

VLADA SREDNJOBOSANSKOG KANTONA

# STRATEGIJA KOMUNIKACIJA

---

2013-2018



## Sadržaj

1.	UVOD	4
2.	PRAVNI OKVIR	5
3.	ANALIZA STANJA – polazne osnove	5
	3.1. Geografski, socioekonomski i demografski pokazatelji	6
	3.2. Analiza interne komunikacije	7
	3.3. Analiza eksterne komunikacije	8
	3.4. Analiza medija	9
	3.4.1. Elektronski mediji (televizije, radio, web portali)	10
	3.4.2. Printani mediji	10
	3.5. Ciljne grupe	11
	3.6. SWOT Analiza	11
4.	MISIJA	13
5.	VIZIJA	13
6.	CILJEVI STRATEGIJE KOMUNIKACIJA SREDNJOBOSANSKOG KANTONA	13
	6.1. Strateški ciljevi	13
	6.2. Operativni ciljevi	13
7.	METODOLOGIJA	14
8.	USPOSTAVA KOMUNIKACIJSKIH KANALA	15
	8.1. Uspostava komunikacijskih kanala interne komunikacija	15
	8.1.1. Redovno održavanje internih sastanaka	15
	8.1.2. Komunikacija putem telefona i fax-a	15
	8.1.3. Intranet	16
	8.1.4. Oglasna ploča	16
	8.1.5. Bilteni, interne publikacije	17
	8.1.6. Interne odluke, pravilnici, pravila	17
	8.2. Uspostava komunikacijskih kanala eksterne komunikacije	18
	8.2.1. Formiranje Ureda za odnose sa javnošću	18
	8.2.2. Održavanje Press konferencija	18
	8.2.3. Saopštenje za medije	18
	8.2.4. Javni nastupi, intervjui, rasprave	19
	8.2.5. Komunikacija sa medijima (TV, radio, web portali, elektronski, štampani)	19
	8.2.6. Pristup informacijama	19
	8.2.7. Promotivni materijal	19
	8.2.8. Internet	20
	8.2.9. Formiranje Ureda za građane / Info Pult	20
9.	IMIDŽ SREDNJOBOSANSKOG KANTONA	21
10.	KOMUNIKACIJA U KRIZNIM SITUACIJAMA	22
	10.1. Analiza stanja	22
	10.2. Plan reakcije u slučaju krizne situacije	23
11.	NOSIOCI AKTIVNOSTI	24
12.	USVAJANJE; IMPLEMENTACIJA, MONITORING I EVALUACIJA	24
13.	BUDŽET	27
14.	OČEKIVANI REZULTATI	28
15.	PRILOZI	29

<u>15.1. Forma javnih nastupa (intervju, rasprava, itd.)</u>	<u>29</u>
<u>15.2. Forma Saopštenja za javnost</u>	<u>29</u>
<u>15.3. Forma održavanja press konferencije</u>	<u>29</u>
<u>15.4. Operativni plan Strategije komunikacija Vlade i Skupštine kantona</u>	<u>31</u>

## **1. UVOD**

Vlada i Skupština Srednjobosanskog kantona (u daljem tekstu Vlada i Skupština kantona) su prepoznale važnost pravnog i normativnog definisanja procesa komunikacija, s ciljem poboljšanja komunikacija sa ciljnom javnošću. Time bi se osiguralo unaprijeđenje komunikacije sa građanima i drugom javnosti, te unaprijedila interna komunikacija unutar institucija vlasti kantona.

Strategija komunikacija treba da bude polazna osnova za poboljšanje pružanja usluga i učinkovitiji rad, a sve u cilju transparentnosti kantonalnih vlasti i otvorenosti ka javnošću.

S obzirom da se država Bosna i Hercegovina nalazi na putu reforme javne uprave, Vlada kantona smatra da je veoma važno da se proces komunikacije treba poboljšati primjenom novih informacionih i komunikacijskih tehnologija. Uspostavljanjem bolje uprave ostvario bi se značajan napredak organa uprave u procesu reformi.

Uspostavljanjem Strategije komunikacija omogućujemo da rad javne uprave bude transparentan prema građanstvu i ostalim javnostima, ali i sa druge strane omogućujemo da građani imaju mogućnosti što bolje komunikacije sa javnom upravom čime bi se poboljšali odnosi između javne uprave i građanstva.

Strategija komunikacija bi trebala da omogući javnoj upravi da na otvoren i transparentan način omogući građanima da budu svakodnevno informirani o radu i procesu donošenja odluka, zakona, podzakonskih akata, itd.

Stvaranjem bolje vanjske i unutrašnje komunikacije kroz provedbu strategije bi se u mnogome olakšao rad svih organa u javnoj upravi. Primjenom Strategije komunikacija poboljšao bi se imidž Vlade i Skupštine kantona, omogućio brži protok informacija, ojačao rad uprave te unaprijedila efikasnost i transparentnost u radu i informisanju ne samo lokalne zajednice, nego i ostalih nivoa vlasti i javnosti.

## **2. PRAVNI OKVIR**

Pravni okvir za djelovanje osim opštih zakonskih akata, uključuje i sljedeće:

- Zakon o slobodi pristupa informacijama u Bosni i Hercegovini ("Službeni glasnik BiH", br. 28/00, 45/06, 102/09, 62/11)
- Zakon o slobodi pristupa informacijama F BiH («Sl. novine FBiH», br.32/01 i 48/11, «Sl. glasnik BiH», br. 62/11)
- Zakon o zaštiti i spašavanju ljudi i materijalnih dobara od prirodnih i drugih nesreća («Sl. novine F BiH», br. 39/03, 22/06 i 43/10)
- Zakon o zabrani diskriminacije u BiH („Sl. novine BiH“, br. 59/09)
- Zakon o zaštiti od klevete u FBiH ("Službene novine FBiH, 59/02)
- Zakon o zaštiti tajnih podataka BiH ( "Službeni glasnik BiH" br.54/05, 12/09)
- Zakon o zaštiti ličnih podataka BiH ( "Službeni glasnik BiH" br. 49/06, 76/11, 89/11)
- Etički kodeks ("Službene novine FBiH, 7/05, 82/09)
- Ustav SBK ( "Službene novine SBK/SBK" broj 1/97, 5/97, 6/97, 2/98, 8/98, 10/00, 8/03, 2/04 i 14/04)
- Poslovnik o radu Vlade SBK Sl.novine SBK br.10/04
- Poslovnik o radu Skupštine SBK br.3/04

## **3. ANALIZA STANJA**

Analiza stanja u oblasti komunikacija obuhvatila je sva resorna ministarstva, uprave, direkcije, zavode kao i Skupštinu kantona.

Kabinet Premijera

Ministarstvo unutrašnjih poslova

Ministarstvo pravosuđa i uprave

Ministarstvo finansija

Ministarstvo privrede

Ministarstvo obnove

Ministarstvo vodoprivrede, poljoprivrede i šumarstva

Ministarstvo zdravstva i socijalne politike

Ministarstvo obrazovanja, nauke, kulture i sporta

Ured za zakonodavstvo

Stručnu službu Vlade

Skupština SBK

Kantonalna uprava za pitanje boraca

Kantonalna uprava za civilinu zaštitu

Kantonalna uprava za geodetsko-imovinsko pravne poslove

Kantonalna agencija za privatizaciju

Kantonalni arhiv

Kantonalni zavod za urbanizam prostorno planiranje i zaštitu kulturno – historijskog naslijeđa

Kantonalna služba za zapošljavanje

Kantonalna uprava za šumarstvo

Zavod za zdravstveno osiguranje

Zavod za javno zdravstvo

Kantonalna direkcija za ceste

### 3.1 Geografski, socioekonomski i demografski pokazatelji

#### Geografska slika kantona

Srednjobosanski kanton obuhvaća geografski centar Bosne i Hercegovine.

Ovaj Kanton svojom zapadnom polovinom alimentira jugoistočne dijelove makro regiona Bosanska Krajina, a istočnom polovinom koindicira sa krajnjim sjeverozapadnom područjima sarajevsko-zeničke makro ekonomske regije. Karakteristika Srednjobosanskoga kantona su izrazito planisko-brdsko područje (300-1922 m ).

Površina Srednjobosanskoga kantona je 3199km<sup>2</sup>. Konstituiraju ih područja općina Bugojno, Busovača, Dobretići, Donji Vakuf, Fojnica, Gornji Vakuf-Uskoplje, Jajce, Kiseljak, Kreševo, Novi Travnik, Travnik, i Vitez.

Kao izrazito brdsko-planinsko područje Srednjobosanski kanton bogat je šumama i mineralnim sirovinama. Planinski masivi poput Vlašića i Vranice pružaju i izvanredne mogućnosti razvoja turističkih potencijala. Turizam uz poljoprivrednu proizvodnju, naročito proizvodnju hrane, još su uvijek nedovoljno iskorišteni potencijali Srednjobosanskog kantona.

#### Socioekonomska demografska slika kantona

Na području Srednjobosanskog kantona 1991. godine živjelo je 338.979 stanovnika, a 1999. godine 270.000 stanovnika.

Statistički podaci popisa stanovništava iz 1991.godine

Površina: 3.249 km<sup>2</sup>  
Stanovništvo: 335.752

UKUPNO STANOVNIKA	BOŠNJACI	HRVATI	SRBI	JUGOSLOVENI	OSTALI
335.752	147.451	126.860	41.927	13.709	5.805
100 %	43,9 %	37,8 %	12,5 %	4 %	1,7 %

(izvor: Federalni Zavod za statistiku BiH)

Prijeratni nositelji gospodarskog razvitka ovog područja, poduzeća namjenske vojne industrije („Bratstvo“ Novi Travnik, „Vitezit“ Vitez, „Slavko Rodić“ Bugojno, „Zrak“ Kiseljak), u ratu su devastirana, a mogućnosti pokretanja proizvodnje u prijeratnim kapacitetima potpuno su isključene.

U takvoj situaciji, broj nezaposlenih u Srednjobosanskom kantonu, prema podacima kantonalne Službe za zapošljavanje, u 2013 godini prelazi brojku od 40 hiljada. U biltenu Službe za zapošljavanje Srednjobosanskog kantona pregled nezaposlenih po općinama je iskazan u tabeli.

OPĆINA	Ukupno
Travnik	7982
Bugojno	5906
Vitez	4084
Novi Travnik	3953
Jajce	3625
Gornji Vakuf - Uskoplje	3154
Busovača	3121
Donji Vakuf	2830
Kiseljak	2727
Fojnica	2173
Kreševo	688
Dobretići	116

U Srednjobosanskom kantonu prema istom izvoru u maju 2013 bilo je registrovano 38693 zaposlenih osoba.

(Statistički podaci o broju zaposlenih i nezaposlenih u Srednjobosanskom kantonu preuzeti iz Biltena službe za zapošljavanje Srednjobosanskog kantona za mjesec maj 2013 godine).

Dakle, broj zaposlenih i nezaposlenih u SBK već u prvom kvartalu 2013 godini skoro se izjednačio. Zabrinjavajući su to pokazatelji koji zahtjevaju angažiranje svih odgovornih za stanje u društvu, od kantonalnih i općinskih tijela vlasti do poduzetnika i običnih građana, ali i njihovu bolju međusobnu komunikaciju, odnosno koordinaciju čiji je cilj vidjeti koji to potencijali u Srednjobosanskom kantonu stoje neiskorišteni, kako ih iskoristiti na najbolji mogući način što bi, u konačnici, trebalo rezultirati smanjenjem broja nezaposlenih.

### 3.2 Analiza interne komunikacije

- a. Interni komunikacijski kanali
  - redovno održavanje sastanaka sa osobljem
  - komunikacija putem telefona i fax-a
  - intranet
  - oglasna ploča
  - bilteni (interne publikacije)
  - interne odluke, pravila, pravilnici

Redovito održavanje sastanaka sa osobljem kao osnovni oblik internih komunikacijskih kanala u kantonalnim tijelima uprave rijetko se koristi. Komunikacija telefonom i fax-om osnovni je oblik interne komunikacije. Intranet koji se pokazao odličnim načinom internog

komunikacijskog kanala u tijelima uprave Srednjobosanskog kantona postoji samo u Ministarstvu unutrašnjih poslova (depešni saobraćaj), u ostalim organima uprave nije u primjeni. Većina tijela uprave nema čak ni oglasnu ploču, a tamo gdje ona postoji (zgrada Vlade i Ministarstvu unutrašnjih poslova) za postavljanje informacija zadužena je Služba za zajedničke poslove. U praksi, oglasna bi ploča mogla biti puno bolje iskorištena i kao interni i kao eksterni komunikacijski kanal kada bi svako tijelo uprave imalo ovaj vid komunikacijskog kanala kao i propise kojima bi regulisali ko i kad treba postavljati informacije na oglasnu ploču. Bilteni (interne publikacije) u kantonalnim tijelima uprave se ne koriste, uglavnom zbog nepostojanja Ureda za odnose sa javnostima u čijoj bi nadležnosti bila i njihova objava. Postojećim internim odlukama, pravilima i pravilnicima donekle je uređena oblast internih komunikacija u tijelima uprave Srednjobosanskog kantona, ali ni približno dovoljno za bolju učinkovitost i transparentnost. U Ministarstvu unutrašnjih poslova postoji bilten dnevnih događanja koji se objavljuje na portalu istog ministarstva i distribuira određenim ministarstvima i upravama.

Interna komunikacija u kantonalnim tijelima vlasti je na nezadovoljavajućoj razini. Telefon i telefax još su uvijek osnovna sredstva komunikacije među zaposlenima. E-mail se koristi, ali rijetko. Internu komunikaciju usporava i korištenje knjige protokola i interne knjige protokola. Sastanci rukovodećeg osoblja se ne održavaju redovno (izuzetak je MUP). Interne publikacija u kantonu ne postoje (izuzetak MUP). Normativni akti se ne donose redovito, odnosi se na sve organe vlasti kantona.

### *3.3 Analiza eksterne komunikacije*

#### *a. Eksterni komunikacijski kanali*

- održavanje press konferencija
- saopštenja za medije
- javni nastupi, intervjui, rasprave
- komunikacija sa medijima (radio, TV, webportali, elektronski, štampani)
- pristup informacijama (zakonska osnova)
- promotivni materijal
- internet
- formiranje ureda za građane

O boljoj iskorištenosti eksternih komunikacijskih kanala u kantonu, prije svega medija teško je govoriti bez postojanja Ureda za odnose s javnostima. Zaposleni u ovom uredu imali bi kontakte svih medija koji postoje u Srednjobosanskom kantonu i šire, redovito im slati najave događaja i saopštenja, odnosno redovito ih informisati o svim događajima i biti im na raspolaganju ukoliko za sugovornike žele predstavnike kantonalnih tijela vlasti.

Sadašnje stanje u Srednjobosanskom kantonu je tako da mediji navedene informacije ne dobijaju redovito ili nikako jer većina kantonalnih tijela vlasti jednostavno nema osobu koja je konkretno zadužena za kontakt s medijima. (Po sistematizaciji MUP ima glasnogovornika)

Redovito informisanje o radu kantonalnih tijela vlasti, uz korištenje svih raspoloživih eksternih komunikacijskih kanala, jedini je način da javnost dobije pravu i objektivnu sliku o njihovom radu i aktivnostima. Nepostojanje Ureda za građanje također je hendikep za kantonalna tijela



vlasti, te vlast ne zna što narod o njoj misli niti što od nje očekuje. U takvoj situaciji kada javnost s jedne strane ne zna što to vlast koju je birao radi, a vlast s druge strane ne zna što javnost od nje očekuje, teško je govoriti o pogodnoj klimi za formiranje pozitivnijeg imidža Kantona i postupnom uklanjanju svih negativnih konotacija iz prošlosti.

Eksterna komunikacija u većini kantonalnih tijela vlasti i uprava uopće ne postoji. Glavni razlog tomu je neuređena oblast komunikacija u tijelima vlasti Srednjobosanskog kantona. Jedini oblik komunikacije koju kantonalna tijela vlasti povremeno koriste je web stranica Vlade. Međutim, ona je ograničena malim kapacitetom memorije (3GB) te kao takva je nedostatna za objavu, a naročito arhiviranje objavljene dokumentacije. I pored malog kapaciteta, web stranica Vlade SBK često je neiskorištena jer kantonalna tijela vlasti i uprave nemaju naviku dostavljati informacije koje su važne za javnost, na objavu.

Drugi oblici eksterne komunikacije u najkraćem bi se mogli nazvati „sporadičnom pojavom“. Kantonalni dužnosnici, javnosti se obraćaju povremeno, kada to traži netko od novinara, uglavnom prema procjenama urednika medija koji radi podizanja gledanosti, odnosno slušanosti ili čitanosti, radije biraju senzacionalizam nego društveno korisnu informaciju.

Nepostojanjem eksterne komunikacije i kantonalni dužnosnici im daju povoda za to jer izostanak informacije o radu znači netransparentnost i javnosti šalje krivu sliku o radu kantonalnih tijela vlasti.

Redovite konferencije za novinare kantonalnih tijela uprave su rijetkost. Izostaje i organiziranje javnih tribina ili okruglih stolova o aktualnim temama kao i organiziranih susreta s građanima. Eksterna komunikacija često se svodi na pregovore predstavnika vlasti sa određenim Sindikatima ili predstavnicima drugih interesnih skupina što javnosti također šalje krivu i negativnu sliku o radu kantonalnih vlasti. Percepcija je takva da se kantonalni dužnosnici javljaju tek onda kada ih netko prozove jer se isti osjeća ugrožen zbog uskraćivanja određenih prava.

### *3.4 Analiza medija*

Na području Srednjobosanskog kantona postoji 11 elektronskih medija, od toga tri televizije (TV KISS, TV Bugojno i TV Jasmin) te osam radijskih postaja (Radio Kiseljak, Radio Busovača, Radio Vitez, Radio Novi Travnik, Radio TNT Travnik, Radio Donji Vakuf, Radio Bugojno i Radio Jajce). Podaci preuzeti s web stranice Regulatorne agencije za komunikacije BiH, Korisnici dozvola za radijsko i televizijsko emitiranje.

Uz elektronske medije čije je sjedište u Srednjobosanskom kantonu, područje Kantona pokriveno je i signalom javnih emitera, a većina javnih rtv stanica (FTV, BHT, Bh radio i Federalni radio) imaju svoje dopisnike u Srednjobosanskom kantonu. Dopisnike imaju i druge rtv stanice čije sjedište nije u SBK, ali svojim signalima pokrivaju i područje SBK kao što je TV1.

Imajući u vidu činjenicu da u BiH egzistira 195 elektronskih medija (45 tv, 144 radio te šest rtv stanica u sklopu javnih servisa), onda SBK kao jedan od deset Kantona u Federaciji BiH i nije najbolje pokriven signalima rtv stanica. Kod analize stanja elektronskih medija u SBK svakako treba uzeti u obzir i činjenicu da BiH ima daleko više elektronskih medija od većine europskih

zemalja što analitičari pripisiju ratnim događanjima i postojanju još uvijek podijeljenih javnosti u BiH.

Broj elektronskih medija u Srednjobosanskom kantonu u konačnici i nije nezadovoljavajući. Problem je u tomu što tek rijetki mediji svojim signalima pokrivaju prostor svih 12 općina SBK, te što u svojim programima ne izvještavaju redovito o radu kantonalne uprave. Krivi za to nisu samo mediji i teško financijsko stanje u kojemu se nalaze, već i neuređena oblast informisana u tijelima uprave SBK.

#### *3.4.1 Elektronski mediji (televizije, radio, web portal)*

Hrvatska televizija Kiseljak (TV KISS) i TV Bugojno najveće su tv kuće na području SBK s tim što TV KISS ima daleko veću zonu pokrivenosti signalom. Međutim, pokrivenost signalom, ne znači i da građani svih općina SBK u programima ove medijske kuće svakodnevno imaju informaciju iz svojega mjesta ili o radu kantonalnih tijela vlasti koji se tiče svih općina u SBK. Limitirajući faktor u radu TV KISS-a kao i TV Bugojno je nedostatak izvora financiranja, bilo da su registrirani kao javni ili privatni mediji.

Kad je o televiziji kao najutjecajnijem mediju riječ, u SBK postoje i dopisništva BHT, FTV-a kao i TV1. Njihov doprinos u informisanju o događajima i temama koje se tiču ovih prostora je neupitan, ali u konačnici, stanovnici SBK nemaju jednu televiziju na kojoj će svakodnevno imati informacije iz Kantona i svojih općina, odnosno mjesta življenja. To građanima predstavlja objektivni problem jer su prisiljeni na više televizija tragati za informacijama iz SBK. U medijski dobro organiziranom prostoru, trebalo bi biti obratno.

Kad je o radijskim postajama riječ, stanje je slično. Niti jedna koja egzistira na području SBK svojim signalom ne pokriva cjelokupan Kanton. Državne i entitetske te radio postaje sa sjedištima u drugim Kantonima također svojim signalima pokrivaju i SBK ali informacije iz ovog Kantona u programima navedenih radijskih kuća su nedovoljne kako bi prosječan stanovnik znao što to kantonalna tijela vlasti rade, i općenito kako doći do korisnih informacija.

Web portali kao novi mediji u SBK su još u razvoju. Jedan portal s informacijama iz svih 12 općina SBK ne postoji što je objektivni problem, isto kao i kod tv i radijskih programa. Uz to, konekciju na internet nemaju svi stanovnici SBK pa su web portali kojih prema podacima Vijeća za štampu u BiH ima nekoliko desetina, još uvijek mediji dostupni tek dijelu stanovnika Kantona.

#### *3.4.2 Printani mediji*

Skoro svi tiražniji dnevni listovi u BiH (Dnevni avaz, Večernji list, Oslobođenje) imaju svoje dopisnike u jednoj ili više općina Srednjobosanskog kantona. Dnevni avaz ima nekoliko dopisnika iz općina Srednjobosanskog kantona, Večernji list i Dnevni list i Oslobođenje također. Prema podacima Vijeća za štampu Bosne i Hercegovine, u BiH izlazi 11 dnevnih novina i 101 magazin. Dio njih redovito izvještava javnost o događajima u Srednjobosanskog kantona ali većinom na dnevno-političkoj osnovi. Stalnog izvještavanja u radu kantonalnih tijela uprave nema, a razlog sličan kao i u slučaju elektronskih medija. Urednici i vlasnici štampanih medija u utrci za prodajom od dopisnika traže aktualnu, a vrlo često i senzacionalnu vijest. Stalnog i

analitičkog izvještavanja o radu kantonalnih tijela uprave uglavnom nema, a krivca treba i u ovom slučaju tražiti u neuređenoj oblasti informisanja u Srednjobosanskom kantonu. Na kraju još spomenimo kako trenutačno nema niti jednog štampanog medija koji bi obrađivao teme iz svih općina SBK i redovito ih prezentirao javnosti, odnosno javnost informisa o odlukama koje donose kantonalna tijela vlasti.

Ako se pogleda broj medijskih kuća koje postoje na području SBK i pokrivenost signalima tv i radijskih kuća, onda bi se moglo reći da Srednjobosanski kanton ima zadovoljavajući broj medija. Međutim, tek rijetki mediji svojim signalima pokrivaju prostor svih 12 općina kantona. Čak i oni koji su u mogućnosti signalima pokriti područje cijelog kantona nemaju obavezu ali ni mogućnosti svakodnevno javnost informirati o radu kantonalnih tijela vlasti. Većina medijskih kuća u teškom je financijskom položaju te jednostavno nemaju dovoljno sredstava ni za praćenje svih sjednica Vlade i Skupštine, a kamoli za obradu tema od životnog značaja za građane SBK.

### *3.5. Ciljne grupe*

#### Interne ciljne skupine

- čelnici izvršne i zakonodavne vlasti u Srednjobosanskog kantona i svi oni koji donose odluke neophodne za funkcioniranje kantonalnih tijela vlasti, korisnike Budžeta i građane SBK općinito
- zaposleni u ostalim kantonalnim tijelima; zavodima, službama, direkcijama i agencijama te drugim organizacijama koje imaju kantonalni karakter, a čija je djelatnost financirana iz budžeta Srednjobosanskog kantona ili su za svoj rad odgovorni Vladi Srednjobosanskog kantona
- svi ostali zaposlenici u kantonalnim tijelima uprave

#### Eksterne ciljne skupine

- mediji, štampani, elektronski i novi mediji
- mjesne zajednice, općine
- entitetske i institucije vlasti na državnoj razini
- međunarodne organizacije i udruženja koja djeluju na području Srednjobosanskog kantona
- sindikati korisnika budžeta
- nevladine organizacije
- udruženja
- vjerske zajednice

### *3.6 SWOT analiza*

#### 1. Snage

- a. Postojeća web stranica Vlade kantona
- b. Prepoznata pozicija osobe za informisanje u Ministarstvu unutrašnjih poslova po sistematizaciji radnih mjesta
- c. Zakonska regulativa kojom je uređena oblast komunikacija

#### 2. Slabosti

- a. Loša interna i eksterna komunikacija
- b. Nepostojanje računalne umreženosti i intraneta,
- c. Neredoviti interni sastanci (razne vrste brifinga), ili njihov potpun izostanak,
- d. Nepostojanje osoba zaduženih za oblast informiranja u kantonalnim tijelima uprave,
- e. Nedostatak određenih internih propisa kojim bi se detaljno uredila interna i eksterna komunikacija
- f. Limitiran budžet
- g. Limitiran kapacitet web stranice Vlade kantona i nepostojanje web stranice Skupštine
- h. Neredovito ažuriranje registra podataka po ministarstvima, zavodima, direkcijama i upravama
- i. Nepostojanje Odjela za upravljanje ljudskim resursima
- j. Nepostojanje Službenih novina SBK u elektronskoj formi
- k. Nedostatak internih publikacija
- l. Rijetki istupi dužnosnika kantonalnih tijelima vlasti u medijima
- m. Nepostojanje Odjela za informatičke tehnologije (IT Odjela) čiji zaposlenici bi se brinuli o tehničkom dijelu funkcioniranja informatičkog sistema neophodnog za poboljšanje kako interne, tako i eksterne komunikacije.

### 3. Prilike

- a. Odluka Vlade kantona o formiranju Odjela za odnose s javnošću, europske integracije, upravljanje ljudskim resursima i standardizaciju
- b. Predpristupni fondovi Europske unije (IPA Fondovi)
- c. Postojanje materijalnih uslova za umrežavanje ministarstava i ostalih kantonalnih tijela uprave (službi, zavoda, uprava i direkcija )
- d. Postojeći uposleni kadar u kantonalnim tijelima uprave iz oblasti komunikacija
- e. Promocija SBK kroz turističke potencijale
- f. Dobra medijska pokrivenost Srednjobosanskog kantona

### 4. Prijetnje

- a. Aktualna financijska kriza
- b. Politička nestabilnost
- c. Nezainteresiranost javnosti

#### **4. MISIJA**

U ustavno-pravnom poretku Bosne i Hercegovine, Srednjobosanski kanton egzistira kao jedna od deset administrativnih jedinica i provodi Ustavom definisane nadležnosti u okviru pravosuđa, školstva, zdravstva, socijalne politike, šumarstva, privrede, vodoprivrede i unutrašnjih poslova.

#### **5. VIZIJA**

Po okončanju narednog petogodišnjeg perioda, oblast komunikacija u Srednjobosanskom kantonu zasnivat će se na zakonski definisanim procedurama, sa razvijenom komunikacijskom infrastrukturuom i ljudskim resursima, a sve s ciljem osnaživanja interne komunikacije, pružanja informacija građanima i poslovnoj zajednici, osiguravanjem i omogućavanjem saradnje prema građanima i drugim nivoima vlasti te poboljšanjem sveukupnog imidža Kantona.

#### **6. CILJEVI STRATEGIJE KOMUNIKACIJA SREDNJOBOSANSKOG KANTONA**

##### *6.1. Strateški ciljevi*

1. Na osnovu pravnog okvira, Strategijom komunikacija definisati ključne komunikacijske procedure i nosioce komunikacijskih aktivnosti.
2. Pružanjem pravovremenih i tačnih informacija građanima i poslovnom sektoru omogućiti sudjelovanje u procesu donošenja odluka.
3. Poboljšati nivo kvaliteta interne komunikacije, kao i nivo horizontalne i vertikalne komunikacije SBK sa drugim administrativnim i upravnim tijelima u F BiH, RS i BiH.

##### *6.2. Operativni ciljevi*

###### *6.2.1. Ciljevi interne komunikacije*

- uspostavljanje Ureda za odnose s javnošću
- poboljšanje mehanizama kojima se pružaju informacije javnostima
- uspostavljanje što bolje i transparentije komunikacije sa građanima, nevladinim sektorom, međunarodnim institucijama, općinama, kantonima, Federacijom BiH, i BiH,
- poboljšanje imidža Srednjobosanskog kantona
- konačan cilj je uspostava što bolje interne i eksterne komunikacije

###### *6.2.2. Ciljevi internog komuniciranja*

- uspostaviti praksu održavanja redovitih internih sastanaka uposlenih u kantonalnim tijelima
- uvesti intranet kao dobar i finansijski isplativ vid interne komunikacije
- korištenje telefona, fax-a i knjige protokola u najvećom mogućoj mjeri zamijeniti korištenjem intraneta i interneta
- pokrenuti izdavanje internih publikacija, Biltena
- o radu kantonalnih tijela vlasti redovito informisati Općine

- uvesti praksu održavanja redovitih stručnih skupova na nivou Kantona i Općina radi razmjene iskustava i stjecanja novih znanja

### 6.2.3. Ciljevi eksternog komuniciranja

- Formirati Ured za odnose s javnostima čiji bi se zaposlenici brinuli za većinu ciljeva koji su pobrojani u nastavku teksta
- Uspostaviti bolju saradnju s predstavnicima medija
- Redovno dostavljati medijima najave svih događaja i saopštenja
- Uvesti praksu održavanja redovitih konferencija za novinare i predstavnika kantonalnih tijela vlasti
- Brinuti se za konstantne istupe kantonalnih dužnosnika u medijima i pripremati ih za nastupe
- Redovito organizovati javne skupove i tribine
- Uspostaviti ured za građane
- Poboljšati postojeću saradnju s nevladinim organizacijama i udruženjima
- Poboljšati postojeću saradnju s višim razinama vlasti
- Konstantno raditi na poboljšanju imidža SBK

## **7. METODOLOGIJA**

Metodologija i proces izrade Strategije komunikacija zasniva se na donešenoj Odluci Vlade Srednjobosanskog kantona na 34.sjednici od 11.02.2013.godine. Vlada je imenovala članove tima za izradu strategije koji su u saradnji sa OSCE-om održali nekoliko terening radionica, održavali redove interne sastanke u konsultaciji sa predstavnicima OSCE-a.

Svi članovi tima su sudjelovali na usaglašavanju zadataka za izradu strategije komunikacija.

Metodološki pristup Strategije komunikacija se temelji na izvršenoj analizi interne i eksterne komunikacija u kantonalnim organima vlasti (poglavlje 3.), sprovedenoj anketi i SWOT analizi, definisanju misije i vizije te strateških i operativnih ciljeva, kao i načina ostvarenja istih.

Prijedlozi, mišljenja i sugestije učesnika u procesu izrade strategije komuniciranja su usmjereni na poboljšanje interne i eksterne komunikacije kantonalnih organa vlasti.

Osim radne grupe i predstavnika OSCE-a strategija je dostavljena na analizu i općinama i medijima. Oni su priložili svoje sugestije koje su uzete u razmatranje pri izradi strategije.

Kako bi se ovaj dokument u cjelosti implementirao, doradivao i ocjenjivao potrebno je primjenjivati Operativni plan aktivnosti Strategije komunikacija koji je priložen uz isti.

## **8. USPOSTAVA KOMUNIKACIJSKIH KANALA**

Kako bi se realizovali ciljevi Strategije komunikacija, potrebno je prethodno definisati komunikacijske kanale, uspostaviti i primjenjivati iste kao sistem komunikacija u kantonalnim tijelima uprave.

### 8.1 Uspostava komunikacijskih kanala interne komunikacije

#### *8.1.1 Redovno održavanje internih sastanaka*

Ciljevi:

- 1.poboljšati protok informacija unutar Vlade i Skupštine Kantona
- 2.unaprijediti razmjenu informacija između Vlade i Skupštine Kantona i drugih organa
- 3.povećati informisanost uposlenika putem internih sastanaka
- 4.unaprijediti i sistematizirati komunikaciju putem internih sastanaka različitih nivoa
- 5.unaprijediti komunikaciju između ministara i uposlenih
- 6.uvesti praksu redovnih godišnjih analiza interne i eksterne komunikacije Vlade i Skupštine Kantona
- 7.dobiti povratne informacije i djelovati na osnovu povratnih informacija o utjecaju internih komunikacija
- 8.uspostaviti osnovne principe institucionalne radne kulture bazirane na transparentnom internom protoku informacija i otvorenoj interpersonalnoj komunikaciji
- 9.uspostaviti sistem konstantne edukacije službenika o kvalitetnoj internoj i eksternoj komunikaciji.

Za realizaciju postavljenih ciljeva predviđene su:

Aktivnosti

- 1.redovni mjesečni sastanci ministara i pomoćnika
- 2.uvesti redovne tromjesečne sastanke ministara, pomoćnika i šefova odsjeka
3. uvesti sedmične sastanke pomoćnika ministra sa šefovima odsjeka
4. uvesti redovne sedmične sastanke šefova odsjeka i uposlenika
5. donijeti godišnji plan edukacije uposlenika u oblasti interne i eksterne komunikacije
6. obezbijediti snimanje i arhivu snimaka sa sastanaka
7. uvesti obavezno godišnje anketiranje uposlenika o kvaliteti informisanja i zadovoljstvu uspostavljenim komunikacijama
8. uvesti redovni interni bilten koji će obezbijediti prenošenje ključnih poruka i informacija za uposlenike
9. revidirati akte o internoj komunikaciji u skladu s novouspostavljenim pravilima i praksama.

#### *8.1.2 Komunikacija putem telefona i fax-a*

Ciljevi:

- 1.proširiti i unaprijediti telefonski servis prema građanima u svrhu poboljšanja informiranosti građana
- 2.unaprijediti vještine profesionalnog telefonskog načina komunikacija kod uposlenih

- 3.koristiti prilike za uvođenje novih tehnologija kod ovog vida komunikacije
- 4.unaprijediti i staviti u primjenu procedure za ovaj metod profesionalne interne i eksterne komunikacije

Za realizaciju postavljenih ciljeva predviđene su

Aktivnosti:

- 1.izraditi plan uspostave različitih vrsta info telefona za građane
- 2.sprovesti edukaciju uposlenika u oblasti interne i eksterne telefonske komunikacije
- 3.izraditi plan praćenja primjene novih telefonskih komunikacija za potrebe Vlade Kantona
- 4.revidirati akt o internoj komunikaciji u skladu sa novouspostavljenim pravilima i praksama

### *8.1.3 Intranet*

Ciljevi:

1. Uspostaviti i kvalitetno koristiti intranet

Kako bi cilj bio ostvaren, potrebno je:

Aktivnosti:

- 1.izraditi plan unapređenja informatičkih kapaciteta Vlade i Skupštine Kantona
- 2.izvršiti edukaciju zaposlenih
- 3.konstantno povećavati korištenje resursa interneta za oglašavanje, komunikaciju i druge aktivnosti
- 4.poboljšavati kvalitet konekcije na internet mreži i omogućiti upotrebu različitih programa za pristup informacijama
- 5.uvođenje messingera unutar organa uprave, kao vid komunikacije između uposlenika.

### *8.1.4 Oglasna ploča*

Ciljevi:

- 1.poboljšati dostupnost informacija na oglasnoj ploči
- 2.proširiti krug korisnika informacija putem oglasne ploče
- 3.sistematizirati korištenje oglasne ploče kao mehanizma informisanja građana i uposlenika

Kako bi ciljevi bili ostvareni potrebno je sprovesti

Aktivnosti

- 1.postaviti posebnu tablu za interno oglašavanje na primjerenom poziciji
- 2.odrediti osobu koja će biti zadužena za oglašavanje na oglasnim pločama
- 3.donijeti pravilnik o postupcima i načinu oglašavanja
- 4.postaviti oglasne ploče u svim institucijama Vlade i Skupštine Kantona



### *8.1.5 Bilteni, interne publikacije*

Ciljevi:

- 1.učiniti Službeni bilten dostupnim svim zainteresiranim institucijama i građanima
- 2.unaprijediti distribuciju biltena
- 3.uvesti elektronski interni bilten .
- 4.povećati interes uposlenika za biltenom kao sredstvom komunikacija
- 5.unaprijediti značaj biltena u internoj i eksternoj komunikaciji

Kako bi ciljevi bili ostvareni potrebno je sprovesti

Aktivnosti:

- 1.donijeti pravilnik o izgledu, dizajnu i sadržaju Službenog biltena
- 2.povećati tiraž
- 3.na web stranicu postaviti cjelokupan sadržaj biltena, bez mogućnosti kopiranja i štampanja.
- 4.formirati stalni tim za pripremu internog i eksternog biltena
- 5.mjesečno kreirati interni bilten, dostupan svim uposlenicima putem intraneta
- 6.unaprijediti kvalitet biltena i informacija koje čine njegov sadržaj
- 7.uključiti u bilten informacije o radu Vlade i Skupštine kantona, predstavljanje uspješnih uposlenika, organizacije Organa nagrađivanju uposlenika
- 8.redovno dostavljati bilten svim službama i široj javnosti
- 9.godišnje anketirati uposlenike i građane s ciljem dobijanja povratnih informacija o biltenu.

### *8.1.6 Interne odluke, pravilnici, pravila*

Ciljevi:

- 1.uspostaviti visokoetičnu radnu kulturu
- 2.unaprijediti poslovnost i profesionalnost
- 3.graditi dobar imidž Vlade i Skupštine Kantona

Kako bi ciljevi bili ostvareni potrebno je sprovesti

Aktivnosti:

- 1.uvesti kontinuirano educiranje uposlenika o internoj i eksternoj komunikaciji
- 2.uvesti redovne informativne sastanke sa zaposlenima o primjeni standardne etičke radne kulture
- 3.uvesti pravilnik o sankcioniranju ponašanja suprotnog etičkim standardima za rad u Vladi i Skupštini Kantona
- 4.mjesečno analizirati knjigu žalbi, prigovora i pritužbi i poduzimati adekvatne mjere
- 5.sprovoditi redovne informativne kampanje za građane o standardima rada u Vladi i Skupštini kantona.

## *8.2 Uspostava komunikacijskih kanala eksterne komunikacije*

### *8.2.1 Formiranje Ureda za odnose sa javnostima*

**Ciljevi:**

- 1.donošenje odluke o formiranju Ureda za odnose s javnošću

Kako bi ciljevi bili ostvareni potrebno je sprovesti

**Aktivnosti:**

- 1.uspostavljanje Pravilnika za rad Ureda za odnose s javnošću
- 2.Definisanje nadležnosti i obaveza ureda
- 3.sprovođenje svih procedura koje su definisane u pravilniku i obavezama Ureda

### *8.2.2 Održavanje press konferencija*

**Ciljevi:**

- 1.donošenje Pravilnika odnosno procedure za održavanje press konferencija (nadležnost Ureda)
- 2.uvođenje redovnog održavanja press konferencija
- 3.Edukacija osoblja za održavanje press konferencije (nadležnost Ureda za odnose s javnošću)

Kako bi ciljevi bili ostvareni potrebno je sprovesti

**Aktivnosti:**

- 1.tehnički pripremiti Ured za odnose s javnošću za održavanje press konferencija
- 2.donošenje odluke o redovnom održavanju press konferencija
- 3.implementacija Pravilnika o održavanju press konferencija (protokolarni dio)
4. knjiga (protokol) o održanim press konferencijama

### *8.2.3 Saopštenje za medije*

**Ciljevi:**

- 1.standardizacija forme saopštenja za javnost (nadležnost Ureda)

Kako bi ciljevi bili ostvareni potrebno je sprovesti

**Aktivnosti:**

- 1.uvođenje prakse o redovnom objavljivanju saopštenja
- 2.donošenje pravila o formi i izgledu saopštenja
- 3.edukacija osoblja o pisanju saopštenja
4. knjiga (protokol) o objavljenim saopštenjima

#### *8.2.4 Javni nastupi, intervjui, rasprave*

Ciljevi:

1. standardizacija načina davanja intervjua, javnih nastupa

Aktivnosti:

1. priprema uputstva za davanje intervjua, javnih nastupa
2. knjiga (protokol) o datima intervjua

#### *8.2.5 Komunikacija sa medijima (TV, radio, web portali, elektronski, štampani mediji)*

Ciljevi:

1. zadržati i poboljšati nivo saradnje sa medijima
2. kreiranje pozitivne slike Srednjobosanskog kantona
3. uspostavljanje sedmičnih i/ili mjesečnih sastanaka sa lokalnim medijima

Aktivnosti:

1. konstantan rad sa medijima
2. formiranje baze kontakata sa medijima
3. uspostaviti protokol odnosa sa medijima (štampani-elektronski)

#### *8.2.6. Pristup informacijama*

Ciljevi:

1. uspostaviti praksu i implementirati primjenu Zakona o slobodi pristupa informacijama
2. primjenjivati zakonsku regulativu u procesu informisanja

Aktivnosti:

1. edukacija uposlenih o Zakonu o slobodi pristupa informacijama
2. donošenje protokola o evidenciji objavljenih informacija i zahtjeva za pristup informacijama

#### *8.2.7 Promotivni materijal*

Ciljevi:

1. Izraditi katalog promotivnih materijala
2. Definisati sadržaj promotivnog materijala

Aktivnosti:

1. odrediti službu zaduženu za vizuelni izgled i štampu,
2. izraditi protokol objavljenih promotivnih materijala

### 8.2.8 Internet

Ciljevi:

- 1.povećati broj korisnika i upotrebu interneta
- 2.unaprijediti elektronsku komunikaciju sa javnostima

Aktivnosti:

- 1.educiranje uposlenih
- 2.korištenje novijih vrsta software

### 8.2.9 Formiranje ureda za građane/Info pult

Ciljevi:

- 1.unapređenje komunikacije sa javnostima
- 2.uređene prostorije za prijem građana

Aktivnosti:

- 1.donošenje protokola za rad sa strankama (građani)
- 2.formiranje baze podataka o kantonalnim organima vlasti
- 3.pripremanje promotivnih materijala o Srednjobosanskom kantonu
- 4.pripremanje informativnih materijala od potreba građanima (obrasci, javni oglasi, itd.)

## **9. IMIDŽ SREDNJOBOSANSKOG KANTONA**

Srednjobosanski kanton ima zastavu i grb. U skladu sa Zakonom o grbu i zastavi Srednjobosanskog kantona, izgled grba i zastave je zakonom definisan. Upotreba grba i zastave kao prepoznatljivih elemenata kantona je takođe propisana Zakonom o upotrebi grba i zastave Srednjobosanskog kantona. (Službene novine SBK br.:10/02)

Slobodno korištenje grba i zastave kantona nije dozvoljeno, svaka upotreba i korištenje grba i/ili zastave mora da odobri Vlada kantona.

Strategijom komunikacija vizuelne karakteristike Srednjobosanskog kantona moraju se standardizirati posebnom procedurom, sastavni dio Strategije komunikacija sadrži grafički izgled grba i zastave.

Zastava Srednjobosanskog kantona



Grb Srednjobosanskog kantona



## **10. KOMUNIKACIJA U KRIZNIM SITUACIJAMA**

Pored internog i eksternog komuniciranja Vlada i Skupština kantona moraju da urede oblast krizne komunikacije. Kriznu situaciju je potrebno prepoznati i ponašati se u skladu sa istom. Pod kriznim situacijama možemo navesti:

- smrtni slučaj čelnika Vlade i/ili Skupštine kantona
- šteta nanosena vlasništvu Vlade i/ili Skupštine kantona
- javnost ugrožena učinjenim ili što niste učinili
- skandal
- štrajk
- krađe ili sličan nezakonit čin
- nezadovoljstvo uposlenika
- interni konflikti
- glasine o propadanju ili bankrotu
- nespretne izjave glasnogovornika
- elementarne nepogode
- političke konfrontacije
- teroristički napadi
- epidemije
- itd.

### **10.1. Analiza stanja**

Što se komunikacije u kriznim situacijama tijela uprave u SBK tiče, ovu je oblast, dokumentom „Plan zaštite i spašavanja od prirodnih i drugih nesreća Srednjobosanskog Kantona“ ispisanom na 314 stranica, razradila jedino Kantonalna uprava civilne zaštite. Međutim, spomenuti dokument odnosi se samo na oblast interne komunikacija prilikom pojava kao što su poplave, požari, nesreće u rudnicima ili nesreće izazvane neeksplozivnim ubojitim sredstvima, odnosno oblast spašavanja ljudi, materijalnih dobara, životinja, biljnog svijeta i okoliša općenito prilikom prirodnih i drugih nesreća. Tada se, stoji u navedenom dokumentu, aktivira Kantonalni stožer civilne zaštite koju preuzima ulogu koordinacijskog tijela u oblasti zaštite i spašavanja.

- „U skladu sa članom 134. st. 1. i 2. Zakona o zaštiti i spašavanju („Službene novine Federacije BiH“ br: 39/03, 22/06 i 43/10), aktiviranje Kantonalnog štaba civilne zaštite (u daljem tekstu: Kantonalni štab) vrši se u svim situacijama kada zaprijeti neposredna opasnost ili pojava koja može dovesti do nastanka prirodne ili druge nesreće i koja može ugroziti život i zdravlje ljudi i materijalna dobra na određenom području ili je već nastala prirodna ili druga nesreća, pa je nadležni organ vlasti proglasio stanje te prirodne ili druge nesreće.
- Aktiviranje Kantonalnog štaba se vrši radi razmatranja nastale situacije i odlučivanja o sljedećim pitanjima:
  - a) utvrđivanje procjene o postojanju uslova da se Vladi Srednjobosanskog kantona predloži donošenje odluke o proglašenju nastanka prirodne ili druge nesreće,

b) odlučivanje o poduzimanju odgovarajućih mjera zaštite i spašavanja iz svoje nadležnosti u cilju:

- sprječavanja nastanka pojave ili opasnosti koja može dovesti do prirodne ili druge nesreće,
  - sprječavanja širenja pojave ili opasnosti ili ublažavanja njenog djelovanja,
  - spašavanja ugroženih ljudi i materijalnih dobara u toku djelovanja prirodne ili druge nesreće.
- Kantonalni stožer se aktivira kada Kantonalna uprava za civilnu zaštitu (u daljem tekstu: Kantonalna uprava) procijeni da je stanje na ugroženom području takvo da je potrebna pomoć sa područja drugih općina ili kantona ili kada općinski štab civilne zaštite zatraže pomoć Kantonalnog štaba ili kada je ugroženo područje dvije ili više općina ili područje cijelog Kantona“. (Plan zaštite i spašavanja od prirodnih i drugih nesreća SBK, Mjere, postupci i zadaci kojima se vrši aktiviranje Kantonalnog štaba civilne zaštite, str. 31)

„Plan zaštite i spašavanja od prirodnih i drugih nesreća SBK“ uz ostalo, ima sve potrebne kontakte pri kantonalnim ministarstvima, upravama i službama kao i javnim poduzećima, a propisuje i zaduženja koja su u slučaju prirodne i druge nesreće dužna preuzeti ministarstva, službe, uprave, javna poduzeća ali i građani od kojih se izuzimaju određena materijalna sredstva za potrebe zaštite i spašavanja. Oblast eksternih komunikacija nije posebno obrađena spomenutim dokumentom, ali je evidentno da se ona u pojedinim dijelovima preklapa s internim komuniciranjem. To su oblasti spašavanja od prirodnih i drugih nesreća ali i zaduženja koje Štab civilne zaštite izdaje u slučaju prirodnih i drugih nesreća onima koji nisu dio kantonalnih tijela uprave.

Što se komunikacije s javnostima u kriznim situacijama tiče, iz dosadašnjih iskustava evidentno je da odgovorni u Štabu stoje medijima na raspolaganju 24 sata dnevno u slučaju prirodne ili druge nepogode te izdaju saopštenja s potrebnim uputama građanima kako se ponašati u određenoj kriznoj situaciji koristeći postojeće pravne okvire iz oblasti komunikacija.

## **10.2. Plan reakcije u slučaju krizne situacije**

Ured za odnose s javnostima bi u svom opisu posla morao pripremiti plan aktivnosti u slučaju pojave krizne situacije. Plan bi se pripremao i provodio u saradnji sa kantonalnim tijelima. Plan bi obuhvatio cijelokupnu proceduru ponašanja počevši od procjene kontrole rizika nastale situacije, praćenja dešavanja, uspostavio dobre odnose sa medijima i novinarima te pripremio plan sprječavanja daljnjeg dešavanja sličnih situacija.

Ured bi u saradnji sa Vladom i Skuštinom kantona trebao odmah da reaguje na nastalu situaciju, da djeluje brzo i da bude otvoren prema medijima te da drži situaciju pod kontrolom koliko je to moguće.

Osim Uprave civilne zaštite, i ostala kantonalna tijela uprave imaju potrebu urediti oblast kriznog komuniciranja. Ono bi trebalo imati preventivan karakter u većini slučajeva. Konkretni primjer je isplata plata za mart 2013.godine budžetskim korisnicima koja je, zbog nedostatka sredstava u Budžetu, bila podijeljena u dva ili više dijelova. Dogodilo se tako da najbrojniji među korisnicima Budžeta, prosvjetni radnici, posljednji dobiju plaću, neki čak i s zakašnjenjem

od sedam dana zbog tehničkih zastoja izazvanih prelaskom u novu banku. Epilog ove situacije su po Vladu, krajnje uvrjedljiva saopštenja pojedinih predstavnika školskih Sindikata.

Da je ova situacija, uz kontinuirano izvještavanje javnosti o stanju u Budžetu SBK, tretirana kao krizna, odnosno da je Vlada objasnila moguće razloge i posljedice zbog kojih je došlo do dodatnog kašnjenja plaća, neugodnosti bi mogle biti izbjegnute. Saopštenje Sindikata proizvelo je neopravdan negativan stav javnosti o radu Vlade koja je optužena za diskriminaciju zaposlenih u školstvu.

### **11. NOSIOCI AKTIVNOSTI**

Ured za odnose sa javnošću, bi donošenjem Pravilnika o radu ureda, a u saradnji sa Vladom i Skupštinom kantona definirao nositelje određenih aktivnosti u procesu komuniciranja, izuzev MUP-a koji po svojoj sistematizaciji već ima osobu zaduženu za odnose s javnostima, koji će u saradnji sa Uredom za odnose sa javnostima redovno surađivati u primjeni Strategije komuniciranja.

Nositelji aktivnosti unutar kantonalnih organa uprave bi bili u obavezi da Uredu za odnose sa javnostima u skladu sa Pravilnikom i Propisima koje ovaj ured uspostavi redovno dostavljaju sve informacije koje su od važnosti za javnost.

Ureda za odnose sa javnostima bi postao glavni nositelj aktivnosti procesa komunikacija.

### **12. USVAJANJE, IMPLEMENTACIJA, MONITORING I EVALUACIJA**

Najbolji način za postizanje uspjeha komunikacijske prakse na nivou Kantona je redovno procjenjivanje i ažuriranje dokumenta Strategije komuniciranja uz korisne povratne informacije upućene od građana.

Uspjeh implementacije Strategije komuniciranja također zavisi od mjere postignutih ciljeva kao i nivoa sudjelovanja građana u tom procesu.

Imenovani službenici (službenik) za odnose sa javnostima su nosioci aktivnosti na izradi, implementaciji, ažuriranju i reviziji Strategije komuniciranja.

Strategija komuniciranja će se provoditi putem godišnjeg Operativnog plana koju usuglašavaju Ministri sa Premijerom SBK i Ured za odnose sa javnostima.

Godišnji Operativni plan sadrži: aktivnosti koje se provode u toku godine, vremenski okvir u kojem se aktivnosti provode kao i odgovorno lice zaduženu za provedbu aktivnosti.

Godišnji Operativni plan je podijeljen na tromjesečne periode, a nakon svakog perioda Ured za odnose sa javnostima izrađuje izvještaj o provedbi Strategije komuniciranja i Operativnog plana i dostavlja ga Premijeru SBK

Vlada kantona usvaja Strategiju komuniciranja i zaprima redovne izvještaje o njenoj implementaciji.



### *Implementacija*

Strategija komunikacija Srednjobosanskog kantona je neophodan dokument čiji ciljevi ostvaruju i omogućavaju lakše, jednostavnije i transparentije komuniciranje sa javnostima. Usvajanjem Strategije komuniciranja odnosno implementacija strategije je obaveza svih, a prvenstveno Ureda za odnose sa javnostima.

Implementacija Strategije je utvrđena planom aktivnosti, programomima, jasno utvrđenim rokovima i nositeljima aktivnosti.

Operativni plan aktivnosti priložen kao aneks Strategije.

### *Monitoring*

Monitoring se, jednostavno izraženo, može smatrati stalnom sistematskom aktivnošću u kojoj se sakupljaju i pružaju informacije specijalno sa svrhom mjerenja i poboljšanja efektivnosti projekta; ili se može koristiti za obezbjeđivanje odgovornosti na svim nivoima projekta, posebno u pogledu finansija, ili kada menadžment donosi odluke o osoblju i institucionalnoj efektivnosti.

Najmanje dva puta godišnje (na pola i na kraju godine) Odjel za odnose s javnošću će provesti istraživanje javnog mišljenja i o rezultatima izvijestiti Vladu i Skupštinu kantona i širu javnost.

Redovno će pratiti pisane i elektronske medije uključujući WEB site, sjednice Vlade i Skupštine, uključenost građana, poslovnog i NVO sektora u proces kreiranja i usvajanja Vladinih politika. O svojim zapažanjima informirat će Vladu i javnost putem godišnjih izvještaja.

### *Evalucija*

Evaluacijom se utvrđuje da li su ispunjeni ciljevi projekta (dugoročni i kratkoročni), tj. uspješnost realizacije jednog projekta. Ona treba da je usko vezana za ove ciljeve. Opišite metodologiju evaluacije, npr. Načini prikupljanja podataka, vrste informacija koje će se sakupljati, da li će evaluaciju raditi neko unutar organizacije (interna evaluacija) ili će se raditi eksterna evaluacija.

Strategija komunikacija Vlade kantona je srednjoročnog karaktera, njena evaluacija se obavlja na godišnjoj razini. Analiza učinkovitosti se obavlja u odnosu na postavljene opće i specifične ciljeve.

- Operativni ciljevi implementacije Strategije komuniciranja

Strategija komuniciranja Vlade kantona definiše prioritete aktivnosti koje sadašnja vlast u lokalnoj zajednici namjerava izvršiti tokom vršenja svog mandata kako bi se komunikacija sa eksternim i internim javnostima digla na jedan viši i kvalitetniji nivo. Za kvalitetno pružanje usluga građanima u oblasti informisanja i komunikacije osnovni operativni ciljevi su:

- Formiranje Službe za odnose sa javnošću i obezbjeđenje neophodnih materijalnih, tehničkih i kadrovskih resursa za njeno funkcionisanje, donošenje propisa kojima će se regulisati rad službenika za informiranje u smislu poboljšanja interne komunikacije, odnosa prema strankama i plasiranje informacija u javnost. Strategija komuniciranja Vlade kantona
- Izrada akcionog plana na početku godine sa detaljnim opisom komunikacijskih aktivnosti i načinom praćenja uspješnosti i realizacije.

Načini, mehanizmi i kanali za implementaciju Strategije komuniciranja Implementacija Strategije komuniciranja provodi se različitim mehanizmima i u različitim sferama, a što sa

sobom nosi i određene specifičnosti koje imaju uticaj na željeni rezultat u implementaciji strategije. Da bi se ostvario što efikasniji rezultat u procesu komuniciranja Vlade i Skupštine kantona sa građanima, uspostaviti će se na osnovu postavljenih ciljeva Strategije komunikacija Vlade i Skupštine kantona.

U cilju efikasnog informisanja građana potrebno je izgraditi kvalitetne kanale i mehanizme internog komuniciranja čime bi se stvorile kvalitetne pretpostavke za eksterno komuniciranje. Vlada kantona prema lokalnoj zajednici nastupa kao jedinstven organ te u tom smislu informacija prema okruženju treba biti unificirana i odaslana kroz odgovarajući komunikacijski kanal koji će osigurati njeno vjerodostojno prezentiranje javnosti. Strategija komuniciranja ima za cilj unaprijediti ne samo komunikaciju Vlade i Skupštine kantona sa javnošću - eksterno komuniciranje, nego i unapređenje internu komunikaciju unutar organa uprave.

Stalno procjenjivanje i eventualne promjene Strategije komunikacija najbolji su način za postizanje uspjeha. Putem samo-procjenjivanja dobivamo korisne povratne informacije i možemo mijenjati našu strategiju ili ciljeve, ako je to potrebno. Uspjeh Strategije komunikacija mora se mjeriti ciljevima koje smo njome postavili te nivoom sudjelovanja građana u tom procesu. Jesmo li postigli pozitivna poboljšanja za građane, poslovni i NVO sektor? U kojoj smo mjeri ojačali sudjelovanje svih ciljnih grupa u procesima kreiranja i donošenja lokalnih politika? U kojoj mjeri je strategija pomogla širenju svijesti ljudi o pravima i odgovornostima njihovog sudjelovanja? U kojoj je mjeri Strategija osposobila pojedince i sve kantonarne organe da odgovore na zahtjeve strategije?

Na navedena pitanja odgovor treba dati Eksterni nezavisni Tim za evaluaciju. Može to biti nevladina organizacija ili tim kojeg čine predstavnici različitih sektora Vlade i Skupštine kantona.

### **13. BUDŽET**

Strategija komunikacija i provedba se temelje na uspostavljanju Ureda za odnose s javnošću, odnosno imenovanjem osobe koja bi bila zadužena za interne i eksterne komunikacije Vlade kantona.

S obzirom da je Vlada Srednjobosanskoga kantona donijela Odluku o formiranju ureda za Evropske intergacije, u čijem sastavu se pored službenika zaduženog za IPA fondove i odnose sa EU, nalaze i službenici za upravljanje ljudskim resursima, službenik za standardizaciju i odnose s javnostima.

Tabelarni prikaz finansijske strukture se temelji na 6 uposlenih osoba (iz postojećeg kadra uposlenih u Vladi Srednjobosanskog kantona).

<b>Razdjel</b>	<b>Glava</b>	<b>Potroš. jedinica</b>	<b>Ekonom. kod</b>	<b>Opis</b>	<b>Budžet za 1 godinu</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
10	01	0001			
			611100	Bruto plaće i naknade plaće	120.960,00
			611200	Naknade troškova zaposlenih	25.000,00
			<b>611000</b>	<b>Plaće i naknade troškova zaposlenih</b>	<b>145.960,00</b>
			612100	Doprinosi poslodavca	13.140,00
			<b>612000</b>	<b>Doprinosi poslodavca i ostali doprinosi</b>	<b>13.140,00</b>
			613100	Putni troškovi	1.200,00
			613300	Izdaci za komunikaciju i komunalne usluge	1.200,00
			613400	Nabava materijala i sitnog inventara	2.400,00
			613700	Izdaci za tekuće održavanje	600,00
			613900	Ugovorene i druge posebne usluge	3.600,00
			<b>613000</b>	<b>Izdaci za materijal, sitni inventar i usluge</b>	<b>9.000,00</b>
			821300	Nabava opreme	5.000,00
			<b>821000</b>	<b>Ukupno kapitalni izdaci</b>	<b>5.000,00</b>
				<b>Broj djelatnika</b>	<b>6</b>
				<b>Ukupno za glavu 05 - Ured za evropske integracije (odnosi s javnošću)</b>	<b>173.100,00</b>

## **14. OČEKIVANI REZULTATI**

Sve pobrojano na ispravljanju krive slike Srednjobosanskog kantona kako u domaćoj tako i inostranoj javnosti treba da rezultira, u prvom redu, promijenjenim odnosom cjelokupne javnosti prema onom što čini stvarne karakteristike ovog Kantona. Prije svega, mora se ostvariti osnovni cilj - stvaranje ambijenta za veća investicijska ulaganja.

Kroz paket stabilizacijskih mjera kad je u pitanju fiskalna politika te punjenje i pražnjenje budžeta, Vlada Srednjobosanskog kantona treba da utiče na svijest građana, a posebno budžetskih korisnika u pravcu prihvatanja ovih mjera kao neminovnosti koje u narednom periodu trebaju rezultirati općim boljitkom za sve. U pogledu međunarodnih integracija, predstavnici Srednjobosanskog kantona trebali bi imati više uspješnih nastupa u Evropi i na taj način skrenuti pažnju na ovaj dio Bosne i Hercegovine. U tom smislu potrebno je u narednom periodu stalnim istupima posebno isticati podatke o zadovoljavajućem stepenu povratka. Brojne sportske i kulturne manifestacije kojima je Kanton bio pokrovitelj također će biti dio promidžbe ove Vlade.

Očekivanja - rezultati Strategije komunikacija najbolje će biti vidljivi nakon realizovanja godišnjih planova u radu na odnosima s javnošću kroz vođenje kampanja koje će biti sastavni dio plana Odjela s javnostima Vlade Srednjobosanskog kantona u 2013. godini. Ovakav pristup nastavit će se i u narednom periodu kroz daljnju razradu oblika i načina komuniciranja sa građanima te unapređenja pozitivnog imidža ovog područja i Vlade i Skupštine kantona u cjelini.

Strategija komunikacija će u mnogome doprinijeti ostvarenju Vizije i Misije primjenom strategije na svim nivoima vlasti.

## 15.PRILOZI

### 15.1 Forma javnih nastupanja (intervju, rasprava, itd.)

Kod javnih nastupa bitno je fokusirati se na prenošenje poruke, sadržaja odnosno teme zbog kojeg se održava javni nastup.

Prije samog početka nastupa potrebno je proučiti publiku, kako bi bolje mogli da prenesete svoju poruku. Svaki javni nastup iziskuje pripremu, priprema prije javnih nastupa smanjuje tremu i pomaže boljoj komunikaciji.

Prvi korak u pripremi za javni nastup je pripremanje govora ili prezentacije, treba da znate cilj i ono što zastupate odnosno prenosite publici. Potrebno je pripremiti argumente za i protiv teme koju prenosite (statističke podatke, provjerene informacije, itd.), pripremiti bilješke kao podsjetnik.

Javni nastup i govor pred publikom su procesi obraćanja publici s namjernim obavještavanja, utjecanja, i prenošenja informacija. Većina javnih nastupa su popraćene raznim prezentacijama. Svaka prezentacija sa sobom nosi nešto novo i drugačije te je jako bitno privući pažnju slušalaca i naravno naposljetku postići i ono najvažnije, a to je održavanje pažnje slušatelja.

### 15.2 Forma Saopštenja za javnost

Saopštenje za javnost je osnova i izvor informacija za javnost. Saopštenje se najčešće koristi kada se žele predstaviti važne, nove i relevantne informacije iz tog razloga veoma je bitna forma i izgled saopštenja.

U osnovi saopštenje treba da bude na jednoj stranici, nikada duže od toga, osim u posebnim situacijama. Tehnički izgled Saopštenja za javnost:

- Zaglavlje sa punim nazivom institucije koja dostavlja saopštenje,
- Datum i mjesto,
- Dvostruki prored, standardni font (veličine slova 12),
- Margine trebaju biti široke najčešće su 2,54cm,
- Odlomci (pragrafi) na svakih 5 do 7 rečenica,
- Najviše 3 do 4 odlomka (paragrafa),
- Pisati saopštenje bez određenih fraza i superlativa,
- Brojevi od 1 do 10 se uvijek pišu slovima, i procenti se pišu slovima,
- Najviše 3 do 4 odlomka (paragrafa),
- Na kraju saopštenja obavezno ostaviti ime i prezime, ili naziv institucije koja dostavlja saopštenje, ali i kontakt (telefon, fax, e-mail)

Uvodni dio saopštenja je najbitniji, on treba da sadrži informacije KO, ŠTA, KADA, GDJE i ZAŠTO. Saopštenje treba da bude jasno napisao, bez dodatnih skraćenica.

### 15.3 Forma održavanje press konferencije

#### Organizacija i tok

- tema pres-konferencije
- učesnici u pres-konferenciji
- datum održavanja
- lokacija pres-konferencije
- poziv medijima (općenito, kada se šalju pozivnice i kada je rok blizu, predlaže se da se predstavnici medija pozovu telefonom)

- organizacija prostorije za pres-konferenciju (transparentni trebaju biti postavljeni kantonalna obilježja, da li je planirana prezentacija u power pointu-tehničke pripreme)
- da li je poželjan podijum?
- Inače postavljaju se 2 stola sa 4 stolice za učesnike ispred novinara – a transparenti su u pozadini
- Na stolovima na podijumu postaviti akreditaciju, i to samo da piše ime i prezime, bez titula, činova, (čak i bez g. i gđa)

#### Akreditacija:

Dostupni su u uredu za odnose s javnošću

#### Čaše za vodu:

Postaviti na stolove na podijumu

#### Stolice i stolovi

Postaviti stolice za novinare – inače dovoljne su stolice, za manje pres-konferencije dovoljno je postaviti 25-30 stolica

#### Oznake

Oznake i putokazi se mogu postaviti na ulazu („pres-konferencija – na zadnjem spratu“). Ako nema dovoljno vremena, može se uzeti A4 papir i zalijepiti na zid sa porukom u kojoj prostoriji je pres-konferencija

#### Obavijest čuvarima na kapiji

da se održava pres-konferencija

#### Da li je poželjan govornik?

Ne dešava se inače na pres-konferencijama, više se koristi na dodjelama nagrada/činova/diploma.

#### Da li je poželjno ozvučenje?

Inače, nije potrebno na pres-konferencijama, ali je potreban za velike događaje, tako da treba izvršiti tehničke pripreme.

#### Piće i hrana

Općenito, obezbijedi se kafa i voda

#### Moderator:

Da li je poželjno imati moderatora – odrediti osobu?

Moderator mora imati kratku diskusiju sa učesnicima koji će biti na podijumu prije pres-konferencije.

#### Preporučuje se slijedeće:

Moderator pozdravlja novinare na pres-konferenciji sa naslovom „...“ On/ona poslije predstavlja učesnike na podijumu, i daje riječ prvom učesniku.

Općenito, učesnik daje riječ slijedećem učesniku (to se dogovori prije pres-konferencije)

Na kraju, moderator se zahvaljuje učesnicima, i pita novire da li imaju još pitanja (u kratkom razgovoru prije pres-konferencije potvrditi da je to uredu sa učesnicima).

Ako ima pitanja, moderator koordinira proceduru, a na kraju, zahvali se svima koji su došli, izjavljujući da je zaključena pres-konferencija.

Ukoliko postoje neki predmeti koji se mogu fotografisati, u dogovoru sa učesnicima, najaviti već na početku da će nakon pres-konferencije novinari imati mogućnost slikati predmete.

#### Letak

Da li će biti obezbijeđeni letci – ko priprema umnožavanje? (inače to priprema ured za odnose s javnošću). Letke poredati po stolicama koje su namijenjene za novinare – napraviti dodatnih kopija!

#### Biti pola sata ranije na mjestu održavanja:

kako bi pozdravili novinare, provjerili da je sve spremno, i provjeriti tehničku opremu. Ponijeti par olovki, ukoliko zatreba nekim novinarima.

#### Nakon pres-konferencije

Inače bude emitovan sadržaj pres-konferencije – kako bi se informisali predstavnici medija koji nisu mogli prisustvovati pres-konferenciji. Ponekad se koristi sadržaj power point prezentacije u ove svrhe. Ukoliko ima dovoljno vremena, preporučeno je da se pripremi prilog za emitovanje prije pres-konferencije, kako bi ga mogli poslati odmah nakon što se završi.

#### Kodeks oblačenja

Opće pravilo za televiziju je: manje je više. Za žene, ne nositi odjeću sa velikim dezenima i jarkim bojama. Vi se ističete, a ne vaša odjeća. Mini suknje i visoke štikle ne naglašavaju vaše sposobnosti. Također za nakit: manje je više.

Muškarci trebaju biti diskretni u izboru kravata. Bez velikih ili premalih dezena. Tamna odijela se uvijek čine više ozbiljnim nego svjetlija. Paziti da su nogavice dovoljno duge, i ne nositi kratke čarape, tj. da se ne vidi koža noge putem kamere.

Za gostovanje na televiziji, uvijek prethodno na šminkanje, također muškarci, puder na lice. Inače će vaše lice blještati na ekranu. Ukoliko se puno znojite, ne treba piti tople napitke ili kafu pred gostovanje na televiziji.

### *15.4. Operativni Plan Strategije Vlade i Skupštine kantona*

#### Strategiju