

BOSNA I HERCEGOVINA
FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE
KANTON SARAJEVO - OPĆINA ILIDŽA

OPĆINSKI NAČELNIK



BOSNIA AND HERZEGOVINA
FEDERATION OF BOSNIA AND HERZEGOVINA
SARAJEVO CANTON - MUNICIPALITY OF ILIDŽA

MUNICIPALITY MAYOR

STRATEGIJA ODNOSA S JAVNOŠĆU OPĆINE ILIDŽA 2018. – 2020.

Općina Ilidža, mart 2018. godine

UVOD

Općina Ilidža je jedna od devet općina koje se nalaze u sastavu Kantona Sarajevo. Ilidža nije u sastavu Grada Sarajeva, ali se smatra dijelom urbane cjeline Sarajeva.

Glavno obilježje ove općine su njeni prirodni resursi – Ilidža je smještena u podnožju planine Igman, posjeduje plodno tlo, obilje vode, šumska bogatstva, a posebno je atraktivna posjetiocima i turistima zahvaljujući izvorištu rijeke Bosne pretvoreno u park 'Vrelo Bosne', izvorima termalne i kisele vode, parkovima i šetnicama. Ovakve prirodne osobnosti čine Ilidžu idealnim prostorom za život, te je utoliko nastanjena od pradavnih vremena.

Kulturno –historijsko naslijeđe Ilidže

Arheološko područje Butmir, najstarije i najpoznatije arheološko nalazište u BiH, nalazi se na desnoj obali rijeke Željeznice, nedaleko od savremenog ilidžanskog naselja Butmir. Ovo prahistorijsko naselje proglašeno je nacionalnim spomenikom.

Komisija za očuvanje nacionalnih spomenika donijela je odluke o proglašenju nacionalnim spomenicima Bosne i Hercegovine za sljedeća dobra sa područja općine Ilidža:

1. Historijsko područje – ostaci predromaničke crkve i srednjevjekovno groblje Crkvina kod sela Vruci;
2. Arheološko područje – Rimske iskopine na Ilidži;
3. Prirodno-graditeljska cjelina – most u Plandištu (Rimski most, most preko rijeke Bosne u Plandištu);
4. Historijska građevina – katolička crkva Uznesenja Marijina na Stupu;
5. Graditeljska cjelina – pravoslavna crkva Sv. Save u Blažuju zajedno sa grobljem;
6. Arheološko područje – prahistorijsko naselje u Butmiru;
7. Historijska građevina – Stara željeznička stanica Ilidža;
8. Historijska građevina poznata kao Zildžića kuća;
9. Mezarje Velika drveta (Stari nišani) na Stupu, grobljanska cjelina;
10. Graditeljska cjelina – spomenik borcima NOR-a (spomen-kosturnica) u Velikom parku na Ilidži;
11. Graditeljska cjelina - Grupa spomenika posvećenih Igmanskom maršu u Sarajevu, općine Trnovo, Hadžići, Ilidža, Novi Grad i Vogošća;
12. Spomenici s područja općine Ilidža uključeni u cjelinu su Spomen ploča Gubavac i spomenik na Vrelo Bosne.

Općina Ilidža

Općina Ilidža kao organ upravljanja, sastoji se od ureda Općinskog načelnika, Općinskog vijeća (31 vijećnik), komisija i radnih tijela Općinskog vijeća. Općina Ilidža u svom sastavu ima sljedeće službe (koje mogu, a ne moraju imati relevantne odsjeke):

- Služba za prostorno uređenje

- Služba za imovinsko-pravne poslove
- Služba za privredu i turizam
- Služba za finansije
- Služba za obrazovanje, kulturu, sport i informisanje
- Služba za rad, socijalna pitanja, zdravstvo, izbjegla i raseljena lica
- Služba za boračka pitanja
- Služba za opću upravu
- Služba za inspekcijski nadzor
- Služba za razvoj, komunalne poslove i puteve
- Služba civilne zaštite
- Stručna služba općinskog načelnika
- Stručna služba općinskog vijeća
- Stručna služba za koordinaciju rada mjesnih zajednica
- Služba za zajedničke poslove
- Pravobranilaštvo općine Ilidža

Ovakva organizaciona struktura pretpostavlja potrebu za visokom razinom sistemske interne komunikacije i koordinacije, kao i adekvatne mehanizme monitoringa i izvještavanja.

Javnost rada općine Ilidža treba biti jedan od njenih osnovnih principa. Da bi se to u potpunosti ostvarilo, neophodno je da općina Ilidža ostvari saradnju sa cjelokupnom društvenom zajednicom, što se postiže kvalitetnim odnosima s javnošću. Komunikacija će dovesti do neophodnih interakcija, čime će rasti povjerenje u općinu Ilidža kao stabilnog i funkcionalnog partnera stanovnika ove općine, ali i drugih subjekata.

Za izgradnju uspješnih odnosa s javnošću, potreban je precizno isplaniran razvoj na području komunikacija koji ide u dva smjera – eksterni i interni.

VIZIJA

Općina Ilidža će imati efikasnu administraciju, bit će ekonomski jaka, sa velikim brojem zaposlenog stanovništva, dobro riješenom infrastrukturom, razvijenim turizmom, kvalitetnom zdravstvenom i socijalnom zaštitom, uređenim obrazovnim sistemom bogatim kulturnim, sportskim životom u okviru ekološki očuvane i prostorno uređenje cjeline.

MISIJA

Ispunjavanjem ustavnih i zakonskih obaveza i nadležnosti, Općina Ilidža planira, prepoznaje i kvalitetno zadovoljava zahtjeve i potrebe korisnika usluga i time poboljšava kvalitet života svojih građana.

TEMELJNE VRIJEDNOSTI Općine Ilidža su odgovornost, etičnost i transparentnost.

Odnosi sa javnošću

Služba za obrazovanje, kulturu, sport i informisanje putem Odsjeka za informisanje vodi računa o informisanju javnosti o aktivnostima Općine.

Strategija odnosa sa javnošću Općine Ilidža je strateški dokument kojim se definiraju kratkoročni i srednjoročni komunikacijski ciljevi, ciljne grupe, komunikacijski kanali, osnovne poruke i analiza učinaka.

Izrada Strategije komunikacija proizašla je iz opredjeljenja Općine Ilidža za unaprijeđenje transparentnosti u radu njenih tijela, političke i društvene odgovornosti u institucionalnom odlučivanju, kao i odgovornog upravljanja javnim dobrima.

Osnovni ciljevi Strategije odnosa s javnošću Općine Ilidža

- Tačno i pravovremeno informiranje javnosti o aktivnostima Općine Ilidža
- Promocija prednosti Općine Ilidža kao plodnog tla za ulaganje domaćih i inostranih investitora
- Održavanje i poticanje zdravih društvenih i ekonomskih tokova na teritoriji općine Ilidža
- Jačanje prepoznatljivosti brenda općine Ilidža kao lidera među sarajevskim općinama u pogledu turizma, razvoja i obrazovanja

Osnovni principi Strategije odnosa sa javnošću Općine Ilidža

- transparentna dvosmjerna komunikacija
- intenzivna komunikacija sa građanima i partnerima
- jasni, razumljivi i pravovremeni oblici i sredstva komuniciranja
- publikacije u skladu s korporativnim imidžom Općine Ilidža
- svaka poslana poruka u skladu je s osnovnim principima Općine
- transparentnost u svim aktivnostima i postignućima
- nepristrasna i apolitična komunikacija
- svaki oblik komunikacije dizajniran da pomogne u ostvarivanju ciljeva Općine
- komunikacija među uposlenicima Općine je dvosmjerna i pravovremena

Namjera je da se u dvosmjernoj komunikaciji s građanima Kantona Sarajevo, prvenstveno sa stanovnicima Općine Ilidža, dobije podrška javnosti za aktivnosti Općine Ilidža, uključujući i podršku za realizaciju strateških projekata.

Strategija komunikacija Općine Ilidža 2018. – 2020. je kratkoročnog karaktera. Njena primjena se odnosi na razdoblje od tri godine nakon čega je planirano njeno prvo revidiranje.

Odgovornost za primjenu Strategije komunikacija preuzima Odsjek za informisanje Općine kao nosilac komunikacijskih aktivnosti što podrazumijeva kontinuiranu podršku Općini Ilidža.

Predviđeni su i snažni elementi koordinacije sa službama za informiranje i odnose s javnošću u drugim općinama Kantona Sarajevo, kao i drugim tijelima na razini Kantona i Federacije.

OSNOVNI CILJ

Odgovorna, pravovremena i dvosmjerna komunikacija sa svim javnostima i ciljnim grupama kojom se će graditi povjerenje u Općinu Ilidža kao stabilnog partnera, čime će se unaprijeđivati ugled i imidž općine.

KOMUNIKACIJSKI CILJEVI

Komunikacijski ciljevi se dijele na opće (srednjeročne) i specifične (kratkoročne), odnosno na eksterne i interne. Dok se opći ciljevi tiču strateških opredjeljenja ove razine vlasti, specifični ciljevi su više mjerljivi od ostalih te predstavljaju temelj za evaluaciju realizacije Strategije komunikacija.

Opći ciljevi:

1. Unaprijeđenje transparentnosti u radu Općine Ilidža;
2. Jačanje političke i društvene odgovornosti u institucionalnom odlučivanju;
3. Jačanje podrške javnosti za ukupne aktivnosti Općine Ilidža;
4. Jačanje podrške javnosti za realizaciju strateških projekata Općine.

Eksterni ciljevi:

1. Povećati stepen povjerenja građana u Općinu Ilidža putem pravovremenog i transparentnog informisanja o aktivnostima, strategiji, planovima Općine, sa otvorenom mogućnosti dobijanja povratne informacije od strane stanovništva;
2. Organizirati najmanje jednu konferenciju za medije na kojoj će se prezentirati postignuti rezultati na nivou godine;
3. Po potrebi organizirati tematske konferencije za medije o stanju npr. ekonomije na teritoriji općine;
4. Organizacije tematskih promotivnih kampanja;
5. Organizacija događaja;
6. Unaprijeđenje saradnje sa zainteresiranim kreatorima javnog mnijenja (nevladine organizacije, poslovna i akademska zajednica) putem direktne i indirektno komunikacije;
7. Unaprijeđenje saradnje sa predstavnicima međunarodne zajednice povećanim stepenom direktne i indirektno komunikacije sa njihovim službama za odnose sa javnošću.

Interni ciljevi

1. Proširiti tematski dijapazon mjesečnog biltena i proširiti distribuciju izvan općine Ilidža;
2. Unaprijediti popunjenost polica za informisanje;
3. Obaviti najmanje jedan stručni trening za uposlene iz oblasti odnosa sa javnošću i komunikacija tokom svake godine.

KLJUČNE KOMUNIKACIJSKE PORUKE

'Općina otvorena za cijeli svijet'

KOMUNIKACIJSKI ALATI

Ovisno o ciljanoj javnosti kojoj se obraća, Općina Ilidža će u odnosima s javnošću koristiti razne alate kao što su:

- Telefon
- Neposredan kontakt
- Elektronska pošta
- Saopćenje za javnost
- Konferencija za medije
- Izjave, obavijesti, reagiranja, ispravke
- Izvještaji (redovni i sezonski)
- Intervjui
- Web stranica, društvene mreže
- Interno glasilo (bilten)
- Zborovi građana;
- Javne rasprave i tribine;
- Promotivni materijali itd.

CILJNE GRUPE

Osim opće javnosti, u što spadaju svi građani BiH, za realizaciju Strategije odnosa sa javnošću Općine Ilidža i određene su primarne ciljne grupe. Primarne ciljne grupe se dijele na eksterne i interne.

Eksterne ciljne grupe

Prva eksterna ciljna grupa su printani i elektronski mediji u BiH.

Primjenom ove Strategije, Odsjek za informisanje planira stratešku i proaktivnu realizaciju općih ciljeva i eksternih ciljeva.

Osim redovnih saopštenja za javnost, najave događaja, izjava službenih osoba, realizacija ciljeva je planirana isključivo uz profesionalni angažman medija.

Odsjek za informisanje posjeduje listu svih lokalnih, regionalnih i državnih medija, njihovih novinara (po tematskim cjelinama) i urednika s kontakt telefonima i adresama, te ih ova Strategije neće sadržati. Reaktivni kanali komunikacije za medije su: saopštenja za javnost, najave događaja, press konferencije, izjave za medije.

Proaktivni kanali komunikacija su: brifinzi, intervjui, javne informativne kampanje, specijalizirane publikacije, radne posjete, tematski okrugli stolovi, dan otvorenih vrata, oglašavanje i marketing, web-prezentacija, e-mail umrežavanje i javne prezentacije.

Druga eksterna ciljna grupa je stanovništvo općine Ilidža. Proaktivni kanali komunikacija su javne informativne kampanje, specijalizirane publikacije poput postojećeg mjesečnog biltena, radio i TV emisije, web stranica, razni tematski event i skupovi.

Treća eksterna ciljna grupa su kreatori javnog mnijenja kao što su poslovna zajednica, nevladine organizacije i akademska zajednica. Ova ciljna grupa zahtijeva proaktivni pristup s ciljem realizacije općih i eksternih ciljeva.

S obzirom na novostečenu karakteristiku odnosno prednost Općine Ilidža kao regije, da privlači veliku zainteresiranost stranih turista koji svakog ljeta posjećuju ovu općinu, odnosno kupuju nekretnine, potrebno je izraditi posebnu strategiju za održavanje ovog interesa.

Ovaj svjetski fenomen koji svakako ide u korist Ilidži jer otvara nova radna mjesta i poboljšava priliv novca privatnim poduzetnicima, pa time i samoj Općini, treba pravovremeno tretirati na način da će mu se pristupiti na strateški i pravilan način.

U tom pogledu, o Ilidži kao području treba početi razmišljati i (pristupati) kao turističkoj zoni, te je podići na taj nivo. Turisti odnosno potencijalni investitori trebaju znati gdje mogu dobiti instant informaciju o temama koje ih zanimaju, a organiziranjem ovakvih napora, Općina Ilidža dobija bitnu ulogu koordinatora i nadzora.

Posebnu pažnju treba pokloniti potencijalnim poslovnim partnerima, investitorima te utoliko prilagoditi komunikaciju toj ciljnoj skupini.

Interne ciljne grupe

Prva i primarna ciljna grupa su uposlenici Općine Ilidža koji polažu pravo na znanje i informisanost o aktivnostima koje poduzima ova Općina. Pritom je od velikog značaja činjenica da nisu svi uposleni ovlašteni da predstavljaju Općinu u javnosti, pa se u skladu s

tim treba pristupati dijeljenju informacija.

Komuniciranje među uposlenicima je svakodnevno, a ono se odvija putem ad hoc i redovnih radnih sastanaka, kao i elektronske pošte.

SARADNJA S MEDIJIMA

Informisanje je veoma značajna društvena djelatnost od čijeg funkcionisanja u znatnoj mjeri zavisi stanje političkog, ekonomskog, socijalnog i drugog raspoloženja građana.

Pravo građanina da bude obaviješten o radu organa uprave jedna od osnovnih pretpostavki za postizanje uspješnosti. Odsjek za informisanje Općine Ilidža putem medija informiše građane o odlukama i smjernicama organa uprave, te svim projektima i aktivnostima koje su poduzete. Obavlja poslove koji se odnose na informisanje javnosti o radu, prezentaciju i promovisanje rada i projekata (izdavanje saopćenja, biltena, publikacija i drugih štampanih materijala, video i audio materijala i sl), praćenje i analiziranje načina informisanja medija kao i koordinaciju sa medijima, interno informisanje, foto i video dokumentaciju.

Odsjek također obavlja poslove koji se odnose i na analitičko obrađivanje dnevne štampe, kao i poslove neophodnih reakcija na podatke i informacije koje mogu imati negativan efekat na rad Jedinstvenog općinskog organa uprave, ukazuje i na potrebu reagovanja na određeni tekst u štampi ili prilog u elektronskim medijima i cjelodnevno obrađuje informacije iz medija, što podrazumijeva kvalitetan pristup agencijskim vijestima, kao i obradu novinskih tekstova.

U svom poslu, Odsjek je dužan ostvarivati principe transparentnosti, efikasnosti i participaciju lokalne uprave, te je utoliko saradnja s medijima neophodna. Osim što gotovo svakodnevno šalje informacije o radu, početku, toku projekata, Odsjek vrlo često šalje pozive medijima na događaje, koje često i organizuje. Pripremaju se saopćenja, informacije, te konferencije za novinare.

Mediji imaju ogromnu moć da oblikuju javno mišljenje, a medijska pokrivenost određenog događaja ili nedostatak iste može radikalno promijeniti percepciju određenih događaja. Uprkos činjenici da većina stanovnika u BiH vijesti prati putem televizije ili radija, novine i dalje ostaju najdetaljniji izvor informacija. Televizija je neupitno najutjecajnija.

Od snimanja TV priloga o aktivnostima, pa do gostovanja na televizijama, prilika je koju Općina Ilidža koristi kako bi prezentirala svoj rad građanima (TVSA, Hayat, MTV Igman, OBN, Hema, FTV, N1 i drugi).

Prepoznajući da se većina stanovništva danas informiše i putem interneta jer je to najbrži način, Općina Ilidža ostvaruje redovnu saradnju sa portalima (Klix, Depo, Patria, Source, radiosarajevo, informativa i drugi). Saradnja se ostvaruje i sa državnim novinskim agencijama: Fena, Onasa, a i sa radio stanicama.

Odnosi s javnošću nisu besplatni, ali efekti su višestruki. Odsjek za informisanje i dalje

ostaje prepoznatljivo mjesto gdje će se prikupljati materijali (tekstovi) i publikovati informacije, obavljati poslovi pripreme raznih materijala za štampu, publikacije, prikupljati fotografije za objavljivanje, slati informacije, saopćenja, upozorenja, javne oglase, javne pozive, konkurse, čestitke i slično.

KRIZNO KOMUNICIRANJE

Zbog sve većeg broja nesreća i kriza, krizno komuniciranje u posljednjih nekoliko decenija ima strateško mjesto u životu institucija.

Kriza može nastupiti u raznim oblicima. Pored saobraćaja, industrije, građevinarstva i sl., krize mogu nastati i u državnim institucijama, političkim strankama, odnosno na svim nivoima ljudske komunikacije.

Uzroci kriza u organizacijama mogu biti vanjski (gdje organizacija nema bitnog uticaja npr. političke i društvene promjene, prirodne katastrofe i nesreće, ekonomska kriza i sl.) i unutarnji (loša organizacija rada, narušeni međuljudski odnosi, nestručnost uprava, loši uslovi za rad, nedostatak komunikacije i sl.).

Vanjski uzroci mogu biti prirodne katastrofe i nesreće, političke u društvene promjene, promjene na tržištu, sigurnosni rizici i prijetnje, ekonomska kriza i sl.

Unutarnji uzroci uključuju narušene međuljudske odnose, lošu organizaciju rada, loše uslove za rad, nedostatak komunikacije korupciju, bolestan rivalitet, nestručnost i nemoral uprave i sl.

Krizni plan

Uprava Općine Ilidža mora biti svjesna mogućih kriza u svom sistemu, te mora pristupiti planiranju za vanredne situacije.

Pet je osnovnih koraka koji mogu pomoći da se sastavi krizni plan:

- Sastaviti tim za planiranje;
- Procijeniti razmjere problema;
- Načiniti plan;
- Testirati plan i;
- Ažurirati plan u hodu, po potrebi.

Plan kriznog komuniciranja treba sadržati sljedeće elemente:

- Odnosi sa medijima;
- Kontakt sa osobljem u slučaju nužde;
- Komunikacija sa općinskim službama;
- Komunikacija sa drugim vladinim agencijama;
- Komunikacija sa stanovništvom.

Za općinu Ilidža, javnost u kriznoj komunikaciji uključuje sljedeće subjekte: uposlenici, uprava/menadžment, savjetnici, građanstvo, mediji, interesne skupine, banke, društva, viši nivoi vlasti i dr.

Za uspješno prevladavanje krize, ključna je uloga glasnogovornika Općine. Prilikom odabira ove osobe, ključni faktor su kompetencije za komunikaciju sa javnošću vezano za datu krizu. Takva osoba će se izražavati precizno, bit će smirena i strpljiva u kontaktu s medijima, čime će ulijevati povjerenje građanima i time spriječiti nastanak panike.

Od glasnogovornika se očekuje da uvijek pravovremeno izađe na mjesto događaja gdje će medijima osigurati tačnu informaciju u skladu sa strategijom Općine.

Kako bi se kriza što kvalitetnije prevladala, neophodno je definirati kriznu strategiju Općine i komunicirati jasno i pravovremeno, oslanjajući se pritom na sljedeće principe:

- PROAKTIVNOST u informiranju (pružiti medijima osnovnu i relevantnu informaciju o kriznom događaju i prije nego što je zatraže čime se preveniraju špekulacije i preuzima kontrola nad situacijom);
- Odrediti FREKVENTNOST I VREMENSKE RAZMAKE komunikacije s medijima (ovo je neophodno definirati u prvim minutama od nastupanja krize);
- Odrediti KOMUNIKACIJSKE ALATE koje se će koristiti u krizi, npr. pored uobičajenih to mogu biti infolinija, sastanci s građanima, intervjui sa načelnikom i sl.)
- Uvijek unaprijed pripremiti osnovnu, UNAPRIJED PRIPREMLJENU INFORMACIJU;
- Imenovati GLASNOGOVORNIKA koji će nastupati u ime načelnika i prethodno formiranog kriznog štaba.

ODGOVORNOST ZA SPROVOĐENJE STRATEGIJE ODNOSA SA JAVNOŠĆU

Osim Općinskog načelnika koji ima vrhovnu odgovornost za sprovođenje ove kao i drugih strategija Općine Ilidža, Služba za obrazovanje, kulturu, sport i informisanje je odgovorna za sprovođenje Strategije odnosa sa javnošću, između ostalog, putem Odsjeka za informisanje.

OPĆINSKI NAČELNIK

Prof.dr. Senaid Memić, s.r

