

# DOPORUČENÍ PRO MEDIÁLNÍ KOMUNIKACI

verze 2.0

## 1) VĚNUJTE ČAS PEČLIVÉMU OVĚŘENÍ FAKT A ZDROJŮ

Vždy si předem zkontrolujte zdroje, ze kterých čerpáte, a fakta, která uvádíte. Sice platí, že komunikace by měla být maximálně rychlá, ale ne na úkor věcné správnosti. Sledujte aktuální vývoj. Pokud uvedete nepravdivé informace nevědomě, ihned je uveďte na pravou míru. Změna ve zveřejněném materiálu musí být jasně vyznačena a zdůvodněna (změna sama o sobě je novou zprávou, která v informačním toku může přebít dřívější chybné sdělení). Mějte na paměti, že není vždy nutné publikovat všechny detaily, pokud to není ve veřejném zájmu a jejich zveřejnění by s sebou mohlo nést bezpečnostní rizika. Zvolte si jedno hlavní sdělení a zajistěte, aby toto sdělení nekomunikovala pouze Vaše instituce, ale ideálně i další partnerské subjekty.

## 2) MĚJTE PŘIPRAVEN KONTAKTNÍ LIST PRO PŘÍPAD KRIZE V OBLASTI KYBERNETICKÉ BEZPEČNOSTI

Měl by obsahovat instituce (médiá, partnery, dodavatele atd.) a osoby (novináře věnující se kybernetické bezpečnosti, ICT experty atd.) Výrazně Vám to usnadní práci a zrychlí reakci na nastalý problém. Kontaktní list by měl obsahovat i sloupec komunikační kanály vhodné pro daný subjekt: někdo může Vaše sdělení sdílet na Twitteru, někdo rozhlasem, jiný televizí. Okruh příjemců každého kanálu bývá dost odlišný.

## 3) NEDOVOLTE ŠÍŘENÍ FAKE NEWS

Pokud třetí strana šíří fake news, spolupracujte úzce s klíčovými médii. Sledujte nejnovější vývoj, pomůže Vám to udržet situaci pod kontrolou. Na falešné zprávy reagujte na úrovni, na níž vznikly, tzn. na lživý status na Facebooku reagujte komentářem pod tímto statusem. Nesdílejte ho na svůj Facebook ani nereagujte tiskovou zprávou apod. Nemá smysl vlastní činností dopravit lživou informaci k širšímu okruhu osob, než jaký aktuálně oslovuje.

## 4) VYHNĚTE SE ŠÍŘENÍ POPLAŠNÉ ZPRÁVY

Vždy se ujistěte, že svým prohlášením nešíříte paniku a strach. Vaše mediální aktivita nesmí situaci učinit horší, vždy není nutné poskytnout médiím a veřejnosti všechny detaily. Sdělitelné informace je však potřeba setřídít a formulovat tak, aby poskytly pravdivý, srozumitelný a uvěřitelný popis skutečnosti. Pokuste se vycházet spíše z toho, co je zajímavé a důležité z pohledu cílového publika, ne z pohledu Vaší instituce.

## 5) PRO OSLOVENÍ CO NEJŠIRŠÍHO PUBLIKA VYUŽIJTE MAXIMUM KOMUNIKAČNÍCH KANÁLŮ

včetně sociálních sítí, tiskových zpráv, atp.

## 6) POSKYTNĚTE VEŘEJNOSTI NEZBYTNÉ INFORMACE

Někdy může být složité vzhledem k nedostatku informací nebo jejich citlivosti/utajení veřejnost a média uspokojivě informovat. Pokuste se spolupracovat se všemi relevantními subjekty a poskytnout alespoň základní informace, byť by byly jen obecné. Zároveň poskytněte vysvětlení nutnosti nesdílet všechny informace.

