

**BOSNA I HERCEGOVINA**  
**FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE**  
**FEDERALNO TUŽILAŠTVO FEDERACIJE**  
**BOSNE I HERCEGOVINE**  
*Sarajevo*

**STRATEGIJA ZA ODNOS S JAVNOŠĆU I INFORMISANJE**  
**FEDERALNOG TUŽILAŠTVA FEDERACIJE**  
**BOSNE I HERCEGOVINE**

**Sarajevo, oktobar 2010. godine**

## Sadržaj

<b>1. Djelotvorna strategija za odnose sa javnošću</b>	<b>3</b>
1.1. Ciljevi Strategija za odnose s javnošću i informiranje	3
1.2. Ciljne javnosti	4
<b>2. Komponente efektivne Strategije za odnose s javnošću i informisanje</b>	<b>4</b>
2.1. Komuniciranje s medijima	4
2.2. Principi komunikacije sa medijima	4
2.2.1. <i>Medijske smjernice (Politika kontakata sa medijima)</i>	5
2.2.2. <i>Konferencije za medije</i>	5
2.2.3. <i>Brifing novinara</i>	6
2.2.4. <i>Individualni intervjui sa novinarima</i>	6
2.3. <i>Distribuiranje informacija o uslugama tužilaštva</i>	6
2.4. <i>Brošure i promotivni material</i>	6
2.5. <i>Web stranica</i>	7
2.6. <i>Oglasne ploče u zgradi</i>	7
2.7. Saopštenja za javnost	7
2.7.1. Osnovni principi saopštenja za javnost	7
2.7.2. Specifičnosti raznih saopštenja za javnost	8
2.7.3. Metodologija pripreme saopštenja za javnost	8
2.7.4. Mehanizmi prezentacije (objavljivanja) saopštenja za javnost medijima	
<b>3. Praćenje i procjena strategije za odnose sa javnošću i informisanje</b>	<b>10</b>
3.1. Interno informisanje uposlenika	
3.2. Informisanje stručnog saradnika za odnose s javnošću	
3.3. Specifičnosti u prenošenju informacija	
<b>4. Krizno komuniciranje</b>	<b>12</b>
4.1. Neosnovana kritika	
<b>5. Uloge glavnog tužioca, sekretara tužilaštva/službenika za odnose sa javnošću Federalnog tužilaštva FBiH u integrisanoj strategiji za odnose sa javnošću i informisanje (Strategija)</b>	<b>13</b>
<b>6. Saradnja tužilaštva i policije u odnosima s medijama</b>	
<b>7. Rokovi i aktivnosti</b>	<b>14</b>
7.1. Distribucija informacija	14
7.2. Konsultativne aktivnosti	15
7.3. Odnosi sa medijima	15
<b>8. Aneksi</b>	<b>16</b>
8.1. <i>Predložene smjernice za kontakte sa medijima/novinarima</i>	
8.2. Preporuke za odnose s medijima	

## **1. Djelotvorna strategija za odnose sa javnošću i informisanje u Federalnom tužilaštvu FBiH**

Strategija za odnose sa javnošću i informisanje u ovom dokumentu predlaže određeni splet aktivnosti koje uz minimalna finansijska ulaganja, mogu pomoći tužiocima u nekim specifičnostima posla koji obavljaju.

Najinteresantije i donekle najzahtjevnije javnosti sa kojima Federalno tužilaštvo FBiH ( u daljem Tužilaštvo) komunicira, jesu svakako predstavnici medija, tako da će najveći dio ovog dokumenta biti posvećen upravo odnosima sa medijima.

Mediji su posrednici ili spona između Tužilaštva i javnosti. Povjerenje je uzajamno i zahtijeva razumjevanje aktivnosti Tužilaštva, integritet i pouzdanost informacije.

Mediji su glavni izvor informacija, i oni stalno prate aktivnosti raznih elemenata pravosudnog sistema i svojim izvještavanjem utiču na stvaranje mišljenja javnosti. Iz ovog razloga stalna interakcija sa svim medijima kao i uspostavljanje dugoročnih odnosa sa medijima vodilo bi ka stvaranju pozitivnog javnog mišljenja i specifičnim poslovima Tužilaštva. Sa druge strane, moderne tehnologije dozvoljavaju brzu razmjenu informacija, što naglašava potrebu za brzim odgovorom od strane Tužilaštva, koji će sadržavati tačnu i objektivnu prezentaciju aktivnosti Tužilaštva.

Djelotvorna strategija za odnose s javnošću i informisanje će pružanjem i postavljanjem sistematskog okvira za planiranje interakcija sa raznim javnostima, omogućiti bolje razumijevanje konkretnih aktivnosti Tužilaštva među korisnicima usluga Tužilaštva, advokatima i drugim pripadnicima profesionalne zajednice.

Također, strategija za odnose s javnošću i informisanje će predložiti načine na koje se Tužilaštvo može otvoriti prema medijima, kroz korištenje medija kao mehanizma za informisanje javnosti o različitim pitanjima (konkretna pitanja su razrađena u daljnjem tekstu).

### **1.1.Ciljevi Strategija za odnose s javnošću i informiranje**

Krajnji ciljevi Strategije za odnose s javnošću i informiranje Tužilaštva su:

- Medijsko pokrivanje aktivnosti Tužilaštva, u cilju unapređenja i poboljšanja shvatanja aktivnosti Tužilaštva kao institucije koja radi na provođenju i jačanju zakona;
- Informisanje advokata i drugih pripadnika profesionalne zajednice o radu Tužilaštva;
- Informisanje novinara i javnosti uopće o radu Tužilaštva;
- Pružanje relevantnih informacija korisnicima usluga o tim uslugama i često postavljanim pitanjima (kroz brošure);
- Izazivanje pozitivnih reakcija i pogleda na promjene uvedene u Tužilaštvu;
- Uspostavljanje dobre komunikacije i bliska saradnja sa VSTV BiH i njihovom Službom za odnose s javnošću;
- Uspostavljanje osnovnih pravila i načina saradnje sa medijima kako bi se obezbijedilo što tačnije izvještavanje o aktivnostima Tužilaštva;
- Poboľjšati interno i eksterno ugled Tužilaštva.

## **1.2. Ciljne javnosti**

Prilikom pisanja Strategije najmanje dvije javnosti su uzete u obzir: interna javnosti i eksterna javnost.

Interna javnost su: svi uposlenici Tužilaštva (tužioc i ostali uposleni). Podjela eksterne javnosti je mnogo kompleksnija: korisnici usluga Tužilaštva, novinari, pravnici, ministarstva, VSTV BiH, obrazovne ustanove, advokatske komore i opšta javnost.

Informacija i način obraćanja se mjenjaju i zavise od javnosti kojoj se obraća Tužilaštvo. U nekim slučajevima će ista informacija biti prezentirana na različite načine za različite javnosti. Na primjer predstavljanje godišnjeg izvještaja o radu Tužilaštva jeste informacija koju će razumjeti samo dio javnosti sa kojima komunicirate (stručne javnosti). Da bi taj izvještaj bio razumljiv i drugim javnostima (npr. mediji i opšta javnost) ta informacija (u ovom slučaju godišnji izvještaj o radu) treba biti «prepakovana» ili prilagođena kako bi je i ostale javnosti mogle razumjeti.

## **2. Komponente efektivne Strategije za odnose s javnošću i informiranje**

Efektivnu Strategiju za odnose s javnošću i informisanje čine tri komponente: (1) komuniciranje s medijima, (2) distribuiranje informacija o uslugama Tužilaštva, te (3) krizno komuniciranje. O ovim komponentama se detaljnije govori u daljem tekstu.

### **2.1. Komuniciranje s medijima**

Najvidljivija komponenta odnosa s javnošću Tužilaštva definitivno su odnosi sa medijima. Komunikacija Tužilaštva sa medijima rezultira povećanom prisutnošću i promjenom opšte predodžbe u javnosti o Tužilaštvu. Postoje četiri osnovna alata koja se koriste u komunikaciji sa medijima: (1) medijske smjernice, (2) konferencije za medije, (3) brifing novinara, te (4) individualni intervjui s medijima.

### **2.2. Principi komunikacije sa medijima**

U odnosima sa medijima potrebno je poštovati sljedeće principe:

- legalnost i proporcionalnost;
- nezavisnost i nepristrasnost;
- brzina odgovora i poštovanje procedure;
- dostupnost, publicitet i transparentnost;
- kontinuitet i mogućnost predviđanja;
- tačnost i pravna preciznost u porukama na razumljivom jeziku;
- etika, jednakost i nepristrasnost prema svim predstavnicima medija;
- poštovanje profesionalizma predstavnika medija.

### **2.2.1. Medijske smjernice (Politika kontakata sa medijima)**

Da bi se regulisali interni odnosi s medijima, veoma je važno imati politiku kontakata sa medijima, kojom je određeno ko i na koji način daje intervju, koordinacija i odobravanje svih novinarskih upita, te organizacija intervjua. Iako može postojati radna grupa za izradu Strategije za odnose s javnošću i informisanje koja bi trebala učestvovati u izradi politike za kontakte sa novinarima; ipak, glavni tužilac donosi konačnu odluku, potpisuje ovu politiku, te će pobrinuti se da svi uposlenici tužilaštva budu upoznati sa njom.

Sve poruke koje izlaze iz Tužilaštva treba prezentirati javnosti, kao i interno, uz njihovo jednako tumačenje. Različite poruke o istoj temi ili njihovo različito tumačenje od strane predstavnika Tužilaštva, vode do zaključka da je Tužilaštvo nesigurano kada se radi o njegovim aktivnostima i pozicijama. Iz ovih razloga, politika za kontakte sa medijima je veoma važna i trebala bi se strogo primjenjivati. Važno je da izjave za medije budu koordinirane i jednoobrazne – tj. da cijelo Tužilaštvo govori istim jezikom i da prenosi istu poruku. Tekst predloženih smjernica u prilogu ANEKS 1.

### **2.2.2. Konferencije za medije**

Ovaj kanal komunikacije daje mogućnost direktnog kontakta između Tužilaštva i predstavnika medija. Konferencije za medije organizuje službenik za odnose sa javnošću nakon odobrenja glavnog tužioca Tužilaštva. Konferencija za medije se može organizovati radi npr.:

- Prezentacije izvještaja;
- Slučaja ili specifičnog pitanja od interesa za javnost i medije;
- Važnih promjena kada je osoblje u pitanju;
- Važnih promjena u legislativi koje utiču na rad Tužilaštva.

Konferencije za medije predstavljaju mogućnost za široku distribuciju informacija sa korištenjem minimuma sredstava i vremena. Ovo je način za Tužilaštvo da predstavi i elaborira svoje profesionalno mišljenje. Prilikom organizacije konferencije za medije, treba se voditi računa o sljedećem:

- Blagovremena najava konferencije za medije - koja će dozvoliti predstavnicima medija da se pripreme;
- Govornici na konferenciji za medije – kompetenti i dobro upoznati sa temom konferencije;
- Vrijeme konferencije za medije – ukoliko je moguće pokušati izbjeći konflikt sa drugim važnim događajima;
- Mjesto održavanja konferencije za medije - planirati broj novinara kao i mjesto za opremu;
- Paketi materijala za medije – važni su jer pomažu u daljnjem pojašnjavanju mišljenja Tužilaštva o temi konferencije, daju prostor da iscrpne prezentacije, sadrže rezime osnovnih tački ili govora govornika, konkretne podatke i statistike, šeme, dijagrame, slike i sl.

### **2.2.3. Brifing novinara**

Brifinzi novinara su važni zbog transparentnosti, a predstavljaju i korisno sredstvo za informisanje novinara o pitanjima i postupcima Tužilaštva. Istovremeno, Tužilaštvo će "educirati" grupu novinara o svom radu, što će rezultirati preciznijim izvještavanjem medija o radu Tužilaštva.

- Tema brifinga se obično ne najavljuje unaprijed, pa nema potrebe da se šalju pozivnice medijima;
- Obično brifing održava samo jedan govornik (saradnik za odnose sa javnošću, glasnogovornik, osoba koja je kompetentna da govori o određenoj temi);
- Osnovna karakteristika brifinga je kratko vremensko trajanje;
- Prezentiraju se: najnovije informacije se o određenoj temi ili razvoj događaja od posljednjeg brifinga, informacije o specifičnom program;
- Osoba koja održava brifing (ukoliko to nije glavni tužilac) može odgovoriti samo na pitanja na koja već interno ima autorizaciju da odgovori;
- Tužilaštvo određuje frekvenciju brifinga, ali svakako preporuka je da se ovi brifinzi uvedu kao redovna praksa (npr. svaka dva mjeseca).

O praksi uvođenja brifinga odlučiće se nakon analize i iskustva prilikom saopštavanja informacija na web stranici Tužilaštva ili iskustava stečenih izdavanjem saopštenja za javnost.

### **2.2.4. Individualni intervjui sa novinarima**

Intervjui sa novinarom licem u lice omogućavaju otvorene razgovore o pitanjima koja zanimaju javnost. Učešće i radio i TV emisijama mogu mnogo da doprinesu predstavljanju tačne slike Tužilaštva. Učešće u medijskim dešavanjima vodi jačanju javnog povjerenja u Tužilaštvo, a također doprinosi poboljšanju shvatanja javnosti o radu Tužilaštva.

Glavni tužilac treba da ima organizovane medijske nastupe (u smislu davanja intervjua, učešća u TV i radio emisijama). Zahtjeve za intervjue treba koordinirati stručni saradnik za odnose sa javnošću ili neki drugi član osoblja, koji je određen za to. Intervjui bi se mogli i proširiti na drugo rukovodeće osoblje Tužilaštva. Svi intervjui zahtijevaju proaktivno planiranje i pripremu. Tamo gdje je to moguće, trebalo bi se unaprijed tražiti pitanja od novinara.

### **2.3. Distribuiranje informacija o uslugama**

Još jedno veoma uticajno sredstvo komuniciranja s javnošću je distribuiranje informacija o uslugama Tužilaštva. U daljem tekstu se detaljnije govori o načinima distribuiranja informacija: (1) brošure i promotivni materijal, (2) web stranica, (3) oglasne table i (4) saopštenja za javnost.

### **2.4. Brošure i promotivni materijal**

Brošure predstavljaju osnovno sredstvo za informisanje javnosti o uslugama Tužilaštva. Brošure o različitim projektima i uslugama Tužilaštva služe kao edukativna i informativna sredstva za korisnike usluga Tužilaštva i širu javnost. Brošure mogu biti jednostavne, poput osnovnih informativnih letaka o radu i odjeljenjima Tužilaštva. Alternativno, brošure mogu sadržavati informacije o ključnim pravnim pitanjima, koja se odnose na većinu korisnika

usluga Tužilaštva, ili opis novih promjena uvedenih u Tužilaštvu, koje utiču na rad sa strankama. Obično saradnik za odnose sa javnošću koordinira pripremu brošura, kako bi ih odobrio glavni tužilac, te organizira njihovo štampanje i distribuciju.

Tužilaštvo bi trebalo držati brošure na istaknutom mjestu u prostorijama za prijem stranaka, gdje se korisnici usluga Tužilaštva često okupljaju. Ove informacije bi trebale biti dostupne na više mjesta u Tužilaštvu.

O izdavanju brošura i promotivnih materijala odlučivaće se u skladu sa visinom troškova za njihovo izdavanje i raspoloživim budžetskim sredstvima Tužilaštva.

## **2.5. Web stranica**

Tužilaštvo će u koordinaciji sa IKT odjelom VSTV BiH, pripremiti i otvoriti web stranicu u okviru portala [www.pravosudje.ba](http://www.pravosudje.ba) i osigurati ažuran unos podataka.

## **2.6. Oglasne ploče**

Oglasna ploča je jednostavno sredstvo koje može smanjiti zabunu u prostorijama Tužilaštva. Na oglasnim pločama bi se trebale nalaziti sve osnovne informacije, koje bi mogle biti potrebne korisniku usluga ( opšte obavijesti, rasporedi, plakati, podaci o slobodnom pristupu informacijama, važnije informacije od koristi za stranke, itd.).

## **2.7. Saopštenja za javnost**

Saopštenja za javnost su način da se u kratkom vremenskom roku komunicira zvanična informacija. Ovaj komunikacijski kanal može i treba biti korišten za efikasno prenošenje informacija o aktivnostima Tužilaštva kao cjeline sa naglaskom na činjenicu da Tužilaštvo radi na transparentan način.

Saopštenja se pripremaju u raznim prilikama:

- U vezi slučajeva
- Administrativnih ili organizacijskih promjena u Tužilaštvu
- Promjene u osoblju Tužilaštva
- Statistike
- Inicijative ili inovacije
- Posebni projekti
- Službene posjete i sastanci

### **2.7.1. Osnovni principi saopštenja za javnost:**

- Da bude relevantno – vezano za određenu temu koja je važna javnostima ili tiče se važnog rada institucije;
- Informacije u saopštenju treba da odgovori na sljedeća pitanja: Ko?, Šta?, Kada?, Kako?, Zašto?, tako da je tekst jasna, koristan i razumljiv;
- Tekst ne bi trebao biti pretenciozan i ne bi trebao sadržavati neosnovane pretpostavke i komentare;
- Da je napisano na razumljivom književnom jeziku.

## **2.7.2. Specifičnosti raznih saopštenja za javnost**

### **Priprema i prezentacija podataka**

Prezentacija statističkih podataka medijima je dobar način popularizacije rezultata aktivnosti Tužilaštva.

Druge vrste saopštenja za javnost mogu biti: o specifičnim projektima, inovacijama, učešću na seminarima i konferencijama, službenim posjetama i sastancima.

Saopštenja treba da sadržavaju ključne riječi i poruke o važnosti događaja, treba da poboljšaju institucionalne kontakte sa građanima, da informišu o radu i profesionalm i administrativnom razvoju kako tužilaca tako i Tužilaštva kao institucije.

## **2.7.3. Metodologija pripreme saopštenja za javnost**

Saopštenja za javnost o određenom slučaju treba da budu pripremljena na osnovu informacija o slučaju i u skladu sa zakonom. Saradnik za odnose sa javnošću treba da dobije od tužioca koji radi na slučaju ove informacije u pisanoj formi. Tužilac koji radi na slučaju će koristiti diskreciono pravo i odlučiti o količini i tipu informacija koje će biti objavljene. Tužilac na slučaju i glavni tužilac se trebaju konsultovati oko odobrenja konačnog teksta saopštenja za javnost.

Ostala saopštenja koja nisu vezana direktno za određeni slučaj trebaju biti odobrena od strane glavnog tužioca.

Saopštenja za javnost se trebaju objavljivati na web stranici Tužilaštva.

## **2.7.4. Mehanizmi prezentacije (objavljivanja) saopštenja za javnost medijima**

Saopštenja za javnost se prezentiraju:

- objavljivanjem na web stranici Tužilaštva – što će dati mogućnost da neograničen broj ljudi vidi informacije;

- elektronska pošta (e-mail) – sredstvo komunikacije koje omogućava da na brz i direktan način saopštenje za javnost bude dostavljeno urednicima, medijima.

- faks – ukoliko se e-mail ne može koristiti, posebno u hitnim slučajevima

- telefonska komunikacija – zbog mogućnosti grešaka, ova vrsta komunikacije se treba koristiti sa pažnjom, i uglavnom nakon što je informacija već objavljena pouzdanijim komunikacijskim kanalom koji neće izmjeniti sadržaj informacije ili kao izuzetak da se koristi kada druge mogućnosti komuniciranja nisu dostupne.



### **3. Praćenje i procjena strategije za odnose sa javnošću i informisanje**

Procjena Strategije za odnose s javnošću i informiranje, kao posljednja faza ovog procesa, predstavlja kamen temeljac za budući razvoj aktivnosti stručnog saradnika za odnose sa javnošću.

Tužilaštvo bi trebalo imati pretplatu na najvažnije dnevne novine i sedmične novine u BiH. Pored toga, stručni saradnik za odnose sa javnošću mora imati pristup informacijama unutar Tužilaštva, kako bi mogao osmisliti strategiju i pripremiti Tužilaštvo za adekvatnu reakciju. Ovo znači da saradnik za odnose sa javnošću treba da bude prisutan na sastancima kolegija Tužilaštva, zbog veće mogućnosti dobijanja relevantnih inaformacija, radi eventualnog informisanja javnosti.

Dnevni pregled izvještavanja medija pomaže da se prati formiranje imidža Tužilaštva u javnosti. Saradnik za odnose sa javnošću treba da napravi arhivu svih medijskih objava (press clipping) koje se odnose na pravosuđe, a posebno Tužilaštva. Ukoliko Tužilaštvo uoči da mediji netačno izvještavaju o aktivnostima Tužilaštva, a ukoliko se netačno izvještavanje sastoji od: netačnog predstavljanja činjenica, neosnovane kritke koje stvaraju negativnu percepciju prema određenom tužiocu, ili Tužilaštvu kao cjelini, potrebno je reagovati. U interesu Tužilaštva je da ispravi pogrešne navode, i da na taj način izbjegne diskreditaciju.

Potrebno je precizno identifikovati koji navodi treba da se isprave. Ukoliko se navodi tiču neosnovane kritke u smislu rada cijelog Tužilaštva, odgovor je na vodstvu Tužilaštva.

Saradnik za odnose sa javnošću mora biti u stanju da analizira medijsko izvještavanje o aktivnostima Tužilaštva, te a povremeno provodi ankete u široj javnosti.

Ta procjena će pokazati da li se ispunjavaju zacrtani ciljevi iz strateškog plana, te šta je potrebno unaprijediti i na koji način.

#### **3.1. Interno informisanje uposlenika**

Interno informisanje uposlenika Tužilaštva vršiće se preko oglasne ploče ili prilikom neposrednog kontakta.

#### **3.2. Informisanje saradnika za odnose s javnošću**

Glavni tužilac, zamjenici i tužioci stručnom saradniku za odnose s javnošću dostavljajće:

- Kopije rješenja o prenosu nadležnosti
- Kopije rješenja o sukobu nadležnosti
- Uputstva
- Mišljenja
- Rješenja povodom žalbi
- Stavove Kolegija Tužilaštva
- Stavove proširenog Kolegija i druge informacije interesantne za rad Tužilaštva.

#### **3.3. Specifičnosti u prenošenju informacija**

Ograničenja u davanju informacija moguća su u skladu sa odredbama zakona o slobodi pristupa informacijama, zakona o zaštiti ličnih podataka, zakona o zaštiti tajnih podataka.

U svakom slučaju, u postupku davanja informacija, izbjegavaće se izjave koje mogu implicirati političku pristrasnost ili koje mogu dovesti u sumnju načela nepristrasnosti, nezavisnosti i samostalnosti tužilačke funkcije

### **Pri uspostavljanju ograničenja u davanju informacija**

Pri uspostavljanju ograničenja izbjegavaće se informacije i pojedinosti iz privatnog života, kao i one koje bi mogle nanijeti štetu interesima pojedinaca ili ugroziti njihovu sigurnost. Prilikom davanja informacija o maloljetnicima izbjegavaće se objavljivanje imena.

### **Informacije trebaju biti slobodno predstavljene, u slučajevima:**

- ✓ objašnjenje djela
- ✓ materijalne štete i sl.

### **4. Krizno komuniciranje**

*Bliža pravila o komuniciranju u kriznim situacijama biće utvrđena posebnim uputstvom kojeg će donijeti glavni federalni tužilac i koje će biti sastavni dio ove Strategije.*

#### **4.1. Šta je neosnovana kritika**

Kažnjiva i neosnovana kritika upućena protiv tužioca **vezano za neki konkretan predmet** predstavlja oblik javne komunikacije kojim se:

1. Napada ponašanje tužioca, postupak ili odluka u nekom predmetu;
2. Koji je netačan ili obmanjujući; i
3. Može značajno naštetiti tužiocu ili nepovoljno uticati na provođenje pravde.

Kažnjiva i neosnovana kritika upućena na račun **tužioca ili Federalnog tužilaštva** predstavlja oblik javne komunikacije kojim se:

1. Napada tužilac ili Federalno tužilaštvo;
2. Koji je netačan ili obmanjujući; i
3. Može nepovoljno uticati na provođenje pravde.

Odgovor na kritiku je prikladan u sljedećim slučajevima, osim u neuobičajenim okolnostima:

1. Kada je kritika ozbiljna i vjerojatno će imati značajnog negativnog uticaja u društvu;
2. Kada kritika odražava nerazumijevanje pravnog sistema ili uloge tužioca, i bar djelimično se zasniva na takvom nerazumijevanju; i
1. Kada kritika sadrži materijalne greške ili obmanjuje. Netačna ili obmanjujuća izjava bi trebala činiti značajan dio kritike, kako se odgovor na nju ne bi činio beznačajnim.

Potrebno je razmotriti sljedeće činioce prilikom odlučivanja da li je potrebno reagirati u nekom slučaju, a treba ih razmotriti u svakom slučaju, kada se određuje vrsta odgovora na kritiku:

1. Da li bi odgovor služio u svrhu informisanja javnosti, a da se ne čini beznačajnim.
2. Da li bi odgovor iz nekog drugog, prikladnog izvora bio adekvatna reakcija na kritiku.

3. Da li kritika značajno i negativno utiče na pravosuđe ili druge dijelove pravnog sistema.
4. Da li je kritika usmjerena na određenog tužioca, ali na nepravedan način opisuje i pravosuđe uopće, Federalno tužilaštvo ili neki drugi element pravosudnog sistema.
5. Da li odgovor na kritiku daje priliku da se javnost informiše o važnom aspektu provođenja pravde (npr: pravila o dokazima, postupku koji se vodi, temeljnim pravima itd.)
6. Da li će odgovor izgledati kao odgovor pružen radi vlastitog interesa.
7. Da li je kritičar toliko očigledno neinformiran o pravosudnom sistemu, da se odgovor može formulirati na činjeničnoj osnovi.
8. Da kritika ili izvještaj, iako generalno tačan, ne sadrži sve ili dovoljno činjenica o događaju ili proceduri o kojoj govori, da bi bio pravičan prema tužiocu ili stvari koja je predmet kritike.
9. Da li je cjelokupna kritika osnovana ili pravična ili ne.
10. Da li se kritika, iako se ne pojavljuje u lokalnoj štampi, odnosi na lokalnog tužioca ili neko lokalno pitanje.
11. Da li je vremenski okvir za reagiranje osobito važan, i da li ga radna grupa može ispoštovati.

Slučajevi u kojima **nije** prikladno reagovati na kritiku, izuzev u neuobičajenim okolnostima, su sljedeći:

1. Kada kritika predstavlja pravičan komentar ili mišljenje.
2. Kada su tužilac i kritičar u ličnom sporu.
3. Kada je kritika nejasna ili samo aluzija, osim kada se radi o jasnoj aluziji.
4. Kada kritika pokreće pitanja tužilačke etike, koja su za predočavanje Uredu disciplinskog tužioca (VSTV)
5. Kada je potrebna dugotrajna istraga radi utvrđivanja činjenica.
6. Kada bi se odgovorom prejudiciralo određeno pitanje, koje je tema predstojećeg postupka.
7. Kada je kontroverza beznačajna.
8. Kada se kritika javlja tokom političke kampanje, a odgovor profesionalne zajednice bi se mogao protumačiti kao podrška određenom kandidatu za određenu poziciju.

U procjeni postojanja neosnovane kritike i potrebe davanja odgovora na nju, treba cijeniti standarde utvrđene Kodeksom novinarske etike, te preporuke Udruženja novinara Bosne i Hercegovine.

#### **5. Uloge glavnog tužioca, zamjenika glavnog tužioca, tužilaca, sekretara, saradnika za odnose sa javnošću u procesu implementacije Strategije**

Glavni tužilac, zamjenici, tužioci, sekretar i saradnik za odnose sa javnošću Tužilaštva čine osnovni tim Tužilaštva za odnose s javnošću i informisanje koji može doprinijeti prepoznatljivosti Tužilaštva i stvoriti pozitivnu sliku u lokalnoj zajednici i medijima. Svaka pozicija ima specifičnu ulogu u izradi integrirane strategije, a što će biti detaljno obrađeno u nastavku materijala.

## **Potreba za integracijom ključnih uposlenika u primjeni efikasne Strategije**

Pored glavnog tužioca, zamjenika, sekretara i saradnika za odnose sa javnošću, i drugi tužioci su ključne osobe u stvaranju efikasne strategije Tužilaštva za odnose s javnošću i informisanje. Naime, ova radna grupa za strategiju Tužilaštva za odnose s javnošću i informisanje predstavlja tim koji bi se trebao sastajati kako bi identifikovao pitanja koja bi se trebala obraditi u Strategiji Tužilaštva za odnose s javnošću i informisanje. Radna grupa bi trebala zajedno da izradi, evaluira i modificira strategiju. Međutim, glavni tužilac mora imati vodeću ulogu u ovim aktivnostima te delegirati zadatke po potrebi.

### **Glavni tužilac, zamjenici glavnog tužioca i tužioci**

U skladu sa zakonima o tužilaštvima, glavni tužilac je glavni glasnogovornik u ime Tužilaštva i treba da se obrati javnosti/medijima u vezi sa predmetima ili bitnim pitanjima vezanim za Tužilaštvo. Glavni tužilac je glavni strateg Tužilaštva i vrhovni autoritet za sva pitanja vezana za odnose s javnošću i informisanje od strane Tužilaštva. Sve što ide prema medijima, strankama i široj javnosti u ime Tužilaštva mora biti odobreno od strane glavnog tužioca. U slučaju odsutnosti ili spriječenosti glavnog tužioca ili u slučaju kada glavni tužilac to izričito odredi, gore navedene odgovornosti mogu biti prenijete na zamjenike glavnog tužioca ili na pojedine tužioce.

### **Sekretar**

Primarna zadaća sekretara Tužilaštva vezana za odnose s javnošću i informisanje je pružiti smjernice i pomoć saradniku za odnose sa javnošću vezano za tehnička i logistička pitanja koja se mogu javiti u njegovom poslu.

### **Stručni saradnik za odnose sa javnošću**

Saradnik za odnose sa javnošću je prije svega zadužen za efikasno posredovanje u komunikaciji između Tužilaštva i javnosti. Ovo je ključna funkcija kojom se osigurava adekvatna informisanost javnosti o uslugama Tužilaštva i mogućnost da javnost dobije dokumentaciju od strane Tužilaštva u skladu sa zakonom.

Kvalitetna strategija za odnose s javnošću i informisanje sadrži kontrolu ovlasti i maksimizira saradnju. Npr., službenik za odnose sa javnošću ne bi trebao imati ovlasti da da izjavu za medije osim ako je istu odobrio najviši autoritet, u ovom slučaju glavni tužilac ili imenovani zamjenik. Pored odnosa sa javnošću saradnik bi mogao preuzeti i dio poslova koji se tiču rada na zahtjevima u skladu sa ZSPI. U skladu sa tim, saradnik za odnose sa javnošću bi bio zadužen za indeks registar. I najbitnije, saradnik za odnose sa javnošću će biti zadužen za prenošenje informacija i poruka javnosti koristeći jednostavnije termine, za razliku od teško shvatljivog pravnog jezika koji često zbunjuje javnost.

Uloga saradnika za odnose s javnošću nije samo da prenosi poruke u ime Tužilaštva, već i da savjetuje i predlaže buduće strategije. Da bi se to uradilo efikasno, saradnik za odnose s javnošću i informisanje mora biti u potpunosti informisan o svim strateškim odlukama. Prema tome, službenik treba prisustvovati sastancima rukovodstva Tužilaštva.

## **6. Saradnja policije i Tužilaštva u odnosu s medijima**

Interesi krivičnih istraga u borbi protiv svih vidova kriminala, a s obzirom na funkcionalnu povezanost policije i tužilaštava u procesu otkrivanja krivičnih djela i njihovih počilaca, zahtijevaju uspostavljanje što tješnje koordinirane saradnje policije i tužilaštava u procesu obavještanja javnosti.

U tom kontekstu, Tužilaštvo će njegovati praksu sastanaka i dogovora sa rukovodnim osobljem i ovlaštenim službenim licima, radi dogovora o načinu, sadržaju i vremenu informisanja javnosti o rezultatima otkrivanja krivičnih djela i njihovih počilaca.

Pri tome, neophodno je obezbijediti provedbu u praksi Uputstva o postupanju i saradnji ovlaštenih službenih lica i tužilaca u provođenju radnji dokazivanja tokom istrage, a u dijelu koji se odnosi na informisanje javnosti.

Pomenuto Uputstvo čini sastavni dio ove Strategije.

## 7. Rokovi i aktivnosti

### 7.1. Distribucija informacija

AKTIVNOSTI	Ciljna grupa	Učestalost	Prioritet	Koristi
Web stranica	Sve ciljane javnosti i interesne zajednice  (Stranke, građani, pravne institucije i ustanove i mediji)  Interna i eksterna komunikacija	Svakodnevno ažuriranje i održavanje	VISOK	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Anoniman pristup za zainteresovane građane i stranke.</li> <li>✓ Jednostavan i relativno jeftin način za stalnu prezentaciju većeg broja informacija.</li> <li>✓ Efikasan način za objavljivanje statističkih podataka o radu Tužilaštva.</li> </ul>
Oglasna tabla	Stranke Zaposleni u Tužilaštvu  Interna i eksterna komunikacija	Stalno revidiranje i ažuriranje.	VISOK	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jednostavan i jeftin način za širenje informacija.</li> </ul>
Brošure	Stranke i građani  Eksterna komunikacija	Kreiranje, a zatim periodično revidiranje	SREDNJI	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proaktivan edukativni sistem.</li> <li>✓ Efektan način informisanja o standardima i očekivanjima.</li> </ul>
Bilten	Sve ciljane javnosti i interesne zajednice  (Stranke, građani, pravne institucije i ustanove i mediji)  Interna i eksterna komunikacija	Kvartalno	SREDNJI	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promoviše Tužilaštvo i demonstrira iskrenost i odgovornost.</li> </ul>

### 7.2. Konsultativne aktivnosti

<b>AKTIVNOSTI</b>	<b>Ciljna grupa</b>	<b>Učestalost</b>	<b>Prioritet</b>	<b>Koristi</b>
Kutija za sugestije	Stranke	stalno	VISOK	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pomaže unapređenju slike tužilaštva u javnosti</li> <li>✓ Dobar sistem za prikupljanje novih ideja.</li> </ul>
Procedure za pritužbe.	Stranke	Stalno	VISOK	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prioritetno reagovanje na pritužbe povećava kredibilitet Tužilaštva kao institucije.</li> </ul>
Ankete sa strankama i zaposlenima	Stranke Zaposleni u Tužilaštvu	Periodično	SREDNJI	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Omogućava da se sazna mišljenje stranaka o tome kako Tužilaštvo funkcioniše.</li> <li>✓ Dobijaju se korisni podaci za planiranje komunikacijske strategije.</li> </ul>

### 7.3. Odnosi sa medijima

<b>AKTIVNOSTI</b>	<b>Ciljna grupa</b>	<b>Učestalost</b>	<b>Prioritet</b>	<b>Koristi</b>
Obuka saradnika za odnose sa javnošću	mediji	Kontinuirano	VISOK	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ulaganje u dugoročne odnose sa medijima</li> <li>✓ Bolja reakcija predstavnika tužilaštva u odnosima sa medijima</li> <li>✓ Manja mogućnost greške I neodgovarajuće komunikacije sa medijima</li> </ul>
Konferencije za medije	mediji	Periodično	VISOK	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kontrolisan kanal komunikacije na određenu temu</li> <li>✓ Otvaranje vrata medijima</li> </ul>
Saopštenja za javnost	mediji	Po potrebi	VISOK	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Efikasan način slanja poruke na određenu temu, napisan jasno I koncizno ne ostavlja mogućnost nejasnoća I parafriziranja.</li> </ul>

## **8. ANEKSI**

### **8.1. ANEKS 1 Smjernice**

#### **8.2. Preporuke za odnose s medijima**

Sve poruke koje izlaze iz Tužilaštva se trebaju predstaviti javnosti, kao i interno, sa jednakim tumačenjem. Različite poruke o istoj temi ili njihovo različito tumačenje vode do zaključka da je Tužilaštvo nesigurno kada se radi o njegovim radnjama i pozicijama. Iz tog razloga, politika za kontakte sa medijima je veoma važna i trebala bi se strogo primjenjivati.

#### **Slijede predložene medijske smjernice:**

##### ***Predložene smjernice za kontakte sa medijima/novinarima***

##### Kontakti Tužilaštva sa medijima

- Način kontakata Tužilaštva sa medijima bi trebao utvrđivati glavni tužilac, koji je odgovoran i nadležan za komuniciranje sa medijima i građanstvom.
- Glavni tužilac, zamjenici i stručni saradnik za odnose s javnošću i informisanje su ovlašteni za davanje rutinskih izjava medijima;
- Iako su ovi uposlenici ovlašteni za davanje rutinskih izjava medijima, trebali bi zahtjeve za intervjuima koordinirati i potvrđivati sa saradnikom za odnose s javnošću i informisanje. Spontani novinski izvještaji i intervjui se redovno pojavljuju. Međutim, kada su u toku ove medijske aktivnosti, uposlenici o njima moraju propisno informisati odgovarajuće osoblje, u potrebnoj mjeri.
- Ostali uposlenici Tužilaštva nisu ovlašteni da daju intervjue novinarima, bez odobrenja glavnog tužioca ilisaradnika za odnose s javnošću;
- U Tužilaštvu, sve zahtjeve za intervjuima bi trebao koordinirati/odobravati saradnik za odnose s javnošću;
- Tokom intervjua koji daje uposlenik Tužilaštva, saradnik za odnose s javnošću bi trebao biti prisutan, kada je to moguće;
- Kada se radi o intervjuu sa glavnim tužiocem ili zamjenikom, stručni saradnik za odnose s javnošću bi mediju koji je u pitanju trebao nagovijestiti teme o kojima glavni tužilac ili zamjenik namjerava govoriti. U suprotnom, predstavnik tog medija bi trebao saradniku, na njegov zahtjev, unaprijed dostaviti spisak pitanja;
- Saradnik za odnose s javnošću bi trebao pohranjivati trake i članke sa intervjuima uposlenika Tužilaštva, ovisno o osjetljivosti teme;
- Ukoliko uposlenik Tužilaštva učestvuje u nekoj javnoj aktivnosti, i novinar mu zatraži komentar ili postavi pitanje o njegovoj funkciji u Tužilaštvu, dozvoljeno je da taj uposlenik da izjavu konkretno o svom poslu koji obavlja. To mora biti izjava zasnovana na činjenicama, bez ličnog mišljenja ili diskutovanja o načinu rada Tužilaštva;
- svim novinskim izvještavanjima o politički osjetljivim temama bi trebalo izvijestiti stručnog saradnika z aodnose s javnošću, kao i o okolnostima pod kojima je došlo do kontakta s predstavnikom tog medija, te o kojem mediju se radi.



- Obrazovati specijalnu arhivu o komunikaciji sa javnošću, a posebnu u komunikaciji s medijima.