

KOMUNICIRANJE
NEVLADNIH ORGANIZACIJ
V PRIMERU NAPADOV IN OMEJEVANJA
NJIHOVEGA DELOVANJA



DAMJANA

PONDELEK

KOMUNIKACIJSKI

ODZIV

NEVLADNIH

ORGANIZACIJ

NA NAPADE IN

KRIZNE SITUACIJE

Nevladne organizacije s svojim delovanjem, programi in stališči vstopajo na različna družbena polja in so pomemben sogovornik na političnem, socialnem, gospodarskem, izobraževalnem in številnih drugih področjih. Ko so v svoji zagovorniški funkciji, se poslanstvo in interesi nevladnih organizacij **križajo z različnimi centri moči**, ki si včasih prizadevajo za nasprotno cilje. Zato je pomembno, da **nevladne organizacije krepijo svojo mrežo podpornikov, hkrati pa dobro poznajo morebitne nevarnosti, ki lahko omejijo njihovo delovanje**. Ob aktivnih nasprotnikih je namreč treba računati na zahtevne krizne situacije ter se nanje pripravljati in odzivati odgovorno in profesionalno.

Posebno pozornost morajo nevladne organizacije posvetiti utrjevanju ugleda in krepitvi zaupanja – oboje se pridobi z dolgoročnim poštenim delom in odgovornim odnosom do vseh zadevnih akterjev, zlasti do sodelavcev in sodelavk, ključnih partnerjev in javnosti. **Krizne situacije, ki oslabijo ugled in zaupanje, so za nevladne organizacije najbolj kritične**, saj so pričakovanja, da bo nevladna organizacija v vsakem trenutku delovala **odgovorno in skladno s svojim poslanstvom**, velika, posledično pa tudi razočaranja v primeru, ko se pojavi dvom (npr. o tem, ali je nevladna organizacija ravnala skladno s svojim poslanstvom, gospodarno, odgovorno in pošteno). **Vodstvo nevladne organizacije naj bo zato s svojim ravnanjem in odločitvami za zgled**, obenem pa naj poskrbi, da bodo prav vsi sodelavci in partnerji razumeli, da sta ugled organizacije in zaupanje vanjo posledica dobrega, poštenega, odgovornega delovanja vsakega posameznika, ki deluje v imenu nevladne organizacije. Tu velja, da je bolje preprečevati morebitni zdrs v delovanje, ki bi ogrozilo zaupanje, kot reševati posledice. Organizacije potrebujejo več let, da popravijo škodo omajanega ugleda in zaupanja, kar še posebej velja za nevladne organizacije, pri katerih sta zaupanje in podpora javnosti pogosto najpomembnejša aduta in varovalki.

RANLJIVOSTI

NEVLADNIH

ORGANIZACIJ

Zavedanje, na katerih področjih je nevladna organizacija najbolj občutljiva in ranljiva, rešuje pred situacijami, ki bi lahko ogrozile sodelavce, programe in projekte v teku in v najtežjih primerih tudi obstoj nevladne organizacije. Zato mora vsaka nevladna organizacija te morebitne nevarnosti poznati in si prizadevati za napredek in odpornost organizacije na vseh področjih, še zlasti na tistih, kjer je več možnosti, da pride od zapletov. Ker se največkrat zaplete pri ljudeh, je najboljša **naložba v ljudi**, v prvi vrsti v **sodelavce, da imajo dovolj znanja, informacij in virov, da lahko odgovorno opravijo svoje delo**.

Nevladne organizacije so, glede na naravo svojega dela, izpostavljene različnim situacijam, ki bi lahko ohromile njihovo delovanje. Te situacije je dobro opredeliti, zapisati in skupaj s sodelavci razmisliti, kakšna je verjetnost, da se zgodijo, kakšen bi bil njihov vpliv na organizacijo in kako bi se v tem primeru odzvali zadevni akterji. Dobro razumevanje organizacijskih kapacitet in izpostavljenosti omogoča informirane odločitve nevladne organizacije, njenih podpornikov in partnerjev.

Ker pa se družbeno okolje spreminja in rastejo tudi pričakovanja, je modro **ocene lastnega položaja in nevarnosti** za svobodno delovanje nevladne organizacije redno preverjati, osveževati in dokumentirati. Hkrati je koristno izdelati **načrte za odzivanje na različne vrste kriznih situacij**, jih pripraviti v pisni obliki in redno posodabljati.

Nekaterih nevarnosti za svobodno delovanje nevladne organizacije ni mogoče zmanjšati, prav tako ni mogoče preprečiti nekaterih kriznih situacij, še zlasti tistih, ki jih sprožijo aktivni nasprotniki. Zato se mora vodstvo nevladne organizacije skupaj s sodelavci in sodelavkami redno posvetovati in pripravljati na **odzivanje v kriznih situacijah, saj sta odpornost na pritiske in pripravljenost na ustrezen odziv v kritični situaciji odločilni za ohranitev stabilnosti delovanja nevladne organizacije.**

Učinkovita komunikacija in posvetovanje z zadevnimi akterji sta sestavni del krepitve odpornosti nevladne organizacije. Noben posameznik nima vseh informacij, potrebnih za prepoznavanje, analizo in zmanjšanje nevarnosti za svobodno delovanje nevladne organizacije. Zato je pomembno vključiti ključne akterje, ki vam lahko pomagajo in vas podprejo. Drugače pa je v krizni situaciji – izkušnje kažejo, da se morajo organizacije v takem primeru opreti na notranje vire in zunanjo strokovno pomoč.

REŠEVANJE KRIZNIH SITUACIJ

Točka, na kateri posamezni incident ali situacija postane kritična ali krizna situacija za nevladno organizacijo, je odvisna od narave in resnosti situacije, obenem pa tudi od **odpornosti** organizacije, njene **zmožnosti hitrega odziva**, ravni **predhodnih izkušenj in priprav** na krizne situacije. Zaradi omejenih zmogljivosti, izkušenj in virov organizacije je lahko vsaka resnejša situacija za nevladno organizacijo kritična, prav tako pa je kritična vsaka situacija, ki jo ustvarijo **aktivni nasprotniki**, saj so pogosto kadrovske, finančne in organizacijske bistveno močnejši. V vseh teh situacijah, zlasti pa v tistih, ki lahko okrnijo ugled in zaupanje, nevladna organizacija pogosto potrebuje zunanjo pomoč pri odzivanju na kritične situacije v obliki svetovanja in strokovne podpore.

Vseh ranljivosti nevladne organizacije ni mogoče zmanjšati, prav tako določenih kriznih situacij – še zlasti tistih, ki jih sprožijo aktivni nasprotniki – ni mogoče preprečiti, zato se mora nevladna organizacija redno pripravljati na odzive v kritičnih situacijah, v kriznih situacijah pa potrebuje tudi zunanjo strokovno pomoč.

KAKO SE ODZVATI V KRITIČNI SITUACIJI

- >> Prizadevajte si za zmanjšanje nadaljnje škode, ki jo ima kritična situacija na ugled in delovanje nevladne organizacije, in za to, da ustavite vpliv te situacije na prizadete.
- >> Poskrbite za zaposlene, njihovo varnost in obveščenost.
- >> Zmanjšajte možne materialne posledice ter negativen vpliv kritične situacije na ugled organizacije in njeno nadaljevanje obstoječih programov.
- >> Poskrbite za dobro obveščenost ključnih akterjev – sodelavk in sodelavcev, članic in članov, partnerjev, financerjev in podpornikov. Bodite pozorni zlasti na tiste ključne akterje (zainteresirane strani, interesne skupine), ki se v konkretni krizni situaciji počutijo prizadete ali razočarane.
- >> Vzdržujte verodostojno, profesionalno komunikacijo v organizaciji in z vsemi zunanjimi ključnimi akterji.
- >> Poskrbite za enotno komunikacijo. Javna pojasnila v kritični situaciji naj daje predvsem vodstvo, ki naj bo pripravljeno na odziv v kritični situaciji.
- >> Komunikacija z vsemi ključnimi akterji in mediji naj bo poštena, profesionalna in pravočasna.

KRIZNA SITUACIJA V NEVLADNI ORGANIZACIJI

- Ko se znajdete v krizni situaciji, najprej **razmislite**:
- >> kakšno situacijo imate in kateri vidik je kritičen,
 - >> koga potrebujete v kriznem timu, da bo situacija kar najbolje in najhitreje rešena,
 - >> kateri akterji so ključni v tej krizni situaciji in kaj jih najbolj skrbi,
 - >> kako se boste odzvali z ukrepi,
 - >> kaj jim boste povedali.

Razmislite o dejstvih in pripravite pojasnila glede različnih vidikov kritične situacije, v kateri ste se znašli, na primer glede tega, kaj se je zgodilo, zakaj se je to zgodilo, kaj ste storili, da bi situacijo normalizirali, in kakšni so ukrepi in dejavnosti, ki jih načrtujete.

Na podlagi dejstev o tem, kaj se je zgodilo, oblikujte kratko **izjavo za javnost**. Začnite z najpomembnejšimi dejstvi, s katerimi želite seznaniti javnost. Pomembno je, da ste v svojih pojasnilih kratki, jasni in stvarni ter da navajate samo verodostojna dejstva. Slednje je pomembno zaradi varovanja vašega ugleda in ohranjanja zaupanja.

Komu boste poslali izjavo za javnost? Vaš cilj je, da bo sporočilo doseglo tiste naslovnike, ki jim je informacija namenjena; neposredno ali s pomočjo medijev. Zato ne pozabite na **medije in novinarje**, ki pokrivajo področje, na katerem delujete. Če imate možnost (tj. če ste v času miru uspeli zgraditi partnerske odnose), pošiljanje zapisa pospremite s kratkim telefonskim klicem v uredništvo. Tudi sicer zapisu dodajte kontaktne podatke odgovorne osebe, vključno z njenim mobilnim telefonom, ki bo lahko odgovorila na morebitna dodatna vprašanja. Če jih novinarji zastavijo, je pomembno, da se ustrezno in pravočasno odzovete z dodatnimi pojasnili oz. vsaj s povratno informacijo, če določenih podatkov še ni.

Zapis objavite tudi na **spletni strani organizacije** in ga delite na **družbenih omrežjih**. Najprej pa z njim **seznanite sodelavce in druge ključne partnerje**, saj je pomembno, da informacijo dobijo neposredno od vas.

Preden **javno nastopate**, pa naj bo to novinarska konferenca, nekaj odgovorov pred kamero ali soočenje v studiu v živo, **potrebujete informacijo o dejstvih v pisni obliki** in ustrezno **pripravo na nastop**. Ko boste na javni nastop dobro pripravljeni, se ne boste ustrašili nobenih vprašanj in podvprašanj, saj so ta samo priložnost, da še dodatno pojasnite problematiko in stališča.

Razmislite, za katere akterje in odločevalce bi bilo dobro, da dobijo informacijo o krizni situaciji neposredno od vas, in jih obravnavajte prednostno. Zaposleni in ključni partnerji morajo informacijo dobiti neposredno od vas. To je pomembno za ohranjanje zaupanja.

Preden **stopite v stik s ključnimi partnerji**, razmislite, kaj bi jih utegnilo zanimati in kako se bodo odzvali na informacijo o vaši kritični situaciji. Naj gre za ustanovitelje, nadzorne institucije, regulatorje, donatorje, podpornike, člane, partnerske organizacije doma in na tujem ali druge akterje, jih bo zanimalo: **kaj se je zgodilo, kako ukrepate, ali imate stvari pod nadzorom, kaj vaša situacija pomeni zanje in ali morajo ukrepati**.

Stvarno pojasnite situacijo in ukrepe, da bodo partnerji vedeli, **da so stvari pod nadzorom in – po možnosti – da jih vaša situacija ne bo prizadela**. Če imate ustrezno **strokovno pomoč**, to navedite, saj profesionalna pomoč prinaša nekaj olajšanja za vse vpletene.

Če vam bodo ključni partnerji lahko zaupali, da imate stvari pod nadzorom in da vam bo uspelo krizno situacijo ustrezno upravljati, je bistveno večja verjetnost, da se bodo odzvali **mirno in konstruktivno**. V nasprotnem primeru bo njihovo delovanje **samozaščitno**. Od partnerjev torej ni mogoče terjati, izsiliti ali si kako drugače zagotoviti sodelovanja in konstruktivnega ravnanja. Treba je vzpostaviti **stabilne, nadzorovane okoliščine znotraj izrednega stanja**, ki bodo omogočile konstruktiven odziv vseh, ki so del vaše zgodbe.

V PRIMERU NAPADA

Če je napad na nevladno organizacijo, pa naj se zgodi v medijih, na spletu ali socialnih omrežjih, usmerjen v rušitev zaupanja, ugleda ali dostojanstva posameznikov, se je vselej treba odzvati, po potrebi tudi večkrat. **Še zlasti je nujna doslednost, če gre za organizirane, stopnjujoče se, politično ali kapitalsko motivirane pritiske in napade.**

Pomembno je, da je odziv profesionalen, miren, stvaren, sorazmeren in razumen ter da so predstavljena dejstva. To je za prizadetega posameznika in organizacijo težko, saj bi v afektu želela odgovoriti na napad ali provokacijo z enako mero. Čustveni, jezni odzivi, odzivi, ki poskušajo obračunati z napadalcem, ga diskreditirati, prizadeti nazaj, situacijo le še poslabšajo.

Zato je, preden se posameznik odzove, nadvse **dragocen posvet s strokovnjakom ali drugo zaupanja vredno osebo, ki ni obremenjena z odnosi in situacijo ter bo lahko ustrezno zavarovala organizacijo in prizadetega, čustveno vpletenega posameznika**, da si z nepremišljenim odzivom ne povzroči dodatne škode.

Po potrebi se lahko odzovejo tudi partnerske organizacije, če problematika predstavlja širšo grožnjo. **V vsakem primeru je pomembno, da so vsi odzivi profesionalni, stvarni, pošteni, sorazmerni, prepričljivi in da iz predstavljenih stališč govorijo dejstva.**

Uspeh pojasnil v okolju, ki je izrazito nenaklonjeno nevladni organizaciji, je vprašljiv, zato je taka pojasnila smiselno objaviti **na spletnih straneh nevladne organizacije, na socialnih omrežjih in drugje, kjer je izkazan interes za stališča in pojasnila nevladne organizacije.** Zato je pomembno načrtno graditi mrežo podpornikov, ki bo pomagala širiti sporočilo, ki zaradi svoje narave morda ne bo prva novica dneva, pa je kljub temu pomembno, da najde pot do ljudi.

BOLJE PREPREČEVATI KOT REŠEVATI

Krizne situacije v nevladni organizaciji puščajo globoke sledi in ustvarjajo prostor za nujne sistemske spremembe. Če ne prej, je tedaj treba vzpostaviti sistem za pravočasno prepoznavanje ranljivosti organizacije in tveganj, uskladiti delovanje organizacije z zakonskimi zahtevami, če je bilo prej pomanjkljivo, izboljšati vodenje organizacije, celiti ranjene odnose v kolektivu, krepiti zaupanje javnosti in partnerjev, postavljati boljše temelje za sprejemanje dobrih odločitev, izboljševati sistem kakovosti in nadzora, okrepiti izobraževanje zaposlenih in vse drugo, kar je potrebno, da postopoma povečujemo odpornost organizacije. To bistveno lažje dosežemo v času miru, zato je pomembno, da delujemo preventivno in v kar največji meri upravljamo tveganja in ranljivosti.

Pri ocenjevanju ranljivosti in tveganj razmislite o nevarnostih za vašo nevladno organizacijo – kakšne narave so (ali gre za nevarnosti za ugled, zaupanje, finančni položaj itn.), kakšna je verjetnost, da pride do krizne situacije (velika, srednja ali majhna), ter kakšno škodo bi krizna situacija lahko povzročila (veliko, srednjo ali majhno). Posamezno nevarnost za nevladno organizacijo lahko ocenite glede na verjetnost in resnost te nevarnosti. Če se oceni, da gre za majhno nevarnost, nadaljujte običajne dejavnosti in postopke v vaši organizaciji. Če gre za srednjo nevarnost, so potrebni pozornost in dodatni previdnostni ukrepi za zmanjševanje oziroma obvladovanje morebitne nevarnosti. Če pa gre za veliko nevarnost (resno nevarnost), so nujni takojšnji ukrepi, priprava na krizno situacijo in aktivacija kriznega tima.

BARBARA

KRAJNC

KOMUNICIRANJE

NEVLADNIH

ORGANIZACIJ

V KRIZNIH

RAZMERAH

Zaradi svojega poslanstva in delovanja se lahko nevladne organizacije znajdejo v situacijah, ko so na udaru posameznikov, skupin, medijev, politike in drugih, saj včasih prizadenejo druge interese. Takrat se je treba odzvati s kombinacijo tehnik in pristopov, najbolje pa bi bilo, če bi takšno odzivanje temeljilo na predhodni nepretrgani skrbi in delovanju na področju strateškega komuniciranja, seznanjanju splošne in ciljnih javnosti s ključnimi podatki, dejavnostmi in dosežki nevladne organizacije.

KAKO SE ODZIVATI NA NAPADE, OBTOŽBE IN LAŽNE NAVEDBE?

Identificirajmo izvor. V situacijah, ko smo napadeni kot nevladna organizacija, najprej ugotovimo, od kje dejansko prihaja napad, katera oseba ali organizacija (institucija, podjetje) ima vlogo »napadalca«. Pomembno je vedeti, ali gre za osebne odnose, morda celo osebne zamere, ali pa gre za uradno stališče organizacije, institucije ali podjetja. Te ugotovitve bodo vplivale na strategijo odzivanja in nadaljnje komuniciranje.

Odzovimo se pravočasno in situaciji primerno. Ko opravimo prvo hitro analizo situacije tj. ko razumemo, od kje prihajajo napadi, grožnje ali lažne navedbe, in ko razumemo glavno vsebinsko os napada, se odzovimo pravočasno in situaciji primerno. Poiščimo dejstva, vse drugo poskusimo odstraniti iz komunikacije. V krizni situaciji, v kateri si želimo pridobiti zaupanje, je najpomembnejše komuniciranje z dejstvi. Prizadevajmo si zagotoviti, da je naš glas slišan, da smo videni in da nastopamo s pravimi dejstvi in argumenti. Ne dovolimo si, da prostor v komunikaciji o konkretnem napadu na našo organizacijo zaradi naše pasivnosti ali neodzivnosti zasede nekdo drug, ki lahko s svojimi sporočili dodatno poslabša naš položaj v tej zadevi ali na splošno.

Zaščitimo ugled. S svojim odzivom in dejanji bomo ščitili ugled organizacije ter utrdili, povrnili ali celo pridobili zaupanje.

KRIZNA SITUACIJA

Presoja o nastanku in razsežnostih krizne situacije je lahko zelo subjektivna, zato je pomembno, da imajo vodstveni delavci v nevladni organizaciji okrog sebe ljudi, bodisi sodelavce bodisi druge strokovnjake, s katerimi se lahko posvetujejo, preverijo pravilnost in utemeljenost ravnanj in odločitev, kako se odzvati. Vsaka nevsakdanja situacija še ni krizna situacija!

Krizna situacija lahko stopnjuje intenzivnost in obseg. Kadar gre za poskuse oviranja in onemogočanja delovanja nevladne organizacije ali za javno objavo neresnic o nevladni organizaciji in njenih sodelavcih ali članih, se lahko krizna situacija zaradi pomanjkljivega komuniciranja razvije do točke, na kateri zadeve obvladujemo vse težje in težje.

Tako teorija kot praksa pogosto navajata štiri kritične razvojne stopnje vsake krizne situacije: predkizno stanje in načrtovanje; točko preloma – kriza je neizbežna; krizno stanje in stopnjo okrevanja. Na vsaki od naštetih stopenj moramo izvesti nekaj pomembnih korakov, če želimo, da krizno situacijo čim prej obvladamo in preidemo do stopnje okrevanja oz. normalizacije. In ravno krizno komuniciranje je temeljno in ključno področje vseh prej omenjenih stopenj, zato bomo v nadaljevanju osvetlili, kako se na to pripraviti.

CELOVIT NAČRT KRIZNEGA KOMUNICIRANJA

Vsako krizno situacijo, ki zahteva krizno komuniciranje, bomo zagotovo obvladali bolje, hitreje in uspešneje, če se bomo nanjo pripravili. Za nevladne organizacije je to lahko še poseben izziv, vendar velja priporočilo, da tega področja ne spregledajo.

a) Določimo, kdo so ključne osebe v kriznem komuniciranju

- > > **Določimo ključno osebo ali skupino**, ki bo nadzorovala, usklajevala in usmerjala komunikacijske dejavnosti.
- > > **Določimo osebo, ki bo nastopala v javnosti**. Zanj je treba organizirati **vajo javnega nastopanja**. V kriznih komunikacijah je seveda lahko veliko improvizacije, toda še pomembneje je, da smo v javnih nastopih umirjeni, osredotočeni ter kratki in jedrnat pri podajanju sporočil.
- > > Tudi če nimamo možnosti za izvedbo profesionalnega usposabljanja za javno nastopanje, lahko oseba, ki bo nastopala v javnosti, to stori v pisarni skupaj s sodelavci. Zastavlja si vsa mogoča vprašanja in išče najboljše odgovore, podprte z dejstvi, argumenti.
- > > Način, kako bo oseba, ki v imenu nevladne organizacije nastopa v javnosti, podajala sporočila (zavzeto, odločno, prepričljivo, umirjeno, zbrano) in katere besede bo izbrala in uporabila, bo v veliki meri prispeval k uresničitvi našega cilja, tj. da povemo svojo resnico, navedena dejstva in argumente. Uporablja naj besede, ki so razumljive najširšemu krogu ljudi, ki jih nagovarjamo. Naj ne uporablja besedišča nasprotnikov, še posebej ne njihovih trditev.
- > > Naša sporočila bomo morali večkrat ponoviti, da bodo prišla do zelenih ušes in oči, zato ne imejmo slabega občutka v smislu, da smo jih že nešteto povedali.
- > > Na pomoč oz. posvet povabimo strokovnjaka za javno nastopanje, saj bomo skupaj lažje prebrodili vse izzive, s katerimi se soočamo v nepredvidenih, neželenih situacijah.

b) Opredelimo ključne akterje in ciljne javnosti

- > > Premisljimo, s kom vse smo ali bi morali biti v interakciji, predvsem pa, koga nagovarjamo, s kom komuniciramo, ko se odzivamo na napad na našo organizacijo. To so naši ključni akterji in ciljne javnosti.
- > > Na **prvem mestu so to vedno naši zaposleni in sodelavci**, ki so naša najpomembnejša javnost, so ljudje, ki nam vsakodnevno izkazujejo zaupanje, spoštovanje, zvestobo in predanost delu. Zato so ti prvi, ki si zaslužijo biti v

popolnosti in pravočasno obveščeni o krizni situaciji, s katero se soočamo. Sledijo **organi upravljanja** in naši člani, če gre za člansko organizacijo.

- >> Nato **poiščimo naše zagovornike in podpornike**, tiste, ki nam zaupajo, nas podpirajo in so pripravljeni govoriti o nas in za nas. Dostikrat najdemo svoje »ambasadorje« tudi med zunanjimi sodelavci, partnerji, partnerji naših projektov, sorodnimi organizacijami, zvezami, tako v Sloveniji kot v tujini. Oblikovanje širšega kroga podpornikov in zagovornikov zagotavlja kritično maso ljudi, ki so pripravljeni zagovarjati naše argumente in nas podpreti v prizadevanjih.

c) Vsebinsko pripravimo komunikacije, izbiro kanalov in orodij

- >> Vnaprejšnja **priprava vsebine komunikacij** predvideva oblikovanje ključnih in podpornih sporočil, dodatnih informacij, pojasnjevalnega gradiva, podatkov, argumentacije.
- >> Pripravimo **sklop možnih vprašanj in odgovorov**.
- >> Ne moremo predvideti vseh situacij, toda vsakršno vnaprejšnje razmišljanje in priprava nam lahko olajšata delo v krizni situaciji, ko se moramo odzvati hitro, pravočasno, vendar preudarno in premišljeno.
- >> Glede na potek krizne situacije moramo sporočila (svoje odzive) sprotno prilagajati in dopolnjevati.
- >> Najsi pripravljamo vsebino komunikacij vnaprej ali pa se soočamo s situacijo, v kateri moramo sporočila pripravljati ad-hoc, v kratkem času in z zelo omejenimi viri, je koristno določiti najprej naše krovno sporočilo, nato kratko razlago tega krovnega sporočila, hkrati pa pripraviti še eno do tri podporna sporočila, vsako podkrepljeno s podatki in primeri.

d) Vzpostavimo sistem spremljanja

- >> Poleg priprav in izvedbe našega komuniciranja je pomembno tudi **spremljanje objav o naši organizaciji v klasičnih in digitalnih medijih in na družbenih omrežjih**. Poleg klasičnega spremljanja medijskih objav so na razpolago tudi platforme in rešitve, ki nam olajšajo sprotno spremljanje odzivov medijev in splošne javnosti.
- >> Napačne navedbe in lažne informacije o naši organizaciji se bodo tudi po umiritvi krizne situacije še vedno pojavljale. Tudi zaradi **digitalnega odtisa**, ki ga na spletu in v elektronskih komunikacijah puščamo za seboj. Takšne navedbe vedno takoj zanikamo, in to ponavljamo, dokler je treba.

PO KRIZNI SITUACIJI

Ko smo krizno situacijo obvladali, se poskusimo hitro vrniti v običajni ritem našega delovanja, da si zagotovimo stabilnost in osredotočenost ter povrnemo zaupanje naše ožje in širše skupnosti. Pomembno pa je, da še naprej ostajamo pozorni na odzive, zaznavamo morebitne nove pojave in se nanje znova odzivamo.

Po krizni situaciji je pomembna tudi podrobna, odkrita in konstruktivna analiza našega odzivanja, vse z namenom, da identificiramo področja, na katerih so potrebne prilagoditve in izboljšave. Ta analiza je ključnega pomena, da napak v prihodnosti ne bi ponovili in da bi se odzvali bolje.

Iz vsake situacije, tudi iz slabe izkušnje, ko se nevladne organizacije zagovarjajo in odzivajo na napade in grožnje ter morda storijo tudi kakšno napako pri komuniciranju, se nekaj naučimo, postanemo bolj izkušeni in modri. Zato naj nas taki dogodki ne odvrnejo od naše vizije, vrednot, ciljev, ki jih imamo kot organizacija in posamezniki. Kot je povedal Nelson Mandela: »I never lose. Either I win or learn.« Torej: nikoli ne izgubimo – zmagamo ali se nekaj naučimo.

Publikacija je del projekta **Zaščita nadzorne vloge civilne družbe in novinarjev v Sloveniji**, pri katerem sodelujejo Mirovni inštitut, Društvo novinarjev Slovenije in Pod črto, sofinancira pa ga NEF-Mreža evropskih fundacij v sklopu **inicijative Civitates**. S projektom naslavljamo grožnje in izzive za uresničevanje nadzorne vloge civilne družbe in novinarjev v Sloveniji ter razvijamo orodja in mehanizme za krepitev naših zmožnosti za učinkovite odzive na grožnje ter za pridobivanje javne podpore.
