



Република Северна Македонија  
Republika e Maqedonisë së Veriut

## СУДСКИ СОВЕТ НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА KËSHILLI GJYQËSOR I REPUBLIKËS SË MAQEDONISË SË VERIUT

Ул. "Македонија" бр.5, 1000 Скопје | тел.02/3218 130 факс.02/3218 131 | [contact@ssrm.mk](mailto:contact@ssrm.mk)  
Rr. "Makedonija" nr.5, 1000 Shkup | tel.02/3218 130 faksi.02/3218 131 | [contact@ssrm.mk](mailto:contact@ssrm.mk)

Бр. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 2020 год.

СКОПЈЕ

### ПЛАН ЗА СТРАТЕШКА КОМУНИКАЦИЈА НА СУДСКИОТ СОВЕТ НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Овој документ служи за развој на модерна, проактивна комуникациска стратегија со јасно дефинирани клучни пораки и насоки за употреба на различни канали за да се достигнат целните публики. Овој план дава рамка за координирање и организирање на комуникациските активности. Стратешките прашања и области се од висок приоритет и треба да се разгледаат на долг рок за да се воспостави значајна комуникација помеѓу Судскиот совет и целните публики. Овие цели се:

- Зајакнување на довербата на јавноста
- Едногласна комуникација на клучните пораки
- Подобрување на методите за комуникација
- Зајакнување на внатрешната комуникација.

#### МИСИЈА

Советот е самостојно и независно тело во судскиот систем што обезбедува независно извршување на функцијата на судиите и го заштитува интегритетот на судиите со спречување на надворешно мешање во процесот на избор, оценување, унапредување и разрешување на судиите. Со тоа Советот придонесува за навремено и квалитетно остварување и заштита на правата и слободите на граѓаните на Република Северна Македонија.

#### ТРАНСПАРЕНТНОСТ И ОТЧЕТНОСТ

Транспарентноста и отчетноста на правдата претставуваат фундаментални постулати на правото на правично судење. Членот „б“ од Европската конвенција за човековите права предвидува дека пресудата се

изрекува јавно и укажува на точно определени ситуации во кои јавноста може да биде исклучена во судската постапка.

Транспарентноста и отчетноста директно се одразуваат врз перцепцијата на квалитетот, ефикасноста и независноста на Судскиот совет на РСМ во извршувањето на неговите функции.

Целта на стратегијата за реформи на правосудниот систем 2017-2022 година е меѓудругото, обезбедување на транспарентна работа на Судскиот совет на РСМ преку воспоставување на јасни критериуми, правила и процедури за јавноста на седниците на Судскиот совет на РСМ, редовно објавување на дневниот ред и одлуките од седниците, јавно објавување на сите одлуки за избор, унапредување, разрешување и дисциплинска одговорност на судиите.

Со новиот закон за Судскиот совет на РСМ кој влезе во сила на 30.05.2019 година, нормативно се обезбедува транспарентното работење на Судскиот совет на РСМ. Судскиот совет преку имплементација на законот започна со изработка на подзаконските акти и повеќе проекти во насока на квалитетно, ефикасно, ефективно и транспарентно работење, за промена на перцепцијата на граѓаните за Судскиот совет како самостоен и независен орган на судската власт и зголемување на довербата во судството.

Во тие рамки е и проектот „Услуги за поддршка на стратешката комуникација на Судскиот совет“, финансирана од УСАИД.

## **ЦЕЛИ**

Подобрувањето на перцепцијата за Судскиот совет е можно со поголема отвореност, јавност и транспарентност во својата работа со постигнување на следните цели:

1. Максимизирање на угледот преку транспарентни комуникации;
2. Дефинирање на канали, алатки и пристапи дизајнирани да одговорат на потребите на одредена публика;
3. Да се донесе Проактивна и долгорочна стратегија за комуникација
4. Промовирање и подобрување на односите со медиумите за да се обезбеди точност и соодветност на јавното разбирање и перцепција на Судскиот совет.
5. Транспарентност за поттикнување доверба
6. Пораки прилагодени на различна публика;
7. Прилагодена комуникација и ангажираност на медиумите;
8. Мерење на резултатите и влијанието на комуникациските активности.

## **ПУБЛИКА**

Вистинската комуникација започнува со идентификување на клучните целни публики. Откако ќе се идентификуваат, судовите треба да користат различни методи на комуникација прилагодени на природата на пораката што се пренесува и публиката кон која е насочена таа порака.

1. Новинари
2. Правни професионалци
3. Корисници на судски услуги
4. Општата јавност

## КЛУЧНИТЕ ПОРАКИ

Судскиот совет обезбедува и гарантира самостојност и независност на судската власт.

Судскиот совет е транспарентен и одговорен пред граѓаните;

Судскиот совет е стратешки ориентиран и е насочен кон обезбедување независност, и ефикасно функционирање на судството;

Судскиот совет е силно посветен кон обезбедување праведност и ја гарантира независноста на судството, преку извршување на своите функции во согласност со Уставот и законите.

Судскиот совет преку своите одлуки и постапување ја потврдува решеноста за доследна примена на принципот на владеење на правото и зголемување на довербата кај граѓаните.

Ефективен и ефикасен корисник на парите на даночните обврзници.

## ПРИЛАГОДЕНИ ПОРАКИ ЗА СПЕЦИФИЧНИ ЦЕЛНИ ГРУПИ

Публика:	Порака:	Очекуван резултат:
<b>НОВИНАРИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Судскиот совет е транспарентен и одговорен</li> <li>• Судиите судат (постапуваат) согласно Уставот, Законот и меѓународните договори ратификувани согласно Уставот.</li> <li>• Судскиот совет е посветен на својата мисија и визија</li> <li>• Судската власт е рамноправна со извршната и законодавната власт.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Обезбедување на добра покриеност</li> <li>• Одговор на позитивни идеи и коментари за Судскиот совет</li> <li>• Претставување на Судскиот совет во добро светло; потенцирање на вредната работа на Судскиот совет и понудените услуги.</li> </ul>

<b>ПРАВНИ ПРОФЕСИОНАЛЦИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Судскиот совет ја поддржува работата на Законодавната и извршната власт во остварувањето на својата мисија.</li> <li>• Судскиот совет своите одлуки ги заснова врз основа на Уставот, законите и меѓународните договори ратификувани во согласност со Уставот.</li> <li>• Судскиот совет е транспарентен одговорен</li> <li>• Судскиот совет е посветен на својата мисија и визија</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Поддршка на Судскиот совет</li> <li>• Зборување со ентузијазам за Судскиот совет</li> <li>• Почитување на одлуките на Советот</li> <li>• Заедничка работа кон мисијата е визијата на Судскиот совет</li> </ul>
<b>КОРИСНИЦИ НА СУДСКИ УСЛУГИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Судиите судат (постапуваат) согласно Уставот, Законот и меѓународните договори ратификувани согласно Уставот.</li> <li>• Судскиот совет е посветен кон разјаснување и разбирање на судските постапки.</li> <li>• Советот обезбедува еднаквост, рамноправност, недискриминација по кој било основ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Позитивни критики за судскиот процес и одлуките донесени од Судскиот совет.</li> <li>• Почитување на судските одлуки.</li> <li>• Разбирање на одлуките и нивните идни одговорности.</li> <li>• Почитување на судските наредби</li> <li>• Вклучување во идното однесување кое е во согласност со закон.</li> </ul>
<b>ОПШТА ЈАВНОСТ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Судскиот совет е транспарентен одговорен</li> <li>• Судиите судат (постапуваат) согласно Уставот, Законот и меѓународните договори ратификувани согласно Уставот.</li> <li>• Судскиот совет е посветен на својата мисија и визија</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Комуницирање знаење и поволни работи за Судскиот совет.</li> <li>• Разбирање на улогата на Судскиот совет.</li> <li>• Разбирање на важната функција што Судскиот совет им ја обезбедува на граѓаните на Република Северна Македонија.</li> </ul>

#### КАНАЛИ И ПУБЛИКИ

	ПУБЛИКА 1 Новинари	ПУБЛИКА 2 Правни професионалци	ПУБЛИКА 3 Општата јавност
ПРВ КАНАЛ	ПРЕС-КОНФЕРЕНЦИИ		
ВТОР КАНАЛ	ВЕБ СТРАНИЦА	ВЕБ СТРАНИЦА	ВЕБ СТРАНИЦА

ТРЕТ КАНАЛ	СОЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ	СОЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ	СОЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ
ЧЕТВРТ КАНАЛ		МАСОВНИТЕ МЕДИУМИ	МАСОВНИТЕ МЕДИУМИ
ПЕТТИ КАНАЛ	ВЕСНИК	ВЕСНИК	
ШЕСТИ КАНАЛ	Бранч со медиумите		
СЕДМИ КАНАЛ	ДИРЕКТЕН МАИЛ	ДИРЕКТЕН МАИЛ	

## ЈАЗИК

Јазикот на комуникација со целната публика треба да биде помалку формален, особено со новинарите и пошироката јавност. Не треба да се потпира само на правната терминологија. Треба повеќе да биде наративен и да ги потенцира клучните белешки и информации. Кога комуницира со целната публика, Советот треба да обезбеди доволно информации до јавноста и до медиумите, така што јавноста може да создаде точна перцепција за спроведувањето на правдата. Редовно да се известува за начинот на кој ова тело ги извршува своите функции. Целокупната комуникација, особено со новинарите и пошироката јавност, треба да се изврши на особено едноставен начин каде што по можност ПР-тимот сугерира наслов на статијата, укажува на најзначајните делови од пораката итн.

## ОДНОСИ СО МЕДИУМИТЕ, АЛАТКИ ЗА КОМУНИКАЦИЈА И НИВНИТЕ КАРАКТЕРИСТИКИ

### Прес-конференција

Прес конференцијата е еден од највообичаените начини за промоција на вестите и активностите која се свикува ако се има да се соопшти нешто навистина ново и важно или кога се има потреба да се даде брз одговор на некоја голема вест.

При организирањето на прес конференцијата треба:

- Да се определи темата со проценка дали имаме вест.
- Дали веста е доволно интересна за јавноста или може податоците да се објават во соопштение за печат.

- Проценка што треба да каже претставникот на Судскиот совет во воведната изјава.
- Да се набележат поентите. Како и за интервјуто најдобро е вниманието да се фокусира на три поенти.
- Кои би биле можните прашања поврзани со темата, но и надвор од неа.
- Да се определи датата внимавајќи да не дојде до преклопување со некој важен настан (државен или друг важен празник и дали однапред е најавен некој голем настан).
- Времето за одржување на конференцијата да се определи во согласност со функциите на медиумите во РСМ (пладне или предпладне, но не порано од 10,00 часот наутро).
- Пред почетокот треба да се провери просторијата каде ќе се одржи конференцијата, дали опремата функционира и дали се исполнети техничките услови.
- Времетраењето на конференцијата за печат не треба да биде подолго од 45 минути; во зависност од бројот на говорниците, треба да се ограничат нивните презентации оставајќи доволно време за одговор на прашањата од новинарите.
- Во воведното обраќање на модераторот ќе ги претстави учесниците по име и функција, ќе ги истакне правилата и ќе ги потсети новинарите дека ќе се одговара само на прашања кои се поврзани со тој настан.
- Ако е потребно треба да се обезбеди превод во зависност од публиката.
- Поканата за релевантните новинари и медиуми треба да биде испратена пред прес-конференцијата и неопходно е да се направат и неколку последователни активности, вклучувајќи директен повик или разговор преку директна порака.
- Треба да се обезбедат печатени содржини по завршувањето на настанот, за да се осигура дека пораката што Советот се обидува да ја пренесе е правилно пренесена.
- Употреба на социјалните медиуми за дополнително да се асистира во зголемувањето на опсегот на прес-конференции преку вклучување во живо или објава на заклучоци од пресот.

## **Соопштенија**

- Промена на моделот на именување на соопштенијате преку дефинирање на главната порака на соопштенијата и користејќи ја неа како наслов што ќе го привлече вниманието на читателот. Според „Вашингтон пост“, до 70% од јавноста го чита само насловот пред да се чувствуваат подготвени да

коментираат или да оформат мислење за темата, па затоа, да се има силен наслов што ја пренесува пораката на директен и едноставен начин е приоритет.

## **Интервју**

- Дефинирање јасна цел и насока на интервјето - Која порака или информација сакаме да комуницираме со интервјето? Која е клучната публика? Кој медиум и кој новинар е најдобриот избор за интервјето?
- Преговарање за подобри услови во име на Судскиот совет. – Prime time или специфично позиционирање, време и локација за интервју, итн.
- Еден важен аспект во работата на портпаролот за односи со јавноста е да ги советува неговите колеги за нивните односи со новинарите. Дека тие во секој момент треба да бидат политички неутрални. Дека треба да се консултираат за совети пред да зборуваат со новинарите. Ништо од ова не е дизајнирано да го спречи контактот. Новинарите понекогаш се обидуваат да опишуваат „профили“ на високи функционери. Ваквите интервјуа можат да бидат значајни во процесот на промена и подобрување на јавната перцепција на Судскиот совет. Портпаролот треба да преговара за условите на ваквите интервјуа и да се осигурада е присутен на нив. Портпаролот треба да ги обесхрабри неформалните телефонски разговори помеѓу службените лица и новинарите, бидејќи нема контрола врз условите за тоа што се бара и се дава. Секогаш е подобро да се дискутира за политиката на одделението на формална основа.

## **РАЗВОЈ НА КАПАЦИТЕТ ЗА СЛЕДЕЊЕ НА МЕДИУМИТЕ**

### **Канцеларија – служба за односи со јавноста**

Тимот или лицето за односи со јавноста се одговорни за градење на доверба, одржување и унапредување на угледот на Судскиот совет на РСМ. Службата ќе работи на обликување на имиџот на Судскиот совет на РСМ. Таа ќе ги дистрибуира институционалните пораки и ќе ги намалува последиците и ефектите од негативниот публицитет.

Набљудувањето на ситуациите што произлегуваат од следењето на реакциите во јавноста во однос на работата на Судскиот совет, понудата на совети кога ќе се појават тенденциозни проблеми, го потенцираат

значењето на оваа служба и местото кое што треба да го завземе во процесот на стратегиско управување.

Имајќи во предвид дека Судскиот совет е самостоен и независен орган на судството, кој ја обезбедува и гарантира самостојноста и независноста на судската власт преку остварување на своите функции согласно Уставот и законите, како императив се наметнува потребата од организирање на службата за односи со јавноста со обезбедување на човечки и материјални ресурси.

Главните функции на службата (Одделот) за односи со јавноста се:

- Комуникација со медиумите, следење и анализа на нивните известувања.
- Управување со ситуации и кризи.
- Комуникација и координација со вработените.
- Советување на раководството околу прашања поврзани со комуникациите.
- Подготовка и реализација на комуникациската стратегија.
- Планирање и реализација на специјални настани.
- Подготовка на различни видови публикации.
- Директно комуницирање со различни целни групи и јавноста.
- Мерење и анализа на јавното мислење.
- Создавање можности за градење на мрежа за соработка и партнерство.

### **Лице за односи со јавноста**

Лицето за односи со јавноста во Судскиот совет на РСМ потребно е да располага со богато искуство, теоретско знаење и способност да употребува различни податоци во насока на дефинирање на проблемите, планирање и креирање програми, преземање активности и комуникација, како и проценка на програмите за дејствување.

Добрата работа со медиумите секогаш подразбира и добар портпарол или лице за односи со јавност.

- Лицето треба да се чувствува комотно за да комуницира директно со медиумите.
- Добро и ефектно да презентира кога настапува на ТВ, радио или печат.
- Да ја следи работата на новинарите и навремено и ефективно им излегува во пресрет на нивните потреби.

Ова подразбира континуирано следење на медиумите за објавени информации за Судскиот совет на РСМ со внесување на клучни зборови, како „Судски совет“, „суд“, имињата на членовите и претседателот на Судски совет на РСМ итн., како би можело брзо да се реагира со



прикладни одговори од службата – тимот за односи со јавноста, како постојано одделение за односи со јавноста или ad hoc формирано за конкретниот случај.

## **ВЕБ страница на Судскиот совет на РСМ**

Покрај изјавите на претседателот на Судскиот совет на РСМ пред или по завршувањето на седницата, телефонските одговори на прашањата на новинарите, комуникацијата на Судскиот совет со медиумите најчесто се одвива и преку ВЕБ страницата на Судски совет. Имајќи во предвид дека дизајнирањето на ВЕБ – страницата е направено пред подолг временски период, неопходно е потребно нејзино редизајнирање, надградба и ажурирање.

- Прилагоден пристап до почетната страница која ќе ги задоволи потребите на посетителите со правна професија, новинари или пошироката јавност и во согласност со избраниот одговор на прилагодената почетна страница ќе се објавуваат и информации што се релевантни само за неа.

Ова надградба ќе ги направи релевантни информациите за специфичен тип на посетители, подостапни и лесни за пристапување. Со тоа се поедноставува употребата на ВЕБ страницата.

- Ажурирање на ВЕБ страницата со нови податоци, објавување на информации што недостасуваат, често поставувани прашања, важни и корисни информации, изјава за мисијата итн.

## **Создавање на Фејсбук профил за Судскиот совет**

- Редовно ажурирање со нови релевантни содржини. Прилагодување на содржината за сите три публика;
- Едуцирање на јавноста за целите, улогите, одговорностите и одлуките на Судскиот совет на постојана основа;
- Содржина на социјалните медиуми:
  - Објави за работата на Судскиот совет - улогата, структурата, надлежноста и сл.
  - Промоција на услугата која ја нуди Судскиот совет со користење на различни методи на комуникација преку споделување информации објавени на веб-страницата, видеа и слики од тековни настани, итн.
  - Објавување на информации за работата на Советот
  - Промоција на членовите, при што секој од нив ќе привлече значително внимание и ќе ја промовира својата претходна кариера, успеси и сл., На овој начин помагајќи да се поттикне да се зголеми кредибилитетот и способноста на институцијата.

- Обезбедување информации на јавноста и на судските корисници за да се обезбеди разбирање на судските процеси и процедури, достапните услуги и методите за нивно пристапување
- Споделување содржини од медиумите, во врска со Судскиот совет - интервјуа со претседателот, членовите и претставниците
- Претставување на членовите и претседателот на Советот во разни медиуми
- Јавни соопштенија
- Настани
- Фотографии
- Вести...
- „Brunch with PRESS“ – Бранч со медиумите – еден настан месечно
  - Овој вид на активност е совршен за известување на претставниците на медиумите, создавање пријателски односи и разбирање на информациите кои им се најинтересни. Покрај тоа, блиската врска ќе ги направи склони да пренесуваат важни информации или да ги донесат во вниманието на јавноста на поповолен начин.
  - Развивање редовен контакт со новинарите за да се поттикне дијалог и фидбек, отворените линии на комуникација, да се воспостави доверба, почит и поддршка и да се промовира размената на информации и во рутински и во кризни ситуации.

## **ОДГОВАРАЊЕ НА ПРАШАЊАТА НА НОВИНАРИТЕ**

### **Одржување контрола**

- При одговорите на прашањата поставени од новинарите потребна е максимална концентрација и контрола.
- Секогаш да се има во предвид дека медиумското интервју не е исто како однапред подготвена презентација, каде публиката генерално ќе се воздржи од поставување на прашања се до завршувањето на излагањето.
- Во текот на интервјуто треба да се очекува прекинување со постапување на прашања и оспорување на одговорите.

### **Кажување на вистината**

- Првото правило е да се каже вистината. Никогаш не треба да се лаже, затоа што новинарот може да ги дознае вистинските факти од разни извори.

- Не е задолжително да се одговори на секое прашање. Кога ќе се каже дека не може да се одговори на поставеното прашање треба да се кажат причините за тоа.
- Ако не се знае одговорот ќе се каже и ќе се наведе веројатноста да се даде одговор, кога ќе се обезбедат потребните податоци – кога ќе се има прилика за тоа, или да се упати новинарот да разговара со некој друг од Судскиот совет или надворешен извор кој располага со податоците и може да одговори на прашањето.
- Интервјуто не е пријателски разговор, потребна е учтивост во одговарањето на прашањата, но и внимателност во поентирањето на клучните пораки.
- Кога новинарот вели дека не е одговорено на поставеното прашање, тоа навистина значи дека не е одговорено на начин на кој тој се надевал дека ќе се одговори. Во таков случај се парафразира прашањето како што е разбрано со вистиниот одговор, вклучувајќи ги и клучните пораки.
- Доколку воопшто не може да се даде одговор на определено прашање поради законска пречка, тоа ќе му се каже на новинарот.

#### **Промена на темата**

- При одговарањето на прашањето не треба да се ограничува само на неговата содржина. Треба да се искористи можноста да се промени темата, односно одговорот на прашањето користејќи ги фразите „дозволете ми да Ви кажам“ или „дали сте известени дека?“.
- Место заменката „ние“ секогаш да се употребува називот на Судскиот совет.

#### **Однапред подготвување**

- Доколку прашањата се однапред познати или можат да се предвидат, ќе се напишат одговорите, ќе се вежбат, но истите не треба да се читаат, туку усно со различни зборови да се образложат за да се постигне саканата поента.
- При одговарањето на прашањето се гледа во новинарот, а во ТВ студио во камерата. Вниманието треба да се задржи и во пријателскиот разговор по завршувањето на официјалното интервју. Тоа е момент кога новинарот може да постави неочекувано прашање.
- Доколку, по дадената изјава камерите се уште снимаат не треба да се кажува нешто или да се гестикулира, што не сакаме да се емитува по медиумите.

## **ПРОАКТИВНА ТРАНСПАРЕНТНОСТ**

### **Иницирање комуникација**

- Комуникацијата секогаш е посилна кога е иницирана од Судскиот совет и е послаба кога мора да се реагира на неа.
- Проактивна транспарентност подразбира објавување на информациите од јавен интерес уште пред информацијата да биде побарана.
- Проактивната транспарентност вклучува известување на јавноста за:
  - Време на одржување на седниците со дневен ред;
  - Јавност на седниците на Судскиот совет;
  - Објавување на одлуките за избор, унапредување, разрешување и дисциплинска одговорност на судија;
  - Објавување на статистички податоци за работата на судовите и Судскиот совет;
  - Реакција на изјави или објавени текстови насочени против самостојноста и независноста на судовите и Судскиот совет;
  - Пристап до содржината на одлуките на Судскиот совет;
  - Образложение на одлуките на Судскиот совет;
  - Други информации за кои ќе се оцени дека јавноста треба да биде информирана.
- Доколку информациите се даваат усно, на провокативните прашања, за да се неутрализираат негативните фрустрации, може да се побара прашањето да се повтори поради неразбирање на истото и да се побара од новинарот да каже што конкретно го интересира.
- На провокативните прашања се одговара смирено, да се предизвика умереност во изразувањето на соговорникот, со самоуверен и позитивен изглед и тон. Брз и жесток одговор со агресивен тон, може да ја зголеми фрустрацијата и агресивноста на соговорникот.
- На прашање да се коментираат одделни изјави на претставници на други правосудни органи или политичари за судската власт потребно е да се каже ставот на Судскиот совет во врска со изјавата.
- Јавно осудување на лажните вести за работата на судовите и Судскиот совет.

### **ВООБИЧАЕНИ КРАТКИ ПРОЦЕДУРИ ЗА КРИЗНА КОМУНИКАЦИЈА**

Во согласност со општите принципи на комуникација, за време на неповолен настан, одделот за односи со јавноста треба:

- Да ги комуницира фактите што е можно побрзо
- Обезбеди ажурирања како се менуваат околностите

Не секој неповолен настан е криза. Разбирањето на разликата помеѓу криза и прашање од суштинско значење е клучно за развој на соодветен и ефективен одговор.

Влијание	Тајминг	
	Сега или неизбежно	Во иднина
<b>ВИСОКО</b> Опасност за долгорочната репутација или големо присуство на медиуми, социјални медиуми или политичко внимание	Акција веднаш Сите ресурси Највисоко ниво на внимание и одобрување	Планирање за заштита или справување со штетата Значајна употреба на ресурсите Највисоко ниво на внимание и одобрување Следење на ситуацијата
<b>СРЕДНО</b> Опасност за краткорочната репутација или средно присуство на медиуми, социјалните медиуми или политичко внимание	Акција веднаш Значајни ресурси Највисоко ниво на внимание и одобрување	Планирање за заштита или справување со штетата Соодветна употреба на ресурсите Највисоко ниво на внимание и одобрување Следење на ситуацијата
<b>НИСКО</b> Без опасност за репутација Само одредени групи се вклучени	Одлучување дали треба да се преземе акција Соодветна употреба на ресурсите Ниско ниво на внимание и мала потреба од одобрување	Планирање за заштита или справување со штетата Соодветна употреба на ресурсите Ниско ниво на внимание и мала потреба од одобрување Следење на ситуацијата

## ПЛАН НА НЕДЕЛНИ КОМУНИКАЦИСКИ АКТИВНОСТИ

Секој понеделник ПР тимот се состанува со Претседателот и ги закажува ПР-активностите за тековната недела. Ако има какви било барања од медиумите за интервју со претседателот или членовите на Советот, ПР-тимот треба да ги презентира сите достапни информации за темата, временските рокови и доколку е потребно да додаде коментари.

На дневна основа, ПР тимот ќе следи печатени медиуми, Интернет, ТВ и другите вести за какви било спомнувања на Судскиот совет и ќе прилагоди одговор доколку е потребно.

Секоја среда, од 9 до 15 часот, ПР тимот ќе работи на креативните аспекти на содржината што ќе се објави на официјалната страница на Фејсбук на Судскиот совет за петок и следната недела.

Секој четврток, од 9 до 15 часот, ПР тимот ќе закаже постови со претходно подготвени содржини на официјалната страница на Фејсбук на Судскиот совет за петок и следната недела.

Секој петок, ПР-тимот пишува седмичен извештај и го доставува преку е-пошта до претседателот и генералниот секретар.

Еднаш месечно, ПР тимот ќе организира настан за медиумите—“Brunch with press”.

Понеделник	Вторник	Среда	Четврток	Петок
Неделен состанок				
Пратење на вестите				
		Смислување содржини за објави на Фејсбук		
			Закажување објави на Фејсбук	
				Подготовка и праќање на неделен извештај

## КОМУНИКАЦИСКИ ПРОТОКОЛ

- Итен одговор (нешто на што треба веднаш да се одговори / одговори во 24 ч.)
  - ПР тимот ги собира сите потребни информации и ги испраќа на директна комуникациска врска или преку е-пошта до вклучените страни од Судскиот совет - претседател и / или членови, итн.
  - ПР-тимот пишува предлог за одговорот и го испраќа до претседателот и генералниот секретар за преглед
  - Ако има забелешки од претседателот, тие се вклучени во одговорот.
  - ПР-тимот го доставува одговорот на примателот.
- Барање за интервју / изјава - Претседател или член
  - ПР-тимот го прифаќа барањето за интервју од медиумите
  - ПР-тимот проверува со претседателот или членот на советот за достапниот датум и време и ги информира за темата на интервјутото, името на новинарот и медиумите кои бараат интервју со соодветна проверка на сите нив.

- ПР тимот го известува новинарот за достапноста на интервјуто
  - По анализирање на темата на интервјуто, ПР-тимот ги собира сите потребни информации и го советува интервјуираниот за пристапот и посакуваниот исход
  - Откако ќе се изврши интервјуто, ПР тимот подготвува извештај за мониторинг каде што собира податоци од медиумите и спроведува свое онлајн истражување за коментари, повратни информации, спомнувања итн.
  - Извештајот се дискутира на неделниот состанок за да се извлечат заклучоци и лекции за идните слични активности
- Содржини за социјалните медиуми
    - ПР-тимот ја пишува содржината за објавите и ги спојува визуалните решенија со нив (графики или фотографии од разни настани или од архива)
    - Завршените објави ПР тимот ги испраќа до Генералниот секретар за одобрување.
    - По одобрувањето, ПР тимот ги закажува објавите на Фејсбук.
    - Во ситуација кога објавувањето е веднаш или итно, процесот е ист, освен ако Генералниот секретар нема соодветно време за прегледување и известување, ПР тимот постапува според нивното размислување и расудување околу содржината и сликата.

## ТЕМПЛЕЈТ ЗА ПРЕС ОБЈАВА

(Датум на објавување / за итно објавување)

### СООПШТЕНИЕ ДО МЕДИУМИТЕ

Краток наслов за привлекување внимание!

Во соопштението треба да се покријат петте прашања (**што, каде, кој, кога и зошто?**) во првобитното обраќање. Читателот треба веднаш да знае зошто треба да прочита и зошто приказната ќе го интересира.

Се користи методот на триаголник при што сите важни информации што навистина сакате да новинарот да ги искористи, да бидат вметнати во **првата половина на**

**соопштувањето**, а помалите детали или помалку важните информации треба да бидат вклучени кон крајот. Како општо правило, е дека сите соопштенија за медиумите се фактички и прецизни. Важно е да се размисли со кој агол и пристап ќе се продолжи, се со цел објава да биде позначајна и да допре повеќе луѓе.

Соопштението да не е повеќе од една страна на А4. Содржината – соопштението преку е-поштата се испраќа до медиумски контакт бидејќи новинарите не сакаат да отворат прилози. Добрите фотографии (во најголема достапна резолуција) ќе бидат добар прилог насоопштение, со известување на медиумот да знае дека тие се достапни во е-поштата што е испратена со соопштението (attachment).

Текстот на соопштението за печатот треба да биде со фонт „Tahoma 11“ или „Verdana 11“ и со растојание помеѓу речениците од минимум 1,5.

--Крај--

За повеќе информации, контактирајте го [име], [позиција] на [name@ssrm.mk], [телефонски број]

[Поштенска адреса]

<http://sud.mk/>

## **ТЕМПЛЕЈТ ЗА БАРАЊЕ НА ИНТЕВЈУ СО ПРЕТСЕДАТЕЛОТ ИЛИ ОСТАНАТИТЕ ПРЕТСТАВНИЦИ**

### **БАРАЊЕ ЗА ИНТЕРВЈУ**

**До / [име]**

Известете го примателот на ова писмо дека новинарот [име] од [име и вид на медиум] бара интервју со нив. Вклучете ги сите достапни информации за темата и целта на интервјуто.

Вклучете ги сите расположиви информации во врска со темата, временските рокови и



додадете коментари доколку е потребно.

Побарајте потврда или коментари за барањето.

За повеќе информации, контактирајте го [име], [позиција] на [name@ssrm.mk], [телефонски број]

## ЧОВЕЧКИ И МАТЕРИЈАЛНИ РЕСУРСИ

Тимот и капацитетот за односи со јавноста на Судскиот совет мора да се зголемат. Треба да има минимум две лица кои ќе преземат целосна комуникација за сите јавни односи. Проактивност е од суштинско значење. Советот мора да иницира активности, постојан контакт и состаноци со новинарите. Формата на соопштенијата за медиумите мора да се подобри. Би било корисно ако Судскиот совет е присутен на социјалните медиуми, Потребна е почеста покриеност на медиумите. Членовите на Судскиот совет исто така можат да бидат вклучени во медиумски активности.

### Заклучни согледувања

- Јавниот углед на Судскиот совет се подобри откако беа направени последните измени во законот за Судски совет, но сегашната состојба е далеку од идеална и има многу простор за натамошно подобрување.
- Недоволната екипираност на оддел за односи со јавноста е основен фактор кој влијае кон ефикасно спроведување на комуникациската стратегија.
- Претседателот дава изјави за медиумите. Како по правило, портпаролот треба да го стори тоа, односно да дава изјави пред медиумите. Ова мора да се промени затоа што одзема време и го спречува Претседателот да ги извршува своите должности.
- Мислењето на Претседателот, кое е впрочем во согласност со мислењето на секоја личност од Советот што ја интервјуираме, е дека треба да има минимум две лица кои ќе преземат целосната комуникација со сите страни вклучени за односи со јавноста.
- Советот нема на располагање буџет за одделот за односи со јавност и треба да побара дополнително финансирање.
- Според законите според кои Судскиот совет функционира, за прашања добиени од новинари, мора да се добие одговор од експерти во Судскиот совет, што може да трае 2-3 дена, на што новинарите излегуваат со информации дека не добиваат одговори. Во исто време, според законите, на секоја информација што

излегува надвор од Советот, треба одобрување и верификација, што исто така е потребно време. Самите закони прават Советот да биде позатворен за комуникација. Ова значи дека е многу важно да се развие подинамичен протокол за комуникација во рамките на Советот, така што времето за одговор на прашањата на новинарите да е пократко.

- При пишувањето на соопштенијата за медиумите, не треба да се користат само задолжителните законски термини и членови, туку на поедноставен народен јазик да се објасни суштината на одлуките.
- Почести пресконференции или брифинзи со новинари, месечно или квартално.
- Во овој момент, нема физички простор за новинарите во зградата на Советот, така што им останува да застанат во ходниците додека чекаат изјава. Ова не оди во прилог кон градење на добри односи со новинарите. Советот во моментот подготвува нова просторија за новинарите, каде ќе можат да чекаат пред да земат изјава по седница, или друг вид изјави и настани за медиуми.
- Во моментот, не постои формална постапка за одобрување на интервју во Советот. Дел од Стратешкиот план за комуникации го содржи и предлогот за протокол, развиен од тимот на Еден и Еден.
- Потребно е редизајнирање и надградба на ВЕБ страницата на Судскиот совет.
- Недозволно е користејќи ги приватните односи со новинарите, комуницирање со нив преку СМС, за време на седниците, давајќи информации што се уште не треба да се откриваат или не се правилно формулирани.
- Во време на функционирање без пијар тим, потребно е членовите на Судскиот совет да се вклучат во поддршка на активностите за односи со јавноста.

**СУДСКИ СОВЕТ НА  
РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА  
Претседател,  
Киро Здравев**