

Priljeno/Received: 2015-08-26

UDK: 316.77:659
Editorial/Uvodnik

KRIZNO KOMUNICIRANJE CRISIS COMMUNICATION

Mario Plenković

*Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb, Hrvatska
Croatian Communication Association, Zagreb, Croatia*

Sudjelovati u javnostima, odnosno javnom životu, u opasnostima ili krizama (društvene, gospodarske, osobne, radne, političke, medijske, izbjeglice, prirodne katastrofe ili tehničko-tehnološke nesreće) znači međusobno komunicirati na svim razinama globalne, regionalne, nacionalne i lokalne krizne komunikacije.

Krizno komuniciranje je znanstvena i prakseološka disciplina koja je nastala kao rezultanta (orijentirani dinamički usmjeravajući vektor strukturiranja javnosti) svih mogućih kriznih poruka i komunikoloških zakonitosti, a posebno onih koje se bave ponašanjem čovjeka u opasnostima ili krizama. Komuniciranje u kriznim situacijama pomaže i omogućuje svakom građaninu (čovjeku) ostvarivanje uspješne ili neuspješne krizne komunikacije u svom društvenom, gospodarskom, vjerskom, političkom, međunarodnom ili nekom drugom otvorenom ili zatvorenom komunikativnom okruženju.

Krize i opasnosti se temelje na događanjima u javnostima koje se, prema funkcionalističkoj teoriji razmjene informacija i kriznih poruka, mogu instrumentalizirati, te (ne)svjesno usmjeravati u (ne)željenom pravcu (ne)ciljanim javnostima. Krizno komuniciranje, u institucionalnom sustavu odnosa s javnostima, je organizacijski, strukturalno i komunikološki stohastično i (ne)određeno tvorbenim strukturalnim elementima komuniciranja u odnosima s javnostima. Strukturalni dinamički sustav krizne komunikacije s javnostima tvore: Građani, institucije (državne, političke, gospodarske, znanstvene, umjetničke, kulturne vjerske, športske, civilne i medijske), informacija, komunikacija, mediji, novinari, komunikatori za odnose s javnostima, publika, javnost, javno mnijenje, komunikatori za tvorbu javnih poruka, agencijski servisi, agencije za odnose s javnostima, društvene mreže (Internet, SocialNetwork, Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, Bluetooth, blogeri, web komunikacija, mobilne aplikacije, chat servisi, histogram, instagram, iPhone, instant poruke (IM), nove IM aplikacije, WhatsApp, Facebook Messenger, Big Data, LinkedIn, Sound Cloud....). U komunikacijskom procesu brze, komunikativno kompetentne, logičke, medijski razumljive i logične krizne komunikacije je izuzetno znakovita uloga pametne mobilne industrije i agencijskih kriznih (IT) servisa i agencija koje komuniciraju s javnostima u opasnostima

Participation in a public or in a public life, in danger or crisis (social, economic, personal, labor, political, media, refugee crisis, natural disasters or technical and technological accidents) means to communicate at all levels of global, regional, national and local crisis communication. Crisis communication is a scientific discipline that arose as a result of (oriented dynamic directing vector of structuring public) all possible messages and communicational crisis of legality, especially those dealing with the behavior of a man in danger or crisis. Communicating in a crisis situation helps and allows every citizen (man) a successful or unsuccessful crisis communication in their social, economic, religious, political, international, or other open or closed communicative environment.

Crisis and dangers are based on events in the audiences that, according to the functional theory of exchange of information and emergency messages, may instrumentalize, and (un)consciously direct in the (un)desired direction to the (non)targeted audiences. Crisis communication, in the institutional system of public relations, is organizationally, structurally and communicationally stochastic and (non)certain by formative structural elements of interaction in public relations. The structural dynamic system of crisis communications with publics is formed with: individuals, institutions (government, political, economic, scientific, artistic, cultural, religious, sports, civil and media), information, communications, media, journalists, communicators, public relations, public, public opinion, communicators for the formation of public messages, news agency services, agencies for public relations, social media (Internet, SocialNetwork, Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, Bluetooth, bloggers, web communications, mobile applications, chat services, histogram, instagram, iPhone, instant messaging (IM), a new IM application, WhatsApp, Facebook Messenger, Big Data, LinkedIn, Sound Cloud). In the communication process quick, competent communicative, understandable and logical media crisis communication is highly significant role of smart mobile industry and the agency's crisis (IT) services and agencies which communicate with the public in dangers and crisis. The dangers and crises are sudden and undesirable conditions that may affect the individual, family, group, party, economy,

i krizama. Opasnosti i krize su iznenadna i nepoželjna stanja koja mogu zahvatiti pojedinca, obitelji, grupe, stranke, gospodarstvo, društvo, lokalnu samoupravu, naselje, selo, grad, državu ili međunarodnu zajednicu. Upravljanje kriznom komunikacijom u kriznim stanjima (krizni komunikacijski menadžment) je komunikološko-psihodinamički model prenošenja poruka građanima i institucijama o mogućim i nastalim kriznim opasnostima (požari, potresi, ekološke katastrofe, ratna događanja, izbjeglice i druga prateća krizna stanja) koja dolaze iznenada, nenajavljeno, podmuklo i s mogućim katastrofalnim posljedicama. Krizne iznenadne i nenajavljene situacije kolateralno čine građane nesigurnim te destabiliziraju institucije, države i čitavo okruženje koje je zahvaćeno kriznim događajima (prirodne katastrofe, tehničko-tehnološke nesreće, razarajuće situacije, ratovi, terorizam, ljudske katastrofe ili izbjeglice). Možemo uočiti, povijesnom retrospektivom, iz koje je razvidno da su prvi pisani tragovi o kriznim komunikativnim događajima datiraju još iz 7.st. kada su vladari, država Azije i Afrike, slali svoje izaslanike u susjedne države da pribavljaju informacije (podatke) u svrhu ostvarivanja i realizacije njihovih budućih ratnih, političkih i osvajačkih ciljeva. Krizno komuniciranje je, s informacijske točke gledišta, komunikativni proces prikupljanja »tajnih i drugih informacija (podataka)« na temelju kojih se planiraju strateške koncepcije i planovi (državne, političke, gospodarske, vojne, religijske, športske, znanstvene, medijske, ...) kriznog komuniciranja. Posljednja dva desetljeća krizno komuniciranje je zamijenjeno nazivom »globalni terorizam« koji se u teoriji komuniciranja i praksi krizne komunikacije interpretira i analizira kao komunikativni krizni model »pro et contra« a dobio je globalno kodno ime »Model Osama bin Ladena«. Strateški krizni komunikacijski menadžment (»Krizni komunikacijski štabovi«), svojim komunikativnim umijećem pokušavaju se oduprijeti kodnom »Modelu Osama bin Ladena (globalni terorizam)« traganjem za najboljim kriznim komunikativno-medijskim odgovorima? ISIL (Radikalna fundamentalistička država), a posebno krizni tajni »džihad« (radikalna fundamentalistička ideološka koncepcijska komunikativna taktika), komunikativno krizno komuniciranje naziva »sveti rat« koji mijenja strateške komunikativne forme i oblike krizne komunikacije (ratna krizna stanja, terorizam, crna, bijela i siva propaganda te iznenadna i nenajavljena krizna akcijska djelovanja) na svim razinama globalne, regionalne, nacionalne i lokalne krizne komunikacije.

Povijesnom analizom krizne komunikacije možemo zaključiti, dakako, kako se krizna komunikacija pojavljuje u brojnim različitim pojavnim oblicima, namjerama i ciljevima s (ne)predvidljivim kriznim posljedicama. Prisjetimo se iznenadnih razarajućih komunikativnih dimenzija krizne komunikacije, kao što su: (Grigoriya Rasputina, Domoljubni atentatori, Petrovgrad, 1916.; Križ i svastika, KKK, nacizam, produkcija tajnih službi o simbolima moći, 19.st.; Svastika, na stadionu

society, local government, town, village, city, state or international community. Management of crisis communication in crisis situations (crisis communication management) is communicational-psychodynamic model of transmitting messages to citizens and institutions about possible damage and critical threats (fires, earthquakes, environmental disasters, warfare, refugees and other related emergencies) that come suddenly, unexpectedly, insidious with possibly catastrophic consequences. Sudden and unannounced crisis situations collaterally make citizens uncertain and they destabilize institutions, the state and the whole environment is affected by crisis events (natural disasters, technical and technological accidents, destructive situations, wars, terrorism, human disasters or refugees). We can see, the historical retrospective shows that the first written evidence of the crisis communicative events dates back to the 7th century when the rulers of the countries of Asia and Africa, sent its envoys to neighboring countries to obtain information (data) in order to achieve the realization of their future war, political and conquering goals. Crisis communication is, from the information point of view, the communicative process of collecting "secret and other information (data)" on which to plan strategic concept and plans (civil, political, economic, military, religious, sporting, scientific, media, ...) of crisis communication.

In the last two decades the term crisis communication is replaced by the name "global terrorism" which, in theory of communication and practice of crisis communication is interpreted and analyzed as a crisis communicative model of "pros and cons" and has a global code name "Osama bin Laden Model". The strategic crisis communication management, by their communicative skills are trying to resist the code "Osama bin Laden Model (global terrorism)" by searching for the best crisis communicative media response? ISIL (Radical fundamentalist state), especially crisis secret "jihad" (radical fundamentalist ideological conceptual communicative tactic), is naming communicative crisis communication "holy war" that changes the strategic communication forms and forms of crisis communication (wartime emergencies, terrorism, black, white and gray propaganda and sudden and unannounced crisis action) at all levels of global, regional, national and local crisis communication. By using historical analysis of the crisis communication, we can conclude, of course, that crisis communication occurs in many different forms, aims and objectives with the (un) predictable consequence of the crisis. We can recall the sudden devastating communicative dimension of crisis communication, such as: (Grigory Rasputin, the Patriot assassins, St.Petersburg, 1916.; cross and swastika, KKK, Nazism, production of the secret services of the symbols of power, 19th century ; Swastika on the Poljud stadium (Split, 12.06.2015); Vladimir Ilyich Lenin, the Russian Bolshevik revolution, return in a sealed train from Zurich to St. Petersburg, (15.03.1917);

Poljud (Split, 12.06.2015); Vladimir Iljić Lenjin, Ruska boljševička revolucija, povratak u zapečaćenom vlaku od Zuricha do Petrograda, (15.03.1917); Churchill, Roosevelt i Staljin, novi zemljovid Europe (Jalta, 1944); Nesreća u nuklearnoj elektrani Three Mile Island / Three Mile Island nuclear accident (SAD, 1979); Che Guevara, međunarodna ikona (1965) i smrt revolucionara (Bolivija, 09.10. 1967); Pad teretnog ruskog aviona Anatonova s 15 tona nepoznatog tereta i 30 nepoznatih putnika (Južni Sudan, 1971); Dan koji je promijenio cijeli svijet / Day that changed the world (Pentagon i New York, 11. 09.2001); Ubojstvo Osame bin Laden, globalni terorizam, operacija Neptunovo koplje (Afganistan, 02.05.2011); Nesreća u Fokushimi, treća najveća nuklearna katastrofa / Accident in Fokushima third biggest nuclear catastrophe (Fokushima, 12.03.2011); Tornado koji je usmratio najmanje 16 osoba u 3 američke države / Tornado kills at least 16 persons in 3 american states (SAD, 02.03.2012); Costa Concordia, Veliki potop / Great predicted Costa Concordia disaster (12.01. 2012.); Izbjeglice:Sirija, Irak, Afganistan, Europa, Balkan, Ukrajina (2015.); Nesreća ruskog aviona (Egipat, 01.11.2015); i brojne druge krizne katastrofe koje su utjecale na promjenu strategije upravljanja informacijama i komunikacijama u kriznim situacijama. Krizno komuniciranje u kriznim situacijama, to jest u odnosima s javnostima (krizna komunikacija), se uz pomoć novih (IT) tehnologija, pametne mobilne tehnologije, društvenih mreža, Interneta i digitalne komunikacije, se promijenila i otvara novu stranicu metodologije i tehnike suvremene sofisticirane krizne komunikacije, koju danas nazivamo „Suvremeni digitalizirani strateški krizni komunikacijski menadžment“. Globalne, regionalne, nacionalne i lokalne iznenadne i nenajavljene krize uključuju nove komunikološke subliminalne spoznaje (osobne, društvene, tržišne, kulturne, znanstvene, športske, političke, medijske, dizajnerske i multimedijске) iz svih područja rješavanja osobnih i društvenih kriza na svim razinama krizne komunikacije. Nova strateška komunikativna krizna znanja (krizni komunikacijski menadžment) o komuniciranju, krizama i opasnostima u vrijeme kriznih događanja se komunikativno manifestira i prepoznaje odmah uz pomoć novih (IT) tehnologija i novih komunikoloških znanja i zakonitosti komuniciranja. Prepoznavanjem kriznih događaja (globalni terorizam, izbjeglice, ratovi,...) javnost, kompetentni stručnjaci za krizni komunikacijski menadžment, percipiraju naš osobni, državni, institucionalni, županijski i lokalno društveni ugled. Krizni komunikacijski menadžment, u opasnostima i krizama s aspekta komunikologije, posebno krizne dinamičke komunikacije, nalaže i obvezuje stručnjake za krizni komunikacijski menadžment da relevantnim javnostima pruže potpune, pravodobne i jasne informacije o nastalim kriznim događanjima. Današnje doba, to jest novo povijesno razdoblje krizne komunikacije, sve više određuje digitalizirana komunikacija i (IT) informacijski i komunikacijski procesi, medijska konvergencija

Churchill, Roosevelt and Stalin, a new map of Europe (Yalta, 1944); nuclear power plant Three Mile Island / Three Mile Island nuclear accident (1979), Che Guevara, an international icon (1965) and the death of revolutionaries (Bolivia, 09.10.1967); The decline of Russian cargo plane with 15 tons of unknown cargo and 30 unknown passengers (South Sudan, 1971); Day That Changed the World (New York and the Pentagon, 11.09.2001); The murder of Osama bin Laden, global terrorism, Operation Neptune's spear (Afghanistan, 02.05.2011); accident in Fokushima, third largest nuclear disaster (Fokushima, 12.03.2011); Tornado kills at least 16 persons in three American states (USA, 02.03.2012); Costa Concordia disaster (12. 01. 2012); refugees: Syria, Iraq, Afghanistan, Europe, the Balkans, Ukraine (2015); Russian aircraft accidents (Egypt, 01.11.2015); and numerous other emergency disasters that affected the change in strategy for information management and communication in crisis situations.

Crisis communication in a crisis situation, that is in public relations (crisis communication), with the help of new (IT) technology, smart mobile technology, social networks, the Internet and digital communication have changed and started a new page of the methodology and techniques of modern sophisticated Crisis Communications, now called "Modern digitized strategic crisis communications management." Global, regional, national and local sudden and unannounced crisis include new communicational subliminal knowledge (personal, social, market, cultural, scientific, sporting, political, media, design and multimedia) from all areas of solving personal and social crisis at all levels of crisis communication . New strategic crisis communicative skills (crisis communication management) on communication, crises and dangers in time of crisis events are manifested and recognized immediately with the help of new (IT) technologies and new knowledge of communication and patterns of communication. Recognizing crisis events (global terrorism, refugees, war, ...) the public, competent professionals in crisis communications management, perceive our personal, national, institutional, county and local social reputation. Crisis communications management, the dangers and crises in terms of communication, particularly dynamic crisis communications, orders and undertakes a specialist in crisis communications management relevant to the public with complete, timely and clear information on existing emergency events. This day and age, that is a new historical period of crisis communication, is more and more determined by digitized communication (IT) information and communication processes, media convergence, interpersonal and interactive communications, multimedia communications, new media, smart mobile technology, social networks and the unstoppable expansion of the network of Internet citizens. New modern digitized communicative paradigm of crisis communications is based on the assumption that communication is a form of strategic cooperative interacti-

ja, interpersonalno i interakcijsko komuniciranje, multimedijaska komunikacija, novi mediji, pametna mobilna tehnologija, društvene mreže i nezaustavljivo širenje mreže građana Interneta. Nova suvremena digitalizirana komunikativna paradigma krizne komunikacije se temelji na pretpostavci da je komuniciranje oblik strateške kooperativne interakcije u kojem su latentno prisutna dva krizna komunikacijska procesa: krizna konjunkcija (građansko približavanje u komunikativnom procesu rješavanja krizne situacije) i krizna disjunkcija (građansko udaljavanje u komunikacijskom procesu rješavanja problema krizne situacije). Konjunktivni i disjunktivni krizni komunikacijski procesi se najbolje odražavaju na primjeru izbjegličke krize (Sirija, Irak, Afganistan, Ukrajina i Evropa) što predstavlja poseban izazov za komunikologiju krizne komunikacije i profesionalne odnose s javnostima u kriznim situacijama. Krizno komuniciranje je komunikativni proces upravljanja kriznim životnim, radnim, društvenim, političkim, gospodarskim i drugim kriznim preprekama koje kolateralno nastaju kao posljedica (ne)predvidljivih kriznih situacija. Komunikativne krizne prepreke mogu biti fizičke, psihičke, komunikološke, sociološke, semantičke ili neke druge nepredvidljive naravi. Fizička krizna stanja, kao oblik možebitnih komunikacijskih prepreka, se lakše uočavaju, prepoznaju i brže se mogu otkloniti. One se krizno manifestiraju svojim uočljivim komunikativnim neverbalnim oblicima komuniciranja (galama, izgled, naslućivanje vremenskih nepogoda i slično). Psihička krizna stanja se teže otkrivaju a time se sve više krizno stanje produbljuje i usložnjavaju. Krizna komuniciranje se odnosi na postavljanje brojnih građanskih, grupnih i društvenih normi (krizno upravljanje javnim životom i društvenom zajednicom u skladu s proklamiranim građanskim i društvenim vrijednostima u procesu krizne komunikacije). Treba upozoriti na grupno ponašanje građana u procesu krizne komunikacije. Osnovno je obilježje svake društvene građanske grupe da, pored grupnog interesa, imaju interesne zajedničke oznake pripadnika grupe, ujedinjuju se kao članovi grupe i teže, u procesu kriznog komuniciranja, istom cilju. Komunikativna kolektivna logika grupne krizne komunikacije je urođena čovjekova potreba da se svaki čovjek pridružuje grupi građana, koja postaje za svakog člana grupe, izvor kriznih informacija, osobnog identiteta i grupne motivacije za izlazak iz krizne situacije (izbjeglice, nesreće, poplave, potresi, požari, grupa »Franak«). U kriznim situacijama izuzetno je složen i zahtijevan komunikacijski krizni proces „razuvjeravanje javnosti« (prestanak važenja prethodnih informacija ili kriznih opasnosti) te predstavlja komunikativno složeniji proces od samog komunikacijskog procesa »uvjeravanja javnosti«. Poželjno je da se u procesu kriznog komuniciranja posreduje brza, točna i analitički dobra procjena trenutne krizne situacije s osvrtom na prethodnu informaciju o kriznom događaju. Krizno komuniciranje je kreativni holistički komunikativni proces odabira i

on in which are present two crisis communications process: Crisis conjunction (civil convergence in the communicative process of resolving the crisis) and the crisis disjunction (civic alienation in the communication process of resolving problems crisis situations). Conjunctive and disjunctive crisis communication processes are best reflected in the case of the refugee crisis (Syria, Iraq, Afghanistan, Ukraine and Europe), which represents a special challenge for communications and crisis communications professional and public relations in crisis situations. Crisis communication is a communicative process of managing difficult life, work, social, political, economic and other crisis obstacles that collaterally are a result from (un)predictable crises. Crisis communication barriers can be physical, psychological, communicational, social, semantic or other unpredictable nature. Physical emergencies, as a form of potential communication barriers, are easier to see, recognize and quickly can be removed. They manifest their visible crisis communication in non-verbal forms of communication (noise, appearance, anticipating bad weather, etc.). Mental emergencies are more difficult to detect and therefore the state of crisis is deepening and becoming more complex. Crisis communication relates to the setting up of numerous civic, group and social norms (crisis management of public life and the community in accordance with the proclaimed civil and social values in the process of crisis communication). Group behavior of citizens in crisis should be pointed out. The basic feature of any social civic group is, in addition to group interests, a common interest of the group, group members are united and in the process of crisis communication, they have the same goal. Communicative collective logic of group crisis communication is an innate human need for every man to join a group of citizens, which becomes for each member of the group, source of crisis information, personal identity and team motivation to get out of a crisis situation (refugees, disasters, floods, earthquakes, fires, group "Franc"). In a crisis situation is extremely complex and demanding crisis communication process of "reassuring the public" (of expiry of the previous information or crisis risk) and is a more complex communicative process than the communication process of "reassuring the public". It is desirable that in the process of crisis communication mediates fast, accurate and good analytical assessment of the current crisis situation with reference to previous information about the crisis event.

Crisis communication is creative holistic communicative process of selecting the optimal reflection and understandable instructive directions of crisis action (coordination and rapid implementation of plans for crisis action, mobilization and motivation of employees, monitoring the implementation of strategic crisis actions, accurate assessment of new crises and stimulating mobilization of other contributors to the successful crisis communication). On the aspect of Communication sci-

promišljanja optimalnih i razumljivih instruktivnih smjerova kriznog djelovanja (koordiniranje i brza primjena planova za krizno djelovanje, mobiliziranje i motivaciju suradnika, nadzor provedbe kriznih strateških akcija, točna procjena nove krizne situacije te poticajna mobilizacija svih suradnika za uspješno krizno komuniciranje). S komunikološkog aspekta, formiranja kriznog javnog mnijenja, krizna komunikologija upozorava da su primatelji kriznih poruka skloni iskrivljavanju i sumnji spram primljenih kriznih poruka. Većina javnosti, nažalost, posredovane krizne poruke, u mnoštvu primljenih poruka, i ne razumije. Za uspješno krizno komuniciranje je nužno ovladati komunikacijskim procesom modularne krizne komunikacije s dvanaest znakovitih kriznih komunikativnih upozorenja: (1) Strogo normirani administrativni piramidalni komunikacijski modeli krizne komunikacije ne mogu vječno vegetirati (poznati egipatski krizno komunikativni poučak); (2) Nove (IT) tehnologije revidiraju i mijenjaju tradicionalni administrativni krizni konzervativizam;

(3) Nužno je razlikovati iznenadnu kriznu katastrofu od programiranih kriznih situacija; (4) Mobilizirati kvalitetan i kompetentan komunikativni tim za upravljanje kriznom komunikacijom; (5) Izolirati privilegirane sudionike u procesu upravljanja kriznom komunikacijom; (6) Definirati plan operativne transmissijske krizne komunikacije; (7) Strateški planirati oblike i tehnike medijske krizne komunikacije; (8) Selektivno planirati i operacionalizirati komunikativni proces krizne komunikacije; (9) Respektirati vjersku (religijsku) osjetljivost u procesu upravljanja kriznom komunikacijom; (10) Razraditi političku strategiju krizne komunikacije; (11) Strogo financijski kontrolirati komunikacijski proces izvedbe planirane krizne komunikacije; i (12) Locirati upotrebne medije i strateške centre medijske moći u procesu krizne komunikacije. Možemo, na kraju ovog uvodnika, zaključiti da je svaki oblik viđenja određenih kriznih situacija i komunikacijskih procesa, manje ili više uspješno preslikavanje mogućeg realiteta krizne komunikacijske prakse u teoriji i praksi upravljanja informacijama i komunikacijama u kriznim situacijama. Modelsko upravljanje kriznom komunikacijom predstavlja viši stupanj komunikološke konkretizacije i operacionalizacije dominantnih komunikacijskih zakonitosti u teoriji i praksi strateškog kriznog komunikacijskog menadžmenta. Za razliku od same teorije kriznog komuniciranja koja samo teorijski promišlja bit i smisao kriznog komuniciranja, analizirani modularni modeli krizne komunikacije, ima učinkovitu i veću praktičnu upotrebnu vrijednost u cilju modelskog uspostavljanja dominantnog modularnog modela kriznog komuniciranja s aspekta upravljanja informacijama i komunikacijama u praksi kriznog komunikacijskog menadžmenta. Komunikologija krizno komuniciranje i odnose s javnostima promatra kao osmo članski strukturalni model kriznog komuniciranja (krizna situacija; komunikativni tim za upravljanje kriznom komunikacijom;

ence, forming a crisis public opinion, Crisis Communication Studies warn that the recipients of the crisis message prone distortion and suspicion toward received crisis messages. Most of the general public, unfortunately, mediated crisis messages, in the multitude of received messages, does not understand. For successful crisis communication is necessary to master the process of modular crisis communication with twelve indicative crisis communicative phrases: (1) Strictly standardized administrative pyramid communication models of crisis communication can not forever vegetate (famous Egyptian crisis communicative theorem); (2) New (IT) technology review and change the traditional administrative crisis of conservatism; (3) It is necessary to distinguish between sudden crisis catastrophe and programmed crisis situations; (4) Mobilize qualitative and competent communicative management team for crisis communication; (5) Isolate privileged participants in the process of crisis communication; (6) Define the transmission plan of operational crisis communication; (7) The strategic planning of forms and techniques of the media crisis communication; (8) Selective plan and operationalize the communicative process of crisis communication; (9) Respect religious sensitivity in the process of crisis communication; (10) Develop a political strategy of crisis communication; (11) Strict financial control of communication process performance of planned crisis communication; and (12) locate usable media and strategic centers of media power in the process of crisis communication.

We can, at the end of this editorial, conclude that any form of seeing certain crisis situations and communication processes, more or less successfully mapping a possible reality of crisis communication practices in the theory and practice of information management and communication in crisis situations. Model of crisis communication management represents a higher degree of communicational concretization and operationalization of the dominant communication legality of the theory and practice of strategic crisis communication management. Unlike the theory of crisis communication that only theoretically reflect the essence and meaning of crisis communication, analyzed modular model of crisis communication, has an effective and more practical use value of a model in order to establish the dominant modular models of crisis communication in terms of information management and communication in the practice of crisis communication management. Communication science of crisis communication and public relations is viewed as the eight members structural model of crisis communication (crisis situation; communicative management team for crisis communication; operational plan of crisis communication, communication time, communication attention of the relevant public; public opinion; a strategic plan of media crisis communications; and effective crisis communication management).

operativni plan krizne komunikacije; komunikacijsko vrijeme; komunikacijska pažnja relevantne javnosti; javno mnijenje; strateški plan medijske krizne komunikacije; i učinkoviti krizni komunikacijski menadžment).

Ključne riječi

Komunikologija, odnosi s javnostima, kriza, krizno komuniciranje, javnost, mediji

Keywords

Communication, Public Relations, Crisis, Crisis communication, Public, Media

Prof.dr.sc.Mario Plenković



Editor-in-Chief