



Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
Institut de recherches criminologiques et sociologiques
Institute of criminological and sociological research

ИНСТИТУТ ЗА КРИМИНОЛОШКА
И СОЦИОЛОШКА ИСТРАЖИВАЊА

Бр. 37
13.02.2023 год.
БЕОГРАД

КОМУНИКАЦИОНИ ПЛАН ИНСТИТУТА ЗА КРИМИНОЛОШКА И СОЦИОЛОШКА ИСТРАЖИВАЊА ЗА ПЕРИОД 2023-2027

Увод

Комуникациони план Института за криминолошка и социолошка истраживања је документ у којим се дефинишу циљеви, задаци и методе комуницирања са интерним и екстерним јавностима, у сврху побољшања не само комуницирања, него и узајамног разумевања између Института и његових циљних јавности, а последично и подизања квалитета научног рада.

Очекивани резултати овог Плана су *повећање видљивости и кредибилитета Института за криминолошка и социолошка истраживања*, што се постиже мобилизацијом ресурса, транспарентношћу и проактивним приступом. Као научно-истраживачка организација, Институт има обавезу поштовања *принципа јавности*, који подразумева тачно, правовремено, одговорно и квалитетно информисање јавности о активностима Института, као и развијање *односа поверења и разумевања* између јавности и Института, а што се гради отвореним и квалитетним приступом јавностима, као и схватањем тих јавности као партнера у раду.

План дефинише ефикасне принципе деловања према јавностима (интерним и екстерним) и у сарадњи са медијима, који су један од канала комуникације, а као крајњи исход, требало би да се домаћа и стручна јавност упознају са радом Института, као и да грађани буду задовољни научно-истраживачким радом Института.

Потреба за стратешким комуницирањем Института и изградњом поверења путем медија

Институт за криминолошка и социолошка истраживања има дугу традицију научно-истраживачког рада, као и значајан дијапазон бивших, садашњих и



Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
Institut de recherches criminologiques et sociologiques
Institute of criminological and sociological research

будућих сарадника, сарадника на истраживањима у Србији, региону и свету. Комуникација са свим наведеним актерима до сада је била успешна, али развојем савремених информационо-комуникационих технологија, и отварањем нових канала комуникације, Институт сматра сврсисходним креирање и имплементацију *Плана комуникације*, који треба да омогући систематизовање комуникацијских активности и послова у пољу односа с јавношћу и односа с медијима.

Комуникационе активности усмерене на ширу јавност Институт спроводи континуирано, путем двојезичне веб странице Института: <http://www.iksi.ac.rs> и друштвених мрежа (Twitter и Instagram), док се комуникационе активности са ужом научном и стручном јавношћу остварују путем часописа *Ревија за криминологију и кривично право* и *Зборник Института за криминолошка и социолошка истраживања*, али и кроз обезбеђивање бесплатног приступа електронским копијама свих научних публикација чији су аутори истраживачи Института, путем дигиталног Репозиторијума <http://institutecsr.iksi.ac.rs/> Сви сарадници континуирано остварују комуникацију са јавношћу путем емаила, и као саговорници учествују у креирању медијских садржаја. У том смислу, може се рећи како је Институт развио процедуре, стандарде и принципе поступања са медијима и комуникације с јавношћу. Осим тога, и досадашња комуникациона пракса и рад с новинарима и грађанима дају аргументе за тврдњу да је Институт свестан одговорности, обавезе и важности информисања јавности о својим активностима, као и да настоји унапредити те процесе информисања на одговарајући начин. Овај План представља начин систематизовања наведених активности у складу с принципима рада Института.

Анализом тренутног стања идентификовано је неколико области у којима је потребно унапредити комуникационе процесе. Пре свега, комуникација треба да буде *планирана и проактивна*.

Такође, требало би да допринесе позитивном осећају припадности Институту, чијем напретку доприносе како истраживачи, тако и административно особље. Неопходно је додатно радити на афирмацији научно-истраживачке делатности, унапредити постојећа и успоставити нова партнерства са научном и друштвеном заједницом у циљу промоције науке и привлачења младих и будућих истраживача. Један од приоритетних задатака је и промена тренутне перцепције Института као доминантно истраживачке организације, односно изградња идентитета Института као носиоца иновативних идеја и учесника у креирању јавних политика усмерених на развој друштва, али и лидера у сфери



Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
Institut de recherches criminologiques et sociologiques
Institute of criminological and sociological research

научног-истраживања у областима етиологије, феноменологије и превенције криминалитета и социјалних девијација.

Принципи стратешког комуницирања и сарадње с медијима

Комуницирање Института спада у домен *стратешке комуникације*, што подразумева да је реч о организованом, планском, креативном и проактивном процесу у којем су кључни принципи *јавност, промоција и сарадња*.

План комуникације и самим својим називом указује на потпуно разумевање важности принципа сарадње и планске, организоване изградње добрих односа Института и јавности, односно медија, као и на преданост Института остварењу тих принципа. Институт односе с медијима и односе с јавношћу разуме као *функцију управљања*, која успоставља и одржава односе разумевања и сарадње Института и целокупне јавности. Потребно је нагласити и да је јавност састављена од низа различитих актера, директно или индиректно повезаних са Институтом, и сваком од њих потребно је прилагодити комуникационе поруке, комуникационе канале и методе преношења и саопштавања релевантних информација.

Општи стратешки принцип у комуникацији и сарадњи с медијима, подразумева изградњу културе одговорне, професионалне и партнерске комуникационе праксе, у којој сви запослени Института који долазе у контакт с медијима разумеју потребе новинара и медија у њиховом професионалном деловању, настоје им помоћи у раду, али и очекују од њих фер приступ и сарадњу. Из наведеног стратешког принципа произлази неколико *зadataка у сарадњи и односу Института и медија*, а који се односе на:

- Правовремено, тачно и професионално информисање јавности о свим аспектима деловања и рада Института;
- Проактивно комуникационо деловање свих запослених који долазе у контакт с медијима;
- Фер третман свих медија и новинара у приступу ресурсима, информацијама, лицима и простору Института, без дискриминације или привилеговања по било којој основи;
- Пружање подршке и помоћи медијама и новинарима у креирању садржаја који се тичу рада Института;
- Пружање подршке и помоћи медијима и новинарима у разумевању надлежности, одговорности, приступа и начина рада Института, како би



Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
Institut de recherches criminologiques et sociologiques
Institute of criminological and sociological research

они даље могли на одговарајући начин исте пренети јавности, односно грађанима;

- Креирање позитивне комуникационе климе и сарадње са медијима и новинарима.

Односи с медијима део су односа с јавношћу, као континуираног процеса слања порука и информација јавности, али и прихватања порука, ставова, мишљења јавности о раду Института, њиховог разумевања у ширем контексту и прилагођавања очекивањима јавности. Добрих односа Института с јавношћу и са медијима нема без његовог доброг и квалитетног рада. Имајући наведено у виду, *један од кључних задатака у сарадњи и односу Института и медија* укључује: представљање квалитетног рада Института, контролу ризика од могућег нарушавања угледа Института у појединачним кризним ситуацијама, и постизање поверења у општој јавности.

Поред директне сарадње с медијима, у комуникацији с јавностима Институт примењује и друге комуникационе канале, укључујући и директне и индиректне.

Директни и индиректни комуникациони канали Института

Институт треба да оптимално користи комуникационе канале при слању порука о својим активностима, успесима и корацима које предузима. Поред тога, потребно је да Институт прилагођава поруке како комуникационим каналима, тако и потребама јавности, чинећи те поруке атрактивним, квалитетним, памтљивим и упечатљивим.

Институт треба да води рачуна да у комуникацији порука буду примењени *професионални стандарди*, а који се односе на:

- Квантитет информација;
- Квалитет информација (разумљивост, једноставност, прилагођеност јавности, мултимедијалност, лакоћа преноса);
- Правовременост информација (избор одговарајућег тренутка за пласирање порука);
- Досег информација (избор одговарајућег канала комуникације који ће обезбедити да порука стигне до оних којима је намењена).

Институт на располагању има *два кључна типа комуникационих канала*:



Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
Institut de recherches criminologiques et sociologiques
Institute of criminological and sociological research

- *Директни комуникациони канали:* путем којих се јавностима може обратити директно, без посредника у виду новинара, а што укључује: огласне материјале (леци, промотивни материјали), друштвене мреже (Instagram, Twitter, Youtube kanal), web страницу Института;
- *Индиректни комуникациони канали:* путем којих се Институт грађанима може обратити преко посредника у виду новинара, а што укључује: штампане медије (дневне, периодичне), електронске медије (радијске и телевизијске станице), и web портале.

Избор комуникационих канала и прилагођавање порука њиховим специфичностима врши руководство Института, у договору са руководиоцем пројекта о којем је потребно обавестити јавности.

Циљне групе Института

Институт је у сталном комуникационом односу и интеракцији с јавношћу. Међутим, јавност није хомогена целина која реагује на активности и поруке на једнак начин. Иако је јавност уопштено заинтересована за рад Института, степен тог интереса и одговор на тај рад нису исти код свих. Стога је Институт усмерен на цео низ различитих циљних јавности или *циљних група*, са којима треба различито комуницирати, како би се остварио успех и развијао углед, односно имиџ.

У најширем смислу, циљне групе/јавности делимо на:

- *Интерне или унутрашње*, које чине сви запослени Института;
- *Екстерне или спољашње*, које чине сви спољни актери са којима је Институт у комуникацији, а што укључује: бивше и будуће запослене, академску јавност (домаћу и страну), пословну заједницу, носиоце јавних функција, надлежне образовне установе ради промоције науке међу младима, међународну заједницу и ширу јавност.

И у оквиру ових циљних група постоје разнородности, па запослени Института као интерна јавност могу бити разврстани према својој позицији (истраживачи, спољни сарадници, помоћно особље), док екстерне циљне групе могу бити сегментиране према степену њихове тренутне интеракције са Институтом.



Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
Institut de recherches criminologiques et sociologiques
Institute of criminological and sociological research

Институт са интерним циљним групама комуницира директно, док се према екстерним циљним групама комуникација одвија путем директних комуникацијских канала и индиректних комуникацијских канала/медија.

Овде је важно напоменути да у савременом добу онлине комуникација сваки представник интерне циљне групе, односно запослени Института у очима јавности јесте одговоран за углед и имиџ Института и у том контексту Институт чини континуиране напоре усмерене на едукацији свих припадника интерне јавности о квалитетном и одговорном комуницирању, а што укључује сет докумената и програма едукације који се развијају за потребе подизања квалитета комуникације:

- Упутство за односе с медијима Института;
- Правила за организовање догађаја на Институту;
- Учесће запослених у програмима едукације административног особља за квалитетнију комуникацију у организацији Правосудне академије.

Циљеви стратешке комуникације и сарадње с медијима

Општи циљ стратешке комуникације и сарадње с медијима је повећати видљивост и побољшати имиџ Института, у академској и широј јавности, у Србији и иностранству.

Специфични циљеви комуникације и сарадње с медијима могу се дефинисати према областима деловања Института и специфичним циљним јавностима, и операционализовати кроз конкретне активности, а што укључује:

1. *Интерна комуникација – циљ: унапредити квалитет интерне комуникације и постићи виши ниво комуникационе културе унутар Института, како међу научним кадром, тако и међу и администрацијом итд.*

Специфични циљеви у овом контексту су:

- Ефективно комуницирање усвојеног Плана са свим запосленим;
- Подстицање осећаја припадности и идентификовања са Институтом путем редовне комуникације одлука органа управљања, доступних јавних позива за пројекте, конференција, актуелних измена нормативног оквира и др;
- Промовисање академских вредности и културе.



Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
Institut de recherches criminologiques et sociologiques
Institute of criminological and sociological research

2. *Научно-истраживачки рад – циљ: повећати присутности и видљивост у академској јавности и квалитетно представљати научно-истраживачке резултате.*

Специфични циљеви у овом контексту су:

- Омогућавање веће присутност и видљивости науке и научно-истраживачког рада у јавности;
- Допринос афирмацији истраживача и научно-истраживачког рада кроз промоцију конкретних пројеката;
- Подстицање објављивања резултата научних истраживања у релевантним и референтним часописима и базама;
- Континуирана самопроцена научно-истраживачких достигнућа запослених и сарадника, с посебним освртом на младе сараднике.

3. *Међународна сарадња – циљ: повећати међународну видљивост Института.*

Специфични циљеви у овом контексту су:

- Интензивирање комуникације и аплицирање на пројекте са већим бројем истраживача из региона и света;
- Интензивирање комуникације у сврху подизања броја научних радника који долазе у Институт из иностранства да би спровели своја истраживања у Србији;
- Укључивање већег броја иностраних учесника на конференцијама и догађајима у организацији Института;

4. *Студенти – циљ: повећати ниво комуникације и сарадње са студентима факултета друштвених наука.*

Специфични циљеви у овом контексту су:

- Кроз комуникационе канале које студенти користе пласирање информација које су њима занимљиве како би се најбољи студенти упознали са могућношћу и мотивисали да се укључе у рад на Институту;
- Ангажовање студената на волонтерским и научно-истраживачким пројектима;

5. *Сарадња са релевантним државним институцијама – циљ: унапредити сарадњу и промовисати боље односе.*

Специфични циљеви у овом контексту су:

- Унапређење контаката и сарадње са релевантним државним институцијама ради спровођења истраживања у области етиологије, феноменологије и превенције криминалитета и социјалних девијација;



Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
Institut de recherches criminologiques et sociologiques
Institute of criminological and sociological research

- Потписивање меморандума о сарадњи са институцијама које су природно партнери Института ради учешћа у активностима Института (организација скупова, припрема публикација, организација обука, спровођење истраживања) и укључивања Института у процес доношењу стратешких докумената и нормативних аката из области рада Института;
- 6. *Екстерна комуникација, промоција и брендирање – циљ: остварити систематичан и координисан приступ промоцији и брендирању Института.*
 - Специфични циљеви у овом контексту су:
 - Доношење свих оперативних докумената на основу овог Плана и њихова квалитетна примена у пракси;
 - Развијање бренда и имиџа Института.

Основни комуникациони алати

У комуникацији с јавностима и сарадњи с медијима Институт користи неке кључне комуникационе алате, у које спадају:

- *Класични медијски алати:*
 - Саопштења за медије
 - Конференције за штампу
 - Састанци са медијима и новинарима
 - Интервјуи у медијима руководства Института о раду Института
 - Наступи у ТВ и радијским емисијама запослених о различитим темама из домена њихове експертизе
- *Догађаји:*
 - Састанци
 - Дебате
 - Округли столови
 - Саветовања
 - Научне и стручне конференције
 - Трибине
 - Јавне расправе
 - Дани отворених врата
 - Радионице
- *Штампани материјали:*
 - Публикације Института



Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
Institut de recherches criminologiques et sociologiques
Institute of criminological and sociological research

- Часописи Института
- Брошуре и леци
- *Маркетиншки алати:*
 - Огласи
 - Аудио и видео продукција (видео спотови, филмови, подкасти)
 - Промо материјали са логом Института
 - Материјали за веб, друштвене мреже и медије
 - Интернет страница
 - Online анкете

Институт наведене комуникационе алате користи у складу с потребама и материјалним могућностима.

Односи с медијима – приступ и методе

Институт односи с медијима приступа *на одговоран, доследан и проактиван начин*. Стратешки принципи и циљеви операционализују се низом активности које се предузимају континуирано или по потреби. Те активности укључују:

- Координацију и комуникацију унутар Института, у сврху постизања одговарајућег нивоа информисаности о текућим активностима, пројектима и догађајима, како би се о њима на захтев новинара и медија имале одговарајуће информације;
- Планирање, креирање и развијање принципа и метода рада с медијима, како би се на све упите новинара одговорило благовремено и на одговарајући начин (реактивно деловање), али и како би се медијима и новинарима пружале одговарајуће информације и указивало на одређена питања и теме на проактиван начин;
- Свакодневне активности у пољу односа с медијима, односно комуникација с новинарима из локалних, регионалних, међународних новинских агенција, штампаних, електронских и онлине медија;
- Развијање партнерских односа с представницима медијских кућа;
- Развијање планова и стратегија кризне комуникације, који су брзо и ефикасно примењиви и употребљиви у случају непланираних догађаја или криза;
- Припрема медијских садржаја и материјала за медије – разне врсте објава за медије, за различиту публику или тип медија, припрема садржаја за



Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
Institut de recherches criminologiques et sociologiques
Institute of criminological and sociological research

директне комуникацијске канале, континуирано ажурирање садржаја на онлине платформама;

- Организовање догађаја занимљивих и важних за медије.

Институт у сарадњи с медијима користи низ *комуникационих алата*, чији избор и примена зависе од: циљне групе којој се обраћа, поруке коју треба искомуницирати, реакције која се очекује или жели произвести, и досега који се жели остварити. Неки од тих алата укључују:

- Непосредан контакт с новинарима;
- Посредне комуникационе алате (телефон, СМС, електронска пошта);
- Организовање догађаја за медије (изјаве, интервјуи, press конференције, презентације);
- Писане садржаје за медије (саопштења, обавештења, реаговања, деманти, извештаји о раду);
- Промотивне материјале (кампање за објаву у медијима).

Институт разуме специфичност рада медија и новинара, која укључује потребу за званичним информацијама и саговорницима, брзу реакцију услед постојања рокова за објаву информација, приступ одређеним локацијама, информацијама или људима у датом тренутку, и чини све напоре да онда када је то могуће изађе у сусрет новинарима и помогне у извршавању њихових задатака.

Оцена успешности сарадње с медијима

Процена успешности сарадње с медијима мора се спроводити континуирано, и треба да укључује како *квантитативне параметре анализе* (press clipping, односно број објава у медијима, с посебним акцентом на број позитивних објава), тако и *квалитативне параметре анализе* (степен задовољства новинара и медија сарадњом с Институтом, поверење медија и новинара, изграђен однос с медијима и новинарима).

Неколико је кључних активности које би Институт требало да предузима у циљу оцене успешности сарадње с медијима и унапређења те сарадње:

- Континуирано праћење објава у медијима и друштвеним мрежама и њихово разврставање по принципу: позитивне/негативне;
- Повремено истраживање ставова јавности о Институту и његовим активностима;



Institut za kriminološka i sociološka istraživanja
Institut de recherches criminologiques et sociologiques
Institute of criminological and sociological research

- Унапређење комуникације с медијима: организовање дружења и дискусија с новинарима;
- Процена комуникационе праксе у односима с медијима барем једном годишње, како би се утврдиле добре праксе које треба наставити примењивати, као и мање добре праксе које треба мењати.