

Komunikacja dotycząca osób zaginionych

Rekomendacja dla mediów w ramach kampanii społecznej „Gdzie jesteś?”

CO ROBIĆ?

- ✓ Zanim cokolwiek opublikujesz pamiętaj, że piszesz o ludziach, którzy znaleźli się w bardzo trudnej sytuacji.
- ✓ Zanim oddasz swój tekst do publikacji zastanów się, czy jest to w najlepszym interesie zaginionej i jego rodziny. Przemyśl skutki swojego materiału.
- ✓ Korzystaj tylko z oficjalnych źródeł informacji dot. zaginięcia, np. stron internetowych założonych na potrzeby poszukiwań, organizacji zajmujących się poszukiwaniami osób zaginionych czy służb mundurowych.
- ✓ Wybieraj ekspertów i źródła z rozważą. Jeśli nie jesteś pewien ich wiarygodności, nie używaj ich w materiale. Przekazuj tylko potwierdzone fakty i rzetelne informacje.
- ✓ Pozytywnie reaguj na prośby o korektę w tekście ze strony bliskich osoby zaginionej. Bądź dostępny dla członków rodziny i nie pozostawiaj ich bez odpowiedzi na pytania czy wątpliwości.
- ✓ Jeśli zdobędziesz nowe informacje dotyczące zaginięcia, najpierw przekaz je bliskim osoby zaginionej i odpowiednim służbom. Zadbaj o to, by rodzina dowiedziata się o nowych ustaleniach bezpośrednio od Ciebie.
- ✓ Rozmawiając z rodziną osoby zaginionej bądź otwarty, cierpliwy i bezstronny.
- ✓ Bądź wyrozumiały – uszanuj prywatność i prawo do opinii swoich rozmówców.
- ✓ Pokaż, że starasz się zrozumieć emocje bliskich osoby.
- ✓ Okazuj życzliwość i empatię.
- ✓ Dbaj o moderowanie komentarzy pod materiałem oraz w mediach społecznościowych, aby unikać hejterskich wypowiedzi.
- ✓ W kontakcie z rodziną osoby zaginionej i swoich materiałach uszanuj ich uczucia i sposób, w jaki przeżywają zaginięcie bliskiej osoby.
- ✓ Przeprowadzając wywiad lub rozmowę z bliskimi osoby zaginionej możesz rozpocząć wywiad pytaniami: „Jak mogę/możemy Państwu pomóc? Co chcielibyście, aby wybrzmiało w tym artykule/wywiadzie/audycji? Jakich informacji mam nie publikować? O co mam nie pytać?”.
- ✓ Jeśli możesz wesprzeć rodzinę, kontaktując ją z organizacją pozarządową, ekspertem lub politykiem – zrób to! Możliwe, że będziesz pierwszą osobą, która udzieli takiego wsparcia.

CZEGO NIE ROBIĆ?

- ⊗ Unikaj przedstawiania zaginięć w sposób sensacyjny – postaraj maksymalnie skupić się na przedstawieniu rzetelnych informacji, które mogą pomóc w poszukiwaniach.
- ⊗ Unikaj dramatyzowania sytuacji w celu przyciągnięcia uwagi czytelników/widzów/słuchaczy.

- ⊗ Unikaj spekulacji na temat przyczyn zaginięcia lub możliwego miejsca pobytu osoby zaginionej. Przekazuj tylko sprawdzone informacje.
- ⊗ Unikaj przekazywania spekulacji napływających z innych źródeł niż rodziny zaginionych czy służby. Powielanie informacji z niesprawdzonych źródeł może prowadzić do dezinformacji.
- ⊗ Przy tworzeniu materiałów prasowych nie używaj określeń, które mogą stygmatyzować i krzywdzić rodziny zaginionych. Stosuj neutralne określenia, np. *nie każde zniknięcie dziecka z domu oznacza ucieczkę*.
- ⊗ Staraj się nie dawać fałszywej nadziei niesprawdzonymi informacjami lub obietnicami bez pokrycia.
- ⊗ Nie obwiniaj rodziny o zaginięcie, nawet jeśli istnieją pewne niejasności. Każda spekulacja może być powodem hejtu wobec rodziny, bliskich i osób wspierających.

Opracowanie:

Agnieszka i Daniel Dymińscy – rodzice zaginionego Krzysztofa

Justyna Żukowska-Gołębiewska – Psycholożka, psychotraumatolożka, absolwentka Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie, na kierunku psychologia kliniczna.

Ks. Tomasz Marek Trzaska – ksiądz diecezji łomżyńskiej, suicydolog, certyfikowany konsultant kryzysowy. Ekspert Biura ds. Zapobiegania Zachowaniom Samobójczym Instytutu Psychiatrii i Neurologii w Warszawie.

Monika Kaczmarek-Śliwińska – adiunktka, dr hab., Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Członkini Polskiej Akademii Nauk (Komitet Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach). Medioznawczyni, ekspertka i doradczyni w zakresie komunikowania się z mediami i otoczeniem oraz zarządzania sytuacjami kryzysowymi.

Anna Nicz – dziennikarka, absolwentka dziennikarstwa na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie. W czerwcu 2021 dołączyła do ekipy pilsatnews.pl, Wydarzeń Interii oraz Tygodnika Interii. Interesują ją szeroko rozumiane tematy społeczne, także kwestie związane z kryzysami humanitarnymi. Autorka reportażu z obozów dla uchodźców w Irackim Kurdystanie.

38 Content Communication - Agencja odpowiada całościowo za przygotowanie i realizację strategii PR-owej, kreację oraz produkcję. Działania są prowadzone pro bono.

O kampanii "Gdzie jesteś?"

W Polsce co roku ginie 2000 dzieci. Choć większość z nich udaje się odnaleźć, nie wszystkie wracają do swoich rodzin. Aby zwrócić uwagę na ten problem i wesprzeć rodziny w trudnej sytuacji, powstała kampania społeczna "Gdzie jesteś?". Jej inicjatorami są Agnieszka i Daniel Dymińscy, rodzice zaginionego przed rokiem Krzysztofa, a celem jest ukazanie trudności i cierpienia rodzin zaginionych dzieci, które żyją w niepewności i zawieszeniu oraz zwrócenie uwagi na problemy systemowe utrudniające poszukiwania. Kampania jest objęta patronatem honorowym Rzecznika Praw Dziecka. Więcej informacji: www.gdziejestes.org