

# **Važnost komunikacije i načini komuniciranja u medijima i lokalnoj sredini**

Priredile:  
Andrea Pavić i  
Željka Mihaljević

# Projekt Centra za građansku suradnju Livno

***„Ka odgovornoj lokalnoj upravi: unaprjeđenje  
komunikacije MZ“***

Regionalni projekt  **ActionSEE**

Ovaj projekt financira Europska Unija



## Što je komunikacija?

**Komunikacija** je osnova svih ljudskih djelatnosti. Ona podrazumijeva uspostavljanje odnosa s drugim ljudima kako bismo ostvarili svoje ciljeve i uspostavili razumijevanje okoline za te ciljeve i naše postupke. Komunikacija je izuzetno značajna kada želimo ostvariti pozitivan odnos s okruženjem, ali je još i značajnija kada je taj odnos s okruženjem u krizi.

Čak i kada odbijamo dati neku informaciju ili komentar, mi zapravo komuniciramo, **treba, dakle, imati na umu da i ako to ne učinimo poruka je ipak poslana. Zato kažemo da je komunikacija neizbježna.**

**Kada pošaljemo neku poruku ona više nije naše „vlasništvo“**, ona počinje živjeti za sebe i drugi je sudionici u komunikaciji razumijevaju na svoj način, preoblikuju i dalje dijele. Zato kažemo da je komunikacija **neponovljiva**.

To, međutim, **ne znači da je ona i nepovratna:** ako smo napravili neku grešku i dobili neočekivanu reakciju publike na našu poruku, štetu je moguće popraviti.

**Kako?** Opet, **komunikacijom.**

Kada je u pitanju komunikacija cilj nam je ostvariti razumijevanje. A to je nemoguće ako nemamo strategiju komunikacije, ako ne znamo što želimo reći i kako ćemo to na najbolji način učiniti.

**Način naše privatne komunikacije i poslovno komuniciranje različiti su i imaju drugačija pravila i standarde.**

Komunikacijske kompetencije nisu nešto sa čime se čovjek rodi. One se stječu vremenom. Ali da bi ih se steklo nije dovoljno samo pokušavati komunicirati. Važno je najprije naučiti osnovne postulate, a potom ih kontinuirano obogaćivati novim saznanjima i vježbati u praksi.

**Javnim i medijskim nastupom, komunikacijom, šaljemo istovremeno nekoliko poruka javnosti.**

**Koje su to poruke?**

**o sebi, o organizaciji, o samoj temi te o publici (javnosti) kojoj se obraćamo**

# **Mediji i komunikacija, na koji sve način možemo prenijeti informaciju?**

**Pod medijima se**, u najširem značenju, podrazumijeva svaki kanal za posredovanje poruka i informacija od komunikatora do recipijenta. U suvremenom značenju mediji **su**:

**tisak, radio, televizija, film, kompjuterske i satelitske tehnologije.**

Postoji više kvalifikacija medija, u tri grupe:

- **Mas-mediji, koji posreduju poruke najširoj publici**
- **Mediji koji posreduju informaciju određenom krugu recipijenata** (novine u jednoj tvrtki, lokalni radio, projektor u učionici, zvučnik na stadionu...)
- **Individualni mediji, koji koristi jedna osoba ( osobni računar, fotoaparati..)**

# **Zašto nastupati u medijima?**

**„Što mediji nisu objavili, nije se ni dogodilo“ – rečenica je koju često možete čuti.**

U današnje vrijeme ljudi značajan dio svoga vremena provode uz medije i s medijima. Njihova rasprostranjenost, sveprisutnost, njihov višestruki utjecaj na (skoro) sve segmente društva, njihov utjecaj na donošenje odluka i mijenjanje već donesenih, čini ih nezaobilaznim i nezamjenjivim faktorom cjelokupnoga života.

Važno je znati, da medijski nastup podrazumijeva suradnju između vas koji dajete informacije i novinara koji ih plasiraju. Zbog toga je važno na umu imati sljedeće:

- **Mediji trebaju vas i vi trebate medije!**
- **O predmetu razgovora znate najviše!**

## Što je važno znati o medijskom nastupu?

Važno je znati, da biste bolje razumjeli, da je još uvijek nezamjenjivo pravilo pisanja vijesti pravilo **5W +1H**. **Who (Tko)**, **What (što)**, **When (kada)**, **Where (gdje)**, **Why (zašto)** te **How (kako)**. Novinar koji profesionalno obavlja svoj posao, kod kreiranja vijesti, odgovara na pitanja: **Tko? Šta? Gdje? Kada?** No za dobijanje odgovora na pitanja **Zašto? i Kako?** željet će razgovarati s vama.

**Evo koje elemente treba sadržavati ta lista:**

- Razlog medijskog nastupa!
- Koji medij i koji novinar od vas traži informacije
- Rubrika u kojoj će biti objavljeni prilog ili vaša izjava, odnosno emisija
- Vrijeme koje vam je na raspolaganju!
- Kada će se emisija snimati, odnosno emitirati uživo, i gdje!
- Saznajte da li će, osim vas, još neko sudjelovati u određenom programu!
- Morate znati kome se obraćate, ko je vaša potencijalna publika!
- Pripremite poruke svog nastupa; one moraju biti kratke i jasne!
- Pokušajte predvidjeti neugodna pitanja!

## Ključna očekivanja novinara od sugovornika:

- Brz i direktan odgovor na ponudu za sudjelovanje u medijskom nastupu
- Pružanje iscrpnih – ali ne i preopširnih – točnih i po mogućnosti ekskluzivnih odgovora na postavljena pitanja
- Slanje dodatnih informacija, podataka ili pojašnjenja,
- Poštivanje dogovorenih vremenskih rokova

## Što sugovornik očekuje od novinara?

- Dovoljan broj ulaznih informacija o temi o kojoj će se razgovarati
- **Aдекватno prenošenje rečenog**, odnosno mogućnost da se poruka prenese na ispravan način:
- Ako je riječ o **programu uživo**, s više sugovornika, očekuje se **ravnopravan tretman** u ophođenju i, barem približno, raspoloživom vremenu za odgovore na pitanja
- **Pridržavanje dogovorenih tema razgovora**
- **Isto se traži i očekuje i u slučaju slanja dodatnih informacija**
- **Poštivanje dogovorenih vremenskih rokova**

## Načini prenošenja informacije putem medija

- **Medijski nastup u elektronskim medijima: TV ili radijska emisija**

Ova forma medijskog nastupa može biti realizirana uživo ili se može snimiti te naknadno emitirati. Može biti u formi „jedan na jedan“: u studiju ili odgovarajućem prostoru ste vi i novinar, ili, pored vas, emisija može imati i druge sudionike. **Priprema** je, kao i za svaki drugi oblik medijskog nastupa, i u ovoj situaciji veoma važna. Potrudite se, ako ranije niste imali priliku, da pogledate neko od prethodnih izdanja emisije u kojoj gostujete. Analizirajte njen sadržaj kako biste svoj nastup mogli uskladiti s programskim usmjerenjem emisije. Procijenite kakva vrsta publike prati emisiju.

### **Pripremite ključne poruke, ne više od njih tri.**

Možete ih dodatno argumentirati tijekom emisije, ali u pripremi vodite računa da svaka od tri poruke, ako ih koristite kao argumente, može samostalno funkcionirati. Važno da je ih više puta ponovite kako biste bili sigurni da su dospjele do što većeg broja onih koji vas gledaju ili slušaju. Ako je riječ o emisiji u kojoj pored vas sudjeluju i drugi, imate pravo znati njihova imena. Potrudite se da, prije snimanja ili emitiranja emisije uživo, saznate stavove vaših sugovornika.

- **Medijski nastup u novom medijskom prostoru: Internet**

Medijski nastup na internetu može biti: **putem vaše vlastite web stranice, putem vašeg profila na nekoj društvenoj mreži ili putem web portala koji vam traži izjavu ili intervju.**

**Kod web stranice ili profila na društvenim mrežama** važno je znati da sve što ste jednom postavili postaje zauvijek dostupno drugim korisnicima, odnosno da je važno biti pažljiv u načinu na koji se putem tih medija obraćate publici. Iznošenje privatnih informacija i fotografija smatra se, ako je riječ o web stranici ili profilu organizacije, neprofesionalnim, kao i slanje e-mail poruka prisnim tonom, odnosno žargonskim govorom. **U e-mail komunikaciji i komunikaciji putem društvenih mreža** važno je znati da je neprofesionalno pisati sve riječi velikim slovima.

- **Svi na okupu: Konferencija za medije**

Konferencija organizirate kada javnosti, odnosno ciljnim skupinama, trebate priopćiti važne vijesti. Usuglasite vaš i interes medija za određenu temu. Jer njihova nazočnost na konferenciji ključna je za prenošenje vaših poruka. **Najvažniji faktor uspjeha su dobro pripremljeni govornici:**

# Komunikacija Mjesnih zajednica s općinom i građanima

**Prisjetimo se prvo koji su to oblici sudjelovanja građana u procesima donošenja odluka**

Statut općina i Poslovnici o radu vijeća predviđaju nekoliko zajedničkih modela u sklopu kojih je građanima omogućeno izravno sudjelovanje u procesima donošenja odluka, a to su:

- pravo da biraju i budu birani na izborima
- referendum
- zbor građana
- građanska inicijativa
- **mjesna zajednica**
- udruženja građana i nevladinih organizacija
- sudjelovanje u javnim raspravama, anketama, okruglim stolovima
- putem vijećnika/odbornika (aktualni sat)
- podnošenjem podnesaka i pritužbi

Ovisno od općine/grada, gore pobrojani oblici neposrednog sudjelovanja građana u procesima donošenja odluka se koriste u većem ili manjem opsegu.

## Za što su pogodne MZ

- dobar su mehanizam u „prenošenju“ prioriteta zajednice ka lokalnoj upravi, no funkcioniranje MZ najviše ovisi od ljudskog faktora, odnosno od angažmana samih predstavnika MZ
- Kada je riječ o **javnim raspravama**, iste se po određenim pitanjima (proračun, regulacijski planovi i sl.) održavaju i oglašavaju putem službenih **web stranica općina, MZ-a, i sredstava javnog informiranja**, međutim, evidentan je slab odaziv građana – neki tvrde da je to tako jer nisu na vrijeme saznali za održavanje istih, a **najveći je broj onih koji misle da ne mogu ništa promijeniti sudjelovanjem u istima.**
- Očigledno da je i dalje potrebno raditi **na boljem informiranju i edukaciji građana** po ovom pitanju, ne samo od strane lokalnih NVO-a, već i od strane općina. Također, potrebno je raditi na informatičkom osposobljavanju ne samo građana već i vijećnika, kojima bi služenje internet kanalima uvelike olakšalo posao, te omogućilo bolju povezanost sa vlastitim biračkim tijelom

# Djelokrug rada mjesnih zajednica

Zakon o načelima lokalne samouprave FBiH kaže:

## Članak 25.

- Građani u mjesnoj zajednici kroz tijela mjesne zajednice odlučuju o poslovima značajnim za život i rad na području mjesne zajednice.

## Članak 29.

- Tijela mjesnih zajednica bit će obavezno konzultirana o pitanjima o kojima Općinsko vijeće odlučuje i u postupku donošenja planova općinskih uprava i vijeća.
- Tijela mjesnih zajednica mogu davati inicijative o pitanjima iz nadležnosti mjesne zajednice, općine i javnih institucija.

# Što Pravila MZ kažu o javnosti rada i informiranju

**Rad tijela mjesne zajednice je javan i osigurava se:**

- javnim održavanjem sjednica vijeća mjesne zajednice i radnih tijela,
- iznošenjem na javnu raspravu **na zboru građana** programa i planova rada mjesne zajednice i značajnih odluka i drugih akata vijeća mjesne zajednice,
- informiranjem građana **putem sredstava javnog informiranja**,
- informiranjem građana **putem službe Općine u čijoj su nadležnosti poslovi informiranja**,
- objavljivanjem donesenih odluka i drugih akata isticanjem **na oglasnoj ploči i drugim vidljivim mjestima u mjesnoj zajednici** ili na drugi građanima dostupan način,
- davanjem javnog odgovora Vijeća MZ na pitanja koja postavljaju građani na zboru građana, drugim oblicima susreta i savjetovanja građana ili na sastancima udruženja građana u mjesnoj zajednici.

# Što je cilj informiranja u mjesnoj zajednici

Informiranje u mjesnoj zajednici se organizira i realizira u cilju stvaranja preduvjeta za:

- **aktivno sudjelovanje građana u odlučivanju u mjesnoj zajednici,**
- **utjecaj građana na usmjeravanje društveno-ekonomskog i prostornog razvoja mjesne zajednice,**
- **javnost rada i odgovornost svih tijela mjesne zajednice, nositelja javnih i drugih funkcija u mjesnoj zajednici,**
- **redovito praćenje izvršenja donesenih odluka i zaključaka tijela mjesne zajednice.**

Za informiranje građana, u skladu sa ovim Pravilima, odgovorno je vijeće mjesne zajednice.

# O čemu se građani u MZ obvezno informiraju i kako

- Građani u mjesnoj zajednici se **obvezno** informiraju o uvjetima ostvarivanja i korištenja financijskih sredstava, materijalnom i financijskom stanju i poslovanju mjesne zajednice, ostvarivanju planova i programa razvoja i o drugim pitanjima značajnim za život i rad u mjesnoj zajednici i za ostvarivanje zajedničkih interesa građana.
- Općina će se brinuti da putem svog informacijskog sustava učini dostupnim i pravovremenim informacije o radu tijela mjesne zajednice i omogućiti ostvarenje prava građana na informiranje utvrđena Statutom i Pravilima MZ.

# **Kakva komunikacija treba biti zastupljena unutar MZ i MZ prema općini, pa i prema javnosti**

Vašim dolaskom na ovu radionicu već ste pokazali svoju opredijeljenost za otvaranje prema javnosti, a činjenica da su nazočni predstavnici mjesnih zajednica i općine, govori kako ste **svjesni potrebe uzajamne komunikacije**.

Međutim taj proces mora biti ne samo dvosmjernan

**MZ - OPĆINA – MZ**

nego znatno bogatiji, odnosno višesmjernan po principu:

**GRAĐANI-MZ-OPĆINA-MZ-GRAĐANI**

# GRAĐANI-MZ-GRAĐANI

- Da ponovimo, već smo na prethodnim slajdovima utvrdili da MZ građane mogu informirati o važnim stvarima na skupovima, odnosno **zboru građana**
- **na oglasnoj ploči i drugim vidljivim mjestima u mjesnoj zajednici**
- **putem sredstava javnog informiranja**

## A KAKO RUKOVODSTVO MZ doznaje za mišljenje građana?

- Također na zborovima, savjetovanjima ili sličnim skupovima
- Provođenjem ankete
- **Od kuće do kuće, od vrata do vrata** (dakle, neposrednim kontaktom sa svakom obitelji)
- Možda bismo se na ovom mjestu trebali preispitati KOLIKO ČESTO OBILAZIMO svoju MZ, posebice njena udaljenija mjesta/naselja?
- Koliko često šaljemo informacije medijima?
- Koliko često stavljamo obavijesti na OGLASNU/E PLOČU/E, i imamo li ih uopće?
- Jesmo li ikada napravili anketu po bilo kojem pitanju važnom za našu MZ? Općinu?
- ODGOVORI iskreni, dat će vam pravu informaciju o nedostatnoj ili zadovoljavajućoj komunikaciji s građanima.

# Što kažu dosadašnja iskustva u većini MZ, odnosno općina

- Čelnici mjesne i lokalne samouprave RIJETKO KORISTE MEDIJE (tiskane i elektronske) kao jedan od ključnih načina u komunikacijskom procesu na lokalnoj razini
- Najzastupljeniji oblik neformalne komunikacije u lokalnoj, a posebice u mjesnoj samoupravi su **glasine** (najbrži prijenos informacija i moćno su sredstvo komunikacije koje se skoro svakodnevno koristi u mjesnoj samoupravi ali ima veliku manu - **teško se kontroliraju**)
- **Oglasne ploče** su mjesto preko kojih se mogu suzbiti glasine i potvrditi željena informacija, mjesto na kojem se informacije javno potvrđuju. **Imaju li sve MZ oglasne ploče?**

- Jedan od najučinkovitijih načina **neposredne komunikacije** tijela mjesne i lokalne samouprave s građanima su **sastanci** (vijeće MZ, zborovi...)- to je prigoda i za govor i za slušanje tj. **dvosmjernu komunikaciju, to je i najčešće korišteni oblik komunikacije**
- Dvije od 10 jedinica lokalne samouprave u ŽZH i HBŽ uopće ne posjeduju web stranicu kao jedan od najkorištenijih i najjeftinijih alata novih medija.
- Rijetke su mjesne zajednice u BiH, pa i u ovim županijama koje imaju svoju web stranicu. Dobar primjer korištenja ovog alata su mjesne zajednice **Sovići Donji** [www.soviciDonji.com](http://www.soviciDonji.com) (Općina Grude) i **Zagorje** [www.mz-zagorje.com](http://www.mz-zagorje.com) (Općina Posušje)

**Ostali alati novih medija se nikako ili veoma rijetko koriste**

- **Informativni bilten** je najuobičajenija forma periodične publikacije. Zbog dostupne i relativno jeftine tehnologije tiskanja, proizvodnja biltena je **jednostavna, brza i jeftina**.
- Unatoč tomu još uvijek mali broj jedinica lokalne i mjesne samouprave koristi ovaj vid komunikacije, pa tako u ŽZH i HBŽ svega dvije od 10 jedinica lokalne samouprave imaju svoje biltene koji izlaze tromjesečno.
- **Lokalni mediji** su glavni a često i jedini izvor informacija o lokalnim događajima. Iako 8 od 10 jedinica lokalne samouprave posjeduju javne radio postaje, koje financiraju općine (izuzev jedne koja je privatna), ovaj medij se ne koristi niti približno dovoljno s obzirom na njihove mogućnosti.
- **Rijetke su kontakt emisije, emisije s lokalnom tematikom**

# MZ-Općina-MZ

- MZ trebaju komunicirati **između stanovnika i organa lokalne uprave** i inicirati i davati preporuke lokalnim organima o pitanjima koja se odnose na poboljšanje kvalitete života u nekoliko oblasti (uključujući prostorna i infrastrukturna pitanja, zaštitu okoliša, socijalnu zaštitu, zdravstvo, obrazovanje).
- Stoga je vrlo važno **pratiti sjednice OV**, kao i provedbu odluka, jer jedino na taj način se može znati poštuje li, ili ne, lokalna samouprava zahtjeve/prijedloge MZ
- tamo gdje je lokalna uprava imenovala **koordinatore koji su zaduženi za pitanja MZ-a**, komunikacija između lokalne uprave i MZ-a bolja je i čini se konstantna (izuzetaka uvijek ima). Tamo gdje takva pozicija ne postoji, komunikacija i sastanci manje su redovni, ili neznatni

- Vrlo je važno da se stanovnicima u MZ da **povratna informacija** o inicijativi upućenoj prema lokalnoj samoupravi/općini.

**Samo tako će se zatvoriti taj krug informiranja na relaciji**

**građani – MZ – općina – MZ - građani.**

- MZ legitimitet stječe kroz istinsko predstavljanje, tj. djelovanje MZ-a u ime stanovnika. Istraživanja su pokazala da to nije uvijek slučaj, posebno tamo gdje MZ ne ulaze u interakcije sa građanima.
- Stoga je neophodno uspostaviti **kanale kroz koje građani preko predstavnika MZ-a mogu komunicirati/prezentirati svoje potrebe institucijama lokalne uprave i dobivati povratne informacije**, što zahtijeva barem minimum administrativnoga kapaciteta u MZ-u, a to je već tema za neku drugu priču - radionicu.

Hvala na pozornosti!