заказивати прије 10.00 и после 14.00 сати;
- Будите свјесни времена које вам је на располагању, конференција за медије не би требало да траје дуже од 30 минута;
- Водите рачуна да осим времена за излагање говорника оставите и довољно времена за питања новинара.

Савјети за организацију успјешне конференције за медије

- Конференцију за медије почните у термину у ком сте је најавили, немојте да касните;
- Немојте да дајете појединачне интервјуе медијима прије него што почнете јер на тај начин можете да оставите дојам да фаворизујете поједине медије, што вам никако не иде у корист у изградњи добрих односа с медијима. Појединачне изјаве се могу дати након конференције;
- Поставите поред улаза у просторију сто с материјалима за новинаре и промотивне материјале, као и листу представника медија;
- Одредите лице које ће представницима медија пружити све потребне информације и које ће им бити на располагању, ако је то потребно.

Шта ако на прес конференцију нико не дође?

Припремите снимак изјава, видеоматеријал, фотографије, саопштење за медије и пошаљите новинарима.

Шта послије конференције?

- Пошаљите саопштење за медије, видео и аудиоматеријале те фотографије за новинаре који нису били у могућности присуствовати конференцији за медије;
- Пронађите објаве, текстове и прилоге с конференције (водите евиденцију о медијским појављивањима);
- Анализујте свој наступ – то ће вам омогућити да детектујете слабости, пропусте, али и направите побољшања.



Табеларни преглед кључних корака у организацији и одржавању конференције за медије:

Припрема	Након одржавања конференције за медије
Одредите датум и мјесто одржавања (будите сигурни да у то вријеме нема других занимљивих садржаја који ће привући медијску пажњу)	Пошаљите саопштење и друге материјале медијским кућама које нису биле присутне
Прилагодите простор (обезбиједите простор за говорнике, новинаре и камере, брендирајте простор...)	Евидентирајте број медијских објава о одржаној конференцији за медије и објављеним информацијама
Благовремено доставите позив и информације медијима	
Одредите говорнике и модератора	
Припремите сав потребни материјал за новинаре	
Прикупите контакт податке присутних новинара и уредника	

TIPS AND TRICKS



Препоруке приликом давања ТВ интервјуа

- Немојте да носите свјетлуцаву одјећу, одјећу која садржи ситне пруге, коцкице или тачкице.
- Немојте да носите накит који је масивнији, има одсјај или накит који помјерањем производи звукове. Све то може да ствара сметњу код гледаоца а вама да онемогући да пренесете жељену поруку.
- Ако је ријеч о интервјуу у ТВ студију, водите рачуна да се удобно смјестите да бисте избјегли „комешање” и нежељену невербалну комуникацију.
- Препоручује се избјегавање јарких боја одјеће.
- Коса не смије да прекрива лице.
- Ако дајете изјаву за медије док стојите, немојте се „клатити” или „љуљати”, заузмите чврст и стабилан положај.
- Када дајете изјаву за медије, гледајте у новинара који стоји до камере или у камеру.

Радио



- Немојте да производите механичке звукове (лупкање или паљење-гашење оловке).
- Водите рачуна о близини микрофона.
- Избјегавајте поштапалице.
- Обавезно обезбиједите да током интервјуа имате доступну воду.

Онлајн и принт

- Ако за потребе објаве у медијима достављате властиту фотографију, водите рачуна да фотографија буде пословна, а не приватна и да не угрожава ваш кредибилитет.

Конференција за медије

- Ако немате одговор на питање, или ако питање сматрате неприкладним, позовите новинара да накнадно разговарате на ту тему.
- Водите рачуна о невербалној комуникацији, тијелом говоримо колико и говорним апаратом.



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



Водич за креирање и управљање садржајима веб-страница





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



Водич за креирање и управљање садржајима веб-страница



фeбруар 2023.

САДРЖАЈ

УВОДНЕ НАПОМЕНЕ	5
СМЈЕРНИЦЕ ЗА КРЕИРАЊЕ КОРИСНИЧКИ ПРИЛАГОЂЕНЕ ВЕБ-СТРАНИЦЕ	6
КАТЕГОРИЗАЦИЈА САДРЖАЈА НА ВЕБ-СТРАНИЦИ	6
САДРЖАЈ НА ВЕБ-СТРАНИЦАМА ПРАВОСУДНИХ ИНСТИТУЦИЈА	8
КРЕИРАЊЕ САДРЖАЈА ПРЕМА ЦИЉНИМ ГРУПАМА	10
ПРЕПОРУКЕ ЗА ДОДАТНО УНАПРЕЂЕЊЕ ВЕБ-СТРАНИЦЕ	12

Водич за креирање и управљање садржајима веб-страница документ је Високог судског и тужилачког савјета Босне и Херцеговине (ВСТС БиХ) који је израђен у сарадњи са Судском администрацијом Шведске у оквиру пројекта „Унапређење ефикасности судова и одговорности судија и тужилаца у БиХ – трећа фаза“, који се реализује уз финансијску подршку Краљевине Шведске.

УВОДНЕ НАПОМЕНЕ

Веб-страница представља један од основних комуникационих канала правосудних институција, који омогућава благовремено информисање јавности, што у значајној мјери може да утиче на укупну слику јавности о раду, како појединачних правосудних институција, тако и правосуђа у цјелини.

Благовремена доступност информација и редовно ажурирање садржаја на веб-страницама судова је важна активност, коју све правосудне институције треба да спроводе предано и одговорно.

На сједници одржаној 23. и 24. новембра 2010. године Високи судски и тужилачки савјет Босне и Херцеговине (ВСТС БиХ) усвојио је Правилник о одржавању веб-страница правосудних институција у оквиру Правосудног портала.

Правилником су прописана правила, процедуре, организациона структура садржаја и стандарди који су правосудне институције у Босни и Херцеговини дужне да поштују при одржавању својих званичних веб-страница у оквиру Правосудног портала: www.pravosudje.ba.

Правилником је уређен начин вођења службених веб-страница правосудних институција у оквиру Правосудног портала, који обухвата:

- а) уједначеност структуре и начина представљања садржаја,
- б) поједностављено управљање објављеним садржајем,
- ц) побољшање приступачности и сврсисходности веб-страница правосудних институција,
- д) пружање поузданих информација и услуга,
- е) стандардизовани начин додјеле поддомена "pravosudje.ba" свим правосудним институцијама.

Иако су Правилником дефинисане информације које морају да буду објављене на веб-страницама, уочена је потреба за додатним спецификавањем саме структуре и начина креирања садржаја на веб-страницама који је од значаја за ширу јавност.

Ријеч је о врло значајном сегменту који захтијева систематичан приступ и посвећеност.

Циљ документа Водич за креирање и управљање садржајима веб-страница јесте да пружи својеврсне упуте запосленицима/ама правосудних институција задуженим за креирање садржаја за веб-странице с циљем остваривања ефикасне комуникације путем овог комуникационог канала.

Како је Правилником дефинисано, уреднички тим веба укључује најмање сљедеће особе: главни/а уредник/ца, уредник/ца веб-садржаја, веб-администратори, а поред наведених функција може да укључује и друге запослене у установи као што су шефови/ице одјељења, носиоци/тељке правосудних функција и др., те је задужен за квалитет садржаја странице.

СМЈЕРНИЦЕ ЗА КРЕИРАЊЕ КОРИСНИЧКИ ПРИЛАГОЂЕНЕ ВЕБ-СТРАНИЦЕ

Веб-страница један је од основних канала комуникације правосудних институција с различитим циљним групама. Веб-странице служе за пласирање различитих врста садржаја и једна су од првих контакт тачки с правосудним институцијама.

Да би веб-страница била кориснички прилагођена односно да би била једноставнија за коришћење, потребно је:

- знати што кориснику/ци треба и имати квалитетан садржај који задовољава те потребе;
- извршити квалитетну категоризацију садржаја.

Уколико задовољава ова два услова, може се очекивати да ће задовољити потребе корисника/ца и извршити своју основну намјену – пренијети жељену поруку од пошиљаоца/тељке до примаоца/тељке.

КАТЕГОРИЗАЦИЈА САДРЖАЈА НА ВЕБ-СТРАНИЦИ

Посјетилац/тељка странице своје прво корисничко искуство заснива већ при првој посјети интернет локације, стога је важно да приступ информацијама које тражи буде што једноставнији.

То ће се првенствено постићи кроз квалитетну и циљним групама прилагођену категоризацију садржаја. Добра структура странице омогућиће корисницима/ама да лакше приступе садржају који им је потребан.

Ту се првенствено подразумеива да садржај буде прегледан, селектован у одговарајућим категоријама и лако доступан.

Како вршити селекцију садржаја према категоријама?

Тако што ће сав садржај да буде:

- смјештен у категорије одговарајућег назива и
- разврстан према потребама различитих циљних група.

Табеларни приказ категоризације садржаја:

Категорија рад суда треба да садржи све релевантне информације о суду обухваћене кроз поткатегорије, као што су: надлежности, уређење, запослени, историјат, статистика рада, запошљавање у суду, интерактивна мапа која омогућава праћење протока предмета, распоред рочишта...

Категорија огласна табла за странке у суду требала би да садржи све релевантне информације које су од интереса, првенствено за странке. Категорије рад суда и огласна табла не би требале да се садржајно преклапају.

Огласна табла требала би да представља својеврстан кутак за грађане/ке и да садржи све за њих значајне информације као што су оне о различитим поступцима, услугама, накнадама, остваривању права... Те информације могу да занимају и друге циљне групе, али требало би их написати и сортирати првенствено за странке.

Све информације, због прегледности и лакшег приступа корисника/ца, требале би да буду доступне кроз поткатеорије.

Посебну пажњу потребно је посветити лицима/странкама које су укључене у неки судски поступак и кроз специфичан садржај одговорити им на за њих важна питања (шта могу да очекују од поступка, процјена трајања и трошкова...).

Категорија ваша питања треба да садржи одговоре на најчешће постављена питања с којим се институција сусреће. У овој категорији не би требао да се налази превелик број одговора, већ само оних најчешћих и најспецифичнијих. Уколико ипак постоји већи број питања, потребно их је груписати према одређеним насловима.

Категорија односи с јавношћу треба да садржи информације релевантне за представнике/це медија као и ширу јавност.

У овој категорији треба да се налазе све актуелности и саопштења везана за рад правосудне институције. При томе је потребно водити рачуна да се прави јасна селекција између саопштења и актуелности. Саопштења се односе на све информације које су достављене медијским кућама и као такве учињене доступним за ширу јавност, док у секцији актуелности треба да буду доступне све друге информације о раду институције као што су обавјештења о промјени радног времена, реализованим активностима...

У овој категорији треба да се нађу и судске одлуке и пресуде, посебно оне које су од битног значаја за јавност. У овом случају треба водити рачуна да правосудна институција интерпретира одлуку или пресуду на медијима и јавности разумљив начин, у виду информације за медије, а оригиналну одлуку или пресуду, у складу са Смјерницама о објављивању судских и тужилачких одлука које је ВСТС БиХ усвојио 2014. године, објави пропратно у PDF формату. Није довољно да се објави само скенирана одлука или пресуда!

Такође, саставни дио ове категорије треба да буду и поткатеорије које ће садржавати промотивне материјале, публикације, мултимедију, правилнике о приступу информацијама, извјештавању с рочишта и друге релевантне документе.

Свакако се препоручује да се неки материјали који су од интереса за странке у поступку нађу и у категорији односи с јавношћу и у категорији огласна табла.

Категорија јавне набавке треба да садржи све информације које се односе на процес јавних набавки, а укључују:

обавјештења о набавци, извршењу и све друге информације неопходне за постизање задовољавајућег нивоа транспарентности.

Категорија контакт треба да садржи све најзначајније контакт телефоне и имејл адресе. Такође, уколико институција има налоге на друштвеним мрежама у овој категорији, треба да буду доступне повезнице ка друштвеним мрежама.

*** Кроз табеларни приказ наведени су примјери који нужно не дефинишу суштински садржај већ служе као показни примјери.**

САДРЖАЈ НА ВЕБ-СТРАНИЦАМА ПРАВОСУДНИХ ИНСТИТУЦИЈА

Када је извршена квалитетна категоризација, слједећи задатак је понудити квалитетан садржај.

Веб-садржај се састоји од информација које могу да буду у облику текста, слике, табеле, листе, аудио и видео-записа.

Свака правосудна институција, у циљу добре и квалитетне комуникације с корисницима/ама, дужна је да својим дјеловањем обезбиједи развој веб-странице обогаћујући њен садржај званичним информацијама које су тачне, благовремене, граматички и правописно исправне, једноставно написане и јасне.

Како је и раније поменути правилником прописано, садржај објављен на веб-страници треба да буде:

- Једноставан и разумљив – садржај би требао да буде креиран на начин који ће бити разумљив и јасан широј јавности. На примјер, уколико је ријеч о текстуалном садржају, он не би требао да буде писан службеним/правним језиком, већ уз коришћење терминологије која је позната широј јавности, узимајући у обзир разнолику образовну структуру циљних група.
- Чист и сажет – садржај не би требао да буде оптерећен беспотребним информацијама које нису од посебног значаја за крајњег корисника/цу. „Мање је више” представља формулу која се препоручује у креирању садржаја за веб-странице, дакле са што мање текста крајњем кориснику/ци пренијети све суштинске информације.
- Службен и потпун – садржај би требао да буде сачињен од службених, званичних и потпуних информација те да садржи ноту званичности која неће угрожавати разумљивост и једноставност садржаја.
- Ажуран – садржај на веб-страници требао би да буде актуелан, што је могуће постићи његовим континуираним ажурирањем, посебно у оном дијелу који је од значаја за ширу јавност.
- Граматички и правописно исправан – такав садржај је значајно релевантнији од оног који обилује грешкама, па и оним случајним. Препорука је да сваки садржај буде детаљно преконтролисан у правописном и граматичком смислу прије саме објаве.

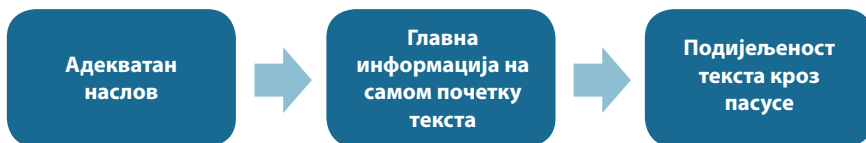
Садржај на веб-страницама доступан је широј јавности и намијењен је за више циљних група, стога треба да буде прилагођен њиховим потребама.

У контексту текстуалног садржаја посјетиоцу/тељки веб-странице важно је сљедеће:

Наслов треба да понуди основну информацију, да буде занимљив и јасан. На основу наслова читалац/тељка одлучује да ли ће додатну пажњу посветити самом тексту. Стога правосудне институције треба да воде рачуна о овом сегменту јер је њихов крајњи циљ да одређена информација дође до одређене циљне групе.

Треба избјегавати наслове као што су: **„Обавјештење за странке“** или **„Изречена првостепена пресуда у предмету број: 33 К 199854 22 К“**. У оба случаја кроз наслов би требала да буде понуђена кључна информација. На примјер, уколико се наслов **„Обавјештење за странке“** односи на промјену радног времена, требао би да гласи **„Писарница суда 31. 12. 2022. ради скраћено, до 14.00 часова“**. Тако би посјетиоци/тељке странице добили корисну информацију, док у првом случају вјероватно не би ни кликнули на наслов и прочитали обавјештење.

Прегледност текста првенствено се односи на начин објављивања текста на веб-страници. Да би читаоцу био прегледан, текст би требао да буде адекватно структуриран.



Стога раздвојите дуге реченице и параграфе, јер је такав текст читаоцу/тељки прегледнији и лакши за читати. Текст обавезно треба да садржи фотографију или адекватан визуал јер ће то привући пажњу читаоца/тељке. Посјетиоци/тељке странице скоро увијек, како показује пракса, прије примјећују визуелно него текстуално.

Приликом креирања визуала или одабира фотографија, потребно је водити рачуна да фотографије, визуали и сви други садржаји задовољавају све ставке о заштити ауторских права.

Такође, текстови не треба да буду сувише дуги, радије користите повезнице (линкове) на друге текстове или материјале који ће кориснику/ци понудити додатне информације.

Релевантност садржаја – Осим правописне и граматичке исправности, текст мора да садржи тачне и провјерене информације. Непотпуне, непровјерене и нетачне информације не смију се наћи на веб-страници. Квалитет писаног садржаја одређује и доступност на интернет тражилицама, што је разлог више за додатни ангажман.

Коришћење веб-страница, као једног од основних комуникационих канала правосудних институција, има два примарна циља: да понуди јавности транспарентност и олакша приступ информацијама и услугама.

КРЕИРАЊЕ САДРЖАЈА ПРЕМА ЦИЉНИМ ГРУПАМА

Селекцији садржаја који ће се наћи на веб-страници правосудне институције треба да приступе стратешки. Крајњи корисници/е треба да добију информације које су им потребне, стога се на веб-страници мора налазити актуелан и ажуриран садржај.

У контексту јачања транспарентности, од великог је значаја да веб-странице обухватају садржаје као што су:

- Интерактивна мапа
- Информације о поступцима јавних набавки
- Извјештаји о раду
- Проток предмета
- Вијести и саопштења

Као дио садржаја који корисницима/ама олакшава приступ информацијама и услугама препознаје се сљедеће:

- Информације о судским таксама
- Распоред рочишта
- Сервиси за приступ судским предметима путем интернета
- Информације о радном времену и друге корисне информације
- Организација суда
- Контакт

Садржај је неопходно континуирано уређивати и задржати само релевантне садржаје за читаоце/тељке.

Да би садржај на веб-страници био користан за посјетиоца/тељку, потребно је да лице задужено за уређивање садржаја, приликом креирања и селекције садржаја, користи перцепцију крајњег корисника/це, односно узима у обзир његове/њене потребе и навике.

Посјетиоци/тељке очекују:

- информације о услугама,
- брзе повезнице (линкове) које ће им понудити додатне информације,
- брзо доступан садржај.

Посјетиоци/тељке веб-странице су:

- грађани/ке,
- представници медија,
- представници невладиних организација, академске заједнице, правосудне заједнице.

Које информације траже грађани/ке?

Информације о томе шта могу да очекују у појединачним поступцима пред судом (у овом дијелу грађанима/кама би требале да буду доступне прегледне основне информације за сваки од поступака у којем би могли/е да учествују)
О цијенама судских такси и трошкова (у овом сегменту већ је развијен сервис калкулатор судских такси који би требао да буде видљив и доступан грађанима/кама те сврстан у категорију намијењену информисању и пружању услуга грађанима/кама)
О предвидивим роковима трајања по врстама предмета
О радном времену
Контакт информације
Информације о доступности електронских услуга О приступу свом судском спису

Које информације траже медији?

Саопштења за јавност (Водич за креирање саопштења доступан је на https://vstv.pravosudje.ba/vstvfo/B/141/article/117637)
Распоред рочишта
Пресуде и одлуке
Извјештаје о раду
Информације у вези с начином приступа информацијама
Информације о могућностима и условима за организовање интервјуа с релевантним саговорницима, фотографисању и снимању рочишта и друге релевантне информације
Контакт информације лица задуженог за односе с јавношћу

Које информације траже представници/е невладиних организација, академске заједнице, правосудне заједнице?

Публикације
Извјештаје о раду
Законске одредбе и правилнике

ПРЕПОРУКЕ ЗА ДОДАТНО УНАПРЕЂЕЊЕ ВЕБ-СТРАНИЦЕ

- Више информација – мање PDF-а

Објављивање информација у PDF-у тешко је за читање и сортирање и због потребе за додатним отварањем, корисници/е често одустају од садржаја. PDF, односно преузимање овог формата, води изван веб-странице што није наклоњено креатору садржаја. PDF потискује остале информације и није погодан за интернет претраживаче.

- Учините садржај доступним на тражилицима

Већина корисника/ца садржај тражи на интернет претраживачима, стога је од велике важности да садржај веб-странице буде релевантан и самим тим доступан на тражилици. Препорука је да веб-страница садржи квалитетан, ауторски садржај који садржи кључне ријечи (ријечи које ће се претраживати). Кључне ријечи су оне ријечи, појмови и фразе које лица уписују у тражилицу. Кључне ријечи потребно је користити кад год је то прикладно у тексту, али не треба претјеривати. Текст ипак треба да буде течан и природан.

Дијелови текста који морају да садрже кључне ријечи како би креирани садржај био што видљивији корисницима/ама приликом органске претраге су:

- о наслов
- о почетак текста
- о поднаслови

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 ...

Код креирања наслова не препоручује се коришћење опције bold, већ креирање занимљивих наслова који ће привући пажњу и који садрже кључне ријечи.

Нпр. наслов „Како израчунати судску таксу“ привући ће пажњу и велика је могућност да је управо то фраза коју ће корисници/е користити приликом претраживања.

- Именовање материјала

Приликом аплодовања материјала на веб-страницу, препорука је да се они именују адекватним називима. То се односи и на публикације, аудио и видео-

материјале, фотографије, визуале, као и све друге материјале који могу да буду саставни дио веб-странице. Материјали не треба да имају наслове као што су „финал, верзија4, документ2“, већ треба да имају назив који је конкретно везан за садржај јер само такви фајлови могу да се појаве у претраживачима.

- Мултимедијални садржај

Пожељно је да веб-страница садржи фотографије, инфографике и остала визуелна рјешења јер је такав садржај потпунији и корисницима нуди визуелно прегледнији садржај. Приликом одабира фотографија, визуала и свих других садржаја, потребно је водити рачуна да задовољавају све ставке о заштити ауторских права.

- Повезнице

У садржају, тамо гдје је то потребно или корисно, користите повезнице (линкове) који воде до друге локације на веб-страници како би корисници добили додатне информације.

Примјер:

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 Visokog sudskog i županijskog vijeća BiH (u nastavku VSTV) puštena mogućnost pregleda osnovnih statističkih podataka o radu sudova klikom na link https://pravosudje.ba/jgis/izvjestaj_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

📄 🗑️ 📄 📄

f in 📞 📧 🐦

Линк који води на интерактивну мапу требао би да буде доступан на главној страници у брзим повезницама, јер оваквом категоризацијом остаје недоступан широј јавности, а од значаја је за јачање транспарентности рада правосудних институција. Такође, требало би да буде наглашено да је ријеч о статистичком праћењу предмета корупције у судовима.

