

## Ataki terrorystyczne w Londynie – analiza medialna

W brytyjskiej prasie specjalistycznej przetoczyła się wstępna analiza medialna efektywności komunikacji służb biorących udział w komunikacji skutków ataku terrorystycznego. Poniższy artykuł jest podsumowaniem informacji, jakie ukazały się w brytyjskim wydaniu tygodnika PR Week.

### Ocena działań podjętych przez służby informacyjne:

PR-owcy odpowiedzialni za komunikację w sektorze publicznym zostali poddani ciężkiej próbie, kiedy nastąpił atak terrorystyczny. Próbie sił z rzeczywistością poddano przygotowane wcześniej plany komunikacji kryzysowej, jak również spójność działania osób odpowiedzialnych za utrzymanie stałej i rzetelnej komunikacji z mediami.

Część biura prasowego londyńskiego metra zaraz po otrzymaniu informacji o ataku udała się bezpośrednio na miejsce zdarzeń, czyli na ulicę Liverpool Street i stację King Cross, aby wesprzeć służby ratownicze i przejąć na siebie role zarządzających mediami na miejscu. W tym samym czasie pracownicy biura, którzy pozostali w centrali zajęła się wysyłaniem informacji do mediów przy pomocy poczty elektronicznej, organizacją krótkich wywiadów z rzecznikiem prasowym i organizacją konferencji prasowej z udziałem policji.

Stephen Web odpowiedzialny za komunikację w biurze prasowym londyńskiego metra przyznał w wywiadzie dla PR Week: *„Żelazną zasadą jaka obowiązuje w takich sytuacjach to nie wypuszczać komunikatu zanim nie jest się absolutnie pewnym co się komunikuje. W dzień zamachu byliśmy zdruzgotani i zaskoczeni. To przecież zdarzenie bez precedensu w londyńskim metrze. Dlatego najgorsze były pierwsze godziny po ataku. Na przykład, dopiero późnych popołudniem mieliśmy pewność, że było cztery bomby, a nie siedem jak myśleliśmy wcześniej”*

Rzecznik prasowy londyńskich służ ratownictwa podzielił się również ciekawymi spostrzeżeniami: *„Naszyc 25 szefów zespołu ratownictwa uczestniczyło w ubiegłym roku w specjalnym szkoleniu medialnym. Chcieliśmy, żeby byli bardziej pewni siebie w kontaktach z mediami podczas różnych akcji ratowniczych. Zgodnie z planem komunikacji kryzysowej,*

*każdy z pracowników ma ściśle określoną rolę do spełnienia. Jeden zajmuje się raportowaniem aktualnych informacji minuta po minucie dla pozostałych członków zespołu. Kolejna osoba zbiera dane i tworzy z nich informacje prasową”*

Niestety w dniu ataku z powodu urlopów było obecnych tylko sześciu spośród przeszkolonych pracowników, oprócz pracowników biura prasowego. Zdaniem rzecznika nie było możliwości, aby powstał dodatkowy zespół, który mógłby pojawić się na miejscu zdarzenia i tam zarządzać komunikacją. *Podsumowując nasze działania musze przyznać, że komunikacją się udało. Trzymaliśmy się procedur, spokojnie przechodziliśmy do kolejnych etapów komunikacji, spokojnie bez emocji które mogły nas zgubić* – podsumował działania biura prasowego służb ratownictwa rzecznik prasowy tej instytucji.

#### Ocena komunikacji z punktu widzenia dziennikarzy:

Dziennikarze którzy zajmowali się tematem ataków terrorystycznych chwalą profesjonalizm służb publicznych w upowszechnianiu informacji, ale jednocześnie ganią działania policji i służb transportowych.

Terry Kirby reporter *The Independent* dla PR Week tak ocenił sytuację: *Nie mieliśmy żadnych problemów w uzyskaniu informacji od Scotland Yardu. Chyba dużo ćwiczili takich sytuacji bo wszystko działało jak dobrze naoliwiona maszyna, włączając w to komunikację.* Jednak z większym sceptycyzmem odnosi się do działań policji i służb transportowych: *W oficjalnych komunikatach podawano że na stacji Picadilly zmarło 21 osób, jak się potem okazało to była nieprawda. Do takich zdarzeń nie może dochodzić. To podstawowa i kluczowa sprawa, podawać sprawdzone informacje.*

Z opinii, jakie pojawiły się w brytyjskich mediach zwracano również uwagę na sposób komunikacji. Chris Choi, dziennikarz z ITN tak ocenił komunikację służb ratownictwa: *Komunikat przeczytany na miejscu zdarzenia opisywał, co się wydarzyło i jakie będą kolejne kroki w działaniu służb. To było w porządku. Jednak sposób, w jaki to komunikowano pozostawiał wiele do życzenia, zwłaszcza w kontekście faktu, że chodziło przecież o ratowanie życia ludzi.*

Pochwałę dziennikarzy zebrały tymczasowe biura prasowe zorganizowane w szpitalach, które pomimo olbrzymiego napięcia sytuacji na bieżąco dostarczały informacje o liczbie poszkodowanych. Było to bardzo istotne ponieważ największym problemem z jakim borykały się media była blokada sieci telefonii komórkowej, co uniemożliwiało dotarcie do rzetelnych źródeł informacji.

Paweł Poręba

Biuro Prasowe PKN ORLEN SA

Na podstawie PR Week