



**USAID**  
OD AMERIČKOG NARODA

УСАИД-ов ПРОЈЕКАТ ВЛАДАВИНЕ ПРАВА У СРБИЈИ

# ВОДИЧ ЗА ПОРТПАРОЛЕ СУДОВА У СРБИЈИ



УСАИД-ов ПРОЈЕКАТ ВЛАДАВИНЕ ПРАВА

# ВОДИЧ ЗА ПОРТПАРОЛЕ СУДОВА У СРБИЈИ

*Од правника до портпарола*

УСАИД-ов Пројекат владавине права у Србији  
Уговор бр.: AID - 169-C-17-00005  
Пројекат имплементира: Development Professionals, Inc.

Мај 2021. година  
Development Professionals, Inc.

Израда ове публикације омогућена је уз подршку америчког народа путем Америчке агенције за међународни развој (УСАИД). За садржај ове публикације одговоран је УСАИД-ов Пројекат владавине права и она не мора нужно одражавати ставове УСАИД-а или Владе Сједињених Америчких Држава.

# САДРЖАЈ

<b>УВОД</b> .....	5
Шта је сврха овог Водича?.....	7
Структура Водича.....	8
Коме је Водич намењен?.....	9
Како се Водич може читати/примењивати? .....	10
О УСАИД-овом Пројекту владавине права.....	11
<b>1. Улога портпарола суда</b> .....	13
1а. Комуникација и односи са јавношћу – појам и кључни задатак/циљ .....	15
1б. Шта је то портпарол суда и која је његова основна улога/задатак?.....	16
1в. Позиција Портпарола у односу на остале функције у суду.....	19
1г. 5 стубова вештина које је пожељно да поседује портпарол.....	21
<b>2. Комуникациони план</b> .....	25
2а. Важност постојања системског/стратешког приступа комуникацији.....	27
2б. Све циљне јавности и кључне циљне јавности за суд.....	28
2ц. Комуникациони план – основни елемент комуникационе стратегије.....	29
<b>3. Рад са медијима</b> .....	31
3а. Структура медија .....	33
3б. Односи са медијима .....	34
3в. Припремни кораци портпарола пред почетак сарадње са медијима .....	38
3г. Основне форме (директне) комуникације/сарадње са медијима.....	42
3д. Јавност/медији у суду – праћење суђења и извештавање о ‘медијским’ предметима.....	48
<b>4. Организација догађаја</b> .....	55
4а. Догађаји за јавност као моћно средство за комуникацију.....	57
4б. Дан отворених врата за грађане.....	58
4в. Едукативне радионице за ученике/младе.....	62
4г. Догађаји за медије.....	67

<b>5. Језик и стил у писаној комуникацији</b> .....	71
5а. Од публике преко поруке до канала комуникације: Ко? Шта? Како? .....	73
5б. Пример комуникације прилагођене циљној групи и начину пласирања информација.....	74
5в. Јасан и разумљив језик у служби ефикасне комуникације .....	77
<b>6. Судови на интернету</b> .....	79
6а. Зашто је важно да судови имају вебсајт? .....	81
6б. Техничко функционисање вебсајта.....	83
6в. Структура сајта .....	85
6г. Креирање садржаја.....	90
6д. Судови на друштвеним мрежама .....	94
<b>7. Праћење резултата унапређене комуникације са јавношћу</b> .....	101
7а. Предности праћења перцепције јавности о рад суда .....	103
7б. Спровођење анкете.....	103
<b>8. Уместо поговора</b> .....	107
<b>КОРИСНИ ЛИНКОВИ И ДОДАТНА ЛИТЕРАТУРА</b> .....	108

# УВОД



## Шта је сврха овог Водича?

*Годишњим распоредом послова додељена вам је улога портпарола или координатора за медије вашег суда. Шта то значи када дођете у суд сутра? Како ћете ово задужење обављати савесно, благовремено и ефикасно? Одакле да почнете?*

Сасвим је природно да вам се оваква питања роје у глави оног тренутка када схватите шта вас све чека. Како вам то ‘све што вас чека’ не би изгледало као непознаница или вас држало у неизвесности, овај *Водич* садржи смернице и практичне савете како да се снађете на новим радним задацима. Као што поднаслов *Водича* каже – ви сте правници, образовали сте се да посао у суду (било да сте судијски помћник, судија, секретар суда, итд.) обављате уз знање и вештине које су за то неопходне. Међутим, за посао портпарола се (највероватније) нисте обучавали, а он са собом носи неке специфичности о којима би свакако било добро да знате макар основно како се у некој ситуацији не бисте затекли неспремни или уложили много труда и енергије у погрешном смеру.

Пандемија корона вируса изазвала је кризу у целом свету, а целу ситуацију је додатно усложнила и пратећа ‘инфодемиа’. И без корона-кризе, шум невероватног броја информација које круже у етру - од традиционалних медија, преко друштвених мрежа - отежава (уместо да олакшава) правовремено и тачно информисање. Правосуђе је од кључне важности за свако друштво, па судови имају велику одговорност да, како у нормалним околностима, тако још и више током кризе, благовремено информишу грађане о свом раду, те променама до којих је дошло или може доћи, јер криза утиче на начин на који сви обављамо своје свакодневне активности. Судски портпароли су у тим ситуацијама они који морају да буду спремни да брзо реагују, да у договору са руководством суда изађу на време са важним информацијама, одаберу канале кроз које ће те информације пласирати, да исте формулишу тако да пренесу поруку језиком који је лишен сувишног правничког жаргона и свима разумљив, те да реагују уколико дође до неспоразума или су потребна додатна појашњења. Све ово је процес који кад се разложи на фазе делује компликовано; међутим, пракса чини да тече прилично једноставно и уиграно, уколико постоји разумевање и договор међу колегама.

Можда је то и најважније разумети о послу портпарола у суду – ви сте део тима и да бисте свој посао обављали како треба потребна вам је подршка и разумевање других сарадника. Такође, оно што постоји као опис задужења једног портпарола у Судском пословнику врло је штуро, па вам неће дати довољно смерница како да овом послу приступите у пракси. На крају, портпарол је, као што ће овај Водич и показати, више од оне особе из суда која шаље дописе и саопштења медијима – ако овај посао



обављате тако да вам је циљ да унапредите перцепцију коју ваши суграђани, најпре, а онда и шира јавност имају о раду ваше институције, онда на позицији портпарола суда можете носити пуно различитих шешира, односно обављати више улога од којих свака захтева одређене вештине како бисте на крају били и успешни у ономе што сте наумили. Овај Водич покушаће да сликовито предочи шта све могу бити задужења једног портпарола и пружити практичне савете како да се са њима успешно носите.

## Структура Водича

Прва два поглавља посвећена су опису улоге и основних активности портпарола у суду, те представљању комуникационог плана као главне стратешке алатке кроз коју се сагледава цео универзум послова којима се особа на позицији портпарола бави: на пример, планира временски оквир и ресурсе за реализацију активности које су идентификоване као приоритетне за ту годину и заједно са колегама из суда ради на унапређењу односа са јавношћу.

Треће поглавље посвећено је раду са медијима, јер је ово кључна јавност са којом суд комуницира, а која у великој мери креира слику правосуђа код опште јавности. Планска, континуирана комуникација са медијима, пре свега локалним, односно спремност суда да о предметима који побуђују пажњу јавности информише грађане у оној мери у којој то дозвољавају правила поступка, итекако доприноси транспарентности, а без исте нема поверења у рад институција. Ово поглавље садржи практичне смернице за успостављање и одржавање односа са медијима, писање саопштења, пласирање објава које су за суд важне, припрему за јавне наступе, тј. давање изјава, као и организовање присуства медија и грађана у суду уколико је у питању праћење неког предмета који изазива повећану пажњу јавности.

На ово се наслања четврто поглавље у коме су дате препоруке за организацију различитих врста догађаја у суду, почев од отворених врата суда и конференција за медије, до едукативних догађаја за грађане и ученике различитих узраста. Судови понекад зазиру од ове врсте интеракције са јавношћу, а ми смо се потрудили да објаснимо колико је она важна и колико много може учинити на пољу едукације о важности и улози суда у изградњи демократског друштва, чврсто утемељеног у владавини права.

Креирање писаног садржаја има своје законитости које се посебно тичу избора начина обраћања, језика, формата, врсте садржаја. У петом поглављу потрудићемо се да на примерима прикажемо разлику између обавештења и саопштења, упутства, брошуре, едукативног материјала, као и савете како да вам писање за различиту публику постане лакше.

У шестом поглављу пажња је посвећена личној карти суда на интернету – вебсајту, односно интернет презентацији институције. Вебсајт захтева одређену врсту техничког знања, као и посебан начин обраћања који се разликује од истицања неког обавештења на огласној табли суда или приликом непосредне комуникације са грађанима/странкама у суду. Он је својеврсна платформа која је у 21-ом веку постала неопходност, а пружа могућност суду да унапреди слику коју јавност има о функционисању институције тако што све важне информације чини доступним на неколико кликова. Поред овога, осврнули смо се на успешне примере интеракције судова на друштвеним мрежама које немамо у нашем непосредном окружењу, али за које знамо да добро функционишу.

Последње поглавље посвећено је нечему што није пракса, а потребно је како би и портпарол и руководство суда имали увид у то да ли напори које чине на унапређењу комуникације са јавношћу дају резултате и које су то области које треба унапредити. Описан је једноставан начин спровођења анкете међу грађанима и странкама који даје повратне информације о постојећој ситуацији, као и о резултатима активности које су реализоване у одређеном периоду, те усмеравају суд даље у правцу ефективне комуникације.

## Коме је Водич намењен?

Овај *Водич* је превасходно намењен оним портпаролима који су нови на овој позицији у суду. Може се десити да се неко у овој улози нађе први пут, а да из неког разлога није имао прилике да са особом која је претходно обављала тај посао размени искуства, или да добије основне информације од тога како и када се припремају саопштења, који су контакти новинара из локалних медија, до тога како се ажурира интернет презентација суда. У таквој ситуацији практични савети и обрасци садржани у овом *Водичу* могу олакшати прве дане на новом задатку, како би нови портпарол могао да се организује и преузме задужења без много стреса.

Правосудна академија већ дуги низ година редовно организује обуке за портпароле судова и тужилаштва, како основни ниво обуке, тако и напредне курсеве. Међутим, током 2020. године одржавање обуке није било могуће због пандемијских околности, а још увек не знамо како ће то изгледати ове године. Без обзира на то да ли имате приступ обуци или не, овај *Водич* може да помогне свакоме ко је тек постао портпарол да усвоји неке основе о начину на који се приступа пословима односа са јавношћу у суду. Оним колегама које овај посао обављају већ неко време, *Водич* може да помогне да се подсети неких корисних савета, да можда боље организују неки сегмент свог рада, а надамо се и да сазнају нешто ново.

Да *Водич* не би био само на нивоу теорије комуникације и односа са јавношћу, обогатили смо га примерима и обрасцима, али и примерима најбоље праксе идентификованим у вишим и основним судовима. Колегинице на позицијама портпарола у овим институцијама биле су отворене и изашле нам у сусрет, те смо заједно формулисали оно што смо сматрали ваљаном праксом у свакодневном раду и преточили то у корисне савете који вам могу бити од помоћи у обављању портпаролских задатака.

Највише примера које ћете наћи у овом *Водичу* односиће се на основне или више судове. Међутим, то не значи да савете и смернице не могу да користе и колеге из судова посебне надлежности. Природа посла у прекршајним и привредним судовима донекле је другачија, али је суштина иста: одлуке у предметима утичу у мањој или већој мери на људске животе, те је благовремено информисање кључно за унапређење поверења јавности у рад читавог правосуђа.

### *Како се Водич може читати/примењивати?*

*Водич* је направљен као тз. е-књига, односно прилагођен је за читање и коришћење на компјутерском екрану. Разлог за овакав приступ је пре свега олакшано преузимање и рад у прилозима, који су саставни део *Водича*, прегледање понуђених линкова, односно додатног садржаја који може бити интересантан онима који желе да виде или чују више, а свако од корисника *Водича* може креирати и додатне белешке, или прилоге уз *Водич* и то може остати као драгоцен извор информација и искуства за сваког наредног колегу/колегинцу који ће преузети позицију портпарола. Области изложене у *Водичу* обрађене су тако да се могу читати и усвајати и као целина, али и као посебни делови, нарочито ако има нешто што је од посебне занимљивости, или пак уколико хоћете да прескочите тему о којој већ довољно знате.

## О УСАИД-овом Пројекту владавине права

УСАИД-ов Пројекат владавине права (Пројекат у даљем тексту) четворогодишња је иницијатива Америчке агенције за међународни развој (УСАИД) чија је реализација почела у јулу 2017-е године. Пројекат је усмерен на подршку развоју новог стратешког оквира за правосуђе, унапређењу ефикасности и транспарентности рада судова, те идентификовању нових законских и процедуралних решења за ефикаснији поступак извршења судских пресуда и боље заступање интереса државе у споровима који се пред домаћим и међународним судовима воде против ње. У остварењу ових циљева Пројекат тесно сарађује са партнерима у Високом савету судства, Врховном касационом суду и основним и вишим судовима у Републици Србији, са Министарством правде, Комором јавних изршитеља и Државним правобранилаштвом.

Пројекат је сарађивао са Високим саветом судства (ВСС) на изради Комуникационе стратегије за период од 2018. до 2022. године, која је усвојена у новембру 2018. и по први пут, поред самог ВСС-а, обухватила и судове. Основни циљ Комуникационе стратегије је да покрене темељну и целовиту надградњу комуникационог система судства у Србији како би се побољшало разумевање и поверење јавности, а пре свега грађана, у рад судова.

Омогућавање пуне имплементације циљева Комуникационе стратегије ВСС и судова за период од 2018. до 2022. године нашло се и у оквиру нацрта нове Стратегије развоја правосуђа, чију је израду такође подржао Пројекат. Ово је дефинисано као једна од мера у оквиру начела транспарентности које је у нацрту Стратегије развоја правосуђа препознато као посебно начело, док је у претходним итерацијама Националне стратегије реформе правосуђа транспарентност третирана као хоризонтално начело које прожима сва остала начела.

Комуникациона стратегија садржи низ специфичних циљева и мера формулисаних тако да унапреде како интерну тако и екстерну комуникацију судства са свим циљним јавностима, а пре свега са грађанима и медијима. Стратегија предвиђа и формирање Кривног савета који би пратио њену реализацију, као и успостављање мреже судских портпарола као механизма за размену знања и искуства у управљању односима са јавношћу у судовима Републике Србије. Пројекат је током 2020. године израдио и предлог за успостављање Мреже портпарола који може да послужи као смерница за даљу професионализацију и унапређење положаја портпарола у судовима. Такође, Пројекат је у циљу подршке реализацији мера садржаних у Комуникационој стратегији током 2019. и 2020. године одржао неколико састанака са портпаролима основних, виших и апелационих судова који су показали да итекако постоји потреба за чвршћим професионалним повезивањем између судских ПР-ова и разменом искустава и знања.



# I. Улога портпарола суда

*„Истина није истина ако вам људи НЕ ВЕРУЈУ.*

*И не могу да вам верују уколико НЕ РАЗУМЕЈУ о чему причате.*

*А не знају о чему причате ако вас НЕ СЛУШАЈУ.*

*Не слушају вас ако сте незанимљиви.*

*И нећете им бити занимљиви ако не говорите на*

*АТРАКТИВАН, ЈАСАН И ОРИГИНАЛАН НАЧИН.“*

Вилијам Бернбах<sup>1</sup> (1911-1982.)

У данашње време, улога портпарола у судовима добија све више на значају. Потреба за комуникацијом од стране суда постаје све већа и оправданија. Јавност и грађани желе ближи увид у то како правда функционише, јер – имају право да знају. Портпарол суда данашњице је далеко од административне функције. Он или она су спона суда са спољњим светом. Портпарол има сложен задатак да потпомогне транспарентност, али и да суд представи јавности у правом светлу. На који начин то портпарол ради, која је његова основна функција, ко од колега из суда треба да сарађује са портпаролом, које су то вештине које је пожељно да портпарол поседује, шта све својим радом покривају портпароли судова у свету - ово поглавље ће покушати да пружи јасне одговоре на ова питања.

---

<sup>1</sup>Вилијам (Бил) Бернбах, креативни директор и оснивач једне од чувених адвертајзинг агенција DDB (Doyle, Dane, and Berbach)

## 1a. Комуникација и односи са јавношћу – појам и кључни задатак/циљ

**Појам:** Комуникација и односи са јавношћу представљају сталну, планску и стратешки вођену двосмерну комуникацију, као и изградњу и одржавање односа са циљним јавностима: екстерним (спољашњим) и интерним (унутрашњим).

**Кључни задатак/циљ:** Примарни задатак/циљ комуникације и односа са јавношћу јесте успостављање, изградња и одржавање поверења, као и (идеално) заједничких акција неке организације и њених (циљних или интересних) јавности. Додатно, стратешки приступ комуницирању и односима са јавношћу, поред успостављања и остварења односа и комуникације са циљним јавностима, пре свега доприноси позиционирању суда у очима циљних јавности.

Другим речима, комуникација и односи са јавношћу ‘није ништа компликованија од успостављања нових и задржавања старих пријатеља’.

**Посебно важне циљне групе за судове** су: медији, корисници услуга суда (странке, адвокати, грађани, итд.) и запослени у суду. Овај *Водич* усмерен је како на комуникацију и односе суда и портпарола суда са медијима, тако и на односе са општом јавношћу – грађанима, онима због којих суд и постоји. Додатно, шира листа циљних јавности за судове, одређена је *Комуникационом стратегијом Високог савета судства и судова 2018 – 2022*. и налази се у Поглављу 2 овог *Водича*.

### **ВАЖНО: Разлика између двосмерне комуникације и информисања**

**Информисање** (циљне јавности) је пре свега **једносмерно** комуницирање (од стране суда) неких информација које могу бити перципирание као више или мање важне од стране циљне јавности (нпр. странака). Недостатак овог модела комуникације је што се не остварује ефекат ‘повратне информације’ ка суду од стране циљне јавности. Самим тим, суд може бити у заблуди да нешто што комуницира јесте битно и корисно датој циљној јавности, а да то у пракси није случај.

Стога, **двосмерност у комуникацији** (континуирано добијање повратних информација од стране циљне групе) обезбеђује да суд може да пласира информације које су заисте потребне одређеној циљној групи, што последично резултира њиховим задовољством добијеном информацијом, а самим у позитивном светлу приказује и рад суда.



## 16. Шта је то портпарол суда и која је његова основна улога/задатак?

Постојећи Судски пословник, у оквиру члана 58, дефинише у одређеној мери улогу портпарола у обавештавању јавности о раду суда на следећи начин:

### Члан 58.<sup>2</sup>

*Обавештења за медије о раду суда и појединим предметима даје председник, лице задужено за информисање јавности (портпарол) или посебна служба за информисање.*

*Судови републичког ранга, апелациони судови и судови са посебним одељењима или већим бројем судија одређују лице задужено за информисање јавности (портпарол).*

*Информације о правноснажно окончаним поступцима пред судом обавезно се објављују када је законом, или посебним прописом предвиђено, као и у случајевима за које је јавност посебно заинтересована.*

*Информације и подаци који се достављају јавности морају бити тачни и потпуни. Подаци који према посебним прописима представљају тајну и заштићени подаци чије објављивање је искључено или ограничено законом се не саопштавају.*

*Приликом контакта са јавношћу и медијима користиће се средства савремене комуникације у складу са материјално-техничким могућностима суда (просторија за прес конференције - медија центар, извештавање путем интернет-страница и сл.).*

*О равномерној заступљености представника различитих медија на суђењима стараће се председник.*

Од увођења позиције портпарола у српске судове 2010. године, њихов делокруг се у многоме наслања управо на ове ставке дефинисане Судским пословником. Можемо рећи да се, у зависности од ранга и величине суда, издвајају две позиције које одговарају широј дефиницији службеника за односе са јавношћу – једно је координатор за медије, позиција која је тако дефинисана у апелационим судовима, те Вишем суду у Београду, на пример, као и позиција портпарола, која је као таква део акта о систематизацији или годишњег распореда послова у основним судовима.

Предочени оквир уређује рад портпарола тј. координатора за медије али најчешће тако да комплетан фокус ставља на рад портпарола са медијима. Видови комуникације са осталим битним групама, посебно оним чије координисано деловање са портпаролом представља готово најбитнији предуслов за његов успешан рад са медијима, истакнути

<sup>2</sup> Судски пословник, "Службени гласник РС", бр. 110/2009, 70/2011, 19/2012, 89/2013, 96/2015, 104/2015, 113/2015, 39/2016, 56/2016, 77/2016, 16/2018, 78/2018, 43/2019, 93/2019

су у значајно мањој мери, или нису истакнути уопште. Изузетак у том погледу представља опис посла координатора за медије Апелационог суда у Новом Саду који садржи активности које се односе на информисање грађана о раду суда (*креира и спроводи механизме пружања информација о суду грађанима*), као и на интерну комуникацију, што је један од кључних елемената сваке успешне комуникационе стратегије (*стара се о обавештавању унутар суда и интерној презентацији у суду*).

Судови углавном, у зависности од своје величине и надлежности, имају именоване портпароле, или је бар назначено да је за информисање о раду суда задужен председник суда, или неки други запослени. Најчешће се на позицији портпарола налазе судијски помоћници, али и судије и секретари суда. Сви они поред задужења везаних за односе са јавношћу обављају и друге редовне послове у судској управи, суде, итд. Неретко, исте особе задужене су и за решавање захтева за приступ информацијама од јавног значаја. С обзиром на забрану запошљавања у судовима која је на снази већ неколико година, те на природу организације посла, нарочито у мањим судовима, где је пракса да једна особа обавља више задужења, ово не изненађује, али и говори у прилог томе да се позиција портпарола не посматра као стратешка.

Ниједан суд нема службу за информисање, што би, у случају виших судова који имају и посебна одељења за сузбијање корупције, те се баве предметима који свакако привлаче пажњу јавности, попут, на пример, случајева несталих беба, било пожељно, ако не и неопходно. Ово посебно важи за Виши суд у Београду који има посебна одељења за организовани криминал и ратне злочине, те одељење за сузбијање корупције, свакодневно поступа у предметима из области високотехнолошког криминала, повреда ауторских и сродних права, те у тзв. ‘штампаркама’, што су све предмети за које има искључиву надлежност, а уз то покрива и предмете из основне надлежности једног вишег суда прописане законом. У таквој ситуацији, посао координатора за медије обавља једна особа, што је свакако изазов. Посебно издвојене примере добре праксе из рада Вишег суда у Београду које нам је предочила Татјана Тешић, координатор за медије, можете наћи на страни 23.

Колико су задаци једног службеника за односе са јавношћу у америчким – али можемо рећи и у свим осталим судовима на свету – комплексни показује и профил кључних компетенција за ову позицију који је развила америчка Конференција службеника за односе са јавношћу у судовима (CCPIO)<sup>3</sup>. Поред односа са медијима, од једног службеника за односе са јавношћу очекује се да целокупну комуникацију суда планира, организује и реализује, да врши адекватан одабир канала за пласирање

<sup>3</sup> Кључне компетенције службеника за односе са јавношћу у судовима, 2014 – *Court Public Information Officers Core Competences, 2014*; <http://ccpio.org/wp-content/uploads/2012/02/CCPIO-Core-Competencies-list-for-PIOs-2014.pdf>

информација, те да креира различите врсте садржаја, од саопштења, преко брошура, чланака за новине, садржаја за вебсајт и друштвене мреже, до едукативних материјала и презентација, видео материјала, итд. Такође, задужен је за одржавање односа са локалном заједницом, организовање и спровођење различитих врста догађаја у суду, али и едукацију на свим нивоима, како својих колега у суду о важности континуираних односа отворености и поверења са медијима и грађанима, тако и самих новинара о раду суда, али и јавности – грађана свих узраста о значају независности судске гране власти.

У Прилогу I овог *Водича* дат је упоредни приказ неколико описа послова координатора за медије/портпарола у српским судовима, као и целокупни преглед компетенција службеника за односе са јавношћу који је израдила ССПО.

Имајући у виду све наведено, овај *Водич* уводи свеобухватну формулацију описа улоге портпарола са циљем да портпарол, председник и судије боље сагледају различите аспекте које улога портпарола обухвата, као и да председник и судије идентификују значај свог учешћа у пружању помоћи и подршке портпаролу.

#### **Улога портпарола:**

**Портпарол суда је запослени/а у суду који/а треба да стратешки осмишљава, води, усмерава, контролише и ‘даје темпо’ свим видовима комуникације и односа суда са/ка дефинисаним циљним јавностима.**

Овако описана улога портпарола указује да он/она треба да има значајан ниво самосталности у деловању, те одговорности и слободе у одлучивању – како уз формално одобрење од стране суда (председника суда), тако и уз прихватање овакве улоге портпарола од стране судија и осталих запослених. Стога, као први корак по ступању на дужност портпарола, од великог значаја је да председник суда обавести све судије и остале запослене о свим компетенцијама портпарола. Поред формалног дописа, пожељно је да председник суда и портпарол одрже састанке са судијама и осталим колегама на којима би појаснили улогу портпарола, те илустровали значај добре сарадње са осталим запосленима, као и предности које суд може имати од резултата који су последица ангажмана портпарола на доброј комуникацији и односима са циљним јавностима, а уз адекватну подршку колега.

## **ВАЖНО: Комуникације и односи са јавношћу - функција стратешког управљања у суду**

Комуникације и односи са јавношћу, као професија, иду уз стратешко управљање. За суд се може рећи да размишља и да има 'ПР оријентацију' када су комуникација и односи са јавношћу пословна функција која је део стратешког управљања у суду. То је и један од најбитнијих предуслова за успешне односе са јавношћу. Коначно, одржив систем комуникације и односа са јавношћу, као и резултати комуникације, биће знатно умањени уколико не постоји разумевање и свеукупна подршка председника суда и судија портпаролу.

**Напомена:** *Пример описа посла портпарола као стратешке функције у суду, може се наћи у Прилогу 2 овог Водича.*

### *1в. Позиција Портпарола у односу на остале функције у суду*

Услед недовољног разумевања, као и неадекватног информисања запослених о дужностима, значају и улози портпарола за успешну слику суда у јавности, у пракси се у значајној мери сусрећемо са разним погрешним перцепцијама улоге портпарола. Разне групе запослених имају своје неконтекстуалне слике, а овде наводимо неке од најчешћих примера:

***'Портпарол не зависи од сарадње са другим колегама/секторима и аутоматски зна све одговоре на сва питања медија и грађана.'*** Оваква тврдња нема аргументовану подлогу, имајући у виду да нпр. медији од портпарола траже информације везано за предмете које једино поседују поступајуће судије. Стога портпарол, да би дошао у позицију да пружи информацију медијима, мора имати могућност да добије информације од судија (у домену законског оквира). Тек након што је добио информацију, портпарол може да оформи предлог одговора ка медијима.

***'Портпарол ће 'све средити сам' и увек ће бити позитивних чланака у медијима.'*** Улога портпарола није да обезбеди стално позитивне чланке у медијима, већ пре свега да пружи информацију од стране суда ка медијима и на тај начин обезбеди да се чује и глас суда. Додатно, портпарол није у позицији да 'све среди сам', јер су му потребне информације од судија и других запослених у суду.

*‘Функција портпарола је уведена само форме ради, да би се задовољили нпр. ЕУ стандарди’.* Из описа кључних компетенција и дужности портпарола из праксе у свету, јасно је да је његова улога од кључног значаја за унапређење слике суда у јавности.

Реалност рада портпарола у судовима свакако се доста разликује од ових погрешних претпоставки. Портпарол има веома широк дијапазон дужности и у сталној је интеракцији са циљним јавностима које мора континуирано и најчешће веома брзо (нпр. медије) да снабдева потребним информацијама. Са друге стране, да би обезбедио информације, портпарол мора да их стално набавља од других запослених у суду (нпр. судије). Другим речима, **портпарол се стално налази ‘у сендвичу’, односно између две стране** – циљне јавности са једне и колега из суда који имају тражену информацију са друге стране. Због ове специфичне позиције, функционална двосмерна комуникација између портпарола и председника суда и судија је пресудна за ефикасну комуникацију које резултира унапређењем слике суда у јавности.

**Портпарол игра кључну улогу у развоју комуникационог система суда.** У том смислу, идеално замишљене релације са портпаролом претпостављају да пре свега председник суда, судије и секретар суда јасно разумеју улогу портпарола и да стекну вештине како да портпаролу брзо достављају јасне, корисне и употребљиве информације. Са друге стране, без обзира што су медијима информације потребне у веома кратким временским роковима, портпарол треба стално да настоји да успостави неку врсту процедуре у комуникацији са медијима тако да и медији стекну ‘навике’ које одговарају временским оквирима потребним да би се у суду уобличио информација која је спремна да буде презентована у јавности. То значи да, на пример, захтеве за изјавом/интервјуом шаљу путем емаила, идеално са што већим временским роком за достављање, те да уколико желе интервју уживо (директан интервју) да треба да пошаљу питања, односно тезе унапред и слично.

Полазна позиција портпарола није лака и често није у довољној мери професионално прихваћена и призната од стране колега. Ово узрокује повећану потрошњу времена портпарола у потражњи за исправном информацијом која је (брзо) потребна циљној јавности (нпр. медијима). Без обзира на све, **портпарол треба да има на уму могућност овакве ситуације и да свесно и стратешки, поред свог посла, паралелно ради са осталим запосленима (који имају информације) на повећању ефикасности и размене информација.** Додатно, портпарол треба да се потруди да разуме и добро познаје све аспекте рада суда, јер на тај начин ствара предуслов да може ефикасније да ради и са циљним јавностима и са запосленима у суду који су носиоци информација.

**За успешно обављање посла портпарола неопходно је благовремено препознавање тзв. ‘медијских’ предмета.** Судски списи предмета, у максималној

мери коју закон дозвољава, треба да буду доступни портпаролу нпр. кроз софтверске системе за управљање предметима, како би се портпаролу у раној фази омогућило да препозна који предмет би могао постати медијски интересантан, односно могао изазвати појачану пажњу јавности и медија. У овоме је кључна и улога судија који би, уз помоћ портпарола, такође требало да развију вештину препознавања потенцијалног ‘медијског предмета’ и да о томе правовремено обавесте портпарола. Поред судија, значајну улогу у овоме могу да играју и судијски помоћници и они могу бити ‘официри за везу’ између судија и портпарола. **Благовремено препознавање ‘медијских предмета’ омогућава портпаролу да унапред предвиди могуће потребе медија на одређену тему и да правовремено спреми саопштење и одговоре на потенцијална питања новинара. Ово може имати значајан утицај на унапређење слике суда у јавности!**

## *1г. Пет стубова вештина које је пожељно да поседује портпарол*

Да би портпарол успешно радио свој посао и допринео институционализацији и развоју комуникације и односа са јавношћу као интегралне функције стратешког управљања у суду, пожељно је да поседује, односно развија следеће вештине и знања:

**1. Стручност у области самог ПРа и комуникологије** – као и кад је у питању било који други посао, ово се у највећој мери стиче праксом, по принципу ‘учење кроз рад’ која неко време мора да буде квантитативно и квалитативно интензивна. Ово се нарочито односи на потребу за квалитетним и брзим писањем саопштења за јавност, изјава и одговора на медијска питања, интервјуа, ауторских текстова, као и говора за јавни наступ.

**2. Управљачке (менаџерске) вештине** – ово је потребно зато што посао портпарола захтева координацију значајног броја људи, почев од председник суда, судија, осталих колега, па све до новинара/медија. Додатно, портпарол мора у значајној мери да предвиђа ствари, односно догађања унапред, те да буде спреман за тзв. бекап решења ако ‘кола крену низбрдо’. Ове вештине у највећој мери се развијају током практичног рада и рада са људима и процесима, како оним који се одвијају споља, тако и оним у суду.

**3. Интерперсоналне вештине (развијене до нивоа дипломатије)** – Портпарол је често ‘између две ватре’ нпр. медија са једне стране и судија са друге. Понекад се нађе и у расцепу између интерних интереса две стране у оквиру суда (нпр. председника суда и поступајућег судије). Због тога, битна ствар је начин приласка и професионалног

опхођења са људима тј. ‘знати радити са људима’. Ово се исто стиче искуством, као и похађањем курсева за асертивну комуникацију.

**4. Комплетно разумевање свих аспеката пословања суда** – ово је, као што је већ напоменуто, подједнако важно као и стручно знање из области комуникације и односа са јавношћу. Умногome олакшава рад портпаролу, јер убрзава долазак до потребне информације и њено пласирање адекватној јавности.

**5. Стратешко размишљање и приступ, склоност ка аналитици** – ово је битно јер многе одлуке око комуникацијског наступања суда могу доћи као последица анализирања стања у медијима и широј јавности. Са друге стране, стратешко постављен комуникациони систем суда је најбоља ‘брана’ од потенцијалних криза и потреса. Стратешко планирање може да се научи и у теорији и додатно усавршава у пракси, са стицањем искуства током година рада.

***КОРИСТАН САВЕТ: Професионална ‘обавеза’ портпарола – носилац комуникативне иновативности у суду***

Иако веома комплексан, и често и изазован до крајњих граница, у сваком смислу, па и у смислу рада са људима, посао портпарола је професионално веома леп, те ефекти успешног рада могу да буду далекосежно позитивни по сам суд и запослене у њему. **Стога, без обзира на све изазове, а имајући у виду рапидан развој различитих видова и канала комуникације у данашње доба, портпарол има (професионалну) обавезу да буде носилац комуникативне иновативности у суду тј. континуираног увођења нових, модерних канала комуникације прилагођених како за рад са медијима, тако и у циљу адекватнијег информисања запослених, те да се за исте залаже свим професионалним средствима.**



## ПРИМЕРИ НАЈБОЉЕ ПРАКСЕ

ТАТЈАНА ТЕШИЋ, КООРДИНАТОР  
ЗА МЕДИЈЕ ВИШЕГ СУДА У  
БЕОГРАДУ

---

Виши суд у Београду, као суд са специфичном и врло широко дефинисаном надлежношћу, има највише такозваних ‘медијских’ предмета у Србији. То значи да је посао портпарола овог суда веома изазован, захтева велико ангажовање и посвећеност, као и добру припрему и планирање, како би информације у предметима који побуђују пажњу јавности благовремено стигле до медија и грађана. Како то функционише у пракси поделила је са нама Татјана Тешић која овај посао обавља већ три године:

*Кључ успеха у овом послу, који тражи брзо реаговање и не само одговарање на упите медија, већ и предвиђање њихових потреба, управо је у доброј припреми. Припрема подразумева одржавање одличне интерне комуникације са председником суда, судијама, али и осталим запосленима у циљу унапређења екстерне комуникације. Подршку и помоћ коју у том смислу добијам од стране колега у суду показала се као нужна за добро урађене радне задатке, при чему бих нарочито истакла да ми савети председника суда знатно олакшавају обављање овог посла.*

*Тако, на пример, када припремам саопштења у тзв. медијским предметима, пратим помно ток суђења. Како сам са судијама успоставила добру сарадњу и они су свесни потребе да се брзо реагује, поступајући судија ме обавести о датуму објаве пресуде и када знам да то следује, одвајам време да се спремим тако што*

*узимам најновију оптужницу, издвојим шта се ставља оптуженом на терет и делимично попутним шаблон саопштења за медије који већ имам развијен.*

*На дан објаве пресуде, у судници сам са лаптопом и док судија чита изреку попуњавам преостале детаље. Уколико због унапред испланираних обавеза не могу да присуствујем објави пресуде, замолим сарадника поступјаућег судије да ми одмах након изрицања пресуде достави записник како бих могла да завршим саопштење. Након тога, саопштење постављам на сајт суда и делим са медијима путем мејлинг листе коју стално ажурирам и допуњавам новим контактима.*

*Када је у питању одлучивање о предлогу за одређивање притвора, медији су склони да траже и детаље из истраге. До те ситуације најчешће долази када из неког разлога не могу да добију информације од тужилаштва и онда се обраћају нама са захтевима за доставу информација које ми као суд нисмо у позицији да дајемо. Тада се консултујем са судијом како би заједнички утврдили које информације можемо да поделимо са медијима, а да се ни на који начин не компромитује интегритет поступка који је у току. Они то увек поздраве као гест добре воље са наше стране и то свакако доприноси неговању добрих односа. Са друге стране, користан савет који сам добила од медија је праћење објава МУП-а јер и мени као и њима те информације служе као полазна основа за креирање саопштења.*

*Медији су сада већ навикли да на вебсајту суда објављујем распоред суђења за наредну недељу и то именујући предмете тако да новинари који прате правосуђе одмах знају о ком предмету је реч. Трудим се и да, у*



*договору са поступајућим судијама, у колони напомене означим да ли се на пример ради о припремном рочишту или је планирана објава пресуде. Тако и медији могу да испланирају своје праћење предмета и присуство у суду за предстојећу недељу и да то ускладе са другим обавезама у редакцији.*

*Што се тиче присуства медија у суду и судници, они знају да је бар један дан унапред потребно да траже дозволу за снимање и фотографисање испред суднице, док је у случају да желе камере и фоторепортере у судници потребно да поднесу захтев председнику суда бар 15 дана раније како би се прибавила сагласност свих странака у поступку и особа које ће бити присутне у судници. Ово је потребно због заштите права на приватност странака у поступку, а постоји и могућност да поступајући судија затвори суђење за јавност. Током ванредног стања због пандемије, када је током пролећа*

*2020. године и рад судова био отежан и било је потребно примењивати строге противепидемијске мере, нисмо имали проблем да са медијима нађемо заједнички језик, па је суђењу обично присуствовала једна медијска екипа која би онда делила информације и материјал са колегама.*

*Иако је најчешће довољно оно што се може прочитати у саопштењу суда на сајту, новинари понекад траже појашњења од судија за донете одлуке и морам признати да су судије до сада већ навикле на такве захтеве. У том случају посредујем између поступајућег судије и медија и у складу са правилима поступка дајемо додатне информације медијима.*

*Такође, осим медија, у судницама Вишег суда у Београду често су у својству јавности присутни и студенти правних факултета којима излазимо у сусрет када траже да присуствују суђењима.*

# 2. Комунікаційний план

Стратешка, односно системска комуникација пре свега подразумева постојање комуникационе стратегије, а онда и комуникационог плана, те њихову доследну примену. Суд мора имати одреднице, правила и принципе планског деловања на пољу комуникација у односу на своје циљне јавности. Планско комуницирање пре свега доприноси успостављању и остварењу комуникације са циљним јавностима, као и позиционирању у њиховим очима, односно стварању слике о суду у јавности. Системско комуницирање повећава могућност да та перцепција буде позитивна, што може као последицу имати додатну вредност у смислу повећања поверења јавности у суд. Непостојање исте може, пак, довести до несагледивих негативних последица по репутацију суда. Ово поглавље нам указује на важност планског, односно стратешког вођења комуникације суда.

Неки судови су и у протеклом периоду састављали Планове за повећање поверења јавности у рад правосуђа, међутим ово није била пракса целог правосуђа, већ пре ентузијазам који су исказале појединачне институције. Ови документи садржали су кратак опис разлога за доношење плана, циљне јавности на које су активности садржане у Плану усмерене и зашто, одговорна лица у суду задужена за спровођење Плана, као и сам акциони план, односно календар активности за ону годину за коју се План усваја. У последње три године, међутим, судови су махом престали са доношењем ових Плана. Један од изузетака је Основни суд у Бору који уназад седам година усваја План за повећање поверења јавности у рад суда. Пример Плана усвојеног у овом суду за 2021. годину можете наћи у Прилогу 3 овог *Водича*.

## 2a. Важност постојања системског / стратешког приступа комуникацији

### **Зашто је важно да постоји плански приступ комуникацији?**

**Дефинишу се принципи и правила комуницирања, процедуре, смернице и фокус** - Наиме, нису исти ефекти комуницирања ако постоје процедуре ко и на коју тему може, тј. треба да комуницира испред суда, као и ако такве смернице не постоје. Није исто ако се комуницира на све могуће теме (оне које су битне и оне које нису битне за суд), као и ако се комуницира на јасно дефинисане теме које имају везе са интересом и репутацијом суда. Додатно, усмерено, 'фокусирано' комуницирање 'навикава' и медије, односно новинаре које су то области где суд има шта да каже.

**Уноси се иновативност у комуникацији и корак са трендовима (сваке године нешто ново)** – Комуникација суда је живи 'организам' који стално мора да се прилагођава новим трендовима у медијском свету. Нпр. 2008. није било замисливо да се комуницира путем друштвених мрежа или пак да се комуницира кроз тзв. онлајн-ПР. У данашње време, без тога се једноставно не може. Ово указује на важну премису коју смо поставили о 'обавези' портпарола у суду, а то је да, без обзира на све изазове, портпарол има обавезу да буде носилац комуникационе иновативности у суду и да се за исту залаже свим професионалним средствима.

**Шири се свест и знање руководица суда о важности комуникације** - Комуникационе стратегије које се представљају председницима судова и судијама, као и сарадња са њима на тему њихове комуникације у јавности (као део стратегије), у потпуности шири свест руководица о важности и потенцијалу моћних и позитивних ефеката комуникације. Пошто су председници судова они који треба да одобре комуникациони план, веома је битно да се са њима стално ради на унапређењу комуникационе свести и комуникационе културе. На тај начин, увећавају се шансе да председник суда одобри комуникациони план и прихвати своју улогу у реализацији истог.

**'Штити' се репутација и позиционира суд на медијском 'тржишту'** – Као што је наведено на почетку овог поглавља, постојање комуникационог плана, као и његова доследна примена смањује могућност да се уруши репутација суда. Такође, континуирано комуницирање тема дефинисаних планом, позиционира суд у очима медија и шире јавности.

## 26. Све циљне јавности и кључне циљне јавности за суд

Комуникациона стратегија Високог савета судства и судова 2018 – 2022. идентификује следеће јавности као циљне јавности са којим судови комуницирају:

### **Интерна комуникација суда:**

У ужем смислу односи се на комуникацију у оквиру суда:

⇒ Запослени у суду – председник суда, судије, судско особље.

У ширем смислу, односи се на комуникацију у оквиру судског система:

⇒ Комуникација ка другим судовима – судови друге врсте/ранга, судови исте врсте/ранга;

⇒ Комуникација ка Високом савету судства.

### **Екстерна комуникација суда:**

У ужем смислу, односи се на комуникацију ка непосредним корисницима услуга судова и државним органима:

⇒ Непосредни корисници услуга судова - адвокати, странке, остали корисници судова;

⇒ Државни органи – пре свега Министарство правде, тужилаштва, остали државни органи и институције.

У ширем смислу, то је комуникација ка општој јавности:

⇒ Грађани;

⇒ Медији – који су у улози јавности и у улози преносиоца информација ка грађанима.

Као што је напоменуто на почетку Поглавља I, посебно важне циљне групе/јавности судова су: медији, странке и запослени у суду. Овај *Водич* примарни фокус ставља на комуникацију и односе суда/портпарола суда са медијима и грађанима.

## 2ц. Комуникациони план – основни елемент комуникационе стратегије

Иако постоји општа *Комуникациона стратегија Високог савета судства и судова за период од 2018. до 2022. године*, она превасходно представља оквир на основу којег судови могу (и треба) да развијају сопствене комуникационе планове на годишњем нивоу. У том смислу, овај *Водич* кључни фокус ставља на – комуникационе планове.

Комуникациони план представља приказ низа плански осмишљених комуникационих активности суда у односу на комуникационе циљеве које суд дефинише. Комуникациони планови се креирају за период од годину дана, уз могућност периодичног модификовања/прилагођавања.

**Сваки комуникациони план, уопштено гледано, садржи следеће елементе:**

- ☛) **Комуникациони циљ(еви)** – који указује/у шта суд жели да постигне својом комуникацијом ка циљним јавностима (може постојати више од једног комуникационог циља, у зависности који временски период се покрива планом);
- ☛) **Циљна публика/јавност** – дефинише циљну групу којој суд жели да се обрати и пренесе информацију и поруку;
- ☛) **Активности (за остварење комуникационих циљева)** – даје информације које активности ће суд предузети да би се остварио комуникациони циљ или циљеви;
- ☛) **Комуникациони канали** – прецизира најоптималније комуникационе канале који ће бити коришћени при комуникацији/обраћању суда;
- ☛) **Кључна порука** – описује коју поруку суд жели да пренесе јавности;
- ☛) **Комуникатор/преносилац поруке** – одређена најпогоднија особа из суда за комуницирање-преношење поруке;
- ☛) **Период реализације/имплементације активности** – датуми и рокови када ће се активност извршавати/извршити;
- ☛) **Особе у суду одговорне за реализацију** – дефинише оне особе из суда које су одговорне за оперативну реализацију и координацију планираних комуникационих активности;
- ☛) **Буџет** – идентификује да ли је за неку активност потребан посебан буџет, као и колика средства су у питању.

Да ли ћете се определити за форму Плана за повећање поверења јавности, или за коришћење овако структурираног комуникационог плана чији пример можете наћи у Прилогу 4, сасвим је свеједно и то остављамо индивидуално судовима да одлуче. Оно што не би требало да буде дискрециона одлука, већ саставни део проактивног понашања судова у односима са јавношћу је израда оваквог једног документа, као и, што је можда још важније, покретање дијалога унутар институције о важности планског приступа овим активностима.

# 3. Рад са медијима





## 3а. Структура медија

У складу са, условно речено, територијом коју покрива, односно према подели на медије са националном и на медије са локалном покривеношћу, можемо уочити одређене разлике у начину на који ови медији функционишу. У ту сврху медије смо поделили на класичне и медије у мањим срединама, тј. локалне медије.

### Структура класичног медија

Као и свака фирма или организација, и медији имају своју структуру и функцијску хијерархију међу запосленима. Генерално, медији се деле на редакцијски и управљачки део.

Редакцијски део је онај који се бави новинарским уређивањем садржаја. На врху се налази главни и одговорни уредник/ца који одлучује о комплетној уређивачкој политици. Испод њега, најчешће иду секторски уредници, односно уредници различитих рубрика, нпр. дневне политике, економије, хронике (криминал и правне теме), спољне политике, културе и уметности, забаве, сектор који је посвећен дешавањима у градским центрима у Србији (Београд, Ниш, Нови Сад, Крагујевац), део који се односи на теме из остатка Србије, сектор за дигитално издање – вебпортале итд. Испод секторских уредника налазе се новинари, који у идеалном случају покривају теме само из свог сектора, док у реалности већином покривају теме из више сектора.

Паралелно са уређивачким делом медија, постоји и управљачки, чији посао није уређивање већ пословање самог медија, са посебним освртом на маркетинг и привлачење оглашивача. Ту су најистакнутије позиције директора медија и директора маркетинг сектора. Они најчешће нису новинари, већ професионалци из области управљања и маркетинга.

### Структура медија у мањим срединама (локалних медија)

У мањим срединама, често нема овако истанчане поделе на редакцијски и управљачки део тј. дешава се да све ове функције често врши само једна, максимум две особе. То, наизглед, чини посао лакшим. Ипак, према тој једној особи треба се односити као према свим улогама које смо описали, професионално и са поштовањем. Такође, у многим мањим срединама, медији се перцепирају као ‘наши’ медији тј. ‘лако ћемо’ са њима. Овај тип праксе је веома ризичан и не треба га никада примењивати, јер локални медији имају најзначајнију улогу у креирању перцепције суда у очима за грађана са територије коју суд покрива. Зато односе са свим врстама медија треба држати на стого професионалном нивоу.

## 36. Односи са медијима

Управо због разлика у функционисању редакција и поделе посла унутар медија, односе које суд треба да успостави са ‘седмом силом’ поделили смо на односе са непосредним преносиоцима поруке коју суд жели да искомунцира јавности – новинарима, те односе са онима који о крајњем облику у коме ће порука о раду суда бити пласирана јавности имају задњу реч – уредницима.

### Односи са новинарима

**Разумевање позиције новинара:** Ко је у ствари новинар и да ли о новинарима можемо размишљати као о запосленима у некој фирми? Каква му је позиција у медију за који ради (ко су му шефови, ко су му колеге)? Како изгледа радни дан новинара? Шта је новинарима потребно од ПР професионалаца тј. портпарола? Уколико портпарол суда има одговоре на ова питања, моћи ће добро да схвати реалност свакодневног рада новинара, те да у складу са тим пружи максимум у професионалном односу према њима.

Новинар у једном медију је запослени члан медијског колектива, као и у било којој фирми. На лествици одлучивања у медију, новинар најчешће има најмање утицаја. На пример, новинар у малој или непостојећој мери одлучује о наслову који ће стајати изнад текста који напише, као и о томе када ће текст, односно прилог бити објављен. За то су задужени секторски уредници и главни и одговорни уредник. Посао новинара је да, пре свега, напише текст који му је у задатак дао његов уредник. Због овога, уколико се портпаролу не свиди неки наслов текста или интервјуа који је реализовао са неким новинаром, ни у ком случају не треба имати негативну оцену самог новинара. Најчешће је уредник тај који је одредио наслов, а у складу са професионалном проценом тренутка или дневних околности у којима се штампа текст, тј. емитује прилог.

Даље, новинарски радни дан најчешће није у канцеларији. Дobar део свог радног дана новинар проведе на терену, идући од догађаја до догађаја, од прес конференције до презентације, те почиње да пише о свим догађајима које је посетио по повратку у редакцију. Обично (посебно уколико су је у питању дневни медиј, тј. новине) новинар нема много времена за писање, јер мора да напише све текстове пре нпр. 15:30-16:00 часова како би их уредник прегледао, дефинисао наслове и послао текст у прелом и на штампу. Новинар често пише на више разних тема, па тако треба имати у виду да, уколико није специјализован за све теме (што је најчешћи случај), то уопште није лак посао.

Кроз директну сарадњу са новинаром, портпарол суда треба да се потруди да разуме шта је новинару потребно од информација. Новинарима је пре свега потребна јасна информација, или квалитетна изјава, и то у што краћем року у односу на упућивање захтева. Информација или изјава не треба да буде копирана судска одлука, пресуда, која је исписана стручним судским језиком и последично најчешће неразумљива како новинарима, тако и грађанима. Информација треба да буде сведена (‘преведена’) на језик разумљив просечном читаоцу, јер у супротном, може доћи до неисправне интерпретације од стране самог новинара, а самим тим и неисправно објављене информације. Такође, треба олакшати новинарима и слати им техничку-форму саопштења или изјаве коју могу лако да употребе (нпр. саопштење исписано у ворд-у, како би новинари могли брзо да копирају за потребе објављивања), с обзиром на кратке рокове које им задаје професија. Додатно, треба се увек трудити и слати им квалитетне фотографије које илуструју изјаву или саопштење. Коначно, уколико портпарол има неку информацију која је за јавност, треба новинарима понудити те информације као неку врсту ‘ексклузиве’.

**Прелиминарно ‘проучавање’ новинара – које теме покрива и стил писања/ извештавања:** За портпарола, корисно је и да детаљно погледа и прегледа текстове које новинар пише, да би се дошло до закључака које су то теме које новинар покрива, као и какав је стил писања, односно извештавања новинара тј. да ли је ‘оштар’ или ‘неутралан’.

**Директна сарадња Портпарола и новинара – предвиђање тема и питања, брзина одговарања, реализација комуникационе стратегије и процедура:** У раду са новинарима, без обзира на професионалну и људску блискост коју портпарол оствари, треба имати на уму и у ком типу медија новинар ради, те на основу тога и претходног искуства у раду са тим новинаром, портпарол стално треба да покушава да предвиди могуће теме и питања која би могла да га заинтересују у блиској будућности. Додатно, треба прилагодити брзину одговора новинару у зависности да ли ради у дневном листу, агенцији, на телевизији, радију, интернет порталу, а корисно је успоставити неку врсту процедуре у комуникацији са медијима тако да и они стекну ‘навике’ које одговарају вашим комуникационим процедурама. То може укључивати, на пример, да захтеве за изјавом/интервјуом шаљу путем мејла, идеално са што већим временским роком за достављање повратне информације, да уколико желе интервју уживо (директну изјаву) да треба да пошаљу питања, односно тезе унапред и слично.

### Односи са уредницима

**Разумевање позиције уредника:** Ко је заправо уредник? Које су практичне обавезе и моћ уредника? О чему они одлучују? Има ли разлике између главног уредника и уредника? Ово су питања на које треба знати одговор како би се комплетирано знање о функционисању медија.

Наиме, уредник је најбитнија особа у ланцу уређивања новине, тв и радио емисије или портала, те он/она одлучује о томе шта ће бити објављено, тј. емитовано, са којим насловом и у ком контексту, на којој позицији, односно страници у новини или на порталу, у главној информативној емисији, или у јутарњем, односно поподневном програму, као и када ће бити штампано, емитовано или постављено на портал. Постоје уредници сектора (нпр. економија, политика, друштво, итд.), који обрађују и одлучују о текстовима из своје области. Главни и одговорни уредник је шеф свима њима и он/она доноси крајње одлуке, пре свега о насловима и контексту у који ће бити стављен, позицији текста у новини, као и када ће бити штампан текст. Дакле, када би вукли паралелу са структуром суда, уредници би били шефови одељења, а главни и одговорни уредник председник суда.

**Упознавање са уредником:** С обзиром да је уредничка функција ранга шефа одељења или пак председника суда, није једноставно доћи до уредника на дневној основи. Да би се упознали са уредником, морају да постоје за њих значајни разлози. Један од начина јесте прављење тзв. тематског радног доручка са уредницима медија, где се позову одабрани уредници да се дискутује на одређене битне теме за њих и суд (нпр. поштовање презумпције невиности у новинским написима, извештавање о предмету који побуђује пажњу јавности и слично). Такође, може се у мање формалној атмосфери организовати и пословни ручак са уредником, но при том портпарол мора водити рачуна да има конкретне разлоге, тј. теме које ће исказати уреднику, а треба водити и рачуна о рангу особе која ће се, поред портпарола, упознати са уредником. То треба да је у најмању руку неки руководилац суда, а најбоље председник суда.

**Сарадња са уредницима – кроз теме и пројекте:** С обзиром да уредници 'не трче' по догађајима као новинари, као и да уредници имају функцију одлучивања, али и осмишљавања медијског простора свог медија, начин сарадње са њима није исти као са новинарима. Дакле, уредници се контактирају када је у питању нешто веома тематски битно. У том смислу, са уредницима има смисла директно разговарати када желимо да реализујемо неки пројекат или партнерство у циљу нпр. промоције медијације, службе за помоћ и подршку сведоцима и оштећенима, или на пример у случају када суд организује конференцију и жели да се кључна тема конференције обради из више углова.

**1. Да ли суд треба да избегава одговоре на питања новинара/медија?**

Суд треба да одговори на сва питања медија, уз обавезу поштовања законског оквира, јер одговором повећава могућност да се у медијима чује/види и став суда, а не само једне стране.

**2. Да ли и када деманти суда има смисла?**

Деманти има смисла само у случају када је медиј пренео погрешну информацију коју је суд доставио. Веома је важно разликовати погрешну информацију од истините информације која је стављена у одређени контекст целокупног медијског текста или прилога. Наиме, истинита информација која је стављена у неки контекст може да створи утисак да је неистинита, али је заправо пренета истина која ‘паковањем’ у одређени контекст ствара перцепцију неистине. У том случају, не постоји подлога за деманти. Но, због оваквих ситуација (које могу бити честе), суд тј. портпарол треба континуирано да ради на професионалном усавршавању и едукацији како на јасан и језгровит начин да пренесе информацију коју има да саопшти јавности, јер је тако формулисано саопштење или изјаву много теже (зло)употребити у нежељеном контексту.

**3. Шта ако медији не поштују презумпцију невиности у неком предмету?**

Суд може превентивно да апелује на медије да поштују претпоставку невиности. Но, уколико медији то не поштују, судови нису у могућности ништа да промене по том питању нити треба да улажу своје комуникацијске капацитете на ‘исправљање ове криве Дрине’. Свакако, суд може кроз систем едукације новинара да указује на разлоге какву штету наноси кршење ове претпоставке и зашто је важно да се иста поштује.

**4. Шта ако медији извештавају о неком предмету на основу изјава учесника у поступку, и не обраћају се суду за информације?**

Суд пре свега треба да предупреди овакав тип ситуације, тако што ће одмах када поступак то дозвољава (нпр. по одржаном припремном рочишту) да организовано комуницира са медијима. У случају да суд није на време препознао тзв. ‘медијски предмет’, суд треба што пре, чим крену позиви медија, да креира саопштењ и да га проследи ка медијима, а по потреби и да направи конференцију за штампу и изнесе информације којима располаже, у складу са законским оквирима. На тај начин, суд повећава могућност да се о предмету извештава објективније.

### Зв. Припремни кораци портпарола пред почетак сарадње са медијима

Пре него што портпарол суда ступи у комуникацију и сарадњу са медијима и новинарима, од користи му могу бити неки припремни кораци које смо навели у овом одељку, а који помажу да спремно дочека сваку врсту упита о раду суда:

#### **Корак I - Креирање писаног комуникационог минимума намењеног општој јавности:**

Ово подразумева припрему једног од или свих, у зависности од потреба суда, докумената које смо навели испод. Предност приреме ових информативних докумената је што увек када успостављате сарадњу са новим лицем из медија (нпр. јави вам се новинар са којим до тада нисте сарађивали), или имате састанак у суду са међународним организацијама, пројектима, невладиним организацијама, итд. имате спремне материјале које им можете спремити и дати као сажетак најважнијих чињеница о вашем суду.

**Листа најважнијих чињеница о суду (тзв. 'Fact Sheet'):** У питању је документ који по правилу није дужи од једне стране А4 формата, а који представља скуп најбитнијих афирмативних информација о суду. Те информације треба да су исписане разумљивим (поједностављеним) језиком за ширу јавност тј. просечног новинара и грађанина.

Овакав документ може да садржи:

- ⇒ **Главну поруку** која описује рад вашег суда,
- ⇒ **Опис надлежности** и посла који се у суду обавља (тј. чиме се суд бави) и
- ⇒ **Кључне резултате** суда које је (за дату годину) постигао (идеално кроз бројке).

Док су прва два елемента фиксна, односно надлежности суда се могу само изнимно мењати, овај последњи сегмент документа треба редовно ажурирати.

Примарни циљ 'Fact Sheet'-а је да просечан новинар или грађанин, уколико узме да прочита овај документ може из њега да разуме чиме се бави суд, као и колико успешно и одговорно се тим задатком бави. Другим речима, у питању су најбитније информације које остављају тзв. 'први утисак' на медије/грађане.

Други циљ подразумева да сваки запослени у суду буде упознат са садржајем документа тј. најбитнијим информацијама које се комуницирају о суду ка екстерним циљним јавностима. Овим се смањује могућност да запослени преносе произвољне и личне утиске, већ имају на располагању афирмативне чињенице о суду, што директно утиче на бољу слику у јавности.

**Презентација о суду:** Слично ‘Fact Sheet’-у, портпарол треба да направи и кратку презентацију о суду (Power Point Presentation) која ће садржати сличне информације као ‘Fact Sheet’, али може бити, и то је пожељно, обogaћена фотографијама судске зграде (нарочито ако је репрезентативна и има традицију/историјат), фотографијама активности реализованих у суду, сликама са вебсајта, итд. Ово је пре свега визуелно средство које се може користити приликом свих врста догађаја у суду (о овоме више речи у наредном поглављу), да структурира представљање суда и постигнутих резултата (рецимо, приликом конференције за медије поводом представљања годишњег извештаја о раду, или приликом организације ‘Отворених врата суда’), но свакако зависи од техничких могућности, тј. постојања пројектора у суду.

‘Fact Sheet’ и презентација представљају **писани комуникациони минимум о суду.**

**Напомена:** *Пример ‘Fact Sheet’-а налази се у Прилогу 5 овог Водича*

**Корак 2 - Обезбедити брз проток информација између суда и медија – секција ‘Јавност рада’ или ‘За медије’ на вебсајту суда:** Портпарол у сарадњи са ИТ техничаром суда, може да креира посебан одељак за медије на вебсајту суда, који може да се налази у оквиру секције ‘Јавност рада’, ако иста већ постоји на вебсајту, а који би садржао релевантне контакт информације портпарола суда (пожељно би било да то буду и контакт телефон и мејл адреса), писани комуникациони минимум (‘Fact Sheet’ и/или презентацију о суду), друге информативне и едукативне материјале (брошуре, водиче, итд.) које је суд или сам развио, или преузео и поделио на вебсајту, као и линк ка секцији ‘Вести’ или ‘Саопштења’ како би новинари одмах могли да пронађу информације које их занимају. Издвајањем сегмента вебсајта посебно за медије послаћете поруку да вам је благовремено пласирање информација од значаја, те да цените време новинара и омогућавате им да што пре дођу до информација које су им потребне.



## ВАЖНО: Едукација новинара

Положај суда у правосудном систему, начин рада, законска ограничења и судска тематика су комплексни и нису јасно разумљиви просечном новинару или грађанину. Није реално очекивати да ће новинари разумети стручан судски језик и тематику поступка. Стога, од суштинске је важности да суд проактивно и континуирано пружа могућност едукације новинара на наведене теме, јер је у интересу јавности и суда да медији извештавају из позиције разумевања функционисања суда и правила судских поступака. Уколико суд не спроводи континуирану едукацију ка/са медијима, то неће учинити нико други. Континуирана едукација не значи само организовање стручних радионица са медијима, она значи много више – свакодневно, системско и планско пружање информација медијима коришћењем једноставног и разумљивог језика, као и стрпљиво објашњавање, тј. појашњавање датих информација.

**Напомена:** *Савет Европе је 2019-е године представио публикацију ‘Лексикон медијских и правних појмова’<sup>4</sup> која служи као својеврсни водич како за новинаре, тако и за судове - запосленима у медијима пружа детаљна објашњења о правним терминима и помоћ у извештавању о темама које обухватају основно познавање правних појмова, а представнике правосуђа боље упознаје са радом медија и захтевима новинарског посла, те са крајњим циљем пружања квалитетних информација грађанима о питањима од јавног значаја. ‘Лексикон’ може бити користан портпаролима који тек почињу на овој позицији у суду, а може послужити и као извор одабраних информација које у скраћено и једноставном облику можете припремити у форми Водича за медије и поставити на страници вебсајта посвећеној јавности рада суда.*

**Корак 3 - Направити базу медијских контаката:** у раду са медијима, потребно је, а свакако и веома корисно, имати што ажурнију листу контаката новинара и уредника. Потребне информације за креирање базе портпарол може да обезбеди на неколико начина, у зависности да ли је већ ‘наследио’ неки списак контаката од свог претходника/ претходнице. Први начин би био да уколико портпарол има прилику за примопредају дужности, од свог претходника преузме и постојећу базу и додатно провери њену ажурност, тако што ће најпре проверити контакте медија/новинара из базе путем медијских портала, а у крајњој инстанци позвати новинаре са постојеће листе.

<sup>4</sup> ‘Лексикон медијских и правних појмова’, Савет Европе, 2019; <https://rm.coe.int/leksikon-medijskih-i-pravnih-pojmova-u-rs/168094025b>

Други начин би био, да уколико нови портпарол нема приступ информацијама/бази коју је креирао претходник, или базе једноставно није ни било, да покуша да идентификује особу из суда (нпр. секретар суда) која је била у неком контакту са претходником и да од ње добије што више информација о томе са којим новинарима, тј. медијима је суд сарађивао, или био у контакту, добијао упите, итд. Коначно, уколико ништа од овога није могуће, тада у циљу креирања базе медијских контаката портпарол може да посети све интернет презентације медија, сакупи званичне контакте редакција, те да контактира медије и добије контакте конкретних новинара који покривају теме из правосуђа. Ово је уједно и добар начин да медије обавестите о постојању функције портпарола у суду, те да се представите и учините први корак у остваривању добре сарадње са медијима.

Који год начин прибављања информација за базу одаберете, или спроведете, база контаката може да буде у ексел/ворд формату и корисно је да садржи следеће колоне/категорије:

- ⇒ медиј (име и тип медија нпр. дневне новине, магазин, портал, ТВ, итд.),
- ⇒ име и презиме (новинара и уредника),
- ⇒ функција (новинар или уредник или нешто треће),
- ⇒ е-маил (новинара и/или уредника),
- ⇒ телефон (новинара/уредника и медија),
- ⇒ вебсајт и друштвене мреже медија (уколико има),
- ⇒ адреса медија,
- ⇒ додатни корисни подаци/напомене везане за новинаре.

**Напомена:** *Шаблон базе медијских контаката налази се у Прилогу 6 овог Водича*

**Корак 4 - Информисати медије о постојању портпарола суда:** Након реализације прва три припремна корака, портпарол може да обавести медије о постојању функције те задужењима портпарола суда. Ово је нарочито пожељно уколико до тада није постојала организована комуникација суда са медијима.

Структура обавештења треба да садржи следеће информације:

- ⇒ Уводни одељак где се портпарол предстаља и даје информацију о начину рада и функционисања улоге портпарола суда;
- ⇒ Информације о страни 'За медије'/Јавност рада' на интернет презентацији суда;

⇒ Контакт информације портпарола – телефон и имејл;

⇒ Уз обавештење, пожељно је да се достави и комуникациони минимум о суду.

Изнимно, у случају да суд има неку информацију/тему која је од интереса за јавност и која би била значајна за медије, тада портпарол има могућност да директно позове медије и да, поред информације коју би суд желео да подели са медијима, искористи прилику и да се представи и дефинише моделе будуће сарадње (нпр. кроз форму радног доручка са медијима). Да би се овај модел успешно реализовао, предуслов је да и портпарол и председник суда буду унапред спремни за питања новинара.

### *3г. Основне форме (директне) комуникације/ сарадње са медијима*

**Писани позив за медије:** Писани позив за медије је основни начин како се позивају новинари, пре свега на неки догађај који организује суд. Позив се пише најчешће у ворд-документу на једној страни.

По правилу, у позив треба укључити следеће информације:

- ⇒ у **заглављу позива** треба да стоји 'ПОЗИВ ЗА НОВИНАРЕ/МЕДИЈЕ'
- ⇒ одмах испод: **време и место** тј. када, ко, шта и где организује
- ⇒ **сатница:** колико догађај траје, те од ког момента је догађај отворен за медије
- ⇒ **ко** ће се обратити новинарима
- ⇒ која је **тема** окупљања
- ⇒ опционо: **акредитација** за новинаре
- ⇒ молба да за новинаре да **потврде свој долазак** портпаролу до одређеног рока

Позив за медије се, у зависности да ли је у питању веће или мање место, најчешће шаље на следећи начин:

- ⇒ први пут најраније два дана пре догађаја (у мањим срединама понекад и 3 дана, док у је у већим то један дан пред догађај),
- ⇒ на крају тог дана врши се телефонска провера да ли је стигао позив и тражи се потврда присуства,
- ⇒ позив се понавља дан пред догађај и врши се провера са медијима који нису потврдили долазак.

Многи портпароли праве грешку када шаљу позив 5-7 дана унапред, што је чест случај у мањим срединама. Они на тај начин желе да ‘осигурају’ долазак медија, док медији објективно нису у позицији неке да обећају да ће доћи 5-7 дана унапред, јер се информације и (непредвиђени) догађаји дешавају на дневном нивоу.

Постоје 3 основне врсте структуре позива за медије:

- ⇒ Општи (који је описан у претходном параграфу)
- ⇒ Табеларни
- ⇒ Персонализовани

Све врсте позива је пожељно писати у прегледном и јасно читљивом фонту нпр. *ариал*.

**Напомена:** *Шаблони/примери наведених врста позива за медије налазе се у оквиру Прилога 7 овог Водича.*

**Саопштење за јавност/медије:** Саопштења су основна форма комуницирања са медијима. Она се шаљу онда када постоји нека конкретна информација коју суд жели да искомуницира. Такође, саопштења за јавност се креирају и деле медијима на догађајима које организује суд (где позива и медије), јер осим што ће медији написати оно што су видели, уз помоћ саопштења написаће и оно што ви желите да буде написано. Најчешћи облик слања саопштења за јавност јесте путем мејла, постављањем на вебсајт суда, као и дистрибуција штампаног облика саопштења на догађајима.

Како се креира саопштење за јавност?

### 1. Класичан модел креирања саопштења – ‘5 W’

Класичне теорије креирања саопштења за јавност ослањају се пре свега на задовољење правила ‘Five W’ тј. 5W<sup>5</sup>. Овај концепт подразумева да поставите себи пет питања о догађају који желите описати у саопштењу - ко? шта? где? кад? зашто? како? – и једноставно одговорите на њих. На тај начин, креирате *вест* тј. основну новинарску форму која представља информацију за штампу. На тако креирану основну информацију, надоградњом наслова, поднаслова и текста, креира се класично саопштење за јавност.

### 2. Практичан модел креирања саопштења – ‘од битнијег ка мање битном’

Постоји још један модел креирања саопштења, који се често користи у пракси тј. креирање саопштења постављањем информација од најбитнијих ка мање битним.

<sup>5</sup> Акроним за пет питања на енглеском која сва почињу истим словом, w: who? what? where? when? why?, прим. аутора

Ево описа како се креира саопштење овом методом.

**Наслов:**

- ⇒ у наслов се постави кратка реченица тј. оно што се сматра најбитнијим што желите да саопштите;
- ⇒ наслов служи да ‘увуче’ читаоца у текст тј. реченица која фигурира у наслову треба да буде што краћа и што интересантнија (тзв. ‘тизер’);
- ⇒ медији не трпе дуге наслове – то је оно битно што треба имати на уму приликом креирања наслова.

**Поднаслов:**

- ⇒ у поднаслов се постави информација која допуњује наслов;
- ⇒ информација у поднаслову је нешто мање битна од информације која фигурира у наслову, али је на максималном нивоу важности и треба да се искаже на начин који је чини одмах видљивом.

**Први параграф текста саопштења – такозвани лид (‘lead’)**

- ⇒ у првом параграфу саопштења се искаже кључна информација (или више њих) коју желите да поделите са јавношћу. Овај параграф може садржати највише 2-3 реченице. Параграф може бити исказан кроз обичан наратив/испис, а може се исказати и у облику изјаве званичника (судије, председника суда, итд.);
- ⇒ првим параграфом се у комплекту закржује скуп најбитнијих информација које се желе саопштити.

**Остали параграфи – дужина саопштења:**

- ⇒ на први параграф са најзначајнијим информацијама, може се додати још параграф или два, но савет је да не треба ‘претрпавати’ саопштење садржајем који новинарима може бити неинтересантан;
- ⇒ генерална смерница је да саопштење не треба да буде дуже од једне А4 стране.

**Административни део саопштења:**

- ⇒ у заглавље се ставља лого суда
- ⇒ испод заглавља, а изнад наслова, ставља се израз ‘САОПШТЕЊЕ ЗА ЈАВНОСТ’
- ⇒ иза написаног текста саопштења ставља се реченица-две о самом суду, у курсиву

- ⇒ у подножју странице саопштења стављају се контакт подаци портпарола,
- ⇒ саопштење је пожељно писати у једноставном и јасно читљивом фонту нпр. ариал.

**Напомена:** Пример саопштења за медије налази се у оквиру Прилога 8 овог Водича.

Друштво судија Србије израдило је 2019. године одличну публикацију<sup>6</sup> на тему *односа јавности и судова*. Поред законског оквира за извештавање о раду суда, те упоредног приказа етичког кодекса судија и кодекса новинара Србије, ова публикација садржи поглавље које се на практичном нивоу, кроз примере, бави анализом саопштења судова, односно различитим погледима на оно што је медијска вест. Поређење између званичних саопштења судова и медијских написа везано за конкретни медијски предмет сваком почетнику, али и искусним портпаролима може помоћи да се, приликом састављања саопштења, воде потребама медија и јавности.

**Интервјуи, писане изјаве, ауторски текстови:** У питању су чести облици сарадње са медијима. Поред саопштења, медији повремено имају и потребу за интервјуима са представницима суда, најчешће председницима. Истовремено, како би се обезбедило интензивније и континуирано присуство судова у медијима, корисно је ангажовати се на сарадњи са медијима у овом погледу и омогућити објављивање интервјуа и ауторских текстова председника суда. У том смислу, портал *‘Отворена врата правосуђа’* дао је простор судијама који сматрају да имају шта да кажу да креирају текстове на стручне теме, а на начин пријемчивији за јавност.

Уколико је, пак, у питању класични интервју или текст председника суда за неки медиј, портпарол је тај који ће се ангажовати на организацији, креирању нацрта интервјуа, усаглашавању нацрта са председником, те у комуникацији са представницима медија на процесу ауторизације и објављивања интервјуа. Слично је и са писаним изјавама и ауторским текстовима особа које су испред суда задужене за наступ у јавности. Додатно, фреквенција пласирања ауторских текстова по природи ствари не мора и не може бити изразито велика, но кључно је да се ови текстови појављују у правилно распоређеним временским интервалима нпр. једном у три месеца.

**ТВ и радијска гостовања:** Медији имају потребу и и да представнике суда интервјуишу, или доведу у госте и на телевизији или радију. Слично као у процесу припреме интервјуа, портпарол има важну улогу у припреми представника суда за ТВ или радијско гостовање, али и у припреми представника медија који ће који ће са представницима суда разговарати у свом студију. Ова гостовања могу бити прилика

<sup>6</sup> Однос судова и јавности’, Друштво судија Србије, 2019.; [https://www.sudije.rs/Dokumenta/Publikacije/odnos\\_sudova\\_i\\_javnosti.pdf](https://www.sudije.rs/Dokumenta/Publikacije/odnos_sudova_i_javnosti.pdf)

да се изнесу афирмативне чињенице о раду суда, да се истакну добре праксе и начин на који се поштује интегритет поступка када је у питању неки медијски интересантан предмет, или да се изнесе став, односно мишљење о изменама законског или процедуралног оквира које утичу на рад суда. Појављивање на радију или телевизији свакако омогућава да се 'глас' суда чује међу ширим аудиторijумом.

Што се саме припреме тиче, у питању је свеобухватан процес, а издвајају се следећи битни кораци:

Портпарол саставља изјаву за представника суда на тражену тему, коју у сарадњи са оним чији се наступ или гостовање на радију или ТВ-у организује, а исту затим ревидира и финализује. Евентуално, ову верзију изјаве, или кључних порука које треба изнети током гостовања, може прегледати и председник суда, уколико он/она нису управо ти који се спремају за интервју или медијски наступ. Додатно, портпарол може да предвиди сва питања везано за тему, како она која се очекују, тако и потенцијално 'неугодна' питања, те да, заједно са представником суда који се спрема за медијски наступ, креира нацрт или основне тезе могућих одговора на њих.

Уколико се за медијски наступ спрема особа која на услове студија, директне комуникације са новинарима, итд. није навикла, може се уприличити и кратка симулација разговора са новинаром/водителем. Портпарол може помоћи представнику суда који се спрема за гостовање да течно пренесе изјаву, да одговара на питања, итд. Овде није од пресудног значаја искуство самог портпарола у овим ситуацијама, већ пре свега помоћ колеги да се што боље снађе у условима који увек изазивају повећан ниво стреса, чак и за људе са искуством.

Такође, консултације око тога гостовања у студију или интервјуа могу се обавити и са новинаром/водителем јер и они, као и ви, имају за циљ да сегмент у коме разговарају са представником суда прође у реду, успешно и на задовољство обе стране.

Поред увежбавања течног комуницирања садржаја изјаве, неке генералне смернице које портпарол може пренети представнику суда који се спрема за медијски наступ тичу се где гледати док траје снимање (обично у новинара који поставља питања), да не гледа са стране или у под, да мирно држи руке, благо склопљене у шакама, или да уколико гестикулацијом жели да истакне неки део изјаве, да може да их помера на начин који одаје сигурност у одговору и усредсређеност на саговорника. Још један користан савет може бити и да, иако камере или микрофон нису укључени, представник суда не даје никакве изјаве или коментаре 'у поверењу' новинару.

**Комуникација путем модерних технологија (Вибер, Вац Ап, Скајп, Гугл Мит, Зум, МС Тимс онлајн конференције за штампу):** У новије време, посебно од појаве пандемије COVID-19, све више су у употреби модерне технологије за потребе давања

изјава, интервјуа, гостовања у ТВ-емисијама и реализовања тзв. онлајн конференција за штампу. У том смислу, могу се користити доступне апликације као што су: Вибер (Viber) или Вац Ап (What's up) и платформе за директну онлајн-комуникацију као што су Зум (Zoom), Гугл Мит (Google Meet), Мајкрософт МС Тимс (Microsoft MS Teams), Скајп (Skype) и слично. С обзиром да пандемија траје, а крај јој се не назире, судови су већ имали искуства како у комуницирању са медијима путем сервиса попут Вајбера, тако и у учествовању на догађајима који су организоване путем неке од онлајн платформи, најчешће Зума.

Можемо рећи да су апликације попут Вајбера и Вац Апа најпогодније за потребе давања кратких изјава које ће поред звука садржати и видео-слику даваоца изјаве. Могу се користити за директно давање изјава (када даваоц и представник медија директно разговарају путем апликације) или да давалац изјаве сам сними изјаву и пошаље је представнику медија у форми видео-прилога. Давалац изјаве треба да води рачуна о позадини која ће се налазити иза њега. Уколико је давалац изјаве у суду, пожељно је да буде формални знак/грб суда. Уколико давалац изјаве није у суду, пожељно је да замоли представника медија да сачека док не дође у суд, но уколико је ситуација таква да је медију потребна информација одмах, пожељно је да позадина буде зид без ознака. При коришћењу ових апликација, давалац изјаве је најчешће упознат са коришћењем истих, те није потребна асистенција ИКТ стручњака из суда.

Платформе попут Скајпа, Гугл Мита, Зума и МС Тимса најчешће се користе за потребе ТВ-гостовања или у случају када суд организује онлајн-конференцију за штампу или неки други тип конференције (нпр. обука судија). Уколико се путем неке од ових платформи реализује ТВ-гостовање представника суда, пожељно је да то буде са неког званичног налога суда и рачунара у суду. Све апликације пружају могућност постављања питања од стране учесника (кроз 'chat' опцију), као и могућност дељења визуелних садржаја (видео материјала, презентација).

Судови који учествују у иницијативи *Отворена врата правосуђа* имали су прилике да током протеклих годину дана редовно учествују у онлајн догађајима и да се навикну на рад и интеракцију у онлајн окружењу. Основни предуслов за ово је, свакако, подршка ИТ техничара из суда, како би све прошло глатко и без већих техничких проблема који могу бити главна препрека за комуникацију 'на мрежи'.



### Зд. Јавност/медији у суду – праћење суђења и извештавање о ‘медијским’ предметима

**Јавност рада:** Начело јавности суђења, изражено кроз принцип да суд одлучује на основу јавног расправљања, има за циљ да упозна грађане са остваривањем судијске функције, омогући им да упознају прописе у одређеним областима и да утичу на рад правосуђа и поштовање права. Судски поступак је начелно јаван, што подразумева право свих пунолетних грађана да присуствују процесним радњама које се подразумевају у судском поступку и њихово право да буду информисани о току и резултату судског поступка.

Овај параграф се може наћи на неколико вебсајтова судова у Србији<sup>7</sup>, као сажетак онога што отвореност суда и судског поступка за јавност – грађане и медије - значи, са акцентом на право грађана да буду информисани о исходу поступања у предметима пред судом. Начело јавности важи за све предмете, но, с времена на време, у неким судовима чешће, по природи материје у којој суде (пре свега виши судови), у неким ређе, појаве се предмети који изазивају појачану пажњу јавности и интересовање медија. Овакво одвијање судских поступака под лупом јавности често ствара утисак додатног притиска на суд, што свакако компликује ствари нарочито када су у питању предмети породичног насиља, тешка кривична дела, сексуални деликти, итд.

Судски пословник<sup>8</sup> прописује основе јавности рада суда, тј. извештавања о раду суда и оствареним резултатима, о току суђења у медијски интересантним предметима, као и присуство медија у суду у сврху фотографисања, аудио и видео снимања. Поред Пословника, одредбе Законика о кривичном поступку (члан 363.) и Закона о парничном поступку (члан 322.) одређују када јавност може бити искључена из праћења суђења - ради заштите интереса националне безбедности, јавног реда и морала, интереса малолетника, приватности учесника у поступку, као и других оправданих интереса у демократском друштву. Посебно, према одредбама члана 206. Породичног закона, предвиђено је да је у поступку у вези са породичним односима јавност искључена, док Закон о малолетним учиниоцима кривичних дела посебно штити малолетна лица у смислу да је из претреса у којима се они појављују увек искључена јавност, те да се без дозволе суда не сме се објавити ток кривичног поступка према малолетнику, ни одлука донесена у том поступку.

Суд може да искључи јавност и ако мерама за одржавање реда прописаним у закону не може да се обезбеди несметано одржавање расправе. Пандемија је

<sup>7</sup> Виши суд у Новом Саду: <http://www.ns.vi.sud.rs/strana-183/1>

<sup>8</sup> Судски пословник, Глава V, Обавештавање јавности о раду судова, члан 57 – 61; Сл. Гласник РС бр. 110/2009, 70/2011, 19/2012, 89/2013, 96/2015, 104/2015, 113/2015 - испр., 39/2016, 56/2016, 77/2016, 16/2018, 78/2018, 43/2019 и 93/2019

додатно закомпликовала присуство јавности у судници, јер је услед придржавања епидемиолошких мера ради спречавања ширења корона вируса једно време дозвољени број лица у судници смањен само на лица чије је присуство неопходно.

Без обзира да ли је јавност искључена или не, суд је у обавези да јавно изрекне пресуду, односно да јавно прочита пресуду. Оно што би допирнело додатно транспарентности у овом делу је свакако постојање законске обавезе да се објављују сажетци пресуда, што за сада није случај. Такође, судови углавном имају јасно истакнуто или на самом вебсајту суда, или у својим Информаторима, каква су правила што се тиче аудио и видео снимања у суду, те који су протоколи како би се новинари акредитовали, односно добила дозвола за снимање у суду/судници.

**Суђења под лупом јавности:** Оно што у последње време постаје евидентно је да, поред традиционалних медија, потпуно равноправну улогу у информисању и обликовању јавног мњења имају и друштвене мреже. Ако тако широко дефинишемо јавност која може бити заинтересована за ток неког предмета, онда је јасно да скоро сваки предмет у сваком суду, у мањем или већем граду, може доспети у жижу медијске и пажње грађана. Скорашња искуства са неким предметима из условно речено мањих судова и мањих места и пажња јавности коју су генерисали јасно указују да је тешко контролисати шта ће се наћи међу медијским натписима и колико пажње ће завредити, те колико ће та пажња трајати. Управо због тога је потребно имати спремне протоколе поступања (писане или договорене, усмене) у ситуацији када суд препозна да може имати потенцијално медијски интересантан предмет.

Постоји неколико врста предмета који, по правилу, привлаче највише медијске пажње:

- ⇒ организовани криминал,
- ⇒ тероризам и ратни злочини,
- ⇒ корупција,
- ⇒ тешка кривична дела,
- ⇒ предмети у којима се као странке, односно оптужени/оштећени појављују познате личности.

Главни предуслови на којима се заснива успешно управљање односима са јавношћу у овим предметима су: а) фер и правично суђење, без утицаја/притисака од стране појединаца и/или других грана власти, и б) приступ суду за грађане и медије како би се обезбедила транспарентност поступка. Колико појачано интересовање јавности може изазвати утисак nelaгоде или притиска на рад суда, толико може донети и неку

врсту олакшања, јер ако се све одвија отворено и транспарентно, реакције на крајњи исход биће реакције на садржај судске одлуке и показиваће мишљење јавности које се тиче њене правичности, али неће се тичати самог рада суда и одвијања поступка, односно интегритет суђења биће очуван.

**Најбоље праксе:** Можда и најважнија дистинкција коју треба усвојити када је у питању управљање односима са јавношћу у вези са медијски експонираним предметима је да је то стратешки испланиран процес, а не тзв. кризни ПР. Ефикасно управљање предметима који привлаче пажњу јавности треба посматрати као део свакодневног посла, који се одвија уз добру припрему и планирање, што укључује ефикасну интерну комуникацију унутар суда, успостављање протокола за поступање, обуку за запослене, те континуирану, двосмерну комуникацију са медијима.

Што се тиче примера најбоље праксе из домаћег правосуђа када је у питању праћење медијских предмета, погледајте искуство координатора за медије Вишег суда у Београду, Татјане Тешић, које је приказано на страни 23, као и координатора за медије Апелационог суда у Београду, Мирјане Пиљић, на страни 99.

Најбоље међународне праксе показују да има неколико принципа који су се показали универзалним у управљању предметима за које постоји појачано интересовање јавности. Могу се поделити у три групе:

*а) континуиране активности на унапређењу планирања и припреме за медијске предмете:*

**ПЛАНИРАЊЕ:** Ово се пре свега односи на израду комуникационог плана суда у коме посебно место заузима одељак посвећен ‘медијским’ предметима, а пре свега како би се јасно разликовало поступање суда у овим предметима од поступања у кризним ПР ситуацијама. Управљање ‘медијским’ предметима и јесте примарно ствар општег управљања предметима у суду, дакле подједнако је питање чињења како судског портпарола, тако и руководства суда.

С друге стране, кризни ПР се односи на ситуације које се не могу предвидети унапред (нпр. дојава о бомби у згради суда), тако да комуникација са јавношћу и медијима у овим ситуацијама мора бити прилагођена конкретном догађају који је до ‘кризе’ довео, а обично је сасвим успешно може водити судски портпарол.

Важан сегмент планирања и припреме за поступање у медијским предметима је свакако формирање тима унутар суда који ће за то бити задужен, припрема тзв. чек листа, односно свих корака који су битни у овом процесу, те планирање рецимо безбедносних протокола, или распореда седења у судници, итд. – покривање свих сегмената рада суда на које би поступање у предмету који повлачи повећану пажњу јавности могло да утиче.

**ИНТЕРНА КОМУНИКАЦИЈА:** Кључ ефикасног управљања ‘медијским’ предметима је добра интерна комуникација, односно упознавање свих релевантних актера у овом процесу са њиховим улогама и одговорношћу, када се овакав предмет појави у суду. На основу корака наведених у комуникационом плану суда, тим одређен за праћење ових предмета треба да буде упознат са свим информацијама и договореним редоследом корака како би могао да адекватно поступа. Ово са једне стране доприноси смањењу стреса и непријатности која се може јавити везано за појаву ‘медијског’ предмета у суду, али омогућава и да запослени у суду дају своје специфично виђење ситуације, што може осветлити неки аспект који до тада није разматран и унапредити целокупно поступање суда. Састанак тима чим се препозна медијски предмет неопходан је управо да би се ово постигло.

б) *дефинисање и спровођење практичних корака у управљању ‘медијским’ предметима:*

1. Дефинисање **критеријума** за утврђивање који предмет потенцијално може постати ‘медијски’ тј. привући повећано интересовање како јавности тако и медија.

2. Формирање **тима** за управљање радом суда у ситуацији медијске експонираности неког предмета: тим се може састојати од поступајућег судије, портпарола суда, секретара/управитеља суда, ИТ техничара/администратора, те представника судске страже. Сви договори и предложени кораци предочавају се и о њима коначно одлучује у сарадњи са председником суда.

3. Креирање **чеклисте** како би се обухватили сви аспекти рада суда и вођења поступка, те како се нешто важно не би превидело. Ставке се могу односити на комуникацију и сарадњу са другим институцијама, попут полиције или тужилаштва, комуникацију са медијима – план саопштења, информисање о датуму одржавања рочишта, организовање присуства медија у судници, итд.

4. Припрема **инфо пакета за медије** који може садржати све најважније информације о предмету – саопштења суда, распоред суђења, одлуку о присуству или искључењу јавности, образац акредитације, те молбе за снимање и фотографисање у судници, кратак водич кроз судски поступак за медије уколико сте тако нешто припремили, итд. као и контакт податке портпарола суда од кога се могу добити све најажурније информације. Инфо пакет може бити постављен на вебсајту суда, уколико оформите секцију за медије, а корисно је учинити га доступним и у штампаној форми коју бисте поделили новинарима уочи почетка суђења. Електронску верзију Инфо пакета на сајту суда лако је ажурирати спрам развоја догађаја током суђења.

5. Коришћење **друштвених мрежа** у извештавању о медијски експонираном предмету: ово као што смо већ помињали код нас није пракса, али у неким европским земљама,

попут Холандије као и у САД, коришћење друштвених мрежа, пре свега Твитера, за брзо дељење линкова ка најновијим саопштењима за медије, или опције лајв преноса рочишта/расправа на Фејсбук страници суда, широко је распрострањено као један од најефикаснијих и најбржих начина информисања како јавности тако и медија. Неки правосудни системи имају праксу креирања посебних канала за праћење суђења која привлаче велику пажњу јавности, као што је то случај на пример са суђењем поводом обарања авиона малезијске авиокомпаније изнад Украјине 2014-е године, а који је летео на релацији између Амстердама и Куала Лумпура, којом приликом је погинуло свих 283 путника и чланова посаде. Холандски Судски савет је креирао посебан Твитер фид како би домаћим и страним медијима, те заинтересованој јавности, било лакше да нађу информације о овом предмету на једном месту, те омогућио приступање уживо преносу главног претреса који се због међународне природе предмета емитује и на холандском и на енглеском језику, и то путем посебне вебстранице посвећене овом предмету (*више детаља у Поглављу 6, Судови на интернету*).

6. Идентификовање **свих заинтересованих страна и актера** у датом медијском предмету, како би се активности суда усмериле на квалитетну комуникацију и координацију са свима, те како би се спречило непредвиђено иступање/поступање. Ово може да укључује полицију, тужилаштво, локалну самоуправу, центар за социјални рад, здравствене установе, друге службе.

7. Утврђивање **безбедносних протокола**: овде тим за управљање медијским предметима процењује колико се људи може наћи у судници због великог интересовања јавности, планира се колико ће места бити омогућено за новинаре и њихове екипе, разматра се постоји ли повећан ризик од окупљања грађана испред суда, евентуалних протеста, итд.

в) *двосмерна комуникација и рад са медијима*:

Као што је већ речено, припрема Инфо пакета и редовно ажурирање вебсајта суда информацијама које су релевантне за медијске предмете одлична је полазна основа за успешну и ефикасну комуникацију са медијима у ситуацијама које подразумевају брз проток информација и одређену напетост, жељу да се испоштују рокови којима се управљају медији, али и обезбеди поштовање претпоставке невиности и права на приватност странака у поступку, што су нека од основних начела којима се руководи суд приликом поступања у предметима који изазивају појачану пажњу јавности. Ситуацију додатно усложњавају предмети који укључују малолетна лица, случајеви насиља у породици, убиства супружника, итд.

Како би медији разумели одлуке суда да у одређеним деловима поступка искључе јавност, или да контролишу проток информација у одређеном предмету управо како

би се избегло кршење горе поменутих претпоставки, потребно је са новинарима разговарати, објаснити позадину одлуке и предочити зашто је важно да и они поштују такво опредељење суда. Портпарол ће у овим ситуацијама, а можда и председник суда, бити најчешћа адреса за медијске упите те треба издвојити време и стрпљиво објаснити новинарима о чему се ради. Такође, у овим ситуацијама где су због пажње јавности тензије повишене и треба брзо реаговати и одговорати на новинарске упите, портпарол суда заиста мора да буде доступан стално, али и да служи као спона између медија и поступајућег судије уколико се траже додатна појашњења. Ако је ово добро разрађен протокол, у коме се зна коме се питања упућују, те испоштују рокови које медији имају (наравно, уколико су у границама разумних, а ако нису, потребно је одмах скренути пажњу и назначити када суд најраније може да одговори, у зависности од комплексности упита), све ће углавном функционисати без већих трзавица и проблема. Искusan портпарол у оваквим ситуацијама може потпуно да растерети суд, да се медијски притисак не осећа тако изражено, те да свакодневно функционисање суда не буде ни једног тренутка доведено у питање.

У сваком случају, новинари ће највише ценити уколико знају тачно коме и како да се обрате за све што им је потребно, информације добијају у договореним роковима, могу да траже и добију и додатна појашњења, а упознати су и са свим протоколима везано за снимање и фотографисање у судници или згради суда. Ако суд обезбеди да све ово функционише неометано, у највећем броју случајева неће бити компликација везано за јавно праћење медијски експонираних предмета.

Више детаља о најбољим међународним праксама када су у питању 'медијски' предмети можете наћи у Прилогу 9.



# 4. Организација догађаја



Догађаји су једно од најмоћнијих комуниколошких средстава било које организације, самим тим и суда. Када се одлучите за организовање догађаја, обично се руководите жељом да остварите вишеструке резултате - почев од промоције саме организације или институције (ово се односи на тзв. управљање репутацијом организације), затим промоције циљаног производа, односно рада неке организације или институције, па до пласирања јасно дефинисаних интереса тј. поруке у јавност као нпр. указивања на потребу да се промени и унапреди део неке регулативе која је у интересу организације. Догађаји доносе са собом и посебан вид транспарентности. Наиме, кроз конференцију за штампу или дан отворених врата за медије, суд недвосмислено указује да је спреман да отворено разговара са представницима медија и јавности о свим темама, као и да одговара на сва питања – јер нема шта да крије.

## 4a. Догађаји за јавност као моћно средство за комуникацију

Уназад скоро целу деценију постоји пракса у судовима у Србији да се организују такозвана *‘отворена врата суда’*, односно догађаји где се обично студенти или ученици средњих школа, а у неким местима и други грађани, позивају у посету суду како би у интеракцији са судијама и другим запосленима научили више о раду правосуђа и значају институција за владавину права. Такође, пракса су постале и симулације суђења где ученици, обично из правно-биротехничких или других средњих школа сличног усмерења, играју улоге судија и чланова већа, окривљеног, оштећеног, адвоката, сведока у хипотетичком предмету пред судом.

Обично су ови догађаји везани за одређен датум, најчешће 25. октобар, када се обележава Европски дан цивилне правде, што је природни контекст за овакву врсту догађаја, јер поред могућности да грађане информише о раду суда, ово може да се искористи и као повод за конференцију за медије, да се представе резултати, истакне још једном значај независног правосуђа за демократско друштво засновано на владавини права, или пак укаже на проблеме који утичу на ефикасан рад судова, а који су ван контроле самих институција (повећан прилив предмета, *‘масовне’* тужбе, недовољан број запослених, итд.).

Последњих неколико година, међутим, смањило се број судова који су на овај начин, самостално, организовали догађаје за ширу јавност. Пројекат *‘Отворена врата правосуђа’* који подржава Америчка агенција за међународни развој (УСАИД), а који се реализује од 2018-е, поново је покренуо талас догађаја у судовима, такозваних тематских отворених врата, где су грађани позивани да у непосредном дијалогу са судијама, или у тужилаштвима са тужиоцима, разговарају о дужини трајања судског поступка и праву на суђење у разумном року, или о поступку извршења (где су били укључени и јавни извршитељи), што су све грађани идентификовали као она питања која их највише занимају у вези рада правосуђа.

Пандемија је пореметила наше животе, па тако и рад судова, а одржавање догађаја за јавност учинила готово немогућим због поштовања мера за спречавање ширења вируса. Пројектни тим *‘Отворених врата правосуђа’* успео је да пресели догађаје онлајн и одржи их путем Зум апликације и уживо преноса на Фејсбук страници пројекта, као и омогућавањем накнадног прегледања снимака, те интеракцијом са јавношћу кроз коментаре на њихове објаве. Свесни смо да је, без помоћи пројекта и иницијатива попут ове, судовима тешко или готово немогуће да организују догађаје онлајн. С друге стране, ситуација са пандемијом неће трајати заувек, па ваља размишљати о начинима да се са праксом *‘отворених врата’* настави и у будућности.

Један од идентификованих примера добре праксе у смислу свести о важности континуитета сусрета са јавношћу и отварања суда за грађане је *објава Основног суда у Ужицу*<sup>9</sup> који је поводом Европског дана цивилне правде 2020. године на свом вебсајту поставио саопштење у коме је и поред одлагања одржавања догађаја за јавност услед неповољне епидемиолошке ситуације ипак укратко представио резултате рада упркос изазовима пандемије и обавезао се на континуирану ефикасност и транспарентност у раду.

Поред перцепције отворености и спремности за директан дијалог са грађанима, суд може оваквим догађајима дати и едукативан карактер, а поред студената и ученика средњих школа, своје циљне групе може проширити и на ученике млађих узраста. Судови и судије као едукатори неопходни су како би се унапредила свест о важности постојања независног, непристрасног суда, значаја сваке од три гране власти и улоге правосудних институција у друштвеном животу, као кључних фактора поштовања права и закона. Осим на студијама права, и можда од неког ентузијастичког наставника на предмету грађанско образовање, прилике да о овоме нешто чују док су у школи деца немају много. А управо од њихове свести и знања о начину на који држава функционише зависи како ће се у будућности односити према заједници у којој живе и шта ће очекивати од демократског, уређеног друштва.

Овде ћемо дати кратак преглед шта организовање ове две врсте догађаја – отворених врата суда и едукативних активности за ученике различитих узраста – подразумева у смислу ангажовања портпарола и других запослених у суду. Након тога, изложићемо и основне карактеристике организовања догађаја за медије.

## 4б. Дан отворених врата за грађане

Ови догађаји су одличне прилике да се суд повеже са пре свега са својом локалном заједницом, јер је то и најзначајније за институцију – да истакне своју улогу као кључног чиниоца друштвеног живота међу суграђанима/странкама које решење за своје проблеме и нарушене друштвене односе, као и правду, траже управо у судницама.

Први корак у организовању ових догађаја је **идентификовање теме**: да ли ћете отворена врата суда организовати око неког посебног питања које желите да промовишете? То може бити на пример медијација, ако имате успостављену службу за медијацију, или представљање службе за помоћ и подршку сведоцима и оштећенима, можда унапређење неког сегмента рада суда, нпр. омогућавање електронских поднесака, итд. Такође, како је пракса већ показала, не морате идентификовати посебну тему, већ догађај посветити обележавању Европског дана цивилне правде кроз опште теме владавине права и правде.

<sup>9</sup> <http://www.ue.os.sud.rs/vest35.html>

Почетак године, када се израђује комуникациони план суда и договарају активности, погодан је тренутак да се са председником суда, секретаром, као и другим колегама који ће учествовати или у организацији или у реализацији самог догађаја договоре детаљи, укључујући и тема, али и састав **тима за организацију догађаја** и поделе улоге и задужења.

**Портпарол суда би требало да буде задужен за координацију тима, праћење свих активности и обавештавање медија о догађају** (најава, позив, саопштење, организовање изјава, постављање објава на сајт, праћење прес клипинга након догађаја). Такође, задужење портпарола може бити и да спреми **материјале за догађај**, што може укључивати нацрт говора за председника суда или судију који ће говорити на догађају, кратко обраћање за онога ко ће бити модератор догађаја (то ће највероватније и бити портпарол), презентацију уколико ће је бити (помаже као визуелно средство уколико говорите о бројкама, на пример, али захтева техничку опрему попут пројектора и платна), као и штампане материјале – брошуре које ће се делити. Све ово потребно је спремити, проверити и финализовати пре догађаја. Овде ће од велике помоћи бити добра **чек листа**, а ми смо вам пример исте дали у Прилогу 10. Овај образац можете прилагодити вашим потребама.

Поред чек листе, корисно је припремити и **сценарио догађаја** који ће садржати тачну сатницу и опис свих сегмената и организационих задатака пре, за време и након догађаја, односно ко, шта и када ради. Већ на самом почетку овог процеса планирања требало би да утврдите које су то критичне, односно слабе тачке догађаја, те да осмислите алтернативна решења, која ће такође постати део сценарија као 'опција Б' на пример. Критичне тачке могу бити нпр. ако је догађај напољу, потребно је да постоји алтернативно решење где ће се одржати ако буде временских непогода. Такође, бежични интернет може да буде велики изазов уколико слабо ради или престане да ради усред нпр. презентације која се ослања на интернет.

**Локација** за оваку врсту догађаја најчешће је највећа судница у згради суда, како би се омогућило присуство већег броја људи, или пак хол суда уколико је адекватне величине и облика. Уколико је више правосудних органа смештено у једној згради, потребно је од домаћина зграде на време тражити дозволу за коришћење суднице одређеног дана у одређено време.

Потребно је одредити ко ће све говорити током догађаја, те да ли ће представници неких других институција бити позвани као говорници или можда само као гости. Сходно броју говорника, потребно је одредити где ће ко седети, као и да ли им је спрам величине просторије потребно озвучење. Пре почетка догађаја обично се одштапају се и поставе картице са именима и функцијама говорника – то је погодно

за кадрове које ће медији снимити, али и у сврху обавештавања присутних о томе ко им се обраћа и у име које институције/организације.

Што се тиче **сатнице** за одржавање отворених врата суда, иако је то најмање популарно јер од запослених у суду захтева да остану на радном месту и после радног времена, најбоље је овакве догађаје организовати у поподневним сатима, око 17 или 18 часова, јер ћете тако омогућити грађанима да се у суду појаве након што им је радно време завршено, тачније шансе да привучете публику су веће. С друге стране, и у суду ће бити мање људи, суђења ће за тај дан бити завршена, па ће самим тим кретање кроз судску зграду бити лакше. Оптимално трајање овакве врсте догађаја је око сат и по времена. У Прилогу II можете погледати нацрт дневног реда који можете искористити као смерницу за планирање догађаја у вашем суду.

О организацији догађаја свакако треба **обавестити јавност**, нарочито ако се овако нешто организује по први пут у суду, или после дуге паузе. Најбољи **партнери у томе су локални медији**. ТВ и радио станице, као и портали и штампани медији (ако их има) послужиће као главни канал комуникације у овом случају. Ово је и одлична прилика да, уколико већ није, суд и портпарол успоставе добар однос са представницима медија на локалу. Можете их позвати недељу или десетак дана пре самог догађаја и у директном разговору се представити, најавити догађај у суду и објаснити шта је циљ и коме је догађај намењен, као и позвати новинаре да на догађај дођу и да се приликом истог и лично упознате. Такође, можете договорити и гостовање – портпарола или председника суда, у зависности од праксе и договора у вашем суду - у емисијама на телевизији и/или радију како бисте промовисали прилику да ваши суграђани дођу у суд и ближе се упознају са његовим радом, те поставе питања о ономе што их највише занима. Ако су новинари локалних медија у вашој средини навикли на овакве догађаје у суду, тим ће овај задатак бити олакшан.

Званичан **позив медијима** упутићује се дан пре догађаја, са прецизно наведеном сатницом догађаја, именима говорника, те да ли ће медијима бити омогућено узимање изјава од учесника, како представника суда тако и грађана. Наравно, као и увек, остављају се контакт подаци портпарола - телефон и мејл – како би новинари могли да потврде учешће и/или од портпарола добију још информација о догађају. Неки неће моћи да присуствују, па ће портпарола позвати за изјаву или додатне информације уз најаву/саопштење.

Пожељно је организовати **‘генералну пробу’** догађаја на којој се проверавају сви технички услови (светло, звук, исправност столова, столица, бине), а и говорници могу да обиђу просторију у којој ће се догађај одиграти, или да за говорницом прођу кроз своје обраћање. Овим се осигурава да догађај, када се стварно буде дешавао, иде течно и без изненађења.

На дан догађаја, шаље се **саопштење**, а може се и одштампати и поделити новинарима који ће присуствовати догађају на лицу места – ово би била саветована и добра пракса. Улога портпарола пре и за време догађаја свакако биће да испрати како и где ће се новинари позиционирати за случај да су ту камере, да ли имају где да спусте микрофоне или телефоне како би снимили говоре, да ли имају простора у холу суда, или испред суднице на пример да узму изјаве од грађана итд.

Сав материјал који сте припремили и послали медијима, поставићете и на **вебсајт суда**, у форми прилагођеној за јавност. Најаву за медије претворићете у позив за грађане, са свим детаљима о времену и месту одржавања отворених врата, као и укратко о ономе што ће ваши суграђани имати прилике да виде и чују током догађаја. Саопштење такође можете објавити на сајту на дан одржавања догађаја, или након истог можете на основу саопштења саставити и кратку вест за вебсајт праћену фотографијама са догађаја.

Са колегама који помажу у организацији и реализацији догађаја портпарол суда договориће се и о томе ко ће дочекивати грађане на улазу у суд и показивати им како да дођу до суднице/места одржавања догађаја. Уколико је планиран обилазак суда, договорићете унапред руту којом ћете се кретати, ко ће водити групу у обилазак и шта ће том приликом бити речено. Ако је планирано дељење неких материјала, поставићете их или на видљивом месту на уласку у суд, или у судници где се догађај одржава.

Портпарол може бити и **званични фотограф догађаја**, уколико техничке могућности то дозвољавају: вешти сте са фотоапаратом или имате телефон који прави добре слике. Улогу фотографа можете договорити и са неким од ваших колега. Такође, уколико имате новинара и фотографа на догађају, можете од њих затражити да вам пошаљу слике које ћете онда поставити на вебсајт суда.

Означићете у најави/дневном реду догађаја тренутак од ког ће врата суда бити отворена за грађане који желе да присуствују догађају (пола сата или 20ак минута пре почетка самог догађаја). На овај начин оставићете довољно времена да се публика окупи. Са новинарима ћете се договорити када ће се они појавити на догађају, као и када ће узети изјаве од учесника (у највећем броју случајева новинари ће тражити да узму изјаве пре догађаја, а онда да у првих петнаестак минута сниме говоре и такозване покривалице, односно кадрове са самог догађаја који ће пратити прилог). Замолите новинаре да вас обавесте из којих су медија како бисте могли да испратите касније прес клипинг. Можете направити и списак у који ћете их замолити да се упишу и да вам оставе контакт податке. Пример уписне листе можете наћи као Прилог 12.

Када се публика окупи, ако сте у улози водитеља догађаја, сигнализираћете почетак, а неко од ваших колега остаће испред просторије где се догађај одржава како би оне

који су можда закаснили евентуално спровео до њихових места. Држите телефон уз себе током догађаја како бисте могли да пратите уколико је неке потребна консултација или ваша помоћ. Најбоље је, уколико постоје техничке могућности, да са колегама направите Вајбер групу кроз коју ћете размењивати све информације.

Уколико је портпарол суда и модератор догађаја, онда се кратко обраћа окупљенима и даје реч говорницима по утврђеном редоследу. Такође, пошто је циљ да догађај укључује интеракцију са грађанима, и њима даје реч након званичних обраћања како би могли да постављају питања. Портпарол такође помаже присутнима – председнику суда и судијама у пружању одговора, уколико буде потребе, те се стара да се дискусија одвија у правом смеру и да сви добију адекватне одговоре.

Након догађаја, пожељно је да са председником суда и колегама које су учествовале у организацији портпарол одржи састанак (формалан/неформалан, у складу са праксом у суду) како би се размотрило како је догађај протекао и да ли има неких аспеката који би могли бити бољи, или другачији, када следећи пут суд буде организовао 'отворена врата'. Потребно је да портпарол испрати медије и покуша да скупипрес клипинг – чланке, линкове и прилоге са догађаја, а добра пракса би била и да се мејлом или у кратком телефонском разговору захвали представницима медија на присуству.

#### *4в. Едукативне радионице за ученике/младе*

Као што је већ речено, у судовима већ неко време постоји пракса одржавања такозваних симулација суђења у изведби ученика, углавном правно-биротехничких или средњих школа сличног усмерења. Они на овај начин реализују задатак који су добили у школи, а имају прилику да улоге које су им додељене у хипотетичком предмету прикажу и судијама и запосленима у суду и добију и неку повратну информацију од њих колико су били убедљиви или колико су били валидни аргументи којима су се служили. Ово је свакако за њих драгоцено искуство, а с обзиром да су одабрали овај образовни профил, они већ имају неку представу и знање о функционисању суда и највероватније ће своје школовање и наставити на Правном факултету.

Ово је циљна група која показује интересовање за правосуђе и право и највероватније ће са њима бити лакше комуницирати и информисати их о раду суда. Али, шта је са оним ученицима, различитих узраста, који не припадају овом образовном профилу? Да ли је изводљиво и за њих организовати радионице едукативног садржаја које би им приближиле значај владавине права, улогу различитих институција, посао судије, важност независног правосуђа? Уз све што учимо децу у школи, овај аспект функционисања државе и друштва често остаје невидљив и о њему се не говори. На тај начин се пропушта драгоцену прилику да образујемо нове генерације на темељима



правих вредности, тако да од државе и друштва сутра могу да захтевају систем који функционише, а који подразумева независно правосуђе које ефикасно ради у прилог што лакшег приступа правди и остварења права пред судом.

Ово није нешто на чему судови могу сами да раде, јер захтева укључивање свих релеватних актера, као што су Министарство просвете и образовне установе свих нивоа, Високи савет судства итд. и подразумева развијање програма који би био прилагођен ученицима различитих узраста како би им на најбољи, и за њих најприхватљивији, начин били објашњени ови сложени концепти. Ово може бити део разматрања у оквиру самог Савета који може бити покретач системске иницијативе и сарадње са институцијама на свим нивоима, како би се развило нешто попут допуне или посебног програма у оквиру предмета грађанско образовање у основним школама, а што би укључивало посете судовима и предавања на тему правосуђа и улоге судија.

Међутим, нема никаквог разлога да се, уколико суд већ има развијен и коректан однос са образовним институцијама на локалном нивоу, не окуша и у овој врсти догађаја/интеракције са децом и младима. У зависности од узраста циљне публике, ево неколико предлога како ови догађаји могу да изгледају:

**За децу предшколског и узраста од првог до четвртог разреда (млађе основце)** може се организовати обилазак суда, где ћете им представити изглед суднице, уприличити упознавање са судијама, уз помоћ њихових учитеља објаснити шта то судија ради и зашто је то важно. Уколико зграда суда има занимљиву историју, може им се испричати и када је изграђена и којим све важним догађајима за вашу локалну заједницу је сведочила. Од деце се може очекивати да након посете суду израде цртеже на основу утисака које су понели, а уколико постоји простор у суду, цртежи могу бити изложени као сведочанство сарадње између правосуђа и просвете. У супротном, могу бити изложени у школи, а суд ће фотографије посете и ученичких радова поставити у облику галерије на вебсајт суда.

За децу овог узраста може се организовати и посета судија школи. Код нас није уобичајено да судије на овај начин изађу из зоне комфора – и у физичком и у пренесеном смислу – и о себи и послу који раде причају ван суднице, али за децу је ово сасвим прихватљиво, нарочито ако су већ имали предавања/посете представника других професија. Са наставником/учитељем договорили бисте оно што би судија укратко, у не више од 15-20 минута, изложио деци о послу који ради. Ово може да прерасте у догађај који се дешава једном годишње, а више колега се може окушати у овој улози предавача.



**За ученике старијих разреда основне школе** спрам њихових година могуће је понудити и више – на озбиљнији начин им приближити функционисање и значај суда. Могуће је са њима разговарати о њиховим правима и обавезама, ставити то у контекст онога што суд ради – причати о томе због чега се могу наћи пред судом и као малолетници, објаснити им како у том случају систем функционише, које су све институције укључене, какав може бити исход, итд. Старији основци своја запажања могу да преточе у есеје – писане радове који могу бити део конкурса у оквиру школе и најбољи радови могу бити награђени.

**Средњошколци** су ученици на прагу одраслог доба, на прагу старосне границе за гласање на изборима и активно учешће у друштвеном животу. Они такође размишљају и о томе шта ће одабрати као следећу степену у образовању или одакле ће почети свој професионални пут. Са њима се може и потребно је разговарати о свему – од њихових права и обавеза као (старијих) малолетника, обавезе да са собом увек имају лична документа, шта за њих значи ако се нађу пред судом, понашања у саобраћају, безбедности и саобраћајних прекршаја, малолетничке делинквенције, итд. као и о одабиру професије, те о томе шта то значи бити запослен у суду, бити судија, или узети улогу адвоката, тужиоца, правобраниоца. Ова циљна група је погодна и за симулације суђења, али и за присуство суђењу, уколико услови то дозвољавају.

Што се тиче саме реализације догађаја, она би следила сличан редослед корака, као и приликом организовања ‘отворених врата’. Разлика може бити у томе што ћете ученицима послужити неко освежење – можда сокове и кекс/бомбоне – па треба испланирати место где ће послужење стајати и организовати претходно припрему.

Још једном напомињемо да све ово судови не могу да ураде сами. Потребна је добра комуникација и сарадња са образовним установама, можда још неком од институција у вашем граду (полиција, рецимо, ако се у прекршајном суду прича о безбедности у саобраћају, или друге правосудне институције ако се ђацима представљају све професије у правосудју), те припрема како наставника тако и ђака шта посета суду значи, шта се од њих очекује, као и шта је то што они очекују од интеракције са судом. Ако се очекивања унапред прецизно дефинишу и догађај постави тако да их у највећој мери испуни, веће су шансе да све протекне у реду и да сви буду задовољни.

Ђаци, било ког узраста, неће добро реаговати ако их њихови наставници без икакве припреме доведу у суд и ‘препусте’ на неки начин запосленима у суду да их ‘забаве’ или заинтересују за оно о чему причају. Свакако да ви као представници суда који сте у улози домаћина и припремили сте садржај за ученике морате свој наступ и излагање прилагодити узрасту оних којима се обраћате. Међутим, њихови наставници имају подједнаку одговорност да им основне информације о суду и циљу посете представе пре доласка у суд и да се са њима договоре о томе како ће посета изгледати.

Основни циљ оваквих догађаја је помоћи у одгоју и образовању генерација које долазе како би њихово виђење правосуђа, па самим тим и друштва, било исправно усмерено и како би о важности независног судства могли да просуђују на основу чињеница и знања. За суд ово може изгледати као превелики подухват за који нисте довољно ни припремљени ни заинтересовани. Међутим, са аспекта позиције и угледа институције у локалној заједници (који суду инхерентно припада, али уколико није подржан и делима, онда ће перцепција изостати) може донети доста и показати спремност да својим деловањем на окупу одржи суштинске вредности повезане са владавином права. Када организујете један овакав догађај, сваки следећи ће бити лакше припремити и спровести у дело.

Пример најбоље праксе у раду са ученицима различитих узраста долази нам из суседне Буграске и можете га погледати на страни 66.

### **ВАЖНО: Корисни савети за организовање догађаја за ученике**

Деца/млади боље реагују на визуелне подстицаје него само на причу – обилазак суда или презентација која ће пратити представљање онога што суд ради помоћи ће да им задржи пажњу.

Један од задатака за децу пре доласка у суд може бити да они припреме кратка излагања или презентацију о ономе шта они мисле да суд ради или како посао судије изгледа – ово такође може бити полазна тачка за дискусију.

За израду презентације можете тражити помоћ партнера из образовне установе за коју организујете посету, али ће вам онда бити потребан пројектор и платно – уколико суд нема ову опрему, могуће је да школа има или нека друга институција у локалној заједници од које се иста може позајмити.

Освежење је знак пажње за децу након успешног предавања/обиласка суда, па се потрудите да то организујете.

Немојте заирати од одласка у школу/учионицу да представите оно што радите – то је можда и лакши начин интеракције са децом, јер су на свом терену и наставници могу лакше да их организују, а на представницима суда је да их заинтересују за свој рад и своју професију.

Како фокус не би био само на запосленима у суду – судији, судијском помоћнику, портпаролу суда – можда је најбоље организовати нешто попут дана професионалне оријентације где би се представило неколико правосудних професија како би било више различитих перспектива које могу заинтресовати ученике.

## ПРИМЕРИ НАЈБОЉЕ ПРАКСЕ

### БУГАРСКА

Колеге из суседне Бугарске су 2015. године започеле спровођење свеобухватног програма едукације ученика узраста од 14 до 16 година (од завршног разреда основне школе, до другог разреда средње школе) на тему унапређења њиховог знања о правосуђу. Најпре је Високи савет правосуђа Бугарске потписао протокол о сарадњи са Министарством просвете и науке о увођењу едукације о правосуђу у програм рада у школама. Међу судовима и тужилаштвима идентификоване су судије и тужиоци који су пристали да буду предавачи на програму, на добровољној бази. Циклус је предвидео одржавање седам предавања у току једног полугодишта, након чега су ученици организовали или симулацију суђења или квиз знања о правосуђу. Програм је укључивао и посете суду, односно тужилаштву и презентацију резултата едукације на завршном догађају организованом по моделу ‘дана отворених врата суда’, уз присуство представника локалне заједнице и медија.

Теме одабране за едукацију ученика укључивале су следеће:

- ⇒ принципе поделе власти према Уставу Републике Бугарске
- ⇒ функционисање правосуђа и структуру правосудног система
- ⇒ представљање правосудних професија – судија и тужилаца
- ⇒ основне карактеристике парничног, кривичног и управног поступка
- ⇒ како штитимо своја права

- ⇒ малолетници и правосуђе – малолетници као оштећени и као окривљени
- ⇒ спречавање трговине људима
- ⇒ деца и сајбер криминал – опасности које вребају на интернету
- ⇒ кривична дела чији су починиоци наркомани – програм превенције наркоманије
- ⇒ насиље у породици – малолетници као жртве и њихова права
- ⇒ деца у поступку пред судом – њихов права и службе за подршку
- ⇒ насиље на спортским манифестацијама – малолетници као учесници и последице.

Високи савет правосуђа припремио би награде за најбољу симулацију суђења или победнике у квизу знања, а организовани су и ликовни и литерарни конкурси, изложбе, итд. За ову иницијативу, колеге из Бугарске добиле су и посебно признање у оквиру конкурса за Кристалну вагу правде 2017. године. Програм се спроводи и данас.

Више информација (на енглеском) можете прочитати [овде](#), на вебсајту Високог савета правосуђа Бугарске.

## 4г. Догађаји за медије

Поред тога што ћете медије позвати да испрате претходно описане врсте догађаја за јавност, одређени догађаји у суду могу бити намењени превасходно медијима. Поред конференција за медије, то могу бити и мање формални догађаји попут радног доручка са уредницима медија (у Поглављу 3 говорили смо о значају упознавања са онима који у медијима ‘воде главну реч’ када је у питању објављивање садржаја), али и тематски догађаји посвећени односу суда и медија, као врста форума за отворену размену мишљења и дефинисање начина да се постојећи оквири сарадње унапреде.

**Прес конференције (конференције за штампу)** су прилике да суд позове новинаре како би саопштио информације које жели. Конференције за штампу се праве најчешће у случају комуницирања веома важних информација, али и резултата рада суда, јер овај формат догађаја омогућава суду да представи своје резултате на најбољи могући начин, контролишући околности у којима се порука саопштава, али и да да додатна појашњења уколико су потребна. Поред редовне комуникације и интеркације са новинарима, на конференцији за штампу суд дели новинарима и унапред припремљена саопштења за јавност.

**Дан отворених врата за медије** је тип догађаја се обично организује у почетној фази изградње односа са медијима, са циљем да се новинари и представници медија упознају са председником и портпаролом суда, као и са радом суда, те да се размене информације на тему најефикаснијих модела сарадње са сваким медијем појединачно. Периодично, уколико уочите да се у вашој локалној заједници структура медија променила или да су новинари који извештавају на теме из правосуђа нови, овакава врста сусрета се може организовати у суду, такође као мање формална верста догађаја.

**Радни доручак са медијима (уредницима):** с обзиром да је уредничка функција у једном медију високог ранга, остварити сусрет између уредника и представника суда мора да укључује значајан повод, односно тему. Један од начина да се ово деси јесте организовање тематског радног доручка где ће суд представити уредницима теме или пројекте од стратешког значаја (нпр. најава почетка кампање о борби против насиља у породици и разматрање улоге медија у њеној промоцији). Домаћин оваквог скупа треба да буде председник суда, уз активно учешће портпарола. На оваквим скуповима се дефинишу и основе свеобухватне сарадње са медијима.

**Тематски и специјални догађаји:** тематски догађаји могу бити панел дискусије или конференције које суд организује на теме од значаја за јавност. Могу бити посвећени и односу између судова и медија. Додатно, специјални догађаји се односе на посебне

новине које суд уводи нпр. отварање посебних одељења суда, реновирање суда, увођење новог система за информисање грађана и слично.

Као и код догађаја за грађане, и приликом организовања догађаја за медије неопходно је спровести квалитетно планирање и припрему, те проћи кроз све претходно описане кораке. Посебну пажњу треба обратити на припрему саопштења и пратећих материјала јер ће медији то знати да искористе и бити у бољој позицији да, без обзира на претходно познавање рада суда, креирају квалитетне вести. Посветите време изради нацрта саопштења, консултујте се са председником суда и другим укљученим колегама како бисте што боље дефинисали главну поруку коју желите да пошаљете. Будите доследни и кохерентни па према овој поруци структурирајте и обраћање председника и других представника суда који ће се обраћати медијима током конференције за штампу на пример.

Поред тога, посебну пажњу обратите и на све техничке предуслове потребне када се медији нађу у суду: место где могу да се поставе камере, да ли постоји озвучење на које медији могу да се прикључе како би добили бољи звук, позадина односно адекватно место за давање изјава, итд. Затражите помоћ техничке службе суда, или пак самих сниматеља унапред ако нисте сигурни да можете све да им обезбедите. Исто важи и за паркинг место код зграде суда, те друге логистичке и техничке предуслове (осветљење у простору где се одржава догађај, на пример) неопходне за квалитетно извештавање.

Уколико је портпарол и модератор конференције, ваше задужење ће бити да најавите све говорнике, али и да координирате давање изјава са председником суда и/или другим учесницима конференције за медије, те са новинарима.

Пример добре праксе у организовању догађаја за медије у суду доноси нам портпарол Вишег суда у Новом Саду, Јелена Остојин, на страни 70.

## **ВАЖНО: Кључни кораци за организовање догађаја за медије**

- ✓ Одредити простор
- ✓ Тестирати простор у техничком смислу (величина простора, струја, интернет, светло...)
- ✓ Креирати сценарио догађаја
- ✓ Идентификовати тим из суда који заједно са портпаролом учествује у организацији
- ✓ Идентификовати све учеснике догађаја (домаћине, говорнике, госте, медије...)
- ✓ Идентификовати све документе који захтевају одобрења (програм, говори, саопштење...)
- ✓ Поставка простора (бине, аудио/видео/ИКТ опрема, остала опрема...)
- ✓ Паркинг потребе (за госте и медије) и потребе за превоз опреме и људи
- ✓ Опционо: Послужење
- ✓ Рад са медијима/новинарима и њихове потребе на самом догађају
- ✓ Потенцијални ризици - слабе тачке догађаја и алтернативна решења

## ПРИМЕРИ НАЈБОЉЕ ПРАКСЕ

ЈЕЛЕНА ОСТОЈИН, ПОРТПАРОЛ  
ВИШЕГ СУДА У НОВОМ САДУ

Виши суд у Новом Саду предњачи кад су војвођански судови у питању по предметима који изазивају појачану пажњу јавности и интересовање медија. Такође, заједно са другим новосадским правосудним институцијама, овај суд већ дуги низ година учествује у активностима попут отворених врата суда и обележавања Европског дана цивилне правде, те традиционално има добру интеракцију са грађанима. Како је суд остварио добре резултате рада, последње две године организовао је годишње конференције за штампу како би указао на постигнуто, те приближио рад суда, како медијима, тако и грађанима због којих и постоји. Више о овим активностима суда поделила је са нама Јелена Остојин, дугогодишњи портпарол Вишег суда у Новом Саду:

*Виши суд у Новом Саду има готово свакодневну сарадњу са медијима. Моји контакти као портапрола суда налазе се на нашем вебсјату, а како овај посао обављам већ дуже време, новинари знају да могу увек да ми се обрате и да ће од мене добити поуздану и благовремену информацију. Поред свакодневне сарадње, у договору са председником суда, прошле и ове године смо у фебруару организовали конференцију за штампу, како бисмо представили резултате рада у претходној години. Остварили смо добре резултате, упркос свим изазовима са којима смо се сусрели прошле године због пандемије и отежаног функционисања, те смо сматрали да је јако важно да то поделимо са јавношћу.*

*На основу годишњег извештаја о раду суда за 2020. годину, сачинила сам саопштење као један сажетак закључака из извештаја. Поред стандардне статистике о савладавању прилива, укључила сам и информације о раду посебног одељења за сузбијање корупције, јер ови предмети увек привлаче пажњу медија, те додала информације о раду службе за помоћ и подршку сведоцима и оштећенима како бисмо потцртали важност подршке коју пружамо приликом њиховог појављивања пред судом, што може бити веома трауматично и непријатно искуство. Такође, у сарадњи са председником суда сачинили смо и текст обраћања медијима на конференцији.*

*Поред саопштења, за медије сам припремила и сажетак правоснажних пресуда, као и информације докле се стигло у предметима где поступак није окончан, и то за неких тридесетак предмета због којих су ме медији најчешће контактирали у претходној години. Све ово смо одштампали и медијима поделили на самом догађају. Пре тога, три дана пред сам догађај, упутила сам позив медијима, преко мејлинг листе, уз молбу да потврде пријем и присуство догађају. Након тога, на дан пред догађај, телефоном сам потврдила присуство оних који су се одазвали, те подсетила остале на време и место одржавања догађаја.*

*Конференција за штампу је била одлично пропраћена, имали смо представнике 12 медија, камере РТ Војводине, као и представнике редакције на мађарском језику. Праћењем клипинга после догађаја врло сам задовољна како су медији пренели информације које смо са њима поделили.*

# 5. Језик и стил у писаној комуникацији



О креирању саопштења за медије говорили смо у једном од претходних поглавља. Овде ћемо се осврнути на сам процес стварања писаног садржаја за различите сврхе, а који превасходно зависи од одговора на следећа питања:

1. Кома се обраћамо?
2. Са којом намером, односно коју поруку преносимо?
3. Како пласирамо садржај, тачније кроз који канал?

Дакле, **публика**, односно циљна група, **порука**, односно информација коју желите да саопштите, те **канал**, односно начин комуникације (званичан допис, вебсајт, саопштење за медије, итд.) одређују језик, тон и стил којим ће се одликовати писани садржај који креирате. Језик може бити стручан, ако се обраћате нпр. адвокатима, или више лаички, разумљивији, ако се обраћате грађанима. Тон може бити више или мање формалан - званичан допис из суда биће свакако најформалнији по тону, а објава на вебсајту може бити мање формална. На крају, стил обраћања може бити прескриптиван (који прописује и одређује), ако је у питању одлука или решење, или пак слободнији, дескриптиван, уколико је у питању вест на вебсајту суда. Од одабира језика, тона и стила зависи и колико ће успешно бити преношење поруке, односно информације, тј. у којој мери ће она бити разумљива за вашу циљну групу.

## 5a. Од публике преко поруке до канала комуникације: Ко? Шта? Како?

1. **КО:** Ко је наша публика, односно оно што се назива циљна група или циљна јавност? Да ли је то стручна јавност – колеге у суду, друге судије, адвокати, правници уопште? Да ли су то грађани? Ако је у питању едукативни садржај, да ли су то брошуре намењене странкама у поступку, или посебно осетљивим групама (деца, малолетници, жртве) или је то говор или можда презентација коју спремамо за догађај у суду или обиласка суда? За било коју од ових ситуација кључно је КО је прималац поруке, односно која је то група људи са својим карактеристикама која оно што желите да им саопштите или о чему желите да их информисете, треба пре свега да разуме.

2. **ШТА:** Да ли састављате саопштење за медије? Да ли информисете странке и грађане о измени начина рада у суду? Да ли је информација важна и одмах је треба пласирати или спада у домен редовног информисања? Да ли то захтева да предметну информацију – одлуку председника суда, пресуду, друго обавештење – уобличите пре него што је пласирате? Шта су најважније поруке које треба да се нађу у првом и другом пасусу објаве како би се остварио циљ – благовремено и тачно информисање?

3. **КАКО:** Канал комуникације заједно са претходна два фактора одређује језик и тон обраћања, дужину текста, формат, визуелни приказ, елементе као што су: наслов, поднаслов, да ли уз текст прилажете и неки документ, итд. Баш због тога постоји разлика да ли пишете за вебсајт, шаљете информацију медијима, или, на пример, истичете неки документ негде на видљиво место у суду како бисте информисали странке/грађане који долазе у зграду суда.

Ово се може илустровати примером:

Током кризе изазване корона вирусом, судови у неколико наврата усвајају одлуке о организацији рада у околностима пандемије, у складу са упутством ВКС/ВСС, одлуком о ванредној ситуацији на територији локалне самоуправе, итд. Махом су те одлуке сачињене на сличан начин и садрже упутства за запослене, за странке, те за рад писарнице и других служби у суду. Оно што су судови урадили је да су цео текст одлуке прекопирали и објавили на сајту, или само прикачили као документ који се отвара кликом на линк, без пратећег објашњења. Најчешће су ове објаве постављене под насловом 'Обавештење'. Ово је свакако најлакше решење, али да ли је са становишта информисања грађана/странака најделотворније?

Као интерни допис за колеге – запослене у суду, ова форма обраћања је сасвим адекватна. Они су навикли на овакву комуникацију у својој институцији, а правно-формални језик им не представља препреку у разумевању. Слично, ако у овом облику

одлуку читају адвокати, они неће имати проблем са разумевањем, јер свакодневно читају и тумаче одлуке суда. Исто важи за све правосудне професије, правнике, итд.

Међутим, ако је циљ да се грађанима – странкама који се сутра могу појавити у згради суда из било ког од бројних разлога (предавање писмена на писарници, упит о статусу предмета, захтев за издавањем уверења, итд.) предочи начин функционисања приликом уласка и унутар зграде суда, онда овај формат обраћања дефинитивно није адекватан.

Како би онда то требало да изгледа?

## 5б. Пример комуникације прилагођене циљној групи и начину пласирања информација

Садржај одлуке председника суда највероватније ће се наћи бар на три различита места:

**1. на огласној табли суда**, где ће највероватније бити истакнут како је и уобичајено, у свом интегралном, изворном облику.

**2. на улазним вратима у суд**, или на другом прикладном месту близу улаза у зграду суда, како би било видљиво и доступно странкама, тј. грађанима. Оно што је најважније да се истакне на овако постављеном обавештењу било би следеће:

МЕРЕ У ЦИЉУ СПРЕЧАВАЊА ШИРЕЊА ВИРУСА САРС-КОВ-2 – ПОНАШАЊЕ СТРАНАКА У ЗГРАДИ СУДА:

- *Ношење заштитне маске у згради суда је обавезно!*

- *При уласку у суд обавезан је пролазак кроз дезобаријеру!*

- *Потребно је извршити дезинфекцију руку средством које је постављено на улазу у суд!*

- *По уласку у зграду суда, запослени ће Вам измерити телесну температуру бесконтактним термометром*

- *Прописана раздаљина у ходницима и другим просторијама суда је 2м у сврху одржавања социјалне дистанце*

- *Улазак странака на суђење биће спроведен по приоритету и неопходности присуства на суђењу (предност имају окривљени и браниоци, као и друга лица која су судски позвана).*

Ова информација је најкраћа од три врсте информација о противепидемијским мерама и требало би да буде одштампана довољно крупним фонтом тако да привуче

пажњу и буде лако читљива за све који се спремају да уђу у зграду суда. Такође, ако је могуће, обавештење на улазу у суд требало би да буде праћено и неким визуелним елементом – сликом, постером који илуструје ношење маски, дезинфекцију руку, социјалну дистанцу.

**3. на вебсајту суда,** где би требало да се нађе као истакнута објава на почетној страници тако да сви посетиоци сајта који планирају да дођу у суд могу лако, брзо и јасно да се обавесте о епидемиолошким мерама. Текст на сајту заиста мора да буде написан разумљивим језиком и организован у целине тако да постигне основну намену: информише грађане/странке, помогне им да спремни дођу у суд, информише их о приоритету присуства суђењу и истакне појединости које се тичу евентуалних промена у начину функционисања самог суда.

**НАСЛОВ ОБЈАВЕ:** Како би грађани/странке препознали да се ова објава односи баш на њих, већ сам наслов под којим је постављена на сајт треба да буде недвосмислен. На пример, *Правила понашања у згради суда у циљу спречавања ширења епидемије корона вируса*, или *Обавештење за странке – противепидемијске мере које се примењују у згради суда*.

**ПОДНАСЛОВ:** Ако сајт суда технички допушта приказивање вести тако да се види наслов и поднаслов, или уз наслов текста на страници *Вести/Обавештења* приказује и неколико линија из самог текста, поднаслов који ће се наћи у вези са овом објавом могао би да гласи: *У циљу спречавања ширења епидемије, странке/грађани морају се придржавати следећих мера приликом доласка у суд*.

**ТЕКСТ ОБЈАВЕ:** Уместо да прекопирате интегралан садржај одлуке председника суда, који садржи и део намењен запосленима суда, у тексту објаве за вебсајт искористите информације које су важне за грађане/странке, јер су вам у овом случају они примарна публика. Текст би могао овако да изгледа:

*Поштовани грађани, поштоване странке,*

*У складу са ситуацијом изазваном пандемијом вируса SARS-CoV-2, председник суда је (одлуком/правилником/неким другим актом) прописао мере којима се уређује понашање како запослених у суду тако и грађана/странака који долазе у суд. Циљ је спречавање ширења заразе и заштита здравља свих нас – како судија и запослених у суду, тако и вас, наших суграђана и странака у поступцима. Поштовањем мера омогућићемо да суд несметано функционише и да се судски поступци одвијају према уобичајеној динамици, те да сви имају једнак приступ правди.*

*Мере које се односе на грађане и странке које долазе у суд укључују следеће:*

*Приликом уласка грађана и странака у зграду суда, обавеза свих је:*

- 1. да носе личну хигијенску маску за заштиту, која добро пријања на нос и уста;*
- 2. да прођу дезо баријеру и изврше дезинфекциону заштиту обуће;*
- 3. да изврше дезинфекцију руку, о чему води рачуна правосудни стражар, који ће вам руке испрскати дезинфекционим средством;*
- 4. да, као и раније приликом сваког доласка у суд, прођу безбедносни преглед (проласком кроз метал детектор врата, безбедносни скенер уређај).*

*ВАЖНО! Уколико странка улази у зграду суда, а нема одговарајућа средства заштите, где се првенствено мисли на ношење личне заштитне маске или не жели да се подвргне хигијенској и безбедносној заштити (дезобаријера, дезинфекција руку и пролазак кроз метал детектор врата), неће јој бити омогућен улаз у зграду суда.*

*Придржавање прописаних мера о безбедном растојању – минимум 1,5 метара између две особе – односно одржавање прописане физичке дистанце, обавезно је приликом пријављивања на пријавници, боравка у писарници, чекања и плаћања на шалтеру Поште, те у ходницима и чекаоницама испред судница.*

*Улазак странака на суђење биће спроведен по приоритету и неопходности присуства на суђењу. Предност ће имати окривљени и браниоци, као и друга лица која су судски позвана. Осталима, уколико нису стечени услови о безбедној удаљености и поштовању мера физичке дистанце у самој судници због ограничења која намеће величина простора и адекватан број људи који у том простору може боравити у исто време, у договору са председником већа, неће бити омогућен улазак у судницу.*

*Молимо све странке и грађане да се прописаних мера придржавају у потпуности како би избегли опомене или удаљавање из зграде суда. Уколико имате нека питања/недоумице, можете нам се обратити мејлом или телефоном (контакт подаци).*

*Цео текст одлуке/правилника/другог акта можете наћи овде ([линк за документ](#)).*

Пример за овако јасно формулисану објаву можемо наћи на [на вебсајту Апелационог суда у Београду](#).

Овако написана објава постиже следеће циљеве:

- **јасна је и разумљива свима** – језик је и даље формалан, али лишен у највећој мери правног жаргона;
- структура објаве је таква да **преноси оне информације које су од значаја за циљну групу којој се обраћате** – странке и грађане; да сте само прекопирали одлуку председника суда, грађани би морали да кроз документ траже које се то мере односе на њих, јер су најпре изложене мере које се односе на запослене у суду;
- овакву **објаву можете поставити као прву вест, односно обавештење на сајту** или на одговарајућем месту на почетној страни вебсајта суда док год ситуација изазвана корона вирусом то захтева, као подсетник за све који ће погледати сајт пре доласка у суд;
- овако срочен текст можете **поделити са локалним медијима као саопштење за јавност** које онда портали или радио могу лако да преузму и поделе/прочитају; најефектније је уколико са локалном телевизијом договорите долазак и снимање у суду, као што је то урадио **Основни суд у Јагодини**,<sup>10</sup> где се онда сликовито прикаже како суд функционише у овим околностима које нису редовне;
- уколико техничке могућности вебсајта дозвољавају, можете поставити и фотографије улаза у суд, са дезобаријером, дезинфекционим средством и колегама са заштитним маскама, као илустрацију;
- уз објаву приложили сте и одлуку/правилник суда у интегралном облику коју сви заинтересовани могу онда у целости да прочитају.

## *5в. Јасан и разумљив језик у служби ефикасне комуникације*

Пример са мерама за спречавање ширења корона вируса узет је као најсвежији, али ова логика у писању и структурирању писаног садржаја може се применити на све што пишете и објављујете на вебсајту суда на пример или уопште на све што креирате као писану комуникацију, а што није пресуда или други званични документ суда. Ви сте као правници навикли да размишљате и своје писање структурирате на начин да оно резултира ваљаном формом документа на коме радите и да постигне ефекат који је потребан – да то буде добро написана пресуда, на пример, са свим елементима које мора да има и са образложењем које ваљано поткрепљује одлуку коју сте у том

<sup>10</sup> Прилог Коперникус ТВ Јагодина из октобра 2020. године: <https://www.youtube.com/watch?v=wnjiuzsO4o>

предмету донели. Међутим, у намери да баш ту пресуду, на пример, искомунцирате са јавношћу, морате писани садржај даље уобличити како би његова суштина била разумљива свима.

Да сте одлуку председника суда о мерама за спречавање ширења корона вируса прекопирали и на вебсајту суда оставили у њеном интегралном облику, обичан грађанин би вероватно од читања одустао већ после уводног дела документа, где се набрајају све друге одлуке/прописи у којима је утемељена одлука суда, што јесте стандардна форма писања ових докумената. Ако би ову почетну препреку 'прескочио', грађанин/странка би најпре морао да прочита део који се односи на запослене, а тек онда да дође на део документа који се односи на странке. Дакле, информација која је за њега битна налази се 'закопана' иза линка, у пдф форми документа коју мора да отвори посебно и онда да скролује до оног дела текста који се на њега односи. Овим се не постиже циљ информисања јавности, а још мање комуникације, односно без могућности да вам се грађани поводом онога што су прочитали, а ако имају неко недоумицу, обратe, немате двосмерну комуникацију између суда и јавности.

Језик ваших објава мора бити разумљив широј јавности, јер полазимо од тога да су грађани који ће их читати оно што закон препознаје као 'неуке странке'. С друге стране, свака комуникација са јавношћу се може искористити и као прилика за едукацију о ономе што суд ради, како ради и каквог утицаја то има на живот и рад људи у вашој локалној заједници. Важно је да, како у непосредној комуникацији са грађанима, тако и у комуникацији са медијима (из којих се онда грађани информишу), користите и оне правне термине које можете да објасните на једноставан начин, те да направите јасну разлику која ће јавности предочити шта је од онога што су чули/прочитали као информацију из суда заиста важно. Ако приметите да су око одређених термина или ситуација у пракси грађани редовно збуњени, или греше, можете направити мали речник/појмовник који ћете поставити на сајт или поделити новинарима ако приметите да и код њих долази до сличних грешака (оптужени/окривљени, учинилац/починилац, оштећени ...). У интересу је суда да информације које износите буду разумљиве свима, тачне и прецизне како би верно приказале важан посао који судови обављају, а да се притом не наруше правила везана за претпоставку невиности, заштиту права на приватност странака у поступку, итд.

# 6. Судови на интернету



Вебсајтови, и уопште присутност на интернету, данас се најчешће повезују или са онлајн трговином, или са порталима електронских медија, или пак са друштвеним мрежама. Зашто би онда судовима били потребни вебсајтови кад је суд институција која не ‘продаје’ услугу или производ нити рекламира неки садржај, а не тражи ни публику да јој пласира информације? Још већа је мистерија зашто би судови имали профиле на друштвеним мрежама када је реалност која нас дочека кад, рецимо, одемо на Фејсбук или Твитер, често скопчана са бескрајним расправама (без победника) о некој горућој теми која је у тренду, или пуна злурадих коментара, а често и говора мржње, претњи итд.

Можемо интернет да посматрамо тако, а можемо и да констатујемо да живимо у ери интернета и да је присуство институција на светској мрежи постало сасвим уобичајена и очекивана ствар. Исто важи и за судове – ваша интернет презентација је ваша ‘друга кућа’, а брига о њеном изгледу, ажурности, квалитету и квантитету информација које тамо постављате равна је бризи о изгледу физичких просторија суда и подједнако је важна.

## 6a. Зашто је важно да судови имају вебсајт?

Одговор на ово питање није један, већ се тиче целокупног функционисања институције и њеног позиционирања у јавности и друштву уопште:

- то је **лична карта суда на интернету**, доступна свима и увек, огледало устројства институције и њеног односа према онима због којих постоји – права и правде са једне стране и грађана са друге;

- то је **платформа која омогућава и олакшава комуникацију и информисање** пре свега са оним циљним групама које су окренуте интернету као извору информација;

- у условима природних непогода (као што су поплаве које сада већ сваког пролећа погађају одређене делове наше земље) или пандемије (коју проживљавамо), вебсајт је један од **најпогоднијих начина комуникације са јавношћу** о прекидима или изменама у начину рада институција условљених посебним режимом функционисања које налажу ванредне ситуације;

- вебсајт је **платформа која се поред информисања може искористити и за едукацију**, пласирање садржаја попут брошура и водича на актуелне теме из правосуђа, повезивање са другим платформама или вебсајтовима са корисним информацијама, као и за приказивање историјата суда као начина да се покаже укорененост правосудних институција у ткиво локалне заједнице због које суд и постоји.

Вебсајтови судова у Србији разликују се по изгледу, платформи на којој су креирани, те временском тренутку када су настали што утиче на техничке и визуелне карактеристике сајта, структуру главног менија, односно приоритет који је дат одређеним информацијама и њиховој доступности. У последњих пар година, од 2018-е, неки судови прелазе на платформу чије је бесплатно коришћење омогућило Министарство правде и ту има разлика у степену искоришћености платформе, изгледу сајта, количини садржаја, фотографијама, итд.

Процес коришћења, одржавања и редовног ажурирања интернет презентације суда има два важна аспекта: 1) техничко функционисање сајта, и 2) креирање садржаја који се на вебсајту објављује. То како су ови сегменти рада на сајту уређени највероватније се донекле разликује од суда до суда. У том смислу, питања на која портпарол суда треба да потражи одговор када почне да обавља своја задужења су следећа:

**1. Да ли је портпарол суда истовремено и уредник вебсајта суда?** То би значило да је благовремено и тачно објављивање информација и ажурирање вебсајта одређеном динамиком која је у складу са потребама суда ваш задатак.

**2. Ко вам помаже у креирању садржаја и одабиру информација које се**

**постављају на сајт?** Да ли сте ви једини одговорни или имате помоћ некога из суда – секретара, можда некога од судија?

**3. Ко вам помаже око техничких аспеката ажурирања сајта?** Да ли је ИТ администратор/техничар у суду задужен за техничко функционисање вебсајта и постављање садржаја, или се од вас очекује да поред креирања садржаја будете одговорни и за постављање информација на вебсајт? Можда суд има уговор са фирмом која је креирала сајт у оквиру кога се пружају и услуге постављања и објављивања садржаја?

Када добијете одговоре на ова питања, биће вам лакше да се одредите према обавезама које имате у погледу вебсајта. Без обзира како ваша задужења буду изгледала, с обзиром да обављате посао портпарола суда, ако то нисте учинили пре него што сте преузели ову дужност, савет је да се детаљно упознате са садржајем и изгледом вебсајта суда. На тај начин уочићете да ли постоје информације које треба ажурирати (дешава се да на два места на вебсајту постоје опречне информације о томе ко је, на пример, председник суда), сагледаћете структуру сајта (које су то главне категорије менија, да ли постоји нешто што недостаје, да ли нешто од категорија више није актуелно, да ли се изглед сајта може обогатити неком фотографијом, итд.), а на основу ових запажања можете формулисати и предлог како да се вебсајт побољша, ако уочите потребу за тим. Ваша иницијатива за освежавањем изгледа сајта можда не наиђе на спремност за реализацију, јер ово свакако захтева додатне ресурсе, али формулисање начина на који се вебсајт суда може унапредити је корак у добром правцу, јер ће увек стајати као подсетник да нешто може да се уради.

Оно што сигурно можете да спроведете у дело, без обзира да ли је вебсајт суда добио 'фејслифт' или не, је да ажурирате све застареле или неважеће информације, додате оно што недостаје и постарате се да оно што је важно буде лако доступно на вебсајту суда. На тај начин преузимате одговорност за један од главних канала комуникације који можете искористити за унапређење односа са грађанима и странкама, стручном јавношћу и медијима. Један од примера како и релативно застарело техничко решење ипак подржава одличну структуру и организацију информација на вебсајту је Апелациони суд у Београду, а више о овоме можете прочитати на страни<sup>99</sup>.

## ВАЖНО: Вебсајт као главни канал комуникације са свим циљним групама

- ⇒ Управљање вебсајтом суда је тимски рад – утврдите које су то колеге које вам могу помоћи у креирању садржаја и техничким аспектима рада сајта.
- ⇒ Искористите вебсајт као један од главних канала за комуникацију са јавношћу – што чешће ажурирате вебсајт и објављујете све врсте информација, то ћете генерисати веће поверење корисника вебсајта и навићи како јавност, тако и медије да је то прво (и право) место на коме треба потражити информације о суду.
- ⇒ Потрудите се да све информације на вебсајту буду ажурне и тачне, те да језик којим креирате садржај за сајт буде једноставан и разумљив – интернет формат допушта одступање од формалности правног жаргона и начина на који се пишу званична документа суда.
- ⇒ Вебсајт је више од огласне табле суда на интернету – ако доследно градите базу доступних докумената, текстова, едукативних материјала, извештаја, итд. временом ћете добити завидан ресурс који сведочи о раду суда.

### 6б. Техничко функционисање вебсајта

Под техничким аспектима једног вебсајта подразумевамо: **платформу** на којој је вебсајт суда израђен, колико је она модерна или застарела, као и да ли то отежава ажурирање сајта и постављање докумената; како изгледа **платформа преко кога постављате садржај** на сајт (такозвани content management system) – да ли је једноставан за коришћење, како се постављају текстови, да ли је могуће поставити и слике, те на које сегменте приказа можете да утичете (да ли слика може имати и пратећи опис, или да ли текст може да се форматира тако да буде прегледан, итд.), као и друге сегменте који се тичу домена, заштите од хакерских напада, итд.

Уколико добро познајете рад на рачунару (служите се АВП-ом, добро познајете MS Word/Excel) не би требало да имате већих потешкоћа да савладате платформу која се користи за постављање и ажурирање садржаја на вебсајту. Предности оваквог непосредног рада на вебсајту су следеће:

- ⇒ имате пуну контролу, како изгледа тако и самог садржаја који постављате и можете да обратите пажњу на све детаље објаве – наслов, поднаслов, пратећи текст, да ли је постављен исправан пратећи документ, итд.;

- ⇒ ако приметите неку грешку, можете одмах да је исправите;
- ⇒ не морате да чекате на некога другог да обави овај посао за вас или да зависите од његове расположивости како би информације које су вам важне биле постављене на сајт.

Поред форматирања и постављања садржаја, у техничке аспекте функционисања сајта спада и следеће:

- израда резервне копије сајта (тзв. бекап) што омогућава периодично чување садржаја сајта како би, у случају губитка података или неке техничке грешке, прекида у раду платформе, сервера, итд. било могуће повратити изглед и садржај сајта из најскорије верзије бекапа;

- ⇒ анти-вирус заштита;
- ⇒ софтверска ажурирања потребна за функционисање сајта.

Све су прилике да се овим сегментима рада сајта суда бави или ИТ техничар, односно администратор и/или пружалац услуга са којим суд има уговор, тако да осим што би требало да буде упознати са начином на који ово функционише у суду, портпарол се овим пословима највероватније неће бавити.

Оно што је важније од набројаних ставки је да ли платформа на којој сајт суда ради омогућава несметано и лако ажурирање и постављање садржаја или је пак застарела, организација и преглед садржаја није једноставан, а сајт није оптимизован за преглед на мобилним уређајима. Све ово може да указује на чињеницу да је време да се сајт освежи – то је препоручљиво уколико је тренутни дизајн сајта старији од 5 година, а практично обавезно за сајтове старије од 10 година. Редизајн даје прилику да се вебсајт модернизује, поправе они сегменти који не раде, боље организују категорије главног менија, истакне оно што је суду важно, као и оне информације за које је јасно да их грађани најчешће траже од суда. Редизајн је и прилика да се вебсајт усклади са најновијим претраживачима и да се обезбеди адекватан приказ који омогућава лако претраживање и долажење до информација на свим врстама уређаја.

Постоје две опције за то: суд може да се определи за платформу коју нуди Министарство правде; неки основни и виши судови су то већ учинили па постоји могућност да се консултујете са колегама и информишете се о карактеристикама платформе. Њене предности су то што Министарство правде покрива трошкове хостинга и заштите од хакерских напада, тако да судови немају додатне трошкове у погледу њеног коришћења. Такође, израђено је и корисничко упутство за одржавање и ажурирање ове платформе тако да процес миграције садржаја и организовања према могућностима које она нуди буде што једноставнији. Неки од судова који су

прешли на ову платформу, а који су искористили њене могућности до максимума су Виши суд у Београду и Виши суд у Ваљеву.

Друга опција је да се крене путем развоја новог вебсајта, што подразумева процес набавке и уговарања услуга израде и одржавања сајта. Уколико се суд одлучи за ову опцију, има могућност да заиста креира сајт по својој мери тако што ће се утврдити оптималан изглед и начин ажурирања и одржавања платформе. Одличне сајтове које су израдили на овај начин имају Основни суд у Пожаревцу и Основни суд у Јагодини.

За коју год од ове две опције да се суд одлучи, ажурирање и периодично освежавање изгледа сајта је како пожељно, тако и неопходно. Како ће вам за ово бити потребна подршка председника суда и других колега, ово може бити једна од ставки коју ћете укључити у ваш план и изложити доносиоцима одлука уз предлог како би се вебсајт суда могао побољшати, а онда ћете ову активност реализовати у складу са расположивим ресурсима. Такође, са повећањем броја електронских сервиса у правосудју, ваш вебсајт може прерасти и у неку врсту портала ка овим другим сервисима, те је пожељно да технички буде ажуран.

## 6в. Структура сајта

Добра структура једног вебсајта значи да су категорије главног менија организоване, тако да посетиоцима омогућавају да на лак и брз начин, без двоумљења око тога шта би се под којом категоријом могло наћи, пронађу информације због којих су и дошли на вебсајт суда. Структуру вебсајта чине:

- ⇒ **Главни мени**, организован по категоријама које садрже тзв. **подменије**, јер се свака од ставки под једном категоријом подменија може гранати на још подставки;
- ⇒ **Почетна страна**, која по својој концепцији може да одудара од структуре главног менија, тачније на њој могу да буду истакнуте неке друге информације које не прате нужно редослед и садржај категорија главног менија.

Такозвано ‘дрво’ сајта које се обично налази на дну странице приказује све меније и подменије који се на сајту налазе, односно све странице које сајт садржи. Сајт може имати и неке динамичке елементе, као што су банери на почетној страни (који нису увек исти; најчешћи који се сада виде на сајтовима судова су они који воде на портал са званичним подацима и мерама против ширења корона вируса, као и на портал са информацијама о спречавању насиља у породици), као и електронске формуларе, као што је на пример контакт форма којом се корисници сајта могу обратити суду и послати упит или сугестију.

Постављање структуре главног менија увек треба да пође од питања које су најважније информације које треба да се нађу на сајту? Судови сигурно из свакодневне интеракције са грађанима имају сасвим добар увид у то шта грађани/странке најчешће питају када дођу у суд, па то може бити оријентација како да се вебсајт суда организује.

Као што је речено, организација категорија главног менија може да прати једну логику, а начин организације и приказивања информација на почетној страни (тзв. home page) сасвим другу. Наиме, ако узмемо да се главни мени на већини вебсајтова суда организује према редоследу категорија које почињу са *О суду*, па иду преко категорија које покривају надлежност, огласну таблу, информатор, јавност у раду, вести, корисна документа и обрасце, почетна страна може бити сасвим другачије конципирана истичући у први план оне информације које често означавамо као 'сервисне'. То значи да централно место на почетној страни може да заузима сегмент са вестима и обавештењима, где ће објаве бити редовне и ажурне, а ово могу пратити сегменти који ће на један клик грађанима приказати информације о радном времену суда, судских јединица и служби, контакт податке са свим детаљима о адреси, телефонима и имејл адресама преко којих грађани могу остварити комуникацију са судом и добити информације које су им потребне, начин и термин у коме странке може примити председник суда, те информације о рачунима суда и начинима уплате судских такси, радно време шалтера, обрасце и износе такси за издавање уверења, обавештење о добијању правне помоћи у суду, итд.

Вебсајтови судова имају и хоризонтално и вертикално постављене главне меније са различитом организацијом података у категоријама подменија, те са различитим приказима насловне стране. Поред потребе за стандардизацијом података који се приказују под категоријама главног менија, оно што је можда још важније је да садржај сајта буде оптимизован, тако да се до најважнијих информација може стићи у једном, а највише у два клика. Информације које су закопане испод неколико нивоа, то јест до којих се долази у више од три клика, често и не буду пронађене, односно до њих дођу само они корисници вебсајта који истрају у претраживању.

Са друге стране, судови прилично ажурно објављују *Информаторе* и *Годишње распореде послова* на својим вебсајтовима. Ови документи садрже доста корисних информација о свим аспектима рада судова, о организацији посла, судијама и запосленима, начину поступања по притужбама, захтевима за приступ информацијама од јавног значаја, процедурама за заштиту података о личности, јавности рада суда, итд. Ове информације се често могу наћи само у ова два документа, или ако их и има на вебсајту, нису тако детаљне и прецизне. Такође, да би грађани/странке могли да се послуже *Информатором* или *Годишњим распоредом послова* у потрази за информацијама на сајту суда, они морају да знају, тј. да буду свесни постојања ова два документа и њиховог садржаја, што, ипак, често није случај.

Препорука судовима може бити да уз неке интервенције (скраћивање и можда покушај да се језик учини мање формалним) преузму најважније текстове пре свега из *Информатора* и обликују их у садржај за вебсајт. Све оно што би сајт требало да садржи о раду суда (изузев вести и саопштења која треба редовно креирати и постављати), вероватно већ негде постоји написано, тако да се садржај докумената попут *Информатора* може искористити и преобликовати у форму погодну за објављивање на вебсајту.

У наставку текста дајемо преглед неких од најважнијих група информација које би требало да се нађу на вебсајту:

**СЕРВИСНЕ ИНФОРМАЦИЈЕ:** У ово спадају информације као што су локација зграде суда и судских јединица; радно време суда – судских јединица и служби у суду; контакт подаци - телефони и мејл адресе путем којих се са судом може комуницирати; распоред суђења, уколико га суд објављује (свакако се саветује и спада у добру праксу); бројеви рачуна суда и начин плаћања судских такси, електронске форме образаца који су грађанима најчешће потребни (захтев за издавање уверења, на пример, или образац притужбе на рад суда, или захтев за приступ информацијама од јавног значаја).

Поред ових основних, сервисне информације могу бити допуњене електронском контакт формом, информацијом о достављању електронских поднесака (за оне судове где је то могуће), те корисним линковима, попут следећих:

- ⇒ **Електронска огласна табла за поступак извршења:** <https://etabla.sud.rs/>
- ⇒ **Списак јавних извршитеља** одређених за подручје предметног суда, односно именик јавних извршитеља и заменика јавних извршитеља: <https://www.mpravde.gov.rs/javni-izvrsitelji/imenik-javnih-izvrsitelja-i-zamenika-javnih-izvrsitelja.php>,
- ⇒ **Списак јавнобележничких канцеларија:** <https://www.mpravde.gov.rs/registar/6659/spisak-javnobeleznickih-kancelarija.php>,
- ⇒ **Регистар судских вештака:** <https://www.mpravde.gov.rs/registar-sudskih-vestaka/registar-sudskih-vestaka.php>
- ⇒ **Регистар посредника:** <https://www.mpravde.gov.rs/registar-posrednika/registar-posrednika.php>
- ⇒ **Регистар пружалаца бесплатне правне помоћи и бесплатне правне подршке:** <https://www.mpravde.gov.rs/tekst/26350/registar-pruzalaca-besplatne-pravne-pomoci-i-besplatne-pravne-podrske.php>



⇒ **Евиденција сталних судских преводилаца и тумача:** <https://www.mpravde.gov.rs/tekst/13861/elektronska-evidencija-stalnih-sudskih-prevodilaca-i-tumaca.php>

**ИНФОРМАЦИЈЕ О СУДУ:** једна од основних функција вебсајта је и да прикаже главне информације о самој институцији – надлежност суда, у којој материји суди (нарочито за судове који имају посебна одељења), информације о руководству суда, судијама и запосленима, судским јединицама, *Информатор суда* и *Годишњи распоред послова*, као и извештаје о раду. Допуна ових информација може постојати у виду прегледа историјског развоја правосудних институција у вашем граду или региону (зависно од ранга суда), или занимљивих података о судској згради и њеном историјату, што све може бити праћено фотографијама.

Биографије председника суда могу се наћи на вебсајтовима неких судова, не свих, али су зато јавно доступне биографије судија права реткост. Добру праксу у овом погледу поставио је Врховни касациони суд, у томе га прати и Апелациони суд у Београду, док се биографије судија углавном не могу наћи на сајтовима других судова у Републици Србији. Како ови подаци спадају у податке од јавног значаја, јер судије обављају јавну функцију, те како их подносиоци захтева за приступ информацијама од јавног значаја често траже, њиховим постављањем на сајт судови би смањили обим посла у погледу одговарања на ове захтеве.

Пракса Врховног касационог суда је да се биографије објављују у слободној, наративној форми, док је Апелациони суд у Београду дефинисао минимум информација које биографија мора да садржи, односно својеврсну формулу која се састоји од података о образовању и квалификацијама, радном искуству, сертификатима, осталим активностима у области правосуђа, те страним језицима којима се судија служи. По индивидуалној преференцији, судија се може сложити да се објаве и лични подаци (датум и место рођења). Примере биографија можете погледати на вебсајту [Врховног касационог суда](#) и [Апелационог суда](#).

**ВЕСТИ/ОБАВЕШТЕЊА:** Главни сегмент вебсајта који служи за постављање саопштења за јавност, објава које се тичу рада суда, те одређених измена у начину функционисања, објаве сажетака пресуда, постављања вести из живота и рада суда и судија, итд. јесте секција Вести или Обавештења (различито се зове на вебсајтовима различитих судова). Овај део главног менија мора имати видљиво место на почетној страници суда, те мора бити редовно ажуриран – ако под секцијом Вести стоји објава из 2017-е године, поставља се питање ажурности и валидности осталих информација на вебсајту суда (тј. посетилац сајта се, са правом, пита да ли је неко погледао сајт од 2017-е).

Наслов и, ако сајт допушта, поднаслов или првих пар редака саме објаве, већ треба да указују о чему се у конкретном случају ради. Честа пракса да под овом секцијом сајта стоји низ објава које се све исто зову, нпр. Обавештење, нема праву комуникативну вредност, односно захтева од корисника вебсајта да кликне малтене на сваку објаву не би ли сазнао о чему се ради, односно да ли се иста односи на њега, тј. на ону информацију коју на вебсајту тражи. У овом случају, сва је прилика да ће тражилац информација од претраге одустати.

Објаве у овом одељку вебсајта грубо се могу поделити у три групе:

1. саопштења за јавност/медије везано за најаву суђења у предметима који изазивају пажњу јавности, или након изрицања пресуде, одређивања притвора, итд.;
2. обавештења за грађане/странке везана за само функционисање суда, измену радног времена неких служби, промену адресе или начина достављања писмена, итд.
3. вести из суда, односно чланке који се односе на нпр. годишњи извештај о раду и остварене резултате, промене у руководству суда (именовање новог председника), ступање нових судија на дужност или одлазак судија у пензију, учешће суда на саветовањима, конференцијама, обукама, награде које је суд добио, итд.

Оно што је битно је да објаве буду структуриране тако да јасним, разумљивим језиком, лишеним непотребних формалности и претеране употребе правног жаргона, корисницима вебсајта могу да пренесу најважније информације. Где год је могуће, пожељно је објаве пропратити фотографијама, наравно ако техничке могућности вебсајта то дозвољавају. Уколико садржај објаве то захтева, одлука суда на коју се позивате у објави, или други документ који пружа свеобухватнију информацију, увек може бити придодат уз објаву, за оне међу корисницима вебсајта који могу бити заинтересовани за више детаља – стручну јавност, адвокате, представнике цивилног друштва, медије, итд.

Такође, уколико је приликом неког догађаја у суду, на пример, или пресељења у нову судску зграду, или слично, снимљен видео прилог за локалну телевизију, покушајте да у договору са новинарем дођете до снимка који можете поставити на YouTube каналу суда (ако сте вољни и имате техничке могућности да исти успоставите), или на самом сајту опет у зависности од техничких могућности. Ако локални медиј има свој портал или YouTube канал, можете једноставно поставити линк ка том садржају.

## **ЕДУКАТИВНИ МАТЕРИЈАЛИ:**

Приликом објављивања садржаја на вебсајту, можете размислити и о објављивању едукативног садржаја намењеног странкам и грађанима или стручној јавности. Овакав садржај могао би да укључује билтене судске праксе, уколико их ваш суд објављује,

одабране сентенце и ставове, или линкове ка оним судским инстанцама које објављују базе судске праксе (ВКС на пример), што је све пре свега намењено стручној јавности. Од материјала који може бити користан грађанима свакако су у питању пре свега брошуре (можда брошура о вашем суду ако је имате, која може бити постављена у пдф формату), информације о медијацији, служби за заштиту сведока и оштећених, одговори на питања које грађани/странке најчешће постављају и слично.

Различите невладине организације, пројекти које подржавају међународни донатори, као и иницијативе попут *‘Отворена врата правосуђа’* генеришу доста едукативног материјала и брошура које се такође могу или поставити на вебсајт суда или организовати у секцији корисни линкови, па им грађани могу приступати кликом на линк. Нарочито уколико суд учествује у неком од пројеката/иницијатива, или има добру сарадњу са невладиним организацијама на локалу, сви ови материјали биће вам лакше доступни, па поред постављања електронских верзија на вебсајт, можете доћи и до штампаних примерака који се могу делити у суду.

## 6г. Креирање садржаја

Писање за сајт свакако се разликује од писања званичних дописа, одлука или пресуда. Све ове врсте званичних докумената имају неку стандардну формулу чијим праћењем се добије добро структуриран документ који садржи све потребне елементе. Међутим, добро написан садржај за вебсајт не може да се држи исте логике и да притом постинге свој циљ, а то је информисање грађана/странака јасним и разумљивим језиком о раду и функционисању суда.

Више детаља о пожељном језику и стилу обраћања у различитим контекстима наћи ћете у претходним поглављима. Овде ћемо се концентрисати на најефикасније начине креирања различитих врста садржаја за вебсајт суда, тако да онај малопрепоменути комуникациони циљ буде испуњен и најчешћа публика којој се ваш вебсајт обраћа – грађани/странке буду адекватно информисани.

Ако пођемо од чињенице да ће мало вас имати прилику да креира потпуно нови вебсајт за суд, већ ће се пре свега бавити ажурирањем постојеће платформе, први корак када преузмете позицију портпарола суда, као што је већ речено, је да прегледате постојећи садржај и нотирате оне делове које треба ажурирати, те садржај који недостаје. Такође, можете направити и план динамике којом ћете ажурирати садржај на вебсајту, а који може садржати оно што већ унапред знате да ћете на сајт постављати. Можете почети од момента када знате да ћете имати нову/ажурирану верзију *Информатора* коју треба објавити, затим годишњи извештај о раду суда и са њим повезану вест, или саопштење, уколико информације о постигнутим резултатима желите да поделите

са медијима, информације везане за рад суда током државних и верских празника (уколико је то релевантно), летњих одмора, учешће суда на годишњем саветовању, те објављивање *Годишњег распореда послова*, или његово ажурирање током године.

Ово ће вам помоћи да имате неке обресе динамике којом ћете ажурирати сајт, те да можда на основу претходно постојећег садржаја неку од објава на ове теме већ делимично припремите и онда само додате или одузмете оно што је потребно у тренутку самог постављања на сајт. То може да важи за, нпр. представљање резултата из Годишњег извештаја о раду. Да бисте креирали објаву за сајт на тему постигнутих резултата, потребно је да прођете кроз садржај извештаја, идентификујете оне сегменте рада где је суд остварио добре резултате, као и оне области где је потребно даље залагање и на основу тога образujete срж објаве. Нарочито корисно у овом погледу би било да покушате да се не служите судским жаргоном о уписницима, шифрама за уписнике, те другим стручним изразима. Уколико бројке иду у прилогу суду, можете их представити у тексту, али је увек битно да их ставите у контекст, односно да их поредите у неком временском оквиру, или са резултатима од прошле године или са петогодишњим просеком. У овоме се можете служити и визуелним приказом, тзв. ‘питама’ које се лако праве, али оне саме по себи нису довољне, односно морају бити праћене објашњењем.

Само објављивање интегралних текстова извештаја о раду је свакако пожељна пракса, а има судова који то редовно раде. Они могу бити додатни ресурс како за медије, тако и за стручну јавност, организације цивилног друштва и заинтересоване грађане, али за ширу јавност, главни налази се морају уобличити и ‘препричати’ разумљивим језиком, те ставити у шири контекст.

Одређени елементи вебсајта, када их прегледате и ажурирате ако је потребно, као што су страница о надлежностима суда, или уређење суда, и слично, највероватније неће тражити редовно освежавање садржаја. С друге стране, рубрика Вести тражи да се ажурира оном динамиком којом се садржај релевантан за објављивање ствара, свакако бар једном месечно, а минимално једном у кварталу. Уколико објављујете распоред суђења, то се чини једном недељно, најбоље петком за предстојећу недељу. Има одељака на сајту који се редовно ажурирају, али за чији садржај највероватније нећете бити одговорни ви, као што је секција о јавним набавкама. Уколико се ваша служба рачуноводства бави овим послом, можда је најбоље оставити њима да овај садржај ажурирају, уз адекватну техничку помоћ.

Оно што даје праву ноту оријентисаности суда на грађане и странке, то јест на локалну заједницу због које и постоје и у којој заузимају једно од кључних места у друштвеном животу, јесте постављање садржаја попут поздравне речи председника

суда, те информација о историјату суда или правосудних институција уопште у вашем граду, или региону. Овај садржај треба да буде структуриран хронолошки и да се заснива на чињеницама, али и да дочара положај и значај правосудних институција. Поздравна реч председника би требало, са друге стране, да буде одраз личности неког ко је на челу једне важне институције, али и порука грађанима да је вебсајт суда, као и рад суда уопште, усмерен на њих и посвећен очувању владавине права и других кључних вредности једног демократског друштва.

Још једна битна ставка којом се треба руководити приликом креирања вебсјатова уопште, а која би вероватно морала да се реши системски, је приступ садржају сајта за слепе и слабовиде особе, те доступност верзија сајта на језицима националних мањина. Ову праксу имају неке локалне самоуправе чије су интернет презентације организоване на свим језицима који су у званичној употреби у њиховим срединама (нпр. [званични вебсајт града Суботице](#))

**КОРИСНО: Примери за добро састављене објаве и садржај на веб-страницама  
судова**

**Уводна реч:**

Основни суд Лебане: <http://lb.os.sud.rs/dobrodosli/>

**Организација садржаја:**

Апелациони суд у Београду: <http://www.bg.ap.sud.rs/cr/>

Виши суд у Ваљеву: <https://www.va.vi.sud.rs/>

**Често постављана питања:**

Виши суд у Смедереву: <https://www.sd.vi.sud.rs/Korisno.htm>

**Вести:**

Основни суд у Лозници: <https://www.lo.os.sud.rs/news.php?id=68>

**Брошуре и едукативни материјали:**

Виши суд у Београду: <https://www.bg.vi.sud.rs/tekst/3054/brosura-viseg-suda-u-beogradu.php>

Основни суд у Вршцу: <http://www.vs.os.sud.rs/vodic1.html>

Основни суд у Нишу: <http://www.ni.os.sud.rs/images/formulari/bilten%20medijacija.pdf>

**Распоред суђења:**

Виши суд у Београду: <https://www.bg.vi.sud.rs/tekst/803/najava-sudjenja.php>

Виши суд у Ваљеву: <https://www.va.vi.sud.rs/sekcija/96/raspored-rocista-za-tekucu-nedelju.php>

**Секција за медије:**

Виши суд у Новом Саду: <http://www.ns.vi.sud.rs/strana-182/1>

**Фотографије/видео:**

Виши суд у Ваљеву: <https://www.youtube.com/watch?v=iT4T9Kh5aoA>,  
<https://www.youtube.com/watch?v=Q7QIJByMDWg>

Основни суд у Нишу: <https://www.youtube.com/watch?v=oKyUuFCwBpk&t=1s>

**Историјат суда:**

Виши суд у Ваљеву: <https://www.va.vi.sud.rs/sekcija/162/instorijat-suda.php>

Виши суд у Пироту: <https://pi.vi.sud.rs/tekst/458/galerija.php>

Основни суд у Јагодини: <https://ja.os.sud.rs/o-sudu/istorijat-suda/>

## 6д. Судови на друштвеним мрежама

Колико год нама звучало незамисливо, судови су присутни на друштвеним мрежама и користе ове канале комуникације у своју корист и са одличним резултатима. Наравно, говоримо о искуствима у другим земљама – код нас још увек ни једна правосудна институција нема налог на друштвеним мрежама. Немају га ни Високи савет судства ни Државно веће тужилаца, а можда би од њих било најлакше почети, као од кровних институција које представљају два дела правосуђа.

Зашто бисмо се уопште бавили овим питањем? Јавни простор који чине друштвене мреже попут Фејсбука или Твитера често је место огорчених и усијаних дебата по свим питањима, од политике, преко друштвеног активизма, да се не осврћемо на естраду и све пратеће појаве. Међутим, друштвене мреже су и простор за конструктивну размену знања и искуства, едукацију, ефективну комуникацију и информисање.

Ово су препознале и неке од водећих институција у Европској унији као што је Европска мрежа судских савета (ENCJ) која се посебно детаљно бави транспарентношћу и односом између судства, друштва и медија. Ово је под-тема у оквиру једне од четири главне тематске области *Независност и одговорност судства*, на које је усмерено њихово деловање, чиме ENCJ недвосмислено доводи у директну корелацију важност транспарентности судства и његову оријентисаност на јавност, пре свега грађане и медије, за разумевање неопходности постојања независног судства.

У свом извештају из 2019. године, ENCJ<sup>11</sup> препоручује судовима употребу друштвених мрежа, јер оне омогућавају судовима да и сами постану 'медији', а креирањем и пласирањем свог садржаја они задржавају контролу над поруком коју шаљу, која онда не може бити изманипулисана од стране традиционалних медија. Међутим, ENCJ упозорава и да је за ажурно и исправно управљање званичним профилима/страницама судова на друштвеним мрежама потребно да институције имају адекватне капацитете и ресурсе за то. То значи да је сваком суду потребан тим људи ангажован на пословима односа са јавношћу, те да обим посла који би профил или више профила на различитим друштвеним мрежама захтевали превазилази могућности једног човека. Јасно је да је, да би оваква пракса заживела и код нас, потребна даља професионализација позиције портпарола и унапређење функционисања односа са јавношћу на нивоу целог система.

<sup>11</sup> Европска мрежа судских савета, Поверење јавности и имиџ судства – коришћење друштвених медија од стране институција и појединаца у правосуђу, извештај за 2018-2019-у годину - European Network of Councils for the Judiciary (ENCJ), Public Confidence and the Image of Justice- Individual and Institutional use of Social Media within the Judiciary, ENCJ Report 2018-2019, (2019); [https://pgwrk-website-media.s3.eu-west-1.amazonaws.com/production/pwk-web-encj2017-p/ENCJ%20Report%20Public%20Confidence%20and%20the%20Image%20of%20Justice%202018-2019%20adopted%20GA%207%20June%202019\\_0.pdf](https://pgwrk-website-media.s3.eu-west-1.amazonaws.com/production/pwk-web-encj2017-p/ENCJ%20Report%20Public%20Confidence%20and%20the%20Image%20of%20Justice%202018-2019%20adopted%20GA%207%20June%202019_0.pdf)



Међутим, иако се чини да је овај тренутак у далекој будућности, у овом одељку ћемо се кратко осврнути на предности које присуство судова на друштвеним мрежама може донети у погледу перцепције и репутације институције. Такође, приказаћемо и потенцијалне ризике присуства судова на друштвеним мрежама, јер ова тема свакако има две стране медаље.

### ***Предности коришћења друштвених мрежа***

***Широка и разновидна публика:*** ако погледамо шта су скорашња истраживања утврдила о навикама грађана Србије када је коришћење друштвених мрежа у питању, сасвим је јасно да је постојање ван Фејсбука или Инстаграма озбиљно доведено у питање. Припадници такозване генерације Z (рођени између 1990. и 2010. године) малтене не познају живот без интернета и уређаја попут паметних телефона, лаптопова и таблета. Они су такозвани дигитални урођеници и искључиво се информишу путем интернета. То су људи који сада имају између 10 и 30 година и већ чине одређен проценат странака у поступку. Њихови претходници су миленијалци (генерације рођене после 1980. године) који такође проводе доста времена дневно на мрежама и информишу се како преко Фејбука и Инстаграма, тако и кроз портале и сајтове. Све ове демографске групе, које нису занемарљивог обима, практично 'станују' на интернету, тако да до њих долазите баш путем овог канала, јер је то место где ће они прво потражити информације о суду.

***Контрола садржаја:*** као што је већ речено, профил на друштвеним мрежама је сам по себи један медиј (иако у правно-формалном смислу, друштвене мреже не спадају у медије<sup>12</sup>). То је канал којим можете да комуницирате са заинтересованом јавношћу на најразличитије теме и са различитим циљевима, притом задржавајући потпуну (уредничку) контролу над садржајем који објављујете. На пример, уколико саопштење за јавност поделите преко Твитера, поделићете га у његовом интегралном облику без бојазни да ли ће га нека новинска редакција/портал скратити или преуредити на начин који би спречио комуницирање свих чињеница онако како је суд намерио да их саопшти јавности.

***Едукација:*** Фејсбук је најпогоднија мрежа за едукацију и дијалог са локалном заједницом и корисницима услуга суда. Кратки видео формати постижу најбољи утицај на Фејсбуку и омогућавају да се информације о раду суда, деловима поступка, изменама процедура и закона, сведу на једноставне, кратке сегменте који разумљивим језиком и на сликовит начин грађанима приближавају правосуђе. Твитер је погодан за брзо дељење информација, а Инстаграм такође бележи раст популарности међу институцијама (Савет Европе има одличан профил на овој друштвеној мрежи, на пример), јер омогућава интеракцију пре свега са млађом публиком.

<sup>12</sup> Члан 29. Закона о јавном информисању



**Интерактивност:** присуство на друштвеним мрежама даје вам прилику да јавност информишете, али и да са јавношћу комуницирате директно, без посредника. Ово је онај аспект друштвених мрежа од којих судови највише зазиру, највероватније с правом, али аутори овог *Водича* склони су да верују да интеракција може донети ипак више доброг. Она доприноси демистификацији институције, омогућава директно постављање питања и показује спремност суда да помогне странкама и заинтересованим грађанима да разреше недоумице које могу имати у погледу поступка, приступа суду, понашања у суду, итд. Чињеница је да је за овај вид комуникације са јавношћу потребан тим људи који би реаговао на питања упућена путем профила на друштвеним мрежама, као и на непримерене коментаре и говор мржње.

Друштвене мреже имају још један важан аспект, а то је информисање у ванредним ситуацијама, које укључују природне непогоде, али и пандемију. Људи имају приступ интернету преко својих мобилних телефона, чак и кад нису у својим домовима због земљотреса или поплаве, као и кад размишљају о томе какво је радно време институција услед ванредних околности. Информација на Фејсбуку може многе поштедети непотребног доласка до зграде суда, или им предочити околности под којима је приступ суду омогућен у складу са епидемиолошким мерама, на пример.

## **КОРИСНО: Показатељи о навикама у коришћењу друштвених мрежа у Србији**

- ☞ Према годишњем истраживању о стању друштвених мрежа у Србији,<sup>13</sup> **94% испитаника узраста од 13 до 64 године имају налог бар на једној друштвеној мрежи;**
- ☞ **60% грађана Србије свакодневно користи Фејсбук,<sup>14</sup>** и то пре свега како би се информисали о свету око себе;
- ☞ Повезивање са пријатељима, дописивање и забава остају доминантни разлози коришћења друштвених мрежа, али ту је и “приступ информацијама” што указује на навiku да све чешће, уместо на Гугл, по информације одлазимо на друштвене мреже;
- ☞ Дневно **уз друштвене мреже проведемо 104 минута,** уз телевизију 77 минута, а штампу читамо свега 23 минута
- ☞ **Жене чешће користе Фејсбук** (у просеку, жене млађе од 32 године, запослене и високообразоване) и **Инстаграм** (у просеку, жене млађе од 32 године, још увек у процесу образовања)
- ☞ Мушкарци се нешто чешће одлучују за **Јутјуб**
- ☞ Запослени између 24 и 32 године, са високом школом или факултетом информишу се путем **портала и сајтова**
- ☞ **Просечни гледалац телевизије** је жена са завршеном двогодишњом или трогодишњом средњом школом, пензионер или незапослена, живи у граду и има више од 40 година
- ☞ **Радио** најчешће слуша жена старости од 33 до 38 година, која је високообразована и живи у граду
- ☞ **Новине** најчешће читају грађани старији од 54 године и пензионери, најчешће они са завршеном високом школом или факултетом.

<sup>13</sup> <https://pioniri.com/sr/socialserbia2020/>

<sup>14</sup> <http://www.cesid.rs/wp-content/uploads/2020/09/Gra%C4%91ani-i-mediji-konzumacija-navike-i-medijska-pismenost-I-ciklus.pdf>

**Недостаци коришћења друштвених мрежа:**

Негативне стране друштвених мрежа свакако су, као што је већ напоменуто, непримерени коментари, употреба неадекватног језика, говор мржње, недолично изношење чињеница о активним предметима, итд. Да ли су ово довољни аргументи да се онда од присуства судова на друштвеним мрежама одустане? Став аутора овог *Водича* је да нису. Ово свакако захтева опрез, појачану пажњу, редовно праћење и ажурирање садржаја, модерацију коментара и потенцијално пријављивање/блокирање корисника који крше правила понашања на мрежи. Све ово није немогуће, штавише, врло је изводљиво, али уколико иза управљања профилем на друштвеним мрежама не стоји само једна особа. За ово је потребан тим који координисано ради на свим сегментима односа са јавношћу, што укључује и друштвене мреже.

У Прилогу 13, на примеру једне европске земље – Холандије, као и једне америчке савезне државе – Флориде, можете прочитати више о примерима добре праксе који показују како се у потпуности користе потенцијали друштвених мрежа и како заједно са другим каналима и алаткама чине заокружен систем интегрисаних комуникација у складу са захтевима модерног доба.

**ПОСЕБНА НАПОМЕНА:**

У овом одељку нисмо се бавили дилемом која је честа у правосудним круговима, а то је да ли судије и тужиоци могу имати профиле на друштвеним мрежама, те како се најбоље поставити према интеракцији на мрежама ако их имају. У овом тексту на порталу *Отворена врата правосуђа* подробно су анализирани постојеће смернице, углавном међународне, на тему коришћења друштвених мрежа од стране припадника правосудних професија: [Судија, друштвене мреже и мач са две оштрице](#).

## ПРИМЕРИ НАЈБОЉЕ ПРАКСЕ

МИРЈАНА ПИЉИЋ, КООРДИНАТОР  
ЗА МЕДИЈЕ АПЕЛАЦИОНОГ СУДА  
У БЕОГРАДУ

Апелациони суд у Београду на основу своје разнородне надлежности, често има предмете који привлаче пажњу јавности, а пре свега медија. Специфичност односа са јавношћу у апелационим судовима је да се овим послом бави особа запослена на позицији координатора за медије. У случају београдског Апелационог суда, опис посла координатора за медије прилично је детаљан и подразумева поседовање специфичних знања и вештина како би се сви задаци и изазови на овој позицији могли обављати успешно. Како то функционише у пракси, а пре свега како успева да интернет презентацију суда успешно води и користи као ефикасан канал комуникације, поделила је са нама Мирјана Пиљич, која овај посао обавља већ више од 10 година:

*Иако је интернет презентација суда израђена још 2010-е године и вероватно би са техничког аспекта требало да буде зановљена, пример је једног система који добро функционише. Медији су за ових десет година навикли да је вебсајт суда место где могу да пронађу све информације које их занимају о предметима који побуђују пажњу јавности. Од најаве суђења за предстојећу недељу која излази петком, до објављивања сажетака пресуда, за оне новинаре који прате неки предмет, све информације су ту. Формула за објављивање сажетака пресуда је нарочито делотворна, јер садржи сажетак првостепене пресуде на коју је изречена жалба Апелационом суду, као и сажетак другостепене одлуке.*

*Критеријум којим се руководим у одређивању да ли ће сажетак пресуде бити анонимизован/псеудоанонимизован или не је претрага, најчешће интернета, о томе да ли се име првоокривљеног већ спомињало у медијима, на порталима, итд. Уколико јесте, прилажем за интерну архиву резултате претраге уз сажетак и саопштење које објављујем на вебсајту. Такође, сва креирана и објављена саопштења чувам у интерној бази суда по имену првоокривљеног, што ми касније знатно олакшава претрагу како бих дошла до информација о предмету, подсетила се претходних одлука или фаза поступка, те могла да креирам тачно и благовремено саопштење. После одређеног времена, сажетци пресуда се уклањају са вебсајта, архивирају се, у складу са тзв. 'правом на заборав' које је дефинисано Законом о заштити података о личности.*

*Вебсајт садржи детаљне информације о суду, надлежности, уређењу суда, као и биографије судија. Образац за приказивање биографија формирали смо по принципу најзначајнијих информација, а судијама смо оставили да по жељи додају и информације о свом додатном ангажовању или усавршавању, објављеним радовима, учешћу на стручним скуповима, итд. У договору са, и према одлуци председника суда, биографије судија се третирају као подаци од јавног значаја, па смо њиховим објављивањем на сајту суда предупредили подношење захтева за приступ информацијама од јавног значаја ради увида у биографије судија, што је раније био чест случај.*



**7.**

**Праћење  
резултата  
унапређене  
комуникације  
са јавношћу**

Уназад дужи низ година различите агенције за истраживање јавног мњења, те организације цивилног друштва, обично једном годишње, израђују истраживања која показују степен поверења и ставове грађана о државним институцијама, укључујући и правосуђе. Резултати тих анкета углавном нису охрабрујући за судове и судије, а резултати за тужилаштва су још лошији. С друге стране, осим војске и цркве које традиционално уживају највећи степен поверења грађана Србије, ситуација са поверењем у друге институције поред правосуђа, је слична и понавља се из године у годину.

Носиоци активности на праћењу степена поверења јавности у рад судова и тужилаштва свакако би требало да буду кровне институције попут Високог савета судства и Државног већа тужилаца. На основу резултата истраживања ове институције би онда креирале и/или модификовале своје стратешке и планске документе којима се прописују мере и активности на унапређењу комуникације и односа са јавношћу. Међутим, постоје начини и да свака институција за себе – сваки суд појединачно – утврди какву перцепцију о раду имају пре свега његови суграђани. О овоме ће бити речи у наставку овог поглавља.

## 7а. Предности праћења перцепције јавности о рад суда

Поред опсежних испитивања јавног мњења на мањем или већем узорку, постоје и други, далеко једноставнији начини да се утврде базичне чињенице о томе шта ваше странке, односно суграђани мисле о раду суда и начину долажења до информација о истом. Спровођење једноставне анкете путем упитника који можете наћи у Прилогу 14 даће сасвим довољно јасан увид о томе како се главни корисници услуга суда информишу о раду суда, како перципирају и да ли региструју праћење рада суда у медијима, те за којим информацијама најчешће трагају.

Периодично спровођење анкете међу странкама – једном годишње или једном у две године, спрам капацитета институције - нарочито је пожељно уколико портпарол и цео суд примене препоруке из овог *Водича* и фокусирају се на реализацију планских активности на унапређењу комуникације. Резултати анкете ће у том контексту пружити корисне увиде у све сегменте рада који се могу даље унапредити. С друге стране, упитник се може искористити и као полазна основа за планирање, те се на основу увида стечених анкетирањем странака у суду може сачинити план деловања на унапређењу односа са јавношћу. Идеално би било да се најпре реализује једна оваква анкета, као пресек тренутног стања, а да се након годину дана имплементације континуираних напора на унапређењу комуникације и односа са јавношћу уради и накнадна анекта да се провери има ли напретка и у којим областима.

## 7б. Спровођење анкете

**Упитник:** Упитник (Прилог 14) је једноставан, кратак и усмерен на испитивање перцепције јавности о промотивним активностима суда и начину на који странке/ грађани долазе до информација о суду. И упитник и методологија реализације креирани су тако да буду практични и да их је могуће реализовати уз скроман буџет, сав редован посао у суду и уз минимални ангажман корисника услуга суда – странака, које су обично у журби.

Упитник се састоји од три главне групе питања:

1. Које су то информације од интереса/користи за грађане/странке које су добијене или се могу наћи у згради суда?
2. Које информације о раду суда су оне о којима су испитаници сазнали из медија?
3. Које информације су доступне на вебсајту суда?

Питања су дефинисана тако да се на одређени број дају одговори рангирањем у



оквиру распона од 1 до 5; на нека су одговори да и не; а постоји и одређен број питања где је остављено испитаницима да сами упишу одговор или кратки коментар, односно дају неке додатне информације.

Део питања је дијагностички, односно њихова главна сврха је да се утврди како грађани/странке долазе до информација о суду. Анализа одговора портпаролима суда даје повратну информацију о томе који канали су за грађане/странке суда најефикаснији или најприступачнији, а које треба даље развијати. Питања где се од испитаника тражи да допишу кратак коментар или да рангирају одговоре служе у евалуативне сврхе, односно јасно указују шта ради, а шта слабије функционише у тренутним активностима које суд спроводи на унапређењу поверења и перцепције јавности о свом раду.

Питања везана за коришћење вебсајта суда уврштена су у анкету делом због тога што је пандемија свима нама променила навике па су шансе да странке информације о суду потраже на интернету свакако веће. С друге стране, увиди које пружају одговори на ову групу питања показују и генерацијске разлике у коришћењу интернета и вебсајтова, као извора информација.

**Попуњавање упитника – локација:** Овај процес не би требало да траје дуже од 10 минута, а може се спровести на лицу места, у згради суда, али и онлајн, уколико суд поседује техничке могућности за то. Уколико се реализује у згради суда, поребно је упитник одштампати и поставити на видно место у главном холу суда, или испред судница, или пак испред писарнице/шалтера – свакако тамо где је највећа флукуација странака. Неко од запослених у суду требало би да буде задужен да странкама скрене пажњу на постојање упитника и да их замоли да га попуне. Како би испитаници могли да одложе ствари и посвете се попуњавању упитника, пожељно је да за то буде издвојена столица, или део пулта уколико је могуће, где може да се спусти папир, оловка је доступна и попуњавање анкете може да се спроведе у оптималним условима.

Као алтернатива овоме, можете издвојити кутију са видљиво одштампаним позивом на попуњавање анкете поред које ће се налазити одштампани упитници и оловка, а по попуњавању пресавијен упитник се може убацити у кутију. Пожељно је да поред овога странкама буде скренута пажња директно у комуникацији са запосленима у суду да постоји могућност попуњавања упитника како би се повећао узорак, односно број анкетираних грађана.

Код онлајн анкете, пресудно је да ли вебсајт суда поседује могућност креирања обрасца анкете, или је потребно поставити линк на неки екстерни сервис који ће то омогућити, Google упитници на пример или Survey Monkey. Овакав вид спровођења

анкете захтева додатну техничку помоћ ИТ техничара суда, те разматрање најпогодније опције за њену реализацију (неки од сервиса подразумевају и додатне трошкове, посебно везано за број упитника и обраду података).

**Величина узорка:** Што се тиче величине узорка, она ће зависити од тога колико се портпарол али и други запослени у суду ангажују на томе да странке и грађане обавесте о могућности и доступности упитника и директним обраћањем их замоле да исти попуне. За мање судове, уколико анкета обухвати до 200 испитаника може се сматрати валидном и успешном, док је за веће судове пожељно да та бројка износи око 500 испитаника. Ово би у пракси значило да сваки други грађанин – странка која се неким послом затекла у суду пристане да попуни упитник.

**Период спровођења анкете:** Постоји више начина на које можете временски одредити трајање анкете. Уколико за то постоје могућности, те уколико је у питању већи суд са значајном фреквенцијом грађана/странака у згради суда, анкета може бити стална, односно одређена количина одштампаних упитника може бити стално присутна на видном месту у згради суда и служити као нека врста континуиране провере перцепције грађана. Суд у том случају сам одређује интервал када ће кутију са попуњеним упитницима празнити и анализирати прикупљене одговоре.

Друга варијанта је да одредите недељу или месец дана у току године и ограничите трајање прикупљања одговора. Добро би било да се у овом случају спровођење анкете најави, можда током дана отворених врата суда, или приликом представљања годишњег извештаја о раду, како би се привукао што већи број испитаника (што је узорак већи, резултати анкете су поузданији). Суд овде може искористити и локалне медије као партнере и најавити реализацију анкете. Тиме ће се испоштовати транспарентност и јавност у спровођењу анализе јавног мњења и самој анкети доделити статус још једне активности или алатке у напорима суда да се односи са јавношћу унапреде.

**Обрада резултата и њихово објављивање:** У Прилогу 15 представили смо и једноставну Ексел табелу која служи да се у њу унесу резултати анкете и обраде на наједноставнији могући начин. Ово пре свега важи за питања усмерена на демографију (узраст и степен образовања испитаника), те на питања на која се дају нумерички (рангирање) или да/не одговори. Они се обрађују и претварају у проценте. Коментари испитаника морају да се прекуцају и посебно обраде, те укључе у наративни део извештаја о спроведеној анкети, који ће употпунити графиконе који се лако могу извући у Ексел фајлу.

Овако састављен извештај суд може објавити на вебсајту, у целини или одређене делове, или пласирати као саопштење кроз медије, неарочито уколико су резултати повољни, или ако показују напредак у односу на неки претходни период. Иако суд

може већ унапред бити свестан да резултати анкете неће бити идеални, важно је да се и они искомуницирају јавности, јер оваква отвореност и спремност суда да буде потпуно транспарентан по свој прилици највише ће на подршку како међу грађанима, тако и у медијима. Такође, грађани/странке који су одвојили време да анкету попуне имаће прилику да сазнају да се њихово мишљење узима у обзир. Приликом представљања резултата анкете пожељно је и да суд предочи како ће у оне области у којима је уочен простор за даљи напредак уложити додатне напоре.

Резултати анкете се могу користити и у сарадњи са медијима, као полазна основа за разматрање заједничких иницијатива и активности где би медији пружили подршку суду у приближавању одређених тема везаних за рад суда, и уопште позитивних тема из правосуђа, грађанима, односно општој јавности.

Такође, резултати анкете могу послужити и као средство за интерни административни менаџмент у суду где се на основу повратних информација добијених од странака може размотрити који су то аспекти свакодневног рада суда који захтевају унапређења. Ово може представљати повод за разговоре унутар управе суда и осмишљавање начина да се целокупно функционисање суда унапреди. У том смислу, Основни суд у Ужицу има праксу прикупљања повратних информација од грађана током целе године путем кутије за сугестије, па се периодично прикупљени одговори грађана анализирају управо са циљем побољшања услуга суда.

# 8.

## Уместо поговора

Седам поглавља овог *Водича* даје једну заокружену слику начина на који би планска, континуирана и двосмерна комуникација са странкама и јавношћу у судовима требало да функционише. Поред практичних савета и смерница, *Водич* се дотиче и много ширих тема и иницијатива које би заиста требало да се реализују како на нивоу целе институције – сви у суду, превасходно председник и управа, али и судије и други запослени – тако и на нивоу целог система, уз кључно не само учешће већ лидерску и покретачку улогу кровне институције као што је Високи савет судства.

Међутим, оно што је порука која, надамо се, провејава кроз све странице овог документа, јесте да и без иницијативе која иде одозго на доле, судови, и што је још важније, портпароли, и сами могу да ураде много тога уколико инсистирају на планирању активности, залажу се аргументовано и доследно за њихово спровођење, те адекватном интерном комуникацијом унапреде свест својих колега о важности унапређења односа са јавношћу.

*Водич* је жив документ који својим искуством можете унапређивати и надграђивати и тако у вашем суду створити квалитетну подлогу за даљи раст и развој профила портпарола суда. Надамо се да смо вам нашим саветима тај посао бар за почетак олакшали. Срећно!

## КОРИСНИ ЛИНКОВИ И ДОДАТНА ЛИТЕРАТУРА

1. **Комуникациона стратегија Високог савета судства и судова за период 2018-2022.**
2. **Стратегија развоја правосуђа за период 2020-2025.**
3. **‘Однос судова и јавности’,** Друштво судија Србије, 2019.
4. **‘Водич за професионалну и успешну комуникацију судова са јавношћу’,** Правосудна академија, 2017.
5. **‘Лексикон медијских и правних појмова у Републици Србији’,** Савет Европе, 2019.
6. **‘Анализа примене стандарда транспарентности у судовима у Републици Србији’,** Партнери Србија, Партнери Србија, 2020.
7. **Отворена врата правосуђа:**  
Блогови: <https://www.otvorenavratapravosudja.rs/blogovi>  
Публикације: <https://www.otvorenavratapravosudja.rs/bukleti/>
8. **Европско веће судских савета, ЕНСЈ, извештаји о поверењу јавности и перцепцији судова** (ресурси на енглеском језику).

## ПРИЛОЗИ

- Прилог 1:** Упоредни приказ описа послова судског портпарола, односно координатора за медије из српских и других судова
- Прилог 2:** Пример свобухватног описа посла портпарола као стратешке функције у суду
- Прилог 3:** Пример Плана за повећање поверења јавности у рад суда – Основни суд у Бору, план за 2021. годину
- Прилог 4:** Пример обрасца Комуникационог плана суда израђеног за период од годину дана
- Прилог 5:** Пример комуникационог минимума за суд
- Прилог 6:** Образац за креирање базе контаката медија
- Прилог 7:** Пример три основне врсте позива за медије
- Прилог 8:** Пример саопштења за медије
- Прилог 9:** Најбоље међународне праксе за поступање у предметима који привлаче пажњу јавности
- Прилог 10:** Пример чеклисте за организовање догађаја за јавност/медије у суду
- Прилог 11:** Предлог дневног реда догађаја за јавност у суду ('отворена врата суда')
- Прилог 12:** Пример уписне листе за медије/јавност приликом организовања догађаја у суду
- Прилог 13:** Судови и друштвене мреже – примери добре праксе: Холандија и Флорида
- Прилог 14:** Пример упитника за спровођење једноставне анкете међу грађанима
- Прилог 15:** Пример обрасца за обраду података прикупљених током анкете

