

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
I. E-KRYZYS. WPROWADZENIE	11
1. Natura e-kryzysów	12
2. Kryzysowe chwasty i bańka informacyjna	14
3. Czy to już kryzys?	15
4. Twój współudział w tworzeniu kryzysu	18
5. Percepcja kryzysowa	20
6. Przebieg kryzysu i krytyczne znaczenie pierwszej fazy oraz efekt echa.....	23
7. Nie tylko zagrożenie.....	25
II. ROZPOZNAJ. Kryzysowe zjawiska w sieci i źródła kryzysów	27
1. Typy zachowań kryzysogennych w SoMe	27
2. Od wypowiedzi pozytywnych po krytykanctwo.....	29
3. Fake news, deepfake i plotki	30
4. Zrozumieć hejt.....	38
5. Trolling	44
6. Mowa nienawiści	48
7. Cyberprzemoc, stalking, cyberprzestępczość.....	53
8. Ataki hybrydowe	59
9. Inne źródła kryzysów w sieci	63
III. ZADBAJ. Jak przygotować się na kryzys w sieci?	70
1. Specjalny manual dedykowany kryzysom online	72
2. Sztab kryzysowy – zanim pojawi się kryzys	74
3. Szkolenia i testy, czyli „więcej potu na poligonie to mniej krwi w boju”	78
4. Social media policy/online media policy	82
5. Regulaminy profili społecznościowych	83
6. Zorganizuj też wsparcie podmiotów zewnętrznych	84
IV. ZANALIZUJ. Czy to już kryzys? A jeśli tak, to jakie są jego parametry?	86
1. Czy to kryzys, czy tylko problem?.....	87
2. Są media? Jeśli tak, to jakie?	89
3. Jak poważna jest skala kryzysu?	93
4. Jacy są interesariusze kryzysu?	97
5. Jakimi przekazami toczy się walka w kryzysie?.....	103
V. REAGUJ. Strategia, taktyki i narzędzia reagowania na problemy i kryzysy online	106
1. Reagować czy nie?	107

2. Strategie i taktyki kryzysowe	109
3. Kluczowe przesłania.....	111
4. Zasada 5P	112
5. Jak reagować w mediach własnych?.....	116
6. Czy można kasować wpisy?	122
7. Pierwsza odpowiedź.....	125
8. Social media obce – kiedy odpowiadać i jak?.....	127
9. Reagowanie w blogosferze.....	129
10. Antyprofile i antystrony.....	131
11. Jak reagować na hejt – 8 sposobów.....	134
12. Jak walczyć z fake newsami i plotkami?	140
13. Jak radzić sobie z trollingiem?.....	141
14. Co robić z cyberprzemocą?.....	143
15. Typowe i niestandardowe narzędzia reakcji	146
VI. WSPÓŁPRACUJ. Jak korzystać ze wsparcia zewnętrznego w kryzysach online?	158
1. Agencja PR.....	159
2. Kancelaria prawna.....	161
3. Ekspertcy w kryzysie – liderzy opinii (KOLs) i influencerzy	162
4. Agencja interaktywna lub marketingu sieciowego	167
5. Monitoring internetu i mediów offline.....	172
VII. SIEDEM GRZECHÓW GŁÓWNYCH W INTERNECIE.....	177
1. Pycha (i jej liczne dzieci: arogancja, sarkazm, zarozumiałstwo).....	179
2. Chciwość i łamanie praw autorskich	183
3. Nieczystość językowa i niewłaściwe użycie treści	188
4. Nieumiarkowanie w prywatnym komentowaniu.....	196
5. Ukrywanie treści	202
6. Gniew i agresja.....	206
7. Lenistwo i ospałość w reagowaniu.....	211
VIII. WNIOSKUJ. UCZ SIĘ. POPRAW. Ewaluacja pokryzysowa.....	221
SŁOWNIK E-KRYZYSU, czyli 100 pojęć, które warto znać, zarządzając problemami w sieci	232
INDEKS HASEŁ	256
O AUTORZE I WSPÓŁAUTORACH	258
NETYKIETA	261
OGRANICZENIA PRAWNE	263