

Διαχείριση κρίσεων

Περιεχόμενα διάλεξης

- Ορισμός κρίσης
- Αιτίες κρίσης
- Ενέργειες που περιλαμβάνει η διαχείριση κρίσεων
- Η επικοινωνία κατά τη διάρκεια μιας κρίσης
- Οι επικοινωνιακές σταθερές μιας κρίσης
- Διαχείριση των ΜΜΕ
- Ο ρόλος των εργαζομένων
- Η αντιμετώπιση των φημών
- Αξιολόγηση της προσπάθειας

Ορισμός κρίσης

Οι κρίσεις είναι ανεπιθύμητες καταστάσεις που προκύπτουν συνήθως ξαφνικά και δημιουργούν προβλήματα, ανωμαλίες, δυσχέρειες και κινδύνους επηρεάζοντας αρνητικά τους άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενους σε αυτές. Συνήθως έχουν συγκεκριμένη χρονική διάρκεια και τα εξής δύο χαρακτηριστικά:

1. σχετίζονται με ανθρώπους
2. διακόπτουν την ομαλή και ελεγχόμενη ροή της πληροφόρησης

Αιτίες κρίσεων

Πηγή κρίσεων	Βίαιες	Μη βίαιες
Ενέργειες της φύσης	Σεισμοί, πλημμύρες, φωτιές	Λειψυδρίες, περιβάλλον
Ακούσιες	Εκρήξεις, πυρκαγιές, διαρροές, άλλα ατυχήματα	Προβλήματα στην παραγωγική διαδικασία που επιφέρουν καθυστερήσεις, κίνδυνος χρεοκοπίας
Εκούσιες	Τρομοκρατικές ενέργειες, πλαστογραφίες, κλοπές, απομιμήσεις	Κακεντρεχείς φήμες, επιθετικές εξαγορές

Ενέργειες που περιλαμβάνει η διαχείριση κρίσεων

1. Περιορισμός στο ελάχιστο των πιθανοτήτων ξεσπάσματος μιας κρίσης.
2. Κατασκευή σεναρίων
3. Προσδιορισμός του αποτελέσματος – στόχου
4. Σχεδιασμός δράσης για την αντιμετώπιση της κρίσης

Η επικοινωνία κατά τη διάρκεια μιας κρίσης

Τρία στοιχεία - κλειδιά συμβάλλουν στην επιτυχή για τον οργανισμό έκβαση των εξελίξεων, τα εξής:

1. Η ύπαρξη ενός σχεδίου επικοινωνίας
2. Η δημιουργία ειδικής ομάδας αντιμετώπισης της κρίσης
3. Η τοποθέτηση ενός και μόνο εκπροσώπου επικοινωνίας

Οι επικοινωνιακές σταθερές μιας κρίσης

- Τα άτομα που βρίσκονται κοντά ενημερώνονται κυρίως από προσωπικές επαφές και μαρτυρίες
- Τα άτομα συνήθως αντιλαμβάνονται την κρίση με βάση τις προσωπικές τους εμπειρίες και τις επιδράσεις της σε αυτούς
- Τα πορίσματα των αρμόδιων κρατικών φορέων θεωρούνται συνήθως τα πιο αξιόπιστα
- Ο χρόνος και ο τρόπος κάλυψης της κρίσης στα Μ.Μ.Ε. σχετίζεται με τη σοβαρότητα που έχει αυτή στην κοινή γνώμη
- Η ανοιχτή επικοινωνιακή πολιτική μειώνει σημαντικά την παραπληροφόρηση και τις φήμες

Συνήθειες ερωτήσεις των ΜΜΕ

Οι ερωτήσεις των δημοσιογράφων αφορούν:

- Στον αριθμό των νεκρών και τραυματιών
- Στις καταστροφές που έγιναν σε αντικείμενα και κτίρια
- Στο χρόνο που έγινε η κρίση
- Στη περιγραφή του χώρου και του τρόπου
- Στα στοιχεία των νεκρών, τραυματιών και διασωθέντων
- Στον αριθμό των εργαζομένων που απασχολούνται στον οργανισμό και τον αριθμό αυτών που εργάζονταν εκείνη την ώρα στο συγκεκριμένο πόστο

Η πληροφόρηση προς τα ΜΜΕ

Γενικά, η πληροφόρηση θα πρέπει να είναι πλήρης, ακριβής, έγκαιρη και να τονίζει τη θετική πλευρά των γεγονότων, αλλά ταυτόχρονα προσεκτική και φειδωλή σχετικά με τα παρακάτω θέματα:

- Οτιδήποτε ακούστηκε για οποιονδήποτε
- Καθυστερήσεις και παραλήψεις στις πρώτες αντιδράσεις
- Λεπτομερή περιγραφή των αιτιών της κρίσης
- Λεπτομερή περιγραφή των ζημιών που προκλήθηκαν

Ο ρόλος των εργαζομένων

- Οι εργαζόμενοι αποτελούν πηγές πληροφόρησης
- Οι δημοσιογράφοι και οι ενδιαφερόμενοι επιδιώκουν να αντλούν πληροφορίες από αυτούς
- Συχνά διακατέχονται από συναισθήματα άγχους, φόβου και ανασφάλειας και είναι επιρρεπείς σε φήμες και διαδόσεις
- Ο οργανισμός θα πρέπει να επιδιώκει την πληροφόρησή τους

Η αντιμετώπιση των φημών

- Πρόληψη
- Ανάλυση αιτιών, κινήτρων και πηγών δημιουργίας και διάδοσής τους
- Συζήτηση με άτομα ή ομάδες ατόμων που ζημιώθηκαν ή επηρεάστηκαν από αυτές
- Άμεση και επίσημη ενημέρωση
- Αποφυγή αναφοράς σε συγκεκριμένες φήμες
- Διασπορά «θετικών» φημών

Αξιολόγηση της προσπάθειας

1. Αξιολόγηση κατά τη διάρκεια της κρίσης
2. Αξιολόγηση στο τέλος της κρίσης
3. Πιθανή ανάληψη διορθωτικών ενεργειών