**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 zaginionego 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 rozwagą. 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 przekaż je bliskim osoby zaginionej i odpowiednim służbom. Zadbaj o to, by rodzina dowiedziała 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, pomysłodawcy kampanii „Gdzie jesteś?”*

***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 polsatnews.pl, Wydarzeń Interii oraz Tygodnika Interii. Interesują ją szeroko rozumiane tematy społeczne, także kwestie związane z kryzysami humanitarnymi. Autorka reportaży z obozów dla uchodźców w Irackim Kurdystanie.*

***38 Content Communictation -*** *Agencja odpowiadająco 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 cierpień 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](http://www.gdziejestes.org)