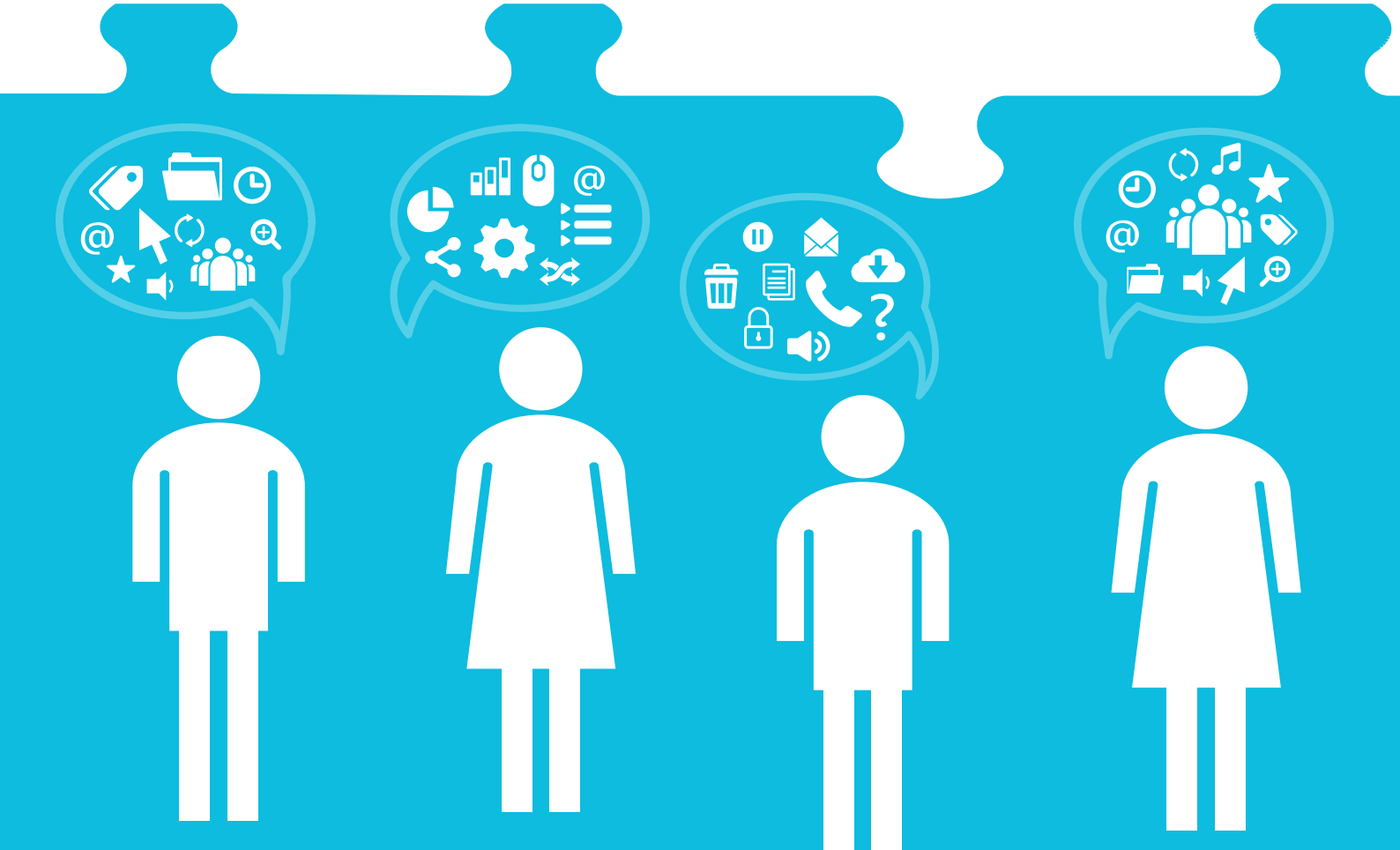
ГРАД ПАНЧЕВО

АНЕКСИ СТРАТЕГИЈЕ КОМУНИКАЦИЈЕ:

1. СМЕРНИЦЕ ЗА УПРАВЉАЊЕ РЕПУТАЦИЈОМ ГРАДА ПАНЧЕВА
2. ПРЕПОРУКЕ ЗА КРИЗНУ КОМУНИКАЦИЈУ
3. СМЕРНИЦЕ ЗА УПОТРЕБУ ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА ГРАДА ПАНЧЕВА



СМЕРНИЦЕ ЗА УПРАВЉАЊЕ РЕПУТАЦИЈОМ ГРАДА ПАНЧЕВА

Доследна примена мера из Акционог плана Стратегије комуникације града Панчева 2017-2020. треба да обезбеди системске, организоване и координисане активности на свим ниовима комуникације, а тиме и боље услове за испуњење развојних циљева Стратегије развоја града Панчева 2014-2020 (у даљем тексту: Стратегија развоја). Спровођење мера препоручених у Стратегији комуникације треба да пружи подршку унапређењу имиџа и репутације Панчева као јединице локалне самоуправе, што јесте један од стратешко-развојних циљева градске администрације, дефинисан у Стратегији развоја.

Репутација органа града појединачно, као и града Панчева као јединице локалне самоуправе, јесте скуп релативно дугорочних утисака, ставова и емоција појединаца и група у вези са радом органа града, који утиче на њихово понашање и мишљење у вези са градском администрацијом.

Како представља важан капитал, репутација града Панчева посматра се као важан ресурс којим је потребно стратешки управљати. Управљање репутацијом подразумева дугорочну оријентацију на унапређење основних покретача репутације, који су идентификовани у свим расположивим моделима за управљање репутацијом. Ово подразумева осмишљавање краткорочних иницијатива, континуираних активности, али и пројеката и програма који ће се спроводити у наредним годинама. Дугорочно, планираним и координисаним активностима у области комуникације и генерално односа с јавношћу, жељена перцепција града Панчева у јавности је да Град пружа све услуге на ефикасан, транспарентан и благовремен начин, чиме представља сигурног партнера свих грађана и привредних субјеката на својој територији.

Смернице за управљање репутацијом града Панчева груписане су према основним покретачима репутације који су релевантни за јединицу локалне самоуправе као органа јавне управе Републике Србије. Смернице укључују предлоге иницијатива и активности које захтевају континуирано спровођење у дужем периоду, као и обимније програмске и пројектне активности, које захтевају детаљније планирање и разраду.

УСЛУГЕ

Основни покретач добре репутације у случају јединице локалне самоуправе јесте усмереност запослених и руководства (менаџмента) на унапређење услуга које пружа јединица локалне самоуправе и на финалне кориснике тих услуга. Смернице у овом домену су:

- Системска, континуирана усмереност на унапређење услуга града Панчева, кроз стално праћење, анализу и унапређење рада Градског услужног центра (ГУЦ).
- Праћење процеса пружања услуга и његова оптимизација у циљу веће ефикасности и економичности.
- Прикупљање и редовно праћење мишљења грађана о ГУЦ-у путем елекронске анкете, као и спровођење добрих предлога.
- Осмишљавање и спровођење континуиране кампање о раду ГУЦ-а (сведочења корисника у облику кратких видео записа, промоција електронске књиге утисака, израда и пласирање

видео туторијала о реализацији најфреквентнијих услуга...).

- Додатно уређење простора ГУЦ-а (одржавање хигијене, означавање простора, постављање апарата за куповину воде, кафе и чаја, дистибуција промотивног материјала, упутстава, брошура, информативних листова).
- Едукација запослених службеника који су у директној комуникацији са грађанима у ГУЦ-у (обука о управљању стресом, етика и интегритет, вештина комуникације, решавање конфликата).
- Праћење рада запослених у ГУЦ-у, обезбеђивање повратне информације; скретање пажње на непожељна понашања, истицање позитивних понашања, похвала за ефикасност и унапређење рада.
- Вођење статитистике (дневни, недељни, месечни и годишњи биланс пружених услуга, одбијених захтева, решених представки, молби).
- Промоција стастистике (инфографичка презентација погодна је за годишње извештавање Начелника ГУ Панчево, али и за промоцију на друштвеним мрежама).
- Осмишљавање награде за сваког хиљадитог корисника ГУЦ-а (роковник и промо материјал града, флеш меморија, монографија о граду Панчеву) и промоција ове праксе Градске управе.
- Редовно постављање информација о изменама у процесу пружања услуга путем свих канала комуникације (огласне табле у Градској управи, интернет сајт, налог на Фејсбуку, слање информације у месне заједнице насељених места, локални штампани и електронски медији).
- Унапређење комуникације са грађаним кроз Дан отворених врата градоначелника и чланова Градског већа.
- Благовремено поступање по жалбама и примедбама грађана и слање повратне информације о решењу.
- Креирање и објављивање листе решених упита, коментара и жалби грађана на интернет сајту града.
- Организовање посета средњошколаца Градској управи (Услужном центру) и градоначелнику у оквиру предмета грађанско васпитање (две током школске године).
- Промоција програма „Култура на поклон“ ван територије града Панчева (упознавање других локланих смаоуправа са иницијативом; успостављање сарадње са утицајним онлајн младим особама које би могле да промовишу програм).
- Подршка организаторима и интензивна промоција пројеката и акција који су препознатљиви за Панчево (Дан града, карневал, сланинијада, џез фестивал и остале градске манифестације).
- Организовање различитих бесплатних спортских и едукативних програма за све грађане (на пример школа спорта, плеса, цртања, шаха, језика, рачунара...). Програми се могу нудити према категоријама грађана (за децу, за жене, за пензионере, за све грађане).
- Осмишљавање нових забавних садражаја (на пример, организација летњих концерата, фестивала, представа и слично).

- Уређење обала река како би грађани и посетиоци града могли да шетају и проводе време у природи.
- Осмишљавање пројеката за развој лучког саобраћаја и логистичких центара.

ПОСЛОВНЕ ПЕРФОРМАНСЕ И РАДНО ОКРУЖЕЊЕ

Локална самоуправа Панчева остварила је значајне резултате у области унапређења процеса рада и по неким параметрима једна је од најуспешнијих локалних самоуправа (ефикасан Градски услужни центар, систем 48 за пријаву комуналних проблема, мониторинг систем за праћење аерозагађења и нивоа полена у ваздуху, ефикасан Савет за родну равноправност, имплелемтиран пројекат „Партиципативно буџетирање“, прва локална самоуправа која је увела директан пренос заседања скупштинских седница...).

Истраживачка фаза израде Стратегије комуниакције омогућила је да се сагледају сви потенцијали и позиција градске администрације и да се, на основу расположивих информација, закључи да је потребно уложити додатне напоре и средства, те применити креативнији приступ у интензивније извештавање и промовисање резултата, у циљу вишег ниовоа информисаности интерне и екстерне јавности.

Смернице у овом домену укључују:

- Извештавање о свим напорима града Панчева којима се ова локална самоуправа издваја као пример добре праксе, као што су израда и спровођење стратешких докумената, добијање донаторске подршке за реализацију програмских и пројектних активности, успостављање стратешких партнерстава, успостављање мреже збратимљених градова (15 градова широм Европе) и то путем свих расположивих канала комункације (огласне табле у згради Градксе управе, сајт града, налози на друштвеним мрежама, Информатор о раду, тематске конференције за новинаре, промотивни материјали, будуће интерно гласило Градске управе, евентуално Градски билтен, серија мини интервјуа високих доносилаца одлука о резултатима у одређеним јавним политикама).
- Промоција значајних активности градоначелника и чланова Градског већа путем свих канала (огласне табле у згради Градске управе, сајт града, налози на друштвеним мрежама, Информатор о раду, тематске конференције за новинаре, промотивни материјали, будуће интерно гласило Градске управе, евентуално Градски билтен), којима се комуницира квалитетно управљање и чињеница да грађани имају поуздану и кредибилну градску администрацију.
- Побољшање интерне комуникације у циљу повећања посвећености запослених који постају амбасадори града Панчева. Препоруке за унапређење система интерне комуникације су предмет Стратегије комуникације и разрађење су у посебном поглављу.

ОДГОВОРНОСТ ГРАДА ПАНЧЕВА ПРЕМА ЖИВОТНОЈ СРЕДИНИ И ЗАЈЕДНИЦИ

Један од највећих изазова у управљању репутацијом града Панчева јесте генерално негативна перцепција града у области животне средине, јавног здравља, те стога и укупног квалитета живота у Панчеву. Очекивања од градске администрације су у овом контексту велика и идентификована су кроз истраживање путем фокус група које су спроведена у оквиру процеса израде Стратегије комуникације.

Осетљивост теме и проблематике у овој области подразумева континуиране напоре и дугорочна улагања, посебну елаборацију која није предмет ове Стратегије комуникације. Зато су у наставку наведени правци у којима би град Панчево могао да планира активности, програме и пројекте у наредним годинама, као и конкретне активности које се могу брзо и једноставно применити:

- Наставак редовног објављивања података мерења загађености животне средине на видљивим местима (огласне табле, прва страница вебсајта и Фејсбука, истакнуто, видљиво одмах приликом отварања странице).
- Промоција мониторинг система кроз истицање у гостовањима, изјавама које се дају медијима, текстовима који се пласирају о Граду када је тема повезана са екологијом, у неформалним разговорима представника града Панчева на догађајима којима присуствују високи доносиоци одлука; креирања туторијала за Јутјуб о начину функционисања мониторинг система.
- Редовно објављивање активности Сектора за заштиту животне средине, путем свих канала (огласне табле у згради Градске управе, сајт града, налози на друштвеним мрежама, Информатор о раду, тематске конференције за новинаре, промотивни материјали, будуће интерно гласило Градске управе, евентулано будући Градски билтен).
- Појачано и континуирано комуницирање активности Сектора за заштиту животне средине према интерној јавности (у циљу редовног информисања и мобилизације запослених за амбасадоре ове активности Града).
- Утицај рада локалне самоуправе на животну средину (изјава о одговорности у оквиру мејла, смањење штампања папира кроз заједничке штампаче, увођење канти за рециклажу, учешће запослених у неким акцијама попут „Чепом до осмеха“ и слично, аутоматизација пословања кроз претежну употребу онлајн/електронских алата).
- Покретање пројеката који дипроносе бољем односу према животној средини (стимулисање коришћења бицикала, набавка електричних аутобуса, улагање у обнављање зграда како би се смањила енергија за загревање станова).
- Активација запослених (пре свега руководилаца, а онда и осталих запослених) у друштвено одговорним активностима градске администрације.
- Оријентација ка концепту „паметног града“ (укључивање у асоцијацију паметних градова).
- Наставак активности на изградњи репутације Панчева као енергестки ефикасног града (острво за одрживи саобраћај, електромобили, бициклифони, пројекат соларних панела „Банатско сунце за све“).
- Планирање пројекта уређења прилазних улица, на улазима у град (посебно терен око Панчевачке пијаце).
- Стратешко унапређење јавног транспорта (градска линија Београд-Панчево, решавање железничког саобраћаја).
- Унапређење бициклистичког саобраћаја (побољшање инфраструктуре за овај вид саобраћаја, обележавање стаза, промоција важности и сл).
- Пренамена напуштених и запуштених простора у граду, попут Фабрике стакла и Црвеног магацина (преуређење и изнајмљивање простора за радионице, стартапе и сличне пројекте), као и промоција нових центара.

ОДГОВОРНО И ИНФОРМАТИВНО ИЗВЕШТАВАЊЕ

Ово је основни принцип и политика комуникације јединице локалне самоуправе која своје надлежности у складу са реформом јавне управе, принципима јавне управе Европске комисије и основним принципима транспарентности рада државних и других органа јавне управе који су дефинисани бројним актима и позитивном правном праксом. Одговорно и информативно пословање у интересу грађана и заштите јавног интереса обавезујући је принцип рада свих запослених, именованих, изабраних и постављенних лица у органима града. Овај се принцип односи на редовно пласирање тачних, благовремених и релевантних информација у директној комуникацији са циљним јавностима, као и путем свих расположивих канала комуникације.

Имајући у виду трендове конзумирања медија у Србији, од којих је најдоминантнији употреба друштвених медија и мрежа, посебно међу млађом популацијом, сугестија је да се град Панчево усмери на интензивирање комуникације путем дигиталних медија. Смернице за овај сегмент комуникација предложене су посебним анексом.

Резултати истраживања фокус групе указали су на потребу за појачним обавештавањем о културним активностима, путем билборда или паноа по граду. Сугестија је да се локлана самоуправа генерално усмери и на додатно анимирање традиоционалних медија, коришћење локалне телевизије, радија, билборда и/или паноа на фреквентним местима у граду.

ПРЕПОРУКЕ ЗА КРИЗНУ КОМУНИКАЦИЈУ

„Ако се кризна тема игнорише, кризна ситуација је загарантована“.

Хенри Кисинџер

Опис почетног стања:

Град Панчево и његова локална самоуправа имају искуства са кризним ситуацијама, због чињенице да је до недавно то био један од градова који је имао велики број акцидената опасних по животну околину и јавно здравље. Вишегодишње искуство у управљању кризом као стањем, па тако и управљању кризним комуникацијама условило је да локална самоуправа града Панчева има развијене процедуре и протоколе. Сектор за ванредне ситуације/реакције и служба за односе с јавношћу Градске управе имају пуно искуства у кризном менаџменту и константно су спремни за суочавање, управљање и превазилажење кризних ситуација, управо из разлога што је индустрија на територији овог града у директној вези са питањем јавног здравља читаве територије града и околине.

Иако је у протеклих неколико година ситуација је значајно унапређена а квалитет ваздуха одличан, што је постигнуто значајним финансијким улагањима у унапређење свих система заштите човекове околине и неопходних филтера, давни акциденти који су се догађали у предузећима Петрохемија, Рафинерија нафте Панчево и ХИП Азотара још увек дефинишу имиџ града Панчева као загађеног града. Та чињеница представља кључни изазов за организацију кризне комуникације у Градској управи Панчева. Иако свакој теми кризне комуникације треба приступити као јединственој, наслеђе акцидената формирало је претпоставку кроз коју се посматрају све кризне ситуације. Што значи, да се приликом сваке кризне комуникације, наведено треба узети у обзир приликом израде кључних порука и комуникационе стратегије.

Криза је неочекиван догађај који може да погоди сваку радну организацију, па тако и сваку локалну самоуправу. Криза угрожава пословање и репутацију и због тога брзина реаговања сектора за односе с јавношћу, који је са кризним тимом задужен за управљање у кризним ситуацијама и брзина ширења правих информација имају пресудну улогу за локалну самоуправу у кризи. Успешним комуницирањен у кризним ситуацијама се сматра комуницирање које даје пуни допринос управљању кризом да кризна ситуације буде преокренута у успех (ако за то постоје шансе). Изјаве у комуникацијама се не дају само у вези са темама које се односе на актуелно кризно стање, већ се приликом давања информација има у виду и њихов утицај на организацију у будућности.

Кризна комуникација захтева развијање практичног модела у који треба уврстити главне активности градских органа, које се морају испланирати и координисано реализовати у циљу решавање кризе и санације последица.

Потенцијалне кризне ситуације, које су у целости или делимично у надлежности органа града Панчева, делимо на:

- Индустријске катастрофе (пожар, експлозија, хемијски акцидент, процесна грешка, људска катастрофа)

- Инфраструктурне хаварије (нестанак струје, саобраћајни удеси ширих размера који утичу на живот града, колапс комуналне службе, последице елементарних непогода)
- Тешке пословне одлуке на ниову ЈЛС (рационализација, реорганизација, реструктурирање јединице локалне самоуправе)
- Криминалне активности (крађа, корупција у локалној самоуправи, сумња у незаконито пословање и/или сукобе интереса појединаца запослених у градским органима)
- Негативни ставови јавности према органима града или појединим високим доносиоцима одлука (полицијска истрага, смена руководства, нарушен углед високих доносилаца одлука, сумња у мобинг на радном месту)
- Друштени немири (друштвени немири који утичу на живот града, вандализам)

У свим потенцијалним ситуацијама од квалитета и брзине интерне и екстерне комуникације у великом степену зависе:

- управљање кризом;
- координација активности свих заинтересованих страна;
- санирање последица кризе;
- очување угледа институције.

Кризна комуникација захтева брзо реаговање у следећим тачкама:

- **Одређивање циљних јавности**
  (Ко је погођен? Ко треба да буде информисан? Ко може да нас угрози? Циљне јавности за град Панчево су грађани, привредни субјекти, запослени, локална заједница, животна околина, државни органи, правни ситем);
- **Информисање запослених** (обавестити све запослене о томе шта се десило, шта је предузето и шта се од њих очекује);
- **Улога портпарола** (комуникација са медијима, одговарање на питања јавности, одговарање на коментаре на друштвеним мрежама; улога портпарола треба да буде отворена и директна).

Комуникацијом у потенцијалним кризама града Панчева треба да руководи кризни тим града који се формира по унапред дефинисаном протоколу (интерном акту) под називом „Протокол кризне комуникације града Панчева“. Овим актом се дефинишу:

- Чланови кризног тима (дефинисани по функцији и систематизацији радних места);
- Руководилац кризног тима (градоначелник, његов заменик би требало да буде саветник за односе с јавношћу);
- Канали комуникације у кризној ситуацији (примарни и секундарни; начин извештавања и слања саопштења; давање изјава);
- Ток информација у кризној ситуацији унутар органа града Панчева (ланац комуникације, делегирање задатака у циљу прикупљања свих релевантних информација, динамика извештавања и слања повратних информација, израда бриф материјала за целокупно особље

у органима града);
- Обавезни кораци у кризној ситуацији;
- Одређивање лица која ће имати директну комуникацију са медијима (дефинисање комуникатора потребно је усагласити са надлежностима и овлашћењима у оквиру појединачних јавних политика);
- Затварање кризне комуникације.

Рад кризног тима захтева посебне услове организације и комуникације јер је потребно, паралелно и континуирано током читавог трајања кризе, радити на прегледу ситуације, процесу доношења одлука, интерној и екстерној комуникација. Током трајања кризе запослени треба да пренебрегну оквире радног времена јет је неопходно обезбедити доступност запослених и руководилаца и ван радног места. Такође, приликом процеса доношења одлука, треба водити рачуна да ометајући фактори не утичу на исте, јер последице погрешних одлука могу бити вишеструке и дугорочне, у зависности од узрока кризе. Ометајући фактори који су типични за сваку кризу су:

- Лична емотивна повезаност са особама, местима, догађајима, темама извора кризе;
- Заваравајућа сећања, односно наизглед познате ситуације.

Главна опасност коју криза доноси јединици локалне самоправе као институцији директно јесте нарушавање угледа институције. Репутација града Панчева као јединице локалне самоуправе у директној је вези са поверењем грађана у рад органа града. То поверење не тиче се само кризне ситуације, већ је последица дугогорочног претходног рада локалне самоуправе. Због тога је од немерљивог значаја да сва лица у локалној самоуправи, а посебно високи доносиоци одлука, имају на уму да је управљање и координација комуникацијом града неопходна како би се осигурао уједначен „ton of voice“ институције.

Јединствени глас градских органа могуће је очувати само уз сталну консултацију са саветником за односе с јавношћу. Лице запослено на том извршилачком радном месту је координатор кризне комуникације и контакт тачка свим лицима која имају право јавног наступа у свакој појединачној потенцијалној кризи. Све изјаве за медије, конференције за новинаре, као и интерна комуникација морају бити одобрени од стране саветника за односе с јавношћу. Саветник за односе с јавношћу је особа која координира, надгледа и одобрава следеће активности:
- Припрему и слање саопштења за медије и пратећег материјала;
- Припрему кључних порука и јединственог „гласа“ градских органа;
- Припрему и реализацију изјава за медије;
- Припрему и реализацију конференције за новинаре;
- Припрему и слање материјала за запослене (интерну јавност);
- Брифинг комуникатора за јавни наступ (градоначелника, већника, начелника ГУ и свих других лица);
- Добија све информације из сва четири органа од значаја за управљање кризном комуникацијом и санирањем последица кризе;
- Затвара кризну комуникацију слањем завршног саошштења и пратећег материјала медијима и

другим заинтересованим лицима;
- Припрема и организује дебрифинг кризног тима након затварања кризе.

Саветник за односе с јавношћу у свакој кризној комуникацији треба да има пуну, континуирану и „из минута у минут“ сарадњу и слободан приступ највишим доносиоцима одлука у органима, као и потпуну подршку и помоћ свих чланова кризног тима.

Приликом анализе ситуације и планирања кризне комуникације, могуће је применити ФОРДЕК модел, односно FORDEC (Facts, Options, Risks, Decisions, Executions, Checks).

- Чињенице: потребно је прикупити све расположиве чињенице;
- Могућности (анализа расположивих опција уз разраду сценарија догађаја, те по потреби укључивање додатних екстерних сарадника);
- Ризици (евалуација ризика и опције за превазилажење ризика);
- Одлуке (доношење одлуке са најмањим ризиком и најбољим изгледима за успех);
- Извршење (спровођење одлуке, ко ће шта да ради и на који начин);
- Провера (утврђивање да ли спроведена одлука доноси жељени резултат).

Кризна комуникација захтева веома брзо реаговање, те је препорука пројектног тима да град Панчево изврши припрему свих својих учесника потенцијалне кризне комуникације, како би се потенцијална „спорост“ органа јавне управе делимично пренебрегла. Препоручује се такође да саветник за односе с јавношћу да свој предлог која лица би по службеној дужности могла најефикасније да обезбеде остваривање горе наведених препоорука, а у интересу целокупног угледа органа града, као и појединачних високих доносилаца одлука.

Имајући у виду једно од основних правила организационе културе сваке организације а која се зове поверење, пројектни тим препоручује да се интегрисању интерне јавности у случају кризне комуникације посвети нарочита пажња. Налази и резултати истраживања споведеног током израде Стратегије комуникације о стању интерне комуникације у органима града и Градској управи указују на простор за унапређење у циљу што боље информисаности запослених и њиховог учешћа у темама од заједничког интереса.

Кризу која погађа јединицу локалне самоуправе као јединствени систем јавне управе, могуће је ефикасније решити и уколико је на прави начин обавештена и интерна јавност:

- По избијању кризе одмах обавестити интерну јавност о кризи;
- Позвати интерну јавност на позорност и подршку кризном тиму кроз активно праћење развоја ситуације;
- Ангажованост на прикупљању материјала потребног кризном тиму, високим доносиоцима одлука и саветнику за односе с јавношћу;
- Редовно обавештавање интерне јавности током целог трајања кризе о статусу;
- Обавештење о престанку кризне ситуације;
- Интерна јавност представља кључни извор информација и делује као „амбасадор“ ЈЛС и чувар репутације града Панчева;
- Интерну јавност треба похвалити због ефикасне подршке кризном тиму циркуларним

електронским писмом и пласирањем те похвале у интерном гласилу.
Препорука пројектног тима је да се интерна јавност благовремено обавести о подршци која се од ње очекује у потенцијалним кризама, да се укаже на значај координисаног активног приступа решавању проблема, као и целокупном значају свих запослених за очување репутације јединице локалне самоуправе. Припрема запослених је у надлежности непосредних руководилаца ужих јединица.

Савети за реаговање приликом избијања кризе:

- свака криза је другачија;
- кризу не треба игнорисати;
- не треба реаговати емотивно;
- не треба полазити од уверења да се градским инситуцијама верује по аутоматизму;
- не сме се занемарити утицај друштвених мрежа.

Савети за реаговање у случају кризе на друштвеним мрежама:

- комуникација мора бити потпуно искрена и директна о томе шта се десило и на чему се тренутно ради у циљу решавања кризе;
- обавештавање и пласирање пристиглих информација мора да буде благовремено и континуирано;
- сви коментари морају бити прочитани и на њих одговорено;
- не смеју се игнорисати негативни коментари;
- ни на који начин се не сме покушати спиновање;
- прикривање и задржавање информација је погубно зато што јавност у онлајн окружењу долази до исте информације и са других страна;
- онлајн публика се посматра као партнер и подршка у решавању кризе;
- позвати онлајн јавност на подршку и слање линкова ка медијским информацијама и објавама о кризи;
- припремити сет питања и одговора на могућа питања;
- са коментарима који излазе ван граница дефинисаних стандардом комуникације на каналима града Панчева поступити у складу са Условима коришћења сајта и налога на друштвеним мрежама града Панчева;
- обавезно затворити кризу и на друштвеним мрежама и то: бриф извештајем о току кризе, постигнутим резултатима, последњим саопштењем (у виду линка ка сајту), галеријом фотографија и видео прилозима (са конференције, са локације на којој се догодила криза, изјаве надлежних), захвалницом свим учесницима дебате и пратиоцима, позивом да прате рад ГУ и осталих органа у јавном интересу.

КРИЗА ЈЕ ШАНСА КОЈА ЈАШЕ НА ОПАСНОМ ВЕТРУ!

Кинеска пословица

СМЕРНИЦЕ ЗА УПОТРЕБУ ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА ГРАДА ПАНЧЕВА

За институције јавне управе у Републици Србији употреба друштвених мрежа није законска обавеза. И поред те чињенице, Министарство државне управе и локалне самоуправе израдило је *Смернице за употребу друштвених мрежа у органима државне управе, аутономне покрајине и јединицама локалне самоуправе*, као документ који треба да подржи напоре институција у „отварању“ према савременим каналима комуникације. Овај документ намењен је и јединицама локалне самоупараве тако да представља користан приручник за оне службенике који се у општина и градовима баве односима с јавношћу.

Град Панчево у тренутку израде Стратегије комуникације 2017-2020. има налоге на друштвеним мрежама Фејсбук и Јутјуб. Након скрининга оба налога утврђено је да АДМИНСТРАТОР налога има јасну визију о њиховој намени и циљевима комуникације на истим. Истовремено, недостатак људских и финансијских ресурса утицали су на недовољну искоришћеност потенцијала друштвених мрежа.

Након спроведеног процеса израде Стратегије комуникације утврђено је да тренутно стање ресурса и капацитета у локалној самоуправи може да подржи додатно отварање налога на мрежи Инстаграм, у циљу креирања базе фотографија града које могу бити извор материјала за многобројне прилике и пројекте. Осим Инстаграма, у овом тренутку се не препоручује отварање налога ни на једној додатној друштвеној мрежи, већ унапређење и стратешко коришћење постојећих налога[1].

Комуникација града Панчева на Фејсбуку, Инстаграму и Јутјубу треба да допринесе остварењу следећих циљева:

- Успостављању дигиталне комуникације града Панчева као првог избора за информисање о граду Панчеву;
- Бржем и ефикаснијем информисању грађана о дешавањима и новостима које се тичу града и његових грађана;
- Успостављању комуникације са млађим старосним групама грађана;
- Унапређењу и управљању репутацијом града и градске администрације;
- Још вишем нивоу транспарентности рада локалне самоуправе;
- Успостављању континуиране и двосмерне комуникације са грађанима;
- Подизању видљивости постигнутих резултата градске администрације;:
- Спровођењу континуиране кампање о раду локалне самоуправе;
- Подизању грађанске партиципације у „живот“ града Панчева;
- Јачању сарадње свих јавних институција (ЈП, ЈКП, установа и институција чији је оснивач град), кроз дељење и промоцију садржаја.

1 Иако многи органи државне управе користе Твитер, не препоручује се коришћење ове мреже јер је увидом у резултате истраживања о степену информисаности грађана о раду установљено да грађани Панчева ову мрежу не користе у некој значајној мери.

Правилном употребом друштвених мрежа и савладавањем правила комуникације могу се постићи веома добри резултати на следећим пољима:

- Успостављање двосмерне комуникације са грађанима;
- Веће укључивање грађана у надзор спровођења јавних политика на локалу;
- Брже, континуирано и ефикасније консултовање са грађанима, привредним сектором и организацијама цивилног друштва о темама од интереса за унапређење рада градских органа;
- Брже и ефикасније прикупљање предлога, критика и сугестија од стране грађана;
- Пласирање садржаја на савременији и неформалнији начин;
- Још виши ниво укључења грађана у пројекат „Партиципативно буџетирање“;
- Укључивање младих у рад локалне самоуправе;
- Анимирање јавности за подршку спровођењу непопуларних и тешких мера на локалном ниову;
- Изградња заједничког и прихваћеног „наратива“ о граду чији су амбасадори грађани и службеници у локалној самоуправи;
- Повећање репутације градске управе као транспарентне и одговорне.

Сви набројани бенефити активније употребе друштвених мрежа нису оствариви у оквиру тренутних капацитета у локалној самоуправи града Панчева. Усвајање препорука у поглављу „Интерна комуникација“ нацрта Стратегије комуникације, а које се односе на измену систематизације[2] и обезбеђивање додатних људских ресурса за послове односа са јавношћу, неопходан је предуслов за правилно и континуирано управљање друштвеним мрежама институције.

Повећање људских капацитета неопходно је из следећих разлога:

- Администрација (вођење и управљање) налога на друштвеним мрежама је свакодневни посао који захтева време, пажњу и унапређење вештина и знања;
- Информације на друштвеним мрежама захтевају другачију комуникацију, размевање дигиталне комуникације, другачији стилски приступ и и језичке формулације, непрекидно креирање визуелног и текстуалног садржаја;
- Налози на друштвеним мрежама нису намењени простом дељењу („шеровању“) информација са званичне интернет странице, већ захтевају ауторски приступ;
- Друштвене мреже града Панчева треба да буду канал за пласирање другачије креираних садржаја о истим, али и различитим темама у односу на оне које се комуницирају на сајту града;
- Друштвене мреже су првенствено платформе за комуникацију у смислу разговора и размене мишљења, прихватања критике, сугестије, предлога;
- Комуникација на друштвеним мрежама не препознаје термине „радно време“ и „викенд“, већ препознаје комуникацију као активност 24/7;
- Друштвене мреже не препознају, не разумеју и не прихватају правила јавне управе, хијерархију

2 Развој сектора за ИТ и комуникације (измена систематизације у правцу интеграције Одељења за информатику и Службе за односе с јавношћу у посебну унутрашњу јединицу за комуникације и информационе технологије); Измена систематизације, успостављање Службе за односе с јавношћу и комуникације, са најмање три извршиоца.

и персоналне позиције и овлашћења;

- За видљивост и популарност на друштвеним мрежама корисник се мора борити јер је конкуренција огромна (сви су на мрежама а „кредит адресе“ не значи ништа), а што захтева велику посвећеност администратора налога;
- За подизање видљивости и велики број пратилаца неопходно је креативно, инспиративно и изазовно креирање наративних, аудио, видео и фото садржаја високог квалитета.

Основне процедуре које би требало следити и поштовати у локалној самоуправи Панчева, у циљу осигуравања континуиране, интерактивне и отворене комуниакције на налозима града су следеће:

- Јасно дефинисана овлашћења, права и одговорности администратора налога града Панчева на друштвеним мрежама;
- Одређивање најмање два службеника са правом подједнаког администраторског приступа;
- Лица именована за администраторе дефинисати на основу извршилачког радног места (препорука је да један обавезно буде службеник запослен на радном месту саветника за односе с јавношћу) ;
- Све активне налоге града Панчева на друштвеним мрежама администраторски пребацити на лица именнована за администраторе налога на друштвеним мрежама;
- Потенцијални налог градоначелника на било којој од три друштвене мреже такође интегрисано администрирати из центра из којег се администрирају налози града (у сарадњи са шефом кабинета градоначелника);
- Потенцијални налог градоначелника дефинисати као власништво Градске управе да би се осигурала институционална меморија овог органа града на друштвеним мрежама;
- Будућим Правилником о електронској комуникацији[3] дефинисати немогућности креирања налога за уже јединице унутар органа локалне самоуправе;
- Истим Правилником дефинисати немогућност отварања званичног налога града на физичка лица (већнике, одборнике и сва остала запослена, именована, постављена и изабрана лица);
- Све тренутно неактивне налоге а који су припадали локалној самоуправи званично укинути;
- Јасно дефинисати власништво над налозима града Панчева (консултантска препорука је да власник налога буде Градска управа града Панчева);
- Креирати и поставити Услове коришћења налога града (пример Упутства за остављање коментара на налозима на друштвеним мрежама града Панчева: *Град Панчево задржава право да уклони коментаре посетилаца налога којима се износе ставови који подстичу верску, националну, родно и/или полно засновану мржњу, псовке и друге увредљиве изразе, као и све формулације којима се крше закони Републике Србије или се други позивају и/или подстичу на предузимање незаконитих радњи. Такође ће бити уклоњени сви коментари који рекламирају производе и услуге, као и они који садрже личне и/или контакт податке. Град Панчево моли посетиоце овог налога да послати коментари буду реакција на тему и садржаје који се налазе*

3 Дефинисан као активност у Акционом плану нацрта Стратегије комуникације.

на овом налогу. Град Панчево не преузима никакву одгворност за изнете ставове посетилаца налога. Одговорност за садржину поруке и тачност података сносе посетицои налога који су коментаре послали);

- Документ Услови коришћења у прилагођеном облику израдити и за званичан сајт града Панчева.

Фејбук налог града Панчева потребно је користити на напреднији начин који подразумева:

- Стратешки дефинисати просечан број недељних објава и њихов распоред (у односу на престојеће активности у току недеље);
- Планирати и заказивати објаве у складу са најфреквентнијом посетом Фејсбуку;
- Повећати број едитованих и ауторских фотографија које се наменски израђују за примарно објављивање на Фејбуку;
- Стилски и језички прилагодити наративне садржаје природи ове друштвене мреже;
- Подићи ниво двосмерне комуникације са грађанима;
- Дирекну двосмерну комуникацију спроводити у благовременом року прилагођеном Фејсбуку;
- Доследно одговорати у најкраћем року на сваки директно упућени коментар (позитиван и негативан), осим ако се исти не коси са Условима коришћења;
- Обезбедити макар једном администратору квалитетну мини обуку у области програма Фото шоп (едитовање фотографија);
- Увести у стандардну праксу постављање питања посетиоцима;
- Спроводити у равномерним интервалима мини анкетирања по разним питањима од значаја за локалну самоуправу;
- Користити Фејсбујк за анимирање грађана: позиви на акцију, присуство догађају, присуство разним манифестацијама, учешће у акцијама које спроводи локална самоуправа, позив на активности цивилног сектора од значаја за живот у заједници (скупљање старог техничког отпада, скупљање старе хартије, заједничко чишћење јавних површина и слично);
- Неговати проактивни приступ туђим налозима кроз лајковање, шеровање, остављање коментара у име града Панчева на садржаје који се тичу града;
- Креирати заједничке кампање на Фејсбуку (налози града, ЈП, ЈКП и ТОП-а у зависности од теме);
- Промовисати појединачне запослене службенике града који су се истакли у раду током актуелног месеца (фотографија, опис посла, изјава службенника, изјава начелника на који начин се службеник истакао);
- Пратити налоге сличних институција у Републици Србији и окружењу;
- Посебно обраћати пажњу на налоге ЈП, ЈКП, установа и институција чији је оснивач град (размена, дељење и коментарисање садржаја, упућивање питања);
- Кроз промоцију и дељење садржаја пружити континуирану подршку Туристичкој организацији Панчева;
- У свим примереним приликама креирати виралне садржаје са лица места (видео клипови директно пласирани на Фејсбук а не „вучени“ са Јутјуба имају већи „рич“);
- Правити и пласирати повремено „радне“ виралне видео клипове (у договору са надлежнима

креирати кратке видео записе са седница, састанка, брифова, припрема саветнице за односе с јавношћу за отварање догађаја, радни дан градоначелника у његовом кабинету, на кафи са градоначелником, грађани на разговору код већника и слично). Ова врста садржаја из „реалног живота“ институције у природном ставу и говору приближава институцију и високе доносиоце одлука грађанима;

- Све велике догађаје представљати кроз галерије фотографија;
- Језик комуникације прилагодти комуникацији на друштвенм мрежама, у мери која не ремети ниво комуникације органа јавне управе;
- Увести праксу таговања, линковања у објавама;
- Увести повремено праксу постављања актуелних („панчевачких“) хештегова у Фејсбук објаве;
- Унапредити стил кавер фотографије (обука у Фото шопу пружиће вештине за израду интересантних фотографија, погледати примере на *http://www.socialmediaexaminer.com/16-creative-ways-to-create-your-facebook-timeline-cover-photo/*

Ниво искоришћености потенцијала Јутјуб налога града Панчева потребно је подићи на виши ниво. Имајући у виду велики опсег активности сва четири органа града и постигнуте резултате, потребно је да се појача фреквентност продукције Јутјуб садржаја, будући да материјала и догађаја има у довољној мери. Да би се то постигло на квалитетан начин, један од администратора треба да прође кратку обуку у области креирања и едитовања видео саджаја. Консултантска препорука је да се обрати пажња на следеће активности:

- Креирање више кратких и аутентичних материјала (из живота локалне самоуправе током радних дана, радни дан у кабинету градначелника, како функционише Градски услужни центар са пратећим шумовима и буком, састанци скупштинских савета, мини записи са скупштинских седница и слично,);
- Креирање мини интервјуа (интервјуисати грађане на изласку из ГУЦ-а са питањем чиме јесу а чиме нису задовољни, колико често долазе у ГУЦ, да ли су задовољни радом градске администрације и слично);
- Креирање кратких видео записа у стилу туторијала (дате препоруке у Акционом плану Стратегије комуникације);
- Креирање видео записа који буде позитивне емоције код посматрача (кратки видео записи о граду, приобаљу, панчевачким малишанима, старим људима, радницима у ЈП и ЈКП, службеницима у ГУ, о амбијенталним целинама попут Градске шуме, Црвеног магацина, чувеним ресторанима и салашима, градским манифестацијама и слично);
- Креирање кратких анимација/инфографика о локалној самоуправи;
- Редовно планирање динамике објава видео материјала;
- Набављање микрофона бубице како би се осигурао квалитет звука на видео материјалу;
- Усвајање вештина за оптимизацију видео материјала на Јутјубу (креирање кључних речи у наслову, употреба целокупног расположивог простора за детаљан опис постављеног видео клипа, дозвола коментарисања постављеног материјала, креирање наслова који привлаче пажњу, уграђивање видео материјала на Фејсбук налог и слично).
- *https://www.youtube.com/yt/advertise/index-new.html*

У овом тренутку консултатска је препорука да се додатно креира само Инстаграм профил града Панчева. Ова друштвена мрежа треба да послужи администраторима налога да постепено креирају базу квалитетних фотографија града и свих територијалних, амбијенталних, културних, културно-историјских и других локација. Отварање и правилна, континуирана употреба Инстаграма треба да омогући лицима задуженим за послове односа с јавношћу следеће:

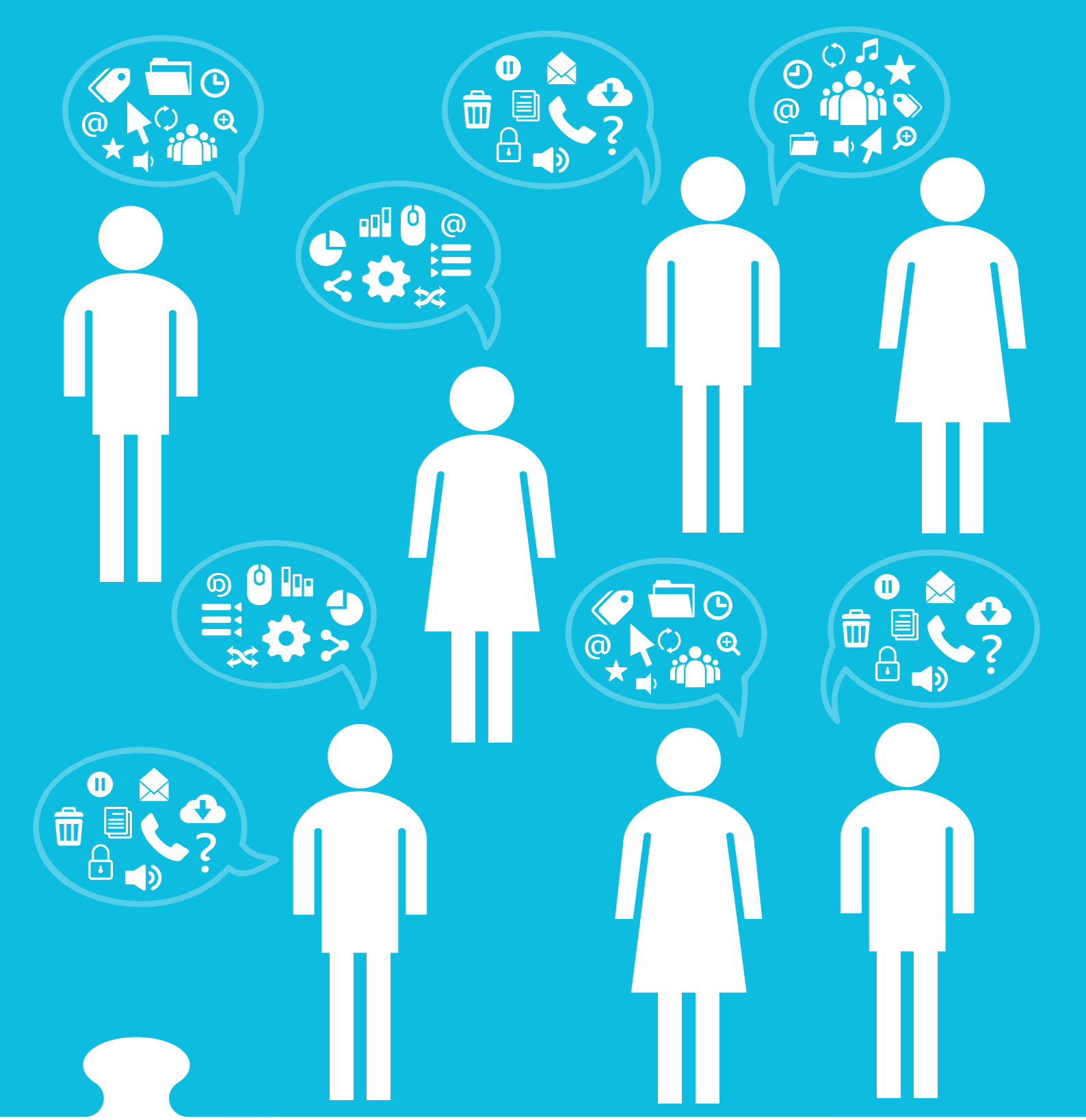
- Располагање великом базом фотографија града за све прилике које се комуницирају;
- Лакше и брже креирање квалитетних објава на Фејсбуку;
- Лакше и брже креирање квалитетних објава на сајту града;
- Лакше и брже дељење садржаја путем андроид уређаја;
- Интензивно и континуирано комуницирање вредности града Панчева у циљу унапређења репутације и репозиционирања имица града;
- Ефикаснију активацију грађана (акција „Пошљите нам најбољу фотографију“ на разне теме и у разним приликама);
- „Праћење“ грађана Панчева на Инстаграму и лаку, непосредну комуникацију у зони која искључује вербалну и писану комуникацију;
- Директну размену садржаја са грађанима и постављање њихових фотографија на Фејбук налог града или сајт града, уз коментар о власништву фотографије;
- Пружање значајне подршке Туристичкој организацији Панчева у пласирању интересантних објава, постова и саджаја на својим каналима.

Консултантска је препорука да у наредном периоду лица делегирана за администрацију друштвених мрежа унапреде праћење „њуз фида“ на свим налозима града, у циљу бољег увида у објаве пратилаца и активнији приступ истом и успостављања директније комуникације са пратиоцима градских налога.

Квалитетно и напредно комуницирање на мрежама није могуће уколико се остаје у оквирима искључивог пласирања својих саджраја и без уласка у директну комуникацију. Ова препорука подразумева извесну „релаксацију“ комуникације која би требало да буде и даље у оквиру јавног говора примереног институцији јавне управе, али истовремено обраћање пажње, уважавање и „слушање“ других присутних на мрежи.

Да би орган јавне управе имао квалитетну комуникацију, која истовремено покрива оба овде изнета захтева, неопходно је да се једна особа стратешки и континуирано бави планирањем, реализацијом и мерењем учинка комуникације на друштвеним мрежама, а што подразумева већ изнету препоруку о повећању људских капацитета.

Имајући у виду све до сада постигнуте резултате града Панчева у генералном смислу, а нарочито у области комуникације и односа с јавнношћу, консултантско је мишљење да град Панчево заслужује и има довољно разлога да приступи изналажењу решења за унапређење и стратешко вођење налога на друштвеним мрежама.



Градска управа града Панчева
Трг краља Петра I , бр. 2-4, 26000 Панчево
013/308-830
013/343-827 (Градска управа)
grad@pancevo.rs
www.pancevo.rs