



Ovaj projekat finansira Evropska unija



EU podrška provedbi zakona

Preporuka

**o unapređenju aktivnosti odnosa s javnošću
i zajedničke komunikacije policije i tužilaštava
tokom krivičnih slučajeva u Bosni i Hercegovini**

**Preporuka
o unapređenju aktivnosti
odnosa s javnošću i zajedničke
komunikacije policije i tužilaštava
tokom krivičnih slučajeva
u Bosni i Hercegovini**

Ova publikacija je urađena uz pomoć Evropske unije. Sadržaj ove publikacije je isključiva odgovornost Projekta EU podrška provedbi zakona i ni u kom slučaju ne predstavlja stanovišta Evropske unije.

Projekat provodi Savezno ministarstvo unutrašnjih poslova Republike Austrije u konzorciju sa ministarstvima unutrašnjih poslova Republike Slovenije, Republike Mađarske i pokrajine Brandenburg Savezne Republike Njemačke, te Međunarodnim centrom za razvoj politika migracija (ICMPD) i Transparency International BiH (u svojstvu saradnika). Partneri, korisnici Projekta su bh. agencije za provedbu zakona na državnom, entitetskom, kantonalnom i nivou Distrikta Brčko BiH.

Predgovor

Cilj Projekta EU podrška provedbi zakona u Bosni i Hercegovini je dati doprinos nastojanjima agencija za provedbu zakona na svim nivoima da poboljšaju kapacitete u borbi protiv organizovanog kriminala i korupcije, unaprijede saradnju s tužilaštvima, te na najbolji način iskoriste prednosti regionalne i međunarodne operativne policijske saradnje.

Komponenta 9 je odgovorna za unapređenje saradnje između policije i pravosuđa. U tom cilju, jedan od najbitnijih elemenata je komunikacija. Policija i tužilaštva moraju komunicirati efikasnije, kako bi se povećao uspjeh krivičnih istraga. Komunikacija s javnošću i medijima, također, treba biti poboljšana. Nekontrolisani i loše planirani rad s medijima tokom krivičnih istraga organa za provedbu zakona narušava povjerenje javnosti prema njima i ugrožava uspjeh istrage.

Istražioce i tužioce treba pustiti da rade svoj posao, da vode zajedničku uspješnu istragu, a rad s medijima treba prepustiti onima koji su obučeni za ovakav posao, tj. portparolima u policijskim agencijama i tužilaštvima. Mediji žele dobiti tačne i ažurirane informacije i imati kontakt osobu koja će im pružiti podršku u radu.

Ova preporuka pruža prikaz o tome kako planirati rad s medijima od početka do kraja krivične istrage.

Aleksandar Faladžić
Lokalni koordinator za komponentu 9

Gyula Rádi
Dugoročni stručnjak za komponentu 9

Sažetak

Rad s medijima je bitan dio komunikacije s građanima. **Širok obim pozitivnih mjera** koje se primjenjuju u borbi protiv kriminala **treba prezentirati javnosti na što profesionalniji način. Ovaj cilj se može postići samo putem bliske saradnje između predstavnika policijskih i pravosudnih institucija.**

U interesu svih kojih se tiče, odnosi s javnošću bi trebali pratiti sljedeće smjernice i principe:

- Osoblje odgovorno za koordinaciju odnosa s javnošću **mora biti svjesno svoje uloge pružanja usluga**. Kako bi bili uspješni, moraju raditi i komunicirati na način koji je:
 - kredibilan i zasnovan na činjenicama,
 - orjentiran prema dijalogu i razumljiv,
 - prikladan datoj situaciji,
 - kooperativan.
- Odnosi s javnošću moraju biti koordinisani što je više moguće. **Vodeći princip bi trebao biti „jedna poruka – dva glasa“** (policija i tužilaštva).
- **Uspješni odnosi s javnošću moraju se bazirati na intenzivnoj i timski orjentiranoj saradnji** između odjela institucija i/ili osoblja odgovornog za odnose s javnošću unutar policijskog i pravosudnog sistema.
- Rad s medijima služi u svrhu brzog, aktivnog i profesionalnog informisanja javnosti u vezi s pitanjima unutrašnje sigurnosti. Kako bi se postigao najbolji mogući rezultat, uključene strane se moraju **UVIJEK** usaglasiti o radu s medijima u bitnim slučajevima.

Tokom očevida na mjestu zločina treba uzeti u obzir sljedeće smjernice:

- **Na mjestu zločina, posebno mjesto treba biti određeno za predstavnike medija, izvan ograničene zone koja je označena žutom trakom.**
- **Nije dozvoljeno fotografisanje ili snimanje na mjestu zločina. Informacije treba dati samo ovlašteni portparol.**
- **Portparoli trebaju konsultovati glavnog istražioca kako bi odredili koje informacije smiju biti dostupne javnosti.**

Sljedeće se primjenjuje u svim okolnostima:

- Samo provjerene informacije se prezentiraju javnosti.
- Službene izjave daju isključivo osobe koje su za to imenovane (portparoli).
- Predstavnici policije i tužilaštava neće prezentirati pretpostavke ili špekulacije.
- Usprkos pritisku medija, navedeni principi rada s medijima u krivičnim slučajevima neće biti ignorisani.
- Koordinisani rad s medijima vodi ka uspjehu.

1. Definicija odnosa s javnošću

U smislu komunikacije, odnosi s javnošću obuhvataju sve instrumente i mjere pogodne za izgradnju kredibiliteta i povjerenja između jasno definisanih internih i eksternih interesnih grupa (rad s medijima, interna komunikacija, upravljanje događajem, korporativni identitet, itd). Rad s medijima je bitan dio komunikacije s građanima.

2. Opći ciljevi odnosa s javnošću

Prvi i glavni cilj se sastoji u aktivnom jačanju unutrašnje sigurnosti u Bosni i Hercegovini i u predstavljanju postignuća policijskog i pravosudnog sistema (npr. u borbi protiv kriminala) javnosti na najbolji mogući način. Stoga je potrebno:

- poboljšati imidž policijskog i pravosudnog sistema kao i ojačati povjerenje javnosti u njihov rad.

Širok opseg pozitivnih mjera koje se primjenjuju u borbi protiv kriminala **treba prezentirati javnosti na što profesionalniji način. Ovaj cilj se može postići samo bliskom saradnjom predstavnika policijskih i pravosudnih institucija**, kao i voljom da komuniciraju međusobno i s javnošću. Budući da obje strane bitno doprinose rješavanju kriminaliteta, odnosi između policije i pravosuđa ne smiju biti takmičarske prirode.

Aktivnosti odnosa s javnošću uključuju:

- predstavljanje rada policije i pravosuđa, posebno u borbi protiv kriminala, na transparentan i razumljiv način;
- potvrđivanje i jačanje povjerenja javnosti u rad policije i pravosuđa;
- osiguravanje pozitivne percepcije javnosti o policijskom i pravosudnom sistemu.

Uzevši u obzir navedeno, interes svih uključenih strana je koordinirana komunikacija unutar institucije, kao i odnosa s javnošću. Najprofesionalniji mogući pristup odnosima s javnošću interes je, kako policijskih, tako i tužilačkih institucija.

Smjernice za rad s medijima tokom krivičnih istraga bi se trebale izvesti iz navedenih ciljeva.

3. Smjernice i principi odnosa s javnošću

U interesu svih kojih se tiče, aktivnosti odnosa s javnošću bi trebale biti u skladu sa sljedećim smjernicama i principima:

- **Osoblje** odgovorno za koordinaciju odnosa s javnošću **mora biti svjesno svoje uloge pružanja usluga** internim i eksternim ciljnim grupama. Kako bi bili uspješni, moraju raditi i komunicirati na način koji je:
 - kredibilan i zasnovan na činjenicama,
 - orjentiran prema dijalogu i razumljiv,
 - prikladan datoj situaciji,
 - kooperativan.

- Odnosi s javnošću moraju biti koordinisani što je više moguće. **Vodeći princip bi trebao biti „jedna poruka – dva glasa“** (policija i tužilaštva).
- **Uspješni odnosi s javnošću moraju se bazirati na intenzivnoj i timski orjentiranoj saradnji** između odjela institucija i/ili osoblja odgovornog za odnose s javnošću unutar policijskog i pravosudnog sistema.
- Zajedničke obuke u oblasti odnosa s javnošću, posebno u radu s medijima, bitni su preduslovi za profesionalni rad u odnosima s javnošću.
- Zajedničko planiranje i procjena pruža potrebnu osnovu za profesionalnu, aktivnu i uspješnu komunikaciju.
- **Rad s medijima služi u svrhu brzog, aktivnog i profesionalnog informisanja javnosti o stvarima u vezi sa unutrašnjom sigurnosti.** Kako bi se postigao najbolji mogući rezultat, uključene strane se moraju UVIJEK usaglasiti o radu s medijima u bitnim slučajevima.

4. Rad s medijima tokom krivičnih istraga

Bitne akcije kriminalističke policije, hapšenja, istrage, itd, uvijek privlače veliki interes medija. Stoga je profesionalni rad s medijima posebno bitan, jer:

1. ako rad s medijima nije primjeren, čak i najbolja akcija policije neće biti prezentirana kao uspjeh.
2. nedostatak profesionalnosti u radu s medijima može rezultirati negativnim medijskim izvještavanjem, nezavisno od kvalitete policijskoga rada.
3. policija i tužilaštva imaju interes prikazati javnosti šta rade kako bi se borili protiv kriminala i zbog toga moraju raditi zajedno.

Rad s medijima u vezi s uspješnim akcijama policije mora biti dobro koordinisan na osnovu zajedničkog plana za medije, koji je pripremljen prije akcije policije. Glasine, špekulacije, dezinformacije se mogu spriječiti aktivnom komunikacijom.

Opseg aktivnog rada s medijima zavisi od date akcije, o čemu se policija i tužilaštva moraju usaglašavati od slučaja do slučaja.

4.1. Rana koordinacija rada s medijima između policije i tužilaštava

Što se primjenjuje tokom istraživanja, tj. što zahtjeva razjašnjenja pitanja između tužilaštava i kriminalističke policije, kao dio standardne rutine, također se primjenjuje u radu s medijima i treba biti koordinisano **na vrijeme**, kao bitan faktor za uspjeh akcije i percepciju javnosti. Bitno je napomenuti da odluke o radu s medijima ne trebaju donositi istražitelji, **već portparoli ili šefovi odjela za odnose s javnošću.**

O radu s medijima koji je planiran **prije, u toku i nakon** akcije se treba usaglasiti unaprijed.

Čak i ako rad s medijima nije potreban, treba se sačiniti procedura i/ili usaglasiti pripremljena izjava. U bitnim slučajevima, uključujući i međunarodne, uvijek postoji rizik da predstavnici medija saznaju o akciji od neformalnih izvora ili stranih medija.

U operacijama u kojima učestvuju policija i tužioc, rad s medijima mora biti zajednički usaglašen i koordinisan od samog početka; obje strane doprinose uspjehu operacije i stoga trebaju imati priliku da prenesu svoju poruku i predstave uspjehe javnosti, te time daju doprinos pozitivnom imidžu i/ili pozitivnom predstavljanju u medijima.

4.2. Principi policijskoga rada s medijima

Sljedeći faktori se moraju biti uzeti u obzir prije i u toku rada s medijima u vezi s krivičnim slučajevima:

Prije kontakta s medijima bitno je uzeti u obzir sljedeće:

1. utjecaj medija na javnost,
2. potencijalni bol koji može biti nanesen žrtvama, rodbini žrtava i potrebu za zaštitom privatnosti.

U kontaktu s medijima, pažnja se mora posvetiti:

- zakonodavnom okviru,
- obavezi pružanja informacije,
- usklađenosti sa zahtjevima za zaštitu podataka,
- obavezi čuvanja službene tajne,
- podjeli zadataka – svaki učesnik komunicira samo o stavkama iz oblasti za koju je odgovoran/na.

Kada se pružaju informacije, dodatno treba uzeti u obzir:

- instrukcije nadređenog, ako postoje, zavisno od okolnosti slučaja,
- pretpostavku o nevinosti,
- pravilo da objavljivanje informacije ne smije ugroziti daljnji tok istrage,
- da prava uključenih osoba ne smiju biti kršena,
- poštivanje privatnosti,
- interes javnosti.

Lične informacije ne smiju biti dostupne javnosti ili komunicirane medijima iz policije ili tužilaštva, osim ako je objavljivanje takvih informacija u skladu sa zakonom.

5. Instrumenti zajedničkih odnosa s javnošću

- Konferencije za novinare
- Saopštenja za javnost
- Brifing za novinare/intervjui
- Informacije o pozadini slučaja
- Informacije objavljene na internetu

6. Model u tri faze za rad s medijima

U nastavku je opisan model u tri faze koji se primjenjuje kod svih mjera i odluka za odnose s javnošću.

Faza 1: Decentralizovani odnosi s javnošću u manjim slučajevima i/ili operacijama rutinske prirode

U manjim krivičnim slučajevima rutinske prirode, odnosima s javnošću može upravljati osoba odgovorna za akciju ili osoba koju on/ona imenuje, ukoliko to nije van nadležnosti te osobe u smislu teritorije i sadržaja.

Faza 2: Koordinisani decentralizovani rad s medijima u bitnijim krivičnim slučajevima i/ili akcijama

U bitnijim slučajevima i akcijama koji su izvan nadležnosti vođe akcije u smislu teritorije i sadržaja, decentralizovanim radom s medijima upravlja vođa akcije nakon prethodnih konsultacija s portparolom ili osobom koju portparol imenuje. Ako je to potrebno, portparol mora odlučiti o formulaciji teksta izjave koja se izdaje i/ili nadzirati i podržavati odnose sa javnošću.

Faza 3: Tijesno usklađen rad s medijima u bitnim, međunarodnim krivičnim slučajevima i/ili akcijama

U slučajevima koji su privukli veliku medijsku pažnju, regionalno ili unutar države, redovne i dugoročne aktivnosti odnosa s javnošću, uključujući i rad s medijima, moraju UVIJEK biti planirane i realizovane koordinirano kako bi se postigli najbolji mogući rezultati.

U svim slučajevima rada s medijima u fazi 3 moraju se što je prije moguće osigurati razumljivi i profesionalni odnosi s medijima na mjestu događaja (gdje je počinjeno krivično djelo, nesreća, događaj, itd). Sljedeće se mora uzeti u obzir:

- Podjela zadataka između policije i tužitelja;
- Osigurati kontakt osobu za medije na mjestu događaja, tj. portparola;
- Neposredno komuniciranje kontakt podataka portparola svim relevantnim odjelima, internim i eksternim. Portparol je dostupan 24 sata dnevno na mobilni telefon kako novinarima, tako i kolegama;
- Kontakt informacije portparola su medijima komunicirane i putem izjave za medije;
- Aktivno širenje informacija na bazi korak po korak, nakon saglasnosti svih odjela, putem intervjua, izjava za medije u određeno vrijeme i/ili putem konferencija za novinare;
- Nacrt i objavljivanje usaglašenih izjava za medije;

7. Koordinisani rad s medijima prije bitnih akcija (hapšenja, policijskih napada, međunarodnih akcija)

Sljedeća pitanja u vezi s radom s medijima bi trebala biti predmet usaglašavanja policije i tužilaštva:

1. Da li treba obaviti neke zadatke u vezi s medijima?

- Ako ne, kakva reakcija medija se očekuje i kako će policija i tužilaštvo djelovati u toj situaciji?
- Ako da, kakva je procedura?

2. Na koji način će se pristupiti radu s medijima (aktivno, pasivno)

- Aktivno: Blagovremena izrada plana za komunikaciju, koji uključuje i instrumente ophođenja:

- Intervjui
- Konferencije za novinare / brifing za novinare
- Saopštenja za javnost
- Informacije o pozadini slučaja

➤ Pasivno: Informacije će biti pružene SAMO na novinarski upit

3. Ko je zadužen za medije (dostupnost 24 sata)?

- Ko izdaje informacije za medije u ime policije?
- Ko izdaje informacije za medije u ime tužilaštva?

4. Koju vrstu informacija daje tužilaštvo/policija?

- Bitna je usaglašenost u izboru riječi
- Usaglašene ključne izjave/ usaglašene ključne poruke (čak i ako nema "aktivnog" rada s medijima)

5. Kada početi s aktivnim radom s medijima?

6. Gdje (na kojim lokacijama) se koriste instrumenti rada s medijima (konferencije za novinare, informacije o pozadini slučaja, itd)?

7. Kako je organizovana razmjena informacija između policije (portparol, šef operacije/istrage, šef ustanove) i tužilaštva prije, tokom i nakon akcije?

Kontrolna lista za rad s medijima – šta treba razjasniti unaprijed?

Aktivnost	
Pitanje 1: Da li treba govoriti o akciji?	Da / Ne?
Pitanje 2: Ako da, ko prezentira informacije?	Koju vrstu informacija pruža tužilaštvo? Koju vrstu informacija pruža policija?
Pitanje 3: Kada i kako će biti pružene informacije?	npr. nakon prvog vala hapšenja, dan nakon toga, itd.
Pitanje 4: Šta će biti saopšteno?	Ključne poruke tužilaštva/policije?
Pitanje 5: Na koji način će informacije biti saopštene?	Koji instrumenti (konferencija za novinare, saopštenja za javnost, intervjui, itd) će biti korišteni?
Pitanje 6: Ko su portparoli u tužilaštvu i policiji (koji su dostupni 24 sata dnevno)?	
Pitanje 7: Kako je organizovana razmjena informacija između policije (portparol, šef akcije/istrage, šef ustanove) i tužilaštva prije, tokom i nakon akcije?	
Pitanje 8: Koje su ključne informacije i poruke – čak i ako nema "aktivnog" rada s medijima?	
Pitanje 9: Alternativni scenarij – Plan B: Koje su opcije u slučaju nenamjernog "curenja" informacija?	Plan B se primjenjuje u slučaju "curenja" informacija koje su rizik za akciju i/ili ako rad s medijima ne može biti obavljen kao što je planirano, npr. informacija o predstojećem hapšenju "procurila" u medije. Šta poduzeti u ovom slučaju?

8. Hitna komunikacija

Ako se NEĆE dijeliti informacije s medijima o bitnoj akciji koja se u to vrijeme poduzima, npr. iz taktičkih razloga, treba biti pripremljen usaglašeni plan hitne komunikacije za realizaciju u slučaju da informacije o (bitnim međunarodnim) akcijama "procuri" u javnost i time ugrozi istragu/rad policije. Kao pravilo važi da je plan hitne komunikacije ključna stvar za uspjeh ili neuspjeh akcije u javnosti. Loše koordinirane i neprofesionalne reakcije mogu ugroziti uspjeh akcije u smislu njene prezentacije medijima. Stoga je posebno važno da se **na vrijeme** razjasni ko je zadužen za razgovor s medijima i za organizovanje rada s medijima.

Kada se određuje procedura, pitanja postavljena u tački 6.2. trebaju biti uzeta u obzir. U svim slučajevima, informacije pružaju isključivo portparoli i/ili grupa osoba imenovanih u tu svrhu. Istražiocima ne trebaju davati bilo kakve informacije medijima, bez prethodnog odobrenja portparola i/ili šefa ustanove. U svakom slučaju sljedeća pitanja trebaju biti unaprijed odgovorena u policiji i tužilaštvu:

1. Odluka: Komunicirati – da ili ne?
2. Ko je portparol (hijerarhija portparola)?
3. Šta se treba saopštiti? Sadržaj
4. Kada komunicirati?
5. Kako komunicirati – koji instrumenti će biti korišteni?

9. Rad policije s medijima na mjestu zločina

Na koja pitanja predstavnika medija u koje vrijeme treba odgovoriti kako bi se osigurao profesionalni rad s medijima? Sljedeća kontrolna lista je namijenjena omogućavanju rada s medijima na mjestu događaja za sve kojih se to tiče.

Rad s medijima na mjestu zločina je delikatna stvar. Predstavnici medija očekuju odgovore na pitanja u vrijeme kada postoji vrlo malo vjerodostojnih informacija, jer činjenice slučaja trebaju još biti utvrđene (= faza haosa). Taktika odugovlačenja neće funkcionisati, jer predstavnici medija očekuju da budu informisani od samog početka. Stoga je potrebno dati neke informacije, ali samo one činjenice koje mogu biti potpuno objavljene. Ukoliko novinari steknu dojam da policija ili tužilaštvo kriju informacije, pronaći će informacije iz drugih izvora i novinske priče će biti objavljene, sviđalo vam se to ili ne.

Sljedeće se primjenjuje u svim okolnostima:

- Saopštavaju se samo provjerene informacije.
- Službena saopštenja daju isključivo osobe koje su imenovane na tu funkciju (portparoli).
- Ni policija niti tužilaštva neće praviti pretpostavke ili se upustiti u špekulisanje. Usprkos pritisku medija, navedeni principi rada s medijima tokom krivičnih slučajeva ne smiju biti ignorisani.
- Koordinirani rad s medijima vodi ka uspjehu.

Sljedeća kontrolna lista je namijenjena omogućavanju profesionalnog rada s medijima tokom tzv. faze haosa u krivičnim istragama, uvažavajući pravne i etičke principe.

10. Kontrolna lista rada s medijima policije/ tužilaštva – rad s medijima na mjestu zločina

Kontrolna lista za "rad s medijima na mjestu zločina" – prve informacije

Šta, ko, gdje, kad, kako – pitanja koja treba odgovoriti ako su već ustanovljene činjenice i mogu biti objavljene u tom trenutku.

Šta se desilo?

- npr. ubistvo, hapšenje, akcija

Ko je ubijen / ko je uhapšen?

- npr. muškarac ili žena, informacija o spolu žrtve
- npr. starosna dob, ukoliko može biti ustanovljena

Gdje je pronađeno tijelo / gdje je izvršeno hapšenje?

- Npr. na mjestu zločina (npr. u kući žrtve, šumi, vozilu, ...)

Kada je pronađeno tijelo / kada je izvršeno hapšenje?

- Npr. u ponoć

Kako je pronađeno tijelo / ko je bio uključen u akciju?

- Npr. od prolaznika / posebnih timova, lokalne kriminalističke policije

Kontakt za medije je IME, PREZIME, i dostupan/na je mobilni telefon s brojem _____.

Drugi set informacija na mjestu zločina

Ko je žrtva?

- Ustanovljen identitet? Da/ne?

Postoje li indicije o učešću treće osobe?

- Da/ne

Ko je pronašao žrtvu?

- Otac, sin, susjed, itd. (opće informacije, bez ličnih podataka)

Kako je žrtva ubijena?

- Davljenje, pucanje, itd.

Što je pronađeno na tijelu žrtve?

- Npr. tragovi davljenja, rane od metaka, ogrebotine.

U kakvim uslovima je pronađena žrtva?

- Obučen/a u _____, gol/gola, polugol/polugola, itd.

Dodatne informacije će vjerovatno biti objavljene u _____ sati.

Treći set informacija sa mjesta zločina

Da li je pronađeno oružje kojim je počinjeno ubistvo?

- Da/ne
- Ako da, o kojoj vrsti oružja je riječ?

Koji je potencijalni motiv?

- Nema špekulacija

Da li je krivično djelo počinjeno na mjestu gdje je pronađeno tijelo?

- Da/ne
- Ako ne, koji tragovi nagovještavaju da je krivično djelo počinjeno na drugoj lokaciji?

Ko živi na lokaciji gdje je počinjeno krivično djelo?

- npr. otac, majka, partner, itd. (opće informacije, bez ličnih podataka)

Ko je bila posljednja osoba koja je vidjela žrtvu živu? (ako se ovim ne ugrožava život svjedoka)

- Npr. otac, majka, partner, itd. (opće informacije, bez ličnih podataka)

Gdje je žrtva viđena posljednji put?

- Npr. na radnom mjestu, sportskoj dvorani, autobusu (opće informacije, bez ličnih podataka, bez davanja imena poslodavca)

Kakva vrsta ubistva može biti? ŠTA MOŽE BITI ISKLJUČENO?

- Bez špekulacija, samo potvrđene informacije
- Npr. ubistvo s krađom, ubistvo iz seksualnih pobuda

Šta je žrtva nosila sa sobom i/ili da li nedostaju neke od njegovih/njenih ličnih stvari?

- Npr. torba, novčanik, mobilni telefon, itd.

Četvrti set informacija – u danima koji slijede
--

Dalje informacije:

Koje su korake kriminalistička policija i tužilac već poduzeli?

Koji su koraci planirani?

Da li su do sada identifikovani osumnjičeni?

Da li su postignuti prvi rezultati ili da li su se obavila ispitivanja?

- Da li su osumnjičene osobe spremne priznati krivnju? Da/ne

Da li su dostupne slike osumnjičenih?

- Objavljivanje putem medija

11. Fotografije i video snimci na mjestu gdje je počinjeno krivično djelo

Kako bi se osigurala zaštita prava na privatnost žrtve, fotografije i video snimci na mjestu gdje je počinjeno krivično djelo dozvoljeni su samo u prisustvu portparola. Fotografisanje i snimanje su predmet strogih pravila i ne smiju:

- Spriječavati, ugrožavati ili narušavati rad kriminalističke policije,
- Kršiti pravo na privatnost trećih osoba (npr. prava žrtava), i
- Otkriti identitet istražioca.

Kao alternativa, fotografije i video snimci mogu napraviti nadležne osobe i prosljediti ih predstavnicima medija na vrijeme i u odgovarajućem kvalitetu.

