

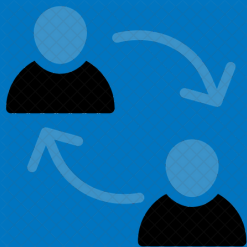


COMUNICAREA ÎN SITUAȚII DE CRIZĂ CONFORMĂ CU DREPTURILE OMULUI

OFICIUL ONU PENTRU DREPTURILE OMULUI,
MOLDOVA

CARE AR TREBUI SĂ FIE SCOPUL COMUNICĂRII CĂTRE PUBLIC, TITULARII DE DREPTURI, ÎN TIMPUL UNEI CRIZE?

Scopul Dvs. ar trebui să fie acela de a furniza informații exacte, bazate pe dovezi, în timp util, regulate și transparente în toate etapele crizei sau crizelor. Acest lucru ajută publicul să își adapteze comportamentul după cum se cuvine, să participe în mod semnificativ la deciziile care îl pot afecta și să sprijine identificarea lacunelor care pot exista în răspunsul statului.



CARE SUNT NEVOILE INFORMAȚIONALE ALE PĂRȚILOR INTERESATE?

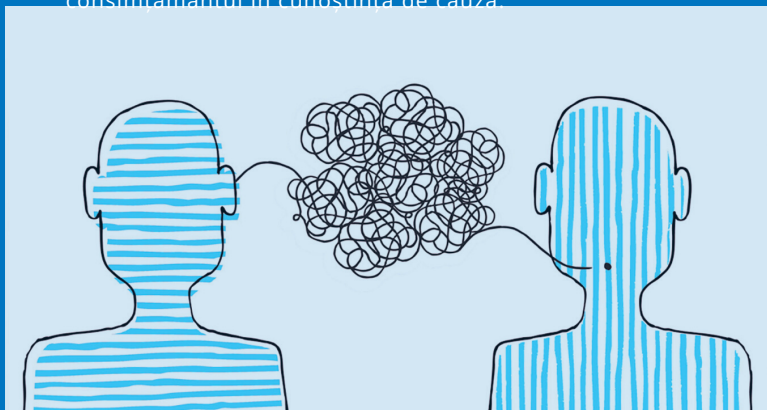


Publicul, titularii de drepturi:

- **Informații practice despre:**
 - ce s-a făcut sau se face pentru a preveni criza sau agravarea acesteia;
 - modul în care este evaluată situația;
 - care sunt serviciile și ajutorul de care pot beneficia, cum ar fi asistență și tratament în caz de nevoie.
- Information must **reach everyone**, without exception. This means making information available and accessible in readily understandable formats and languages, including minority languages, and adapting information for people with specific needs including visually- and hearing-impaired, and reaching those with limited or no ability to read or with no internet access.
- Informațiile **trebuie să ajungă la fiecare persoană**, fără excepție. Aceasta înseamnă a face informațiile disponibile și accesibile în limbaj și format ușor de înțeles, inclusiv în limbile minoritare; adaptarea informațiilor pentru persoanele cu dizabilități, inclusiv cu deficiențe de vedere și auz, și să ajungă la cei cu capacități limitate sau fără capacități de a citi sau fără acces la internet sau alte surse de informare.
- Temerile ar trebui recunoscute și preocupările legitime ale publicului **ar trebui respectate**.
- **Viziunile, vocile și cunoștințele femeilor** sunt esențiale și ar trebui încorporate în procesul de pregătire și răspuns la epidemie.
- Fiecare campanie de informare trebuie să fie **sensibilă la gen**, în vederea capacității femeilor de a lua măsuri de prevenire adecvate.
- **Confidențialitatea** informațiilor furnizate de titularii de drepturi sau referitoare la aceștia trebuie asigurată, cu excepția cazului în care titularul de drepturi a dat consimțământul în cunoștință de cauză.

Comunicatorii:

- În calitate de comunicatori, trebuie să faceți **parte din procesul decizional** pentru a asigura o comunicare rapidă și eficientă.
- Mesajele comune ar trebui dezvoltate și distribuite tuturor responsabililor de a face publice informațiile, pentru a **asigura consecvența**.
- Ar trebui să acționați rapid pentru a fi **primii care informează publicul** despre situația de criză, modul în care aceasta evoluează, aspectele legate de prevenire, diagnosticare timpurie și tratament, pentru a vă asigura că informațiile bazate pe dovezi sunt prezentate primele, înainte de răspândirea zvonurilor și a dezinformării.
- **Testul final** pentru informațiile furnizate publicului, este măsura în care acestea permit persoanelor să ia propriile decizii cu privire la criză, pe baza conștientizării situației și a consecințelor deciziilor lor.
- Orientați mesajele țintă, informațiile și persoanele interviuate către o **gamă largă de instituții media**, de la cele de la nivel național, la cele locale. Presa locală, radioul și televiziunea pot juca un rol esențial în transmiterea informațiilor către comunitățile greu accesibile, și pot avea o înțelegere unică a publicului lor local. Canalele locale au adesea capacitatea de a comunica în mod concentrat cu o populație distinctă care este direct afectată de criză.
- Conlucrați cu **punctele focale informale ale comunităților** pentru distribuirea mesajelor Dvs. în timpul crizelor. Astfel de puncte focale informale ale comunităților din zonele rurale pot fi asistenții și lucrătorii sociali, mediatorii comunitari, ofițerii poștali sau activiștii, sau antreprenorii locali; acestea sunt, de obicei, bine cunoscute autorităților publice locale.
- Ar trebui **să se asigure** că mesajele transmise au **ajuns într-adevăr la public**, inclusiv la persoanele menționate anterior cu nevoi informaționale specifice, cum ar fi persoanele cu diferite tipuri de dizabilități (deficiențe vizuale și auditive, dificultăți de învățare și intelectuale), minoritățile etno-lingvistice, persoanele din zonele rurale, persoanele cu capacitate limitată de citit sau acces limitat la internet și alte surse de informare. Acest lucru se poate face prin contactarea autorităților locale, persoanelor de contact la nivel de comunități și a altor persoane la nivel local.
- Principiul confidențialității ar trebui respectat: informațiile confidențiale despre persoane ar trebui tratate în mod **confidențial** și cu respect. De asemenea, informațiile care sunt împărtășite în beneficiul comunității ar trebui să fie anonimizate.



DE CE AR TREBUI SĂ ȚINEȚI CONT ATUNCI CÂND COMUNICĂȚI

- Care este mesajul pe care încerc să-l transmit?
- Care este cea mai bună modalitate de a transmite mesajul? Ce instrumente ar trebui să folosesc? Ce platformă ar trebui să folosesc?
- Când și cum trebuie să actualizez informațiile?
- Care sunt sursele de informații pe care le folosesc?
- Care este publicul meu țintă și cum trebuie să prezint informațiile pentru a ajunge la el?
- Cum voi evalua impactul mesajului meu?



IAR COMUNICĂRILE ÎN PERIOADELE DE CRIZĂ AR TREBUI SĂ FIE ȘI DESPRE:



Împuternicirea titularilor de drepturi:

- Este esențial să se furnizeze **informații corecte și cuprinzătoare** cu privire la cauzele și efectele crizei și la ceea ce se face pentru atenuarea crizei. Aceasta contribuie la consolidarea rezilienței titularilor de drepturi în timpul și după criză.
- Este important să se ia în considerare **percepțiile, necesitățile și preferințele diferitelor grupuri**. Considerarea necesităților celor mai vulnerabili sprijină toate celelalte eforturi de comunicare în timpul crizei.
- Comunicarea ar trebui să **împuternicească și/sau să protejeze părțile interesate** care contribuie la depășirea crizei. Aceasta poate include grupuri specifice, cum ar fi personalul medical, tinerii etc.
- Asigurarea **accesului larg a publicului la informații**. Trebuie să se ia în considerare mijloacele de comunicare potrivite pentru fiecare dintre grupuri, inclusiv pentru grupurile care au necesități informaționale specifice.
- Oamenii au dreptul de a participa la luarea deciziilor care le afectează viața. Deschiderea și transparența și **implicarea celor afectați în luarea deciziilor** este esențială pentru a asigura participarea oamenilor la măsurile destinate protejării propriei sănătăți și a populației mai largi.



Zero-toleranță pentru stigmatizare, stereotipuri și discriminare:

- O criză poate genera un val de stigmatizare și discriminare împotriva anumitor persoane. Mesajele publice **trebuie să împiedice** o astfel de tendință, făcând declarații cu privire la **toleranța zero față de stigmă, stereotipuri și discriminare**.
- Comunicarea trebuie să **contracareze rapid retorica** care provoacă frica și trebuie să se asigure că, comunicarea nu crează premise pentru ca anumite grupuri să fie mai vulnerabile la violență și discriminare.
- Aveți grijă să **nu consolidați**, din greșeală, **informațiile false sau stereotipurile**.
- Difuzarea unor campanii de **informare** și de sensibilizare exacte, clare și bazate pe dovezi sunt cele mai eficiente instrumente de **combatere a discriminării și a xenofobiei**, care alimentează dezinformarea și frica.
- Luați în considerare dacă este mai bine să vă asumați știri false și să riscați să repetați afirmația falsă sau dacă este mai bine să transmiteți cât mai multe mesaje clare și exacte. Acest lucru este cu adevărat important pentru rețelele de socializare.
- **Campaniile eficiente de informare și educație publică** ar trebui să vizeze **abordarea stigmatizării și stereotipurilor**; dar precum a fost menționat anterior, reflectați dacă doriți să respingeți sau, pur și simplu, să insistați cu mesaje pozitive. Spargeți mitul, nu îl alimentați.
- Accentul ar trebui pus pe **mesajele care unesc** și adoptă o poziție pozitivă, subliniind viitorul și măsurile care trebuie luate, spre deosebire de o poziție retrospectivă, care se concentrează asupra trecutului, însoțit de învinuirea și identificarea presupușilor vinovați.

Pentru mai multe informații, consultați:

- **Îndrumările OHCHR privind COVID-19 disponibile la:**
<https://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/COVID19Guidance.aspx>
- **"Ghid de comunicare pentru crize pentru organizații publice"** disponibil la:
http://www.crisiscommunication.fi/criscomscore/files/download/GUIDE_for_Public_Organisations.pdf