



GRAD TUZLA

Strateške smjernice za komunikacijske aktivnosti Grada Tuzle za period 2023 – 2026. godine

„Vaš Grad, vama na usluzi“

Decembar, 2023.

SADRŽAJ

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. UVODNE NAPOMENE | 4 |
| 2. GRAD TUZLA | 5 |
| 2.1 U BROJKAMA | 5 |
| 2.2 VIZIJA I STRATEŠKI CILJEVI | 6 |
| 3. KOMUNIKACIJSKE POTREBE | 8 |
| 3.1 SWOT ANALIZA | 9 |
| 4. STRATEŠKI PRISTUP | 10 |
| 4.1 VIZIJA KOMUNIKACIJA | 10 |
| 4.2 OSNOVNA NAČELA I PRINCIPI | 10 |
| 4.3 CILJEVI STRATEŠKIH SMJERNICA ZA KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI..... | 10 |
| 4.3.1 <i>Efikasna interna komunikacija</i> | 11 |
| 4.3.2 <i>Redovno informisanje</i> | 11 |
| 4.3.3 <i>Uključenost zajednice</i> | 12 |
| 4.3.4 <i>Integrisanje rodne ravnopravnosti i socijalne uključenosti</i> | 13 |
| 4.3.5 <i>Transparentnost</i> | 13 |
| 4.3.6 <i>Digitalne komunikacije i društvene mreže</i> | 13 |
| 4.3.7 <i>Odnosi s medijima</i> | 14 |
| 4.3.8 <i>Ankete</i> | 14 |
| 4.4 JEDNOSTAVNE, ATRAKTIVNE, DRUŠTVENE I PRAVOVREMENE INFORMACIJE | 14 |
| 4.4.1 <i>Jednostavno</i> | 14 |
| 4.4.2 <i>Atraktivno</i> | 14 |
| 4.4.3 <i>Društveno</i> | 15 |
| 4.4.4 <i>Pravovremeno</i> | 15 |
| 4.5 JEZIK..... | 16 |
| 5. GODIŠNJI KOMUNIKACIJSKI PLAN | 17 |
| 6. KOMUNIKACIJSKI CILJEVI | 17 |
| 7. KLJUČNE PORUKE..... | 17 |
| 7.1 SLOGAN | 18 |
| 7.2 POZIV NA AKCIJU | 18 |
| 8. CILJNE GRUPE | 19 |
| 8.1 PROFILI PERSONA | 19 |
| 8.2 INTERNA JAVNOST | 20 |
| 8.3 EKSTERNA JAVNOST..... | 20 |
| 9. KANALI KOMUNIKACIJE | 21 |
| 9.1 INTERNA KOMUNIKACIJA | 21 |
| 9.1.1 <i>Direktna komunikacija</i> | 22 |
| 9.1.2 <i>Online komunikacija</i> | 23 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| 9.2 EKSTERNA KOMUNIKACIJA | 24 |
| 9.2.1 <i>Direktna komunikacija</i> | 24 |
| 9.2.2 <i>Informativni i drugi servisi</i> | 27 |
| 9.2.3 <i>Online komunikacija</i> | 28 |
| 9.2.4 <i>Društvene mreže</i> | 30 |
| 9.2.5 <i>Informativno edukativni i promotivni materijali</i> | 30 |
| 9.2.6 <i>Događaji od interesa za lokalnu samoupravu</i> | 30 |
| 9.2.7 <i>Odnosi sa medijima</i> | 30 |
| 10. LJUDSKI RESURSI | 31 |
| 11. BUDŽET | 31 |
| 12. KLJUČNI INDIKATORI USPJEHA..... | 32 |
| 13. PRILOZI..... | 35 |
| 13.1 EKSTERNE CILJNE GRUPE I PORUKE | 35 |
| 13.2 KALENDAR DOGAĐAJA | 40 |

1. Uvodne napomene

Pravni okvir za donošenje Strateških smjernica za komunikacijske aktivnosti Grada Tuzle za period 2023 – 2026. godine proizilazi iz:

- Zakona o principima lokalne samouprave Federacije BiH
- Zakona o slobodi pristupa informacijama BiH
- Zakona o zabrani diskriminacije u BiH
- Zakona o ravnopravnosti spolova u BiH
- Statuta Grada Tuzla

Strateške smjernice za komunikacijske aktivnosti Grada Tuzle daju smjernice uposlenima u Gradskoj upravi pri realizaciji komunikacijskih aktivnosti, informisanja i učešća javnosti. Ovaj dokument biće predstavljen uposlenima kako bi svi bili upoznati sa njegovim sadržajem, te mogli postupati po istom. Period važenja ovog dokumenta vezan je za Integriranu strategiju razvoja Grada Tuzla za period 2023 – 2026. godine.

Svrha Strateških smjernica za komunikacijske aktivnosti je:

- Osigurati efikasnu internu komunikaciju između uposlenih kako bi se pružila najkvalitetnija usluga građanima.
- Kontinuirano, transparentno i blagovremeno informisanje javnosti o svim aktivnostima lokalne uprave.
- Proaktivna dvosmjerna komunikacija sa građanima u procesu kreiranja politika i donošenja odluka na lokalnom nivou.

Za pripremu ovih strateških smjernica korišteni su sljedeći dokumenti:

- Integrirana strategija razvoja Grada Tuzla do 2026. godine
- Izvještaj o procjeni funkcionalnih kapaciteta Grada Tuzla, august 2023. godine
- Strategija za mlade Grada Tuzla 2017-2026. godine
- Strategija za osobe treće životne dobi Grada Tuzle 2020-2026. godine
- Pravilnik o komunikacijama uprave Grada Tuzla
- Plan integriteta Grada Tuzla
- Partnerstvo za razvoj
- Istraživanje USAID Projekta pomoći lokalnoj upravi (LGAA) o zadovoljstvu građana sa uslugama koje pruža Grad Tuzla, maj/juni 2023. godine

Ovaj dokument je pripremljen uz stručnu i tehničku podršku Projekta pomoći lokalnoj upravi koji finansira Američka agencija za međunarodni razvoj (USAID). Stavovi i mišljenja izražena u ovom dokumentu ne odražavaju nužno stavove USAID-a ili Vlade Sjedinjenih Američkih Država.

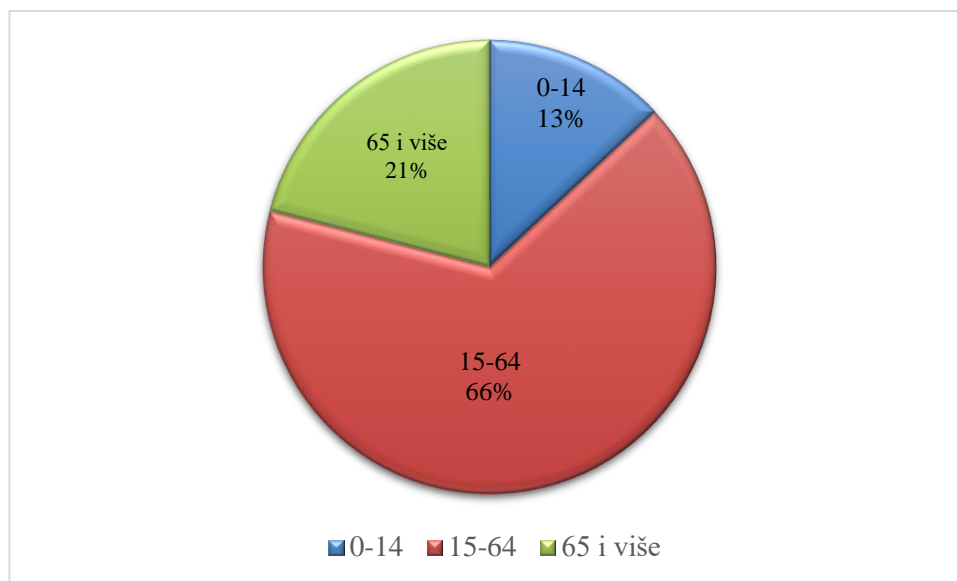
2. Grad Tuzla

2.1 U brojkama¹

Stanovništvo: **108.073**

Spolna struktura²: **M: 51.085 (47%), Ž: 56.988 (53%)**

Dobna struktura:



Broj zaposlenih: **38.492**

Prosječna neto plata: **1.179 KM**

Poslovnih subjekata (pravne osobe): **3.970**

Poslovnih subjekata (jedinice): **2.136**

Obrta: **3.586**

Mjesnih zajednica: **40**

Inicijativa MZ u 2022. godine: **5**

Aktivnih organizacija
civilnog društva: **249³**

¹ Izvor: Tuzlanski kanton u brojkama 2023. [Tuzlanski-kanton-u-brojkama.pdf \(fzs.ba\)](#)

² Izvor: Federalni zavod za statistiku, Demografska-statistika-2022.pdf (google.com)

³ Izvor: [Spisak-ocd-2023-1.pdf \(tuzla.ba\)](#)

2.2 Vizija i strateški ciljevi

U formuliranju vizije razvoja Tuzla imali smo u obziru i zajedničku viziju održive budućnosti lokalnih vlasti Evrope (Aalburšku povelju), po kojoj vizije gradova i općina, koje uključuju, odlikavaju napredne, kreativne i održive gradove i općine koje pružaju dobar kvalitet života svim građanima i omogućavaju njihovo učešće u svima aspektima urbanog života.

Vizija:

Tuzla grad kontinuiteta kulture, kreativne inovativnosti, zdravog i ugodnog života; grad koji omogućava učešće svojih građana u svim aspektima urbanog života; grad koji osigurava ekonomsku i društvenu atraktivnost, razvoj i kvalitet života za građane i sve ljude koji u njoj borave, investiraju i stvaraju.

Misija:

Zajednička posvećenost zadovoljstvu i sreći građana, unapređenje okruženja za aktere privrednog i društvenog života, uz očuvanje kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa grada.

STRATEŠKI CILJ 1:

Ubrzanje ekonomskog razvoja i unapređenje konkurentnosti privredu

- Podizanje produktivnosti u tradicionalnim industrijama i da se u što većoj mjeri povećava zastupljenost novih industrija iz okvira nove ekonomije, a s opredjeljenjem „da se ostvari i obezbjedi vibrantna lokalna ekonomija koja će pružiti pristup zapošljavanju a pri tom ne oštećuje životnu sredinu“ u skladu s Aalborškom poveljom lokalne vlasti Evrope.

STRATEŠKI CILJ 2:

Ugodan život građana – podržavajuća društvena i komunalna infrastruktura

- Omogućavanje osigurane i stabilne kvalitete života građana Tuzle sa razvijenom društvenom infrastrukturom (zdravstvenom i obrazovnom mrežom, socijalnom zaštitom, razvojem kulture i sporta) i unapređenjem lokalne komunalne i saobraćajne infrastrukture za kvalitetniji život građana i razvoj ljudskih resursa, uključujući telekomunikacije i internet, energetska i termoenergetska infrastrukturu, javne usluge.
- Svim građanima Tuzle osigurane su najkvalitetnije, najsigurnije i najjeftinije komunalne i druge usluge kao što su vodosnabdijevanje, grijanje, prikupljanje i tretman čvrstog otpada, predškolski smještaj djece i sl..

STRATEŠKI CILJ 3:

Uravnotežen i održiv razvoj

- Postizanje uravnoteženog, balansiranog, kao i ekonomski, ekološki i tehnološki održivog razvoja, u skladu sa pristupom „Strategije razvoja Evropske unije, Evropa 2020“ koja pod održivim rastom podrazumjeva izgradnju privrede koja efikasno koristi resurse, koja je održiva i konkurentna, uključujući i zelene tehnologije, ubrzavanje razvoja pametnih mreža korišćenjem informacionih i komunikacionih tehnologija, korišćenje mreža na nivou Evropske Unije, te osnaživanje konkurentnih prednosti privrede, posebno u proizvodnji i u okviru malih i srednjih preduzeća, kao i kroz pomoć potrošačima da vrednuju efikasno korišćenje resursa.

STRATEŠKI CILJ 4:

Evropske vrijednosti i multikulturalnost

- Omogućiti s jedne strane, izgradnju Tuzle kao kreativnog, otvorenog grada, grada evropskih vrijednosti, sa snažnom socijalnom uključenosti, osnaživanjem lokalne demokratije kroz pojačanu participativnu demokratiju i osnaživanjem institucija civilnog društva, a s druge, osnažiti lokalnu participaciju Grada u kandidatskom statusu i konačnom priključenju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji.

Ovim dokumentom obuhvaćene su različite komunikacijske aktivnosti i opisani komunikacijski kanali i alati koji će biti korišteni da bi informacije blagovremeno došle do svih ciljnih grupa te kako bi se osigurala dvosmjerna komunikacija. Želi se podstaći veći angažman i učešće građana u razvoju lokalnih politika kako bi se lokalne razvojne aktivnosti koje vodi Gradska uprava usmjerile na rješavanje ključnih potreba građana.

3. Komunikacijske potrebe

Za razvoj Strateških smjernica za komunikacijske aktivnosti Grada Tuzle korišteni su nalazi istraživanja koje je realizovao USAID Projekat pomoći lokalnoj upravi (LGAA) u toku maja i juna 2023. godine na području Tuzle. Istraživanjem se dobio bolji uvid u percepciju građanki i građana⁴ o javnim uslugama koje pruža lokalna samouprava.

Metodologija je podrazumijevala korištenje strukturisanog upitnika uz kompjuterski podržano anketiranje licem u lice (CAPI) na tabletima i CTO softverom sa online upitnikom. Radilo se metodom slučajnog odabira klastera, slučajnim odabirom domaćinstva unutar klastera (tehnikom slučajnog hodanja), te slučajnim odabirom člana domaćinstva (tehnika zadnjeg rođendana). Uzorak je obuhvatio 53.3% žena i 46.7% muškaraca, od toga 21.2% osoba od 18 do 30 godina, 33.5% osoba od 31 do 50 godina, 27% osoba od 51 do 64 godine, te 18.3% osoba preko 64 godine. Iz urbanih dijelova anketirano je 67.2%, a ruralnih 32.8%.

U nastavku teksta su predstavljeni ključni nalazi koji se odnose na segment informisanja i uključivanja građana u proces donošenja odluka na lokalnom nivou:

- 82.9% građana u zadnje tri godine nije učestvovalo u rješavanju problema sa kojima se njihova zajednica suočavala.
- 92.4% građana nije učestvovalo u nekoj od javnih rasprava u posljednje tri godine.
- 88% građana nije podnijelo inicijativu ili prijedlog za poboljšanje u JLS.
- 47.7% građana je u potpunosti ili donekle nezadovoljno radom svojih mjesnih zajednica.
- 31.1% građana misli da njihovo podnošenje inicijative neće ništa promijeniti.
- 21.7% građana smatra da nimalo nisu uključeni u proces donošenja odluka – planiranje budžeta, urbanističkih planova, razvojnih strategija, itd.

U Tabeli su prikazani rezultati provedene ankete o načinu dobijanja informacija iz Gradske uprave:

| | Ukupno | 18-30 godina | 31-50 godina | 51-64 godina | >64 Godina |
|-----------------------------------|--------|--------------|--------------|--------------|------------|
| TV, radio | 91.3% | - | 65.8% | 94% | 94.4% |
| Internet portali | 65.8% | 80.8% | 77.6% | 63% | 30.8% |
| Web stranica Gradske uprave | 42.3% | 59.3% | 51.4% | 38.8% | 10.9% |
| Društvene mreže | 31.2% | 35.9% | 36.8% | 30.3% | 16.9% |
| Komšije, prijatelji, porodica | 11.2% | - | 34.2% | 12.6% | 5.6% |
| Oglasna ploča u mjesnoj zajednici | 2.6% | - | 2.1% | 4.3% | 3.8% |
| Oglasna ploča u Gradskoj upravi | 2.3% | 2.7% | 2.1% | 2.7% | 1.8% |

Načini kontaktiranja Gradske uprave od strane građana:

| | Ukupno | 18-30 godina | 31-50 godina | 51-64 godina | >64 Godina |
|-------------------|--------|--------------|--------------|--------------|------------|
| Telefonski | 50.7% | 59.9% | 45.2% | 51.5% | 48.9% |
| Direktno | 30.6% | 27% | 30.8% | 36% | 26.2% |
| Elektronska pošta | 13.1% | 18.7% | 10.9% | 17.4% | 4.3% |

⁴ Smatra se da se svi izrazi, upotrebljeni u muškom gramatičkom rodu u ovom dokumentu odnose, bez diskriminacije, i na žene.

TV i radio su najčešći način dobivanja informacija za osobe preko 30 godina, dok su društvene mreže izvor informacija za sve dobe skupine a posebno za mlade. Telefonski kontakt je najpopularniji način kontaktiranja Gradske uprave, a slijedi ga direktni kontakt.

3.1 SWOT analiza

Gradska uprava kontinuirano izvještava javnost o svojim aktivnostima. Na osnovu postojećih strateški dokumenata, rezultata istraživanja, provedenih analiza i održanih radionica u proteklom periodu, kao osnova za pripremu ovog dokumenta sačinjen je pregled početnog stanja institucionalnih snaga, slabosti, prilika i prijetnji kako slijedi:

| | |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SNAGE | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strateški usmjeren razvoj Grada kroz donošenje i realizaciju ključnih strateških dokumenata ▪ Postojanje i provođenje Pravilnika o komunikacijama uprave Grada Tuzle ▪ Sistematizovano radno mjesto za odnose s javnošću ▪ Iskustvo, posvećenost i motivisanost uposlenih ▪ Uspostavljen javno-privatni dijalog u formi Savjeta Gradonačelnika za lokalni ekonomski razvoj ▪ Postojanje e-servisa i 72 sata servisa |
| SLABOSTI | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sadržaj materijala nije prilagođen različitim ciljnim grupama ▪ Nedostatak systemske komunikacije između lokalne samouprave i privatnog sektora ▪ Nedostatak systemskog uključivanja građana u javne rasprave ▪ Nedovoljna komunikacija sa mjesnim zajednicama ▪ Nedovoljno iskorišten potencijal digitalnih komunikacija |
| PRILIKE | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Uvođenje Standarda proaktivne transparentnosti u javnoj upravi kroz ažuriranje Pravilnika o komuniciranju uprave Grada Tuzle ▪ Korištenje društvenih mreža i digitalnih alata u komunikaciji sa mladima (<i>80 % mladih do informacija dolazi putem internet portala</i>) ▪ Educiranje građana o nadležnostima lokalne samouprave ▪ Realizacija kampanja podizanja svijesti o različitim temama ▪ Kreiranje kvalitetnog medijskog sadržaja ▪ Efikasnije animiranje građana da učestvuju u javnim raspravama ▪ Kreiranje različitih online vodiča, priručnika ▪ Podrška Savjetodavnog odbora građana ▪ Dostupna podrška od strane međunarodnih organizacija, donatora i projekata |
| PRIJETNJE | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dio građana nije zainteresovan za učešće u javnim raspravama ili podnošenje inicijativa ▪ Uvjerenje dijela građana da njihovo učešće neće ništa promijeniti ▪ Apatija i nezainteresovanost građana i privrednika da daju povratnu informaciju i uključe se u proces odlučivanja ▪ Mijenjanje komunikacijskih navika ciljnih grupa ▪ Znatno niži nivo građanskog učešća žena i osoba s nižim primanjima u poređenju s drugim grupama građana ▪ Znatno niži nivo povjerenja u lokalne vlasti od strane osoba sa nižim primanjima i građana koji razmišljaju o odlasku iz zemlje |

4. Strateški pristup

Strateške smjernice za komunikacijske aktivnosti Grada Tuzle podržavaju ostvarivanje strateških razvojnih politika koje su definisane u Integriranoj strategiji razvoja Grada Tuzle do 2026. godine, kroz odgovorno, kontinuirano i transparentno informisanje javnosti o programima, aktivnostima, uslugama, procedurama i pitanjima od značaja za život građana. Ujedno, cilj je osigurati veći angažman građana i njihovo uključivanje u procese kreiranja politika od značaja za lokalnu zajednicu.

Pretpostavka je da će građani, privrednici i druge ciljne grupe imati viši stepen povjerenja u rad lokalne samouprave ukoliko su javne politike kreirane participatornim putem i bazirane na realnim potrebama. Dodatno, želi se unaprijediti imidž, te osigurati bolji protok informacija unutar lokalne samouprave.

4.1 Vizija komunikacija

"Grad Tuzla želi postati najinkluzivniji grad u Bosni i Hercegovini s ciljem povećanja otvorenosti i odgovornosti, sa aspekta komunikacije i uključivanja građana na aktivno sudjelovanje u stvaranju okruženja ugodnog za život."

4.2 Osnovna načela i principi

Uposleni u Gradskoj upravi dužni su u internoj i eksternoj komunikaciji pridržavati se niže navedenih načela:

- Zakonitost
- Nediskriminacija i ravnopravnost
- Efikasnost
- Ekonomičnost
- Primjerenost
- Dosljednost
- Objektivnost i nepristrasnost
- Dostupnost informacija (otvorenost)

U komunikaciji sa građanima uposleni su dužni pridržavati se pravila dobrog ponašanja koja uključuju ljubaznost, profesionalan odnos, predusretljivost u odnosu na zahtjeve i pomoć u rješavanju pitanja koja građane interesuju.

4.3 Ciljevi Strateških smjernica za komunikacijske aktivnosti

- **Efikasna interna komunikacija:** Osigurati efikasnu internu komunikaciju između uposlenih kako bi se pružila najkvalitetnija usluga građanima.
- **Komunikacija usmjerena na građane:** Kontinuirano, transparentno i blagovremeno informisanje javnosti o svim aktivnostima lokalne samouprave.
- **Podizanje svijesti javnosti:** Podizanje svijesti javnosti o svim inicijativama i politikama koje su usmjerene na poboljšanje kvaliteta i standarda života građana.

- **Oснаživanje lokalne demokratije:** Osnaživanje institucija i promocija participacije građana, privatnog sektora i civilnog društva u donošenju odluka. Promocija principa da razvoj lokalne zajednice zahtjeva saradnju različitih aktera (uključujući Gradsku upravu, građane, privrednike, civilno društvo, itd.) oko realizacije zajedničkih ciljeva za dobrobit svih.
- **Povećanja vidljivosti:** Unapređenje imidža Tuzle kao najpoželjne lokacije za život, investiranje i turizam.

Ovim dokumentom definišu se komunikacijski ciljevi, ključne poruke, ciljne grupe, kanali i alati, ljudski resursi, te plan praćenja realizacije planiranih aktivnosti. Ujedno definišu se i načini komunikacije sa svim zainteresovanim stranama uključujući internu i eksternu komunikaciju.

Interna komunikacija odnosi se na sve uposlene u lokalnoj samoupravi, a eksterna komunikacija obuhvata komuniciranje sa građanima, privatnim sektorom, investitorima, civilnim društvom, višim nivoima vlasti, medijima, međunarodnim organizacijama.

Pažnja će se posvetiti većem učešću građana, a posebno marginalizovanih i ranjivih grupa, u procesima kreiranja javnih politika koje donosi lokalna samouprava.

Grad će poduzeti sljedeće korake kako bi se ostvarili komunikacijski ciljevi:

4.3.1 Efikasna interna komunikacija

- Unaprijediti internu komunikaciju u cilju efikasnijeg rada uposlenih.
- Primjeniti Pravilnik o komunikaciji uprave Grada Tuzla.
- Organizovati redovno obuke na teme relevantne za komunikacije i odnose s javnošću.
- Distribuirati zapisnik nakon svakog sastanka svim uposlenima koji su prisustvovali sastanku.
- Organizovati sastanak sa svim uposlenima u lokalnoj samoupravi dva puta godišnje kako bi se predstavile ključne aktivnosti, planovi i postignuti rezultati u radu Gradske uprave.
- Distribuirati ključne vijesti/novosti putem elektronske pošte svim uposlenim na kvartalnom nivou.
- Uvesti sistem odgovora na elektronsku poštu u roku od najviše dva radna dana.
- Uvesti automatski odgovor na elektronsku poštu ukoliko je uposleni odsutan sa posla (službeni put, godišnji odmor, bolovanje) uz informaciju ko ga zamjenjuje i kontakt detalje.

4.3.2 Redovno informisanje

- Pripremiti pregled/infografiku o postojećim uslugama i kontakt detaljima.
- Predstaviti ključne informacije u formatu koji je jednostavan, razumljiv, lako dostupan.
- Prilagoditi pristup informacijama prema individualnim potrebama građana, uzimajući u obzir faktore kao što su spol, dob, mjesto stanovanja i slični aspekti kako bi se osigurala veća korisnost i pristupačnost informacija.
- Objavljivati informacije o uvažanim ili odbijenim prijedlozima građana sa odgovarajućim obrazloženjem kako bi se povećalo povjerenje građana u lokalnu samoupravu.

- Raditi na podizanju svijesti građana o nadležnostima lokalne samouprave i načinima dobijanja informacija.
- Informisati građane o javnim raspravama i javnim konsultacijama putem lokalnih medija, mjesnih zajednica, organizacija civilnog društva, itd. te obavezno davanje povratne informacije građanima po završenim konsultacijama o uvaženim i odbijenim prijedlozima uz odgovarajuća obrazloženja.
- Informisati privrednike o aktivnostima lokalne samouprave na unapređenju uslova za razvoj lokalne ekonomije (takse, porezi, prilike za investiranje, poticaji, itd.)
- Izraditi online priručnike za informisanje mladih poduzetnika o koracima otvaranja privrednih subjekata na području grada.

4.3.3 Uključenost zajednice

- Pripremiti pregled i promovisati postojeće mehanizme za neposredno učešće i angažman građana.
- Koristiti različite komunikacijske kanale i alate kako bi se animirali građani da se aktivno uključe u proces kreiranja politika i odlučivanja.
- Po potrebi organizovati edukacije za predstavnike mjesnih zajednica o obavezama, odgovornostima i nadležnostima za teme od značaja za grad (npr. održavanje lokalnih puteva, itd.)
- Osigurati mehanizam za povratnu informaciju prema mjesnim zajednicama.
- Organizovati javne rasprave u mjesnim zajednicama o Budžetu Grada.
- Poticati građane i privrednike da koriste elektronsku poštu i online alate komunikacije sa predstavnicima lokalne samouprave kako bi se unaprijedila efikasnost, povećala transparentnost i ostvarile uštede vremena i troškova.
- Unaprijediti saradnju sa organizacijama civilnog društva u cilju efikasnije razmjene informacija sa svojim članovima o aktivnostima od javnog značaja.
- Održavati redovne sastanke Savjeta Gradonačelnika za lokalni ekonomski razvoj.
- Promovisati rad Savjetodavnog odbora građana kao i rad svih savjeta Grada Tuzle.
- Uključiti Savjetodavni odbor građana u procese donošenja odluka i promovisati njegove uloge posebno isticati mogućnosti i načine učešća žena, mladih i drugih marginalizovanih grupa kao i aktivnosti i inicijative, koje se odnose na unapređenje rodne ravnopravnosti i socijalne inkluzije.
- Poboljšati saradnju mjesne zajednice (vodstva) sa građanima koji tu gravitiraju na način da se komunikacija odvija građanin - mjesna zajednica - Grad i obrnuto kod povratne informacije.
- U Godišnjem komunikacijskom planu jasno definisati ponašanja, odluke ili radnje koje Grad želi promovisati građanima i drugim akterima. Na primjer, to može biti veće učešće građana u javnim raspravama, pristup specifičnim uslugama ili ciljevi poput zaštite okoliša i većeg korištenje bicikla. To će omogućiti da Grad usmjeri svoje komunikacijske napore na akcije i ponašanja koja želi promovisati građanima.

4.3.4 Integrisanje rodne ravnopravnosti i socijalne uključenosti

- Promovisati mjere, aktivnosti i projekte koji se odnose na unapređenje rodne ravnopravnosti i socijalne inkluzije.
- Unaprijediti mehanizme informisanja žena i drugih ranjivih kategorija o njihovim pravima na tržištu rada i prilikama za zapošljavanje i samozapošljavanje.
- Distribuirati materijale ženama i drugim ranjivim grupama putem svih dostupnih digitalnih kanala i printanim putem, imajući u vidu njihove potrebe.
- Kroz različite materijale prikazivati muškarce i žene, izbjegavajući stereotipe i šaljući poruke koje pomiču granice onoga što se obično smatra isključivo ženskim ili muškim ulogama.
- Kad god je moguće informacije objaviti u formatu koji je pristupačan slijepim i slabovidim licima.
- Uključiti marginalizovane grupe kroz identifikovanje i redovnu komunikaciju sa Centrom za socijalni rad, strukovnim udruženjima, mjesnim zajednicama, uticajnim osobama u zajednici, organizacijama civilnog društva koja rade na rodnoj ravnopravnosti i socijalnoj inkluziji, mjesnim zajednicama, zatim organizacijama i institucijama koje pružaju usluge socijalne zaštite, usluge neformalnog obrazovanja, poljoprivrednim udruženjima, a kako bi se došlo do pripadnika marginalizovanih grupa u dislociranim / udaljenim dijelovima Tuzle.
- Izbjegavati stereotipe šaljući poruke koje pomiču granice onoga što se obično smatra isključivo ženskim ili muškim ulogama.
- Educirati žene o njihovim pravima na tržištu rada i prilikama za zapošljavanje i samozapošljavanje.
- Educirati osobe treće životne dobi o dostupnim uslugama socijalne zaštite i drugim pravima i povlasticama koje mogu ostvariti na nivou lokalne zajednice.
- Educirati starije osobe o njihovim pravima i dostupnim oblicima zaštite.
- Uspostaviti forume za razmjenu ideja i mišljenja uključujući okrugle stolove, manifestacije, različite događaje kako bi osigurali da se čuju glasovi i razmišljanja različitih slojeva društva.
- Razvrstavati podatke po polu i drugim socio-demografskim karakteristikama.
- Razmjenjivati informacije značajne za rodnu ravnopravnost i socijalnu inkluziju.

4.3.5 Transparentnost

- Osigurati da su sve informacije javno dostupne kako bi se jačalo povjerenje u lokalnu samoupravu.
- Promovisati mehanizme za prijavu korupcije.

4.3.6 Digitalne komunikacije i društvene mreže

- Kontinuirano promovisati korištenje svih e-usluga.
- Jednom godišnje ažurirati informativne i promotivne materijale i osigurati da su dostupni na web stranici Grada i drugih institucija koje su u kontaktu sa privatnim sektorom.
- Kontinuirano promovisati rad Gradskog vijeća, Gradonačelnika, Gradske uprave i svih savjeta redovnim ažuriranjem web stranice.
- Unaprijediti dvosmjernu komunikaciju sa građanima.
- Koristiti društvene mreže kako bi se informisale ciljne grupe od 18 do 50 godina koje primarno dobijaju informacije kroz taj kanal.

- Objavljivati informacije o javnim raspravama na Facebook/u kako bi se informacija učinila dostupnija ciljnim grupama.
- Koristiti vizuale, infografike kako bi se skrenula pažnja ciljnih grupa na teme od javnog značaja – kao na primjer o uslugama, rokovima, obavještenjima.

4.3.7 Odnosi s medijima

- Kreirati infografiku sa pregledom ključnih informacija za medije. Mediji nisu samo primatelji informacija, već i potencijalni partneri za povećanje građanskog angažmana i učešća u aktivnostima (na primjer, promocija učešća po važnim pitanjima, izgradnja povjerenja u lokalne vlasti, itd.).
- Graditi i održavati korektnu saradnju sa svim medijima.
- Analizirati objave medija i po potrebi prilagođavati sadržaj i tekstove koje se plasiraju kako bi se osigurala prisutnost u različitim medijima.

4.3.8 Ankete

- Po potrebi provoditi ankete o zadovoljstvu građana i privrednika javnim uslugama i objavljivati rezultate na web strani Gradske uprave. Rezultati anketiranja trebali bi biti predstavljeni na način da ističu poboljšanja i postignute dobre rezultate, kako bi se naglasilo osjećaj da se zadovoljstvo poboljšava (na primjer, pokazujući da se "zadovoljstvo poboljšalo za XX% u posljednjih nekoliko mjeseci", ili da je "većina ljudi koji posjećuju ovu web stranicu zadovoljna sadržajem").
- U okviru anketiranja građana i privrednika, razvrstavati i analizirati podatke razvrstane po polu i drugim socio-demografskim karakteristikama.

4.4 Jednostavne, atraktivne, društvene i pravovremene informacije

Kako bi se povećala vjerojatnost uključivanja građana i drugih relevantnih učesnika, pažnja će se posvetiti da sva komunikacija bude jednostavna, atraktivna, društvena i pravovremena (eng. Easy, Attractive, Social, Timely - EAST). EAST okvir definiše svaki od ovih elemenata kao:

4.4.1 Jednostavno

Željene radnje (radnje koje želimo da građani ili akteri poduzmu, poput kontaktiranja Gradske uprave, traženja više informacija ili pristupa potrebnim obrascima) trebaju se identifikovati i pojednostaviti što je više moguće u komunikacijskim materijalima. To može podrazumijevati pružanje jednostavnih, detaljnih instrukcija i da su kontakt detalji i obrasci lako dostupni i jasno obilježeni.

4.4.2 Atraktivno

Povećati privlačnost informacija i željenih radnji, posebno:

- Naglašavanjem ključnih i važnih informacija pomoću vizualno privlačnih elemenata kao što su kvadratići i boje.
- Isticanjem konkretnih koristi i prednosti ulaganja i politika koje lokalna samouprava provodi, kao i opasnosti i troškova njihovog uspješnog provođenja ili nedovoljnog građanskog angažmana oko važnih tema (na primjer, izgradnja parka koji građani ne koriste i o kojem se ne brinu važan je rizik koji se treba uzeti u razmatranje).

- Razvijanjem prilagođenih komunikacijskih materijala koji su u skladu s interesima, motivacijama i potrebama građana (koji možda nisu najosnovniji ili najdirektnije povezani s lokalnom upravom, kao što su kulturni i sportski interesi).

4.4.3 Društveno

Može biti vrlo efikasno prikazati društvene elemente kao što su preferirana ponašanja drugih, njihovi pozitivni pogledi na to određena pitanja ili uspješne priče. Ovi primjeri mogu poslužiti kao snažni motivatori, pogotovo kada su prikazani pojedinci visoko cijenjeni u zajednici (npr. uspješni članovi zajednice, ugledne osobe). Ti pojedinci ne moraju nužno imati formalna ovlaštenja ili politički položaj, ali se smatraju vjerodostojnima i utjecajnima. Njihov angažman može uključivati:

- *Isticanje pozitivnih iskustava, najboljih praksi ili uzora:* to uključuje prikazivanje pozitivnih iskustava, dobrih praksi ili pojedinaца koji služe kao uzori. Čineći ove primjere vidljivima, mogu se nadahnuti i potaknuti drugi da slijede primjer (posebno kada se radi kroz stvarne ili izmišljene likove koji mogu stvoriti empatiju i identifikaciju). U određenim slučajevima takođe može biti korisno učiniti vidljivima žrtve statusa quo koji lokalna samouprava želi promijeniti. Bitno je uspostaviti ličnu vezu i približiti se svojoj publici. Umjesto predstavljanja samo statistike, koja može izgledati distancirano i bezlično, potrebno je uzeti u obzir važnost pripovijedanja. Uvođenjem pojedinaца sa kojima se građani mogu poistovijetiti, koji su direktno osjetili koristi, možete stvoriti snažniji odnos i izazvati značajniji odgovor građana.
- *Pružanje sažetih informacija o grupnom ponašanju ili mišljenjima:* Ovaj pristup uključuje dijeljenje statistika ili sažetaka o ponašanju ili mišljenjima određene skupine. Na primjer, moglo bi se reći: "x% ljudi radi ovo i ovo." To može utjecati na pojedince isticanjem onoga što se smatra normom unutar određene društvene skupine i poticanjem da se usklade s tom normom.

4.4.4 Pravovremeno

Informacije i intervencije trebaju biti predstavljene u pravim trenucima, kada ljudi obraćaju pažnju i zainteresovani su za određenu temu. To može uključivati, na primjer, pozive na akciju ili jednostavne smjernice za naredne korake na stranicama na kojima ljudi traže informacije kako se uključiti u aktivnosti u svom gradu ili učestovati u događajima ili lokacijama na kojima će prisustvovati značajan broj građana.

Podržavanje željenog djelovanja na fizičkom, psihološkom i društvenom nivou

Komunikacija o ponašanju, odlukama ili radnjama koje Gradska uprava želi promovisati među građanima i drugim učesnicima (kao što je učestvovanje u određenim slučajevima ili pristup određenim uslugama) mora osigurati i saopštiti o dostupnoj podršci za tu aktivnost. Obično se ova podrška može usredotočiti na tri sloja: **fizički** (kao što su kancelarije, virtualne platforme itd.), **psihološki** (kao što su znanja i vještine koje su ljudima potrebne za pristup) i **društveni** (kao što su neformalna pravila i ideje).

Na primjer, ako Gradska uprava želi promovisati učešće građana na javnoj raspravi o budžetu, potrebno je jasno komunicirati podršku koja će biti dostupna na sva tri nivoa, na primjer:

- **Fizička ili virtualna infrastruktura** koja će biti osigurana kako bi se građanima omogućilo učešće (uključujući aranžmane za osobe koje obično manje učestvuju, kao što su žene i osobe s nižim primanjima, te za osobe ranjivih skupina). To može uključivati, na primjer, da prostor u kojem će se događaj održati je prilagođen različitim populacijama, koje su mjere poduzete kako bi se podstaklo učešće nedovoljno zastupljenih grupa, itd.
- **Znanja i vještine** koje bi učesnici trebali imati ili će steći prilikom učešća, poput znanja o temama koje se diskutuju, javnog govora, pisanja bilješki, itd.
- **Uvjerenja** koja ljudi imaju o tome koliko je uobičajeno (ili neuobičajeno) i koliko je prihvatljivo (ili neprihvatljivo) učestvovati na takvim događajima. Na primjer, ako ljudi vjeruju da većina ne ide na te događaje i ne smatra ih važnima, potrebno je komunicirati na način da se pokaže da ta uvjerenja nisu tačna ili se mogu promijeniti.

4.5 Jezik

Interna ili eksterna komunikacija uposlenika Gradske uprave obavlja se na jednom od tri službena jezika, uz puno poštivanje prava na slobodu izražavanja. Kako je jezik jedan od osnovnih vidova komunikacije, uposleni u lokalnoj samoupravi koristiće nediskriminatorni jezik i radiće na primjeni rodno-osjetljivog rječnika. Upotreba isključivo muškog roda prema Zakonu o ravnopravnosti polova u BiH predstavlja jedan oblik diskriminacije (član 9. stav e.) Diskriminacija u jeziku postoji kada se koristi isključivo jedan gramatički rod kao generički pojam. Ukoliko se jedinica lokalne samouprave opredijeli da koristi isključivo muški rod, neophodno je da prvi put koristi oba oblika i u muškom i u ženskom rodu, uz sljedeće objašnjenje: "Smatra se da se svi izrazi, upotrebljeni u muškom gramatičkom rodu u ovom dokumentu odnose, bez diskriminacije, i na žene."

Takođe, iz jezika će se nastojati eliminisati sve vrste stereotipa i generalizacije, na primjer prikazivanje žena kao nemoćnih, ili muškaraca kao neosjetljivih ili agresivnih. Marginalizovane i ranjive grupe neće biti prikazane kao nemoćne, čak i kada se govori ili piše o diskriminaciji, nasilju ili drugom krivičnom djelu počinjenom kao posljedica stereotipa ili stigmatizacije određene grupe.

Socijalna kohezija će biti prioritet, kao i obaveza javne osude govora mržnje i djela počinjenih iz predrasuda. Svaki vid rodno-zasnovanog nasilja, seksističkog govora, spolnog i rodnog uznemiravanja, incidenti, izjave, djela i drugi oblici diskriminacije biće osuđeni javnim saopštenjem, bez odlaganja.

Postoji nekoliko osnovnih pravila kojih će se uposleni pridržavati da se ne bi upalo u zamku govornog i pisanog jezika koji može da se protumači ili ispolji kao diskriminatoran, uvredljiv ili ponižavajući. U komunikaciji sa osobama s invaliditetom će se ophoditi sa dužnom pažnjom, bez omalovažavanja i vrednujući ih kao osobe sa punim potencijalom.

Prilikom navođenja funkcije, titule, zvanja, zanimanja kada se odnosi na ženu koristiće se oblik ženskog roda, a kada se odnosi na muškarce koristiće se oblik muškog roda. Takođe, poštuvaće se jezička norma koju je uposlenik/ca odabrao/la.

5. Godišnji komunikacijski plan

U skladu sa Godišnjim planom rada gradonačelnika i službi, Stručna služba za poslove gradonačelnika - Odjeljenje za informisanje i komunikaciju s javnošću u saradnji sa stručnim službama, službama za upravu i UO Zavod za urbanizam pripremiće Godišnji komunikacijski plan, navodeći aktivnosti, vremenski okvir, odgovorne osobe i budžet. U Godišnjem komunikacijskom planu biće definisani [Ključni indikatori uspjeha](#) za tekuću godinu.

6. Komunikacijski ciljevi

- Poboljšati eksternu i internu komunikaciju kako bi se osigurao protok i razmjena informacija između službi i svih uposlenih.
- Podizati svijest i znanje građana o aktivnostima lokalne samouprave koristeći različite komunikacijske alate prilagođene različitim ciljnim grupama.
- Povećati nivo učešća građana u javnim raspravama.
- Povećati nivo znanja građana o načinima podnošenja inicijativa i prijave korupcije.
- Povećati nivo znanja i korištenja e-usluga.
- Promovisati investicione potencijale i prednosti ulaganja u Tuzlu.

7. Ključne poruke

Ključne poruke su usmjerene na stvaranje pozitivnog imidža lokalne zajednice u cjelini i biće redovno revidirane, a to su da:

- Grad Tuzla osluškuje potrebe privatnog sektora i kreira poslovni ambijent za daljnji razvoj privatnog sektora vodeći računa o zaštiti okoliša.
- Grad Tuzla razvija društvenu i komunalnu infrastrukturu kako bi zadovoljio trenutne i buduće potrebe građana za osnovnim uslugama koje su važne za kvalitetniji život građana i razvoj zajednice.
- Grad Tuzla kontinuirano ulaže u predškolski smještaj djece, vodosnabdijevanje, grijanje, prikupljanje i tretman čvrstog otpada, i druge infrastrukturne projekte kako bi svim građanima osigurali najkvalitetnije, najsigurnije i najjeftinije javne usluge.
- Grad Tuzla je otvoren grad, grad evropskih vrijednosti sa snažnom socijalnom uključenosti, osnaživanjem lokalne demokratije kroz pojačanu participativnu demokratiju i osnaživanjem institucija civilnog društva.
- Grad Tuzla želi osigurati da građani i privrednici aktivno učestvuju u procesu donošenja odluka i kreiranju politika o provođenju javnih rasprava.
- Grad Tuzla redovno informiše javnost o projektima i aktivnostima kako bi građani imali bolji uvid o napretku zajednice i trošenju budžetskog novca.

7.1 Slogan

Učestvujući u Programu unapređenja usluga, u okviru USAID-ovog Projekta pomoći lokalnoj upravi (LGAA), Grad Tuzla je definisao set prioriternih vrijednosti i odgovarajući slogan, koji predstavljaju definiciju i lajtmotiv za pružanje kvalitetnih i korisnički orjentisanih usluga uprave. Timovi za unapređenje usluga Grada Tuzla su se prioritarno opredijelili za dvije vrijednosti koje su osnova za pružanje usluga građanima od strane uprave i to: rješavanje problema i pravovremenost/blagovremenost.

Na osnovu odabranih ključnih vrijednosti definisan je slogan Grada Tuzla koji je ideja vodilja u procesu unapređenja usluga koje Grad pruža svojim korisnicima, odnosno građanima:

„Vaš Grad, vama na usluzi“

Slogan će se kontinuirano koristiti prilikom prenošenja ključnih poruka ciljnim grupama.

7.2 Poziv na akciju

Kako bi se podstakle ciljne grupe na djelovanje, učešće u specifičnim programima i aktivnostima, poput javnih rasprava, učešća na događajima, itd. kreiraće se poruke upućene kroz različite komunikacijske kanale i alate koje pozivaju na akciju. U porukama bi trebali biti navedeni načini učestvovanja i doprinosa oblastima o kojima Gradska uprava komunicira (npr. budžet ili određene politike) kako bi građani mogli dati svoj doprinos i učestvovati. Na primjer:

- Posjetite našu web stranicu i saznajte više o trenutnim aktivnostima.
- Kontaktirajte nas putem elektronske pošte.
- Pridružite se javnoj raspravi i dajte doprinos kreiranju boljih uslova u vašoj zajednici.
- Koristite e-servise Gradske uprave i uštedite vrijeme!
- Prijavite komunalni problem putem centar72.ba web stranice.
- Želite saznati više? Pratite nas na našim društvenim mrežama.
- Želite doprinijeti razvoju XXX (upisati temu, npr. promjeni budžeta) u Tuzli? Provjerite ovaj link (navesti željenu akciju, npr. registrujte se za narednu javnu raspravu o budžetu zakazanu).

8. Ciljne grupe

Kontinuirana i transparentna komunikacija s ciljnim javnostima je ključna za razumijevanje i percepciju o uspješnosti rada lokalne samouprave. Ciljna javnost su pojedinci i grupe do kojih Grad Tuzla nastoji doprijeti kako bi ih informisali ili uključili u određene procese. Ciljne grupe, koje su u središtu ovih strateških smjernica za komunikacijske aktivnosti, obuhvataju sve osobe koje koriste, ili bi mogle koristiti, učestvovati, prisustvovati i/ili koristiti usluge lokalne samouprave. Imajući u vidu da svaka ciljna grupa ima različite komunikacijske potrebe, one zahtjevaju i različit pristup, poruke i komunikacijske kanale i sredstva.

Kako bi se kod razvoja poruka i sadržaja vodilo računa o komunikacijskim potrebama različitih ciljnih grupa, niže su opisani profili tipičnih stanovnika – uključujući profil ranjivih kategorija.

8.1 Profili persona

Damir

Demografija:

Godine: 30
 Pol: M
 Lokacija: gradska zona
 Obrazovanje: fakultet
 Posao: zaposlen u realnom sektoru
 Porodica: zaručen

Tehnologija: (1-5)

Mobitel: 5
 Internet: 5
 Društvene mreže: 4
 On line kupovina: 4

Ciljevi:

Čist grad
 Uključivanje građana

Navike

Ekološki osviješten, učestvuje u akcijama
 Uređen okoliš
 Druženje sa porodicom i prijateljima u prirodi

Motivacija i uticaj:

Svaki dan provjerava internet portale

Primarni način dobijanja informacija

Društvene mreže: Facebook, TikTok, YouTube
 Vijesti: internet portali

Koje mu informacije trebaju iz lokalne uprave: infrastrukturna ulaganja, reciklaža, akcije očuvanja okoliša

Teme koje ga zanimaju:

Javna rasvjeta, održavanje puteva, sportska dešavanja

Zijada, raseljeno lice

Demografija:

Godine: 67 godina
 Pol: Ž
 Obrazovanje: osnovna škola
 Posao: penzionerka
 Porodica: udata

Tehnologija: (1-5)

Internet: 3
 Društvene mreže: 1
 On line kupovina: 1

Ciljevi:

Dobra putna infrastruktura
Izgradnja kanalizacione mreže
Sprečavanje poplava

Navike:

Kafa
Boravak u prirodi, planinarenje
Druženje sa penzionerima

Motivacija i uticaj:

Komšije utiču na njeno mišljenje

Primarni način dobivanja informacija

TV, radio

Koje joj informacije trebaju iz lokalne samouprave:

Infrastrukturna ulaganja,

Teme koje je zanimaju:

Asfaltiran put
Uređeni i otvoreni odvodni kanali,
Izrada pješačke staze

U kontekstu Strateških smjernica ciljne grupe su podjeljene na nekoliko specifičnih grupa:

8.2 Interna javnost

- Gradonačelnik
- Predsjedavajuća Gradskog vijeća
- Stručna služba Gradskog vijeća
- Vijećnici
- Službe Gradske uprave i upravna organizacija Zavod za urbanizam
- Javne ustanove i javna preduzeća čiji je osnivač Grad
- Uposleni

8.3 Eksterna javnost

Primarne ciljne grupe

- Građani sa područja grada
 - Mladi
 - Civilno društvo
 - Marginalizovane grupe
- Mjesne zajednice
- Privatni sektor
 - Poduzetnici i početnici u poslovanju
- Dijaspora

Sekundarne ciljne grupe

- Šira javnost
- Mediji
- Institucije viših nivoa vlasti
- Međunarodne organizacije

9. Kanali komunikacije

9.1 Interna komunikacija

Interna (unutrašnja) komunikacija podrazumijeva razmjenu informacija između uposlenih u Gradskoj upravi u procesu obavljanja poslova i rukovođenja unutar i između svake organizacione jedinice Gradske uprave. Uposleni su dužni u okviru svojih redovnih radnih zadataka osigurati nesmetan protok informacija kojima se obezbjeđuje komunikacija i međusobno informisanje u Gradskoj upravi. Pri tome, interna komunikacija pomaže uposlenim u lokalnoj samoupravi da budu informisani o ciljevima i realizaciji zadataka. Efikasna interna komunikacija je ključna za pružanje kvalitetnih usluga građanima kao i za ostvarivanje strateških ciljeva Gradske uprave.

Interna komunikacija se, u pravilu, ostvaruje kroz formalne načine komuniciranja putem sastanaka, diskusija, internih dopisa, elektronske pošte, oglasne table, štampanih materijala namijenjenih uposlenicima i na druge načine.

S ciljem efikasnijeg funkcionisanja Gradske uprave, može se ostvarivati i na neformalne načine komuniciranja putem razgovora i na druge načine. Tokom izvršavanja svojih poslova, uposlenici informišu nadređene, kao i ostale uposlene, o činjenicama, stavovima i mišljenjima do kojih su došli u svom radu, a o kojima isti treba da budu upoznati radi izvršavanja zadataka iz njihovog djelokruga rada, kao i radi pribavljanja mišljenja, smjernica ili ideja. Za prenos informacija se preporučuje jedan od formalnih načina komuniciranja (sastanak, dopis, elektronska komunikacija i sl.).

Vertikalna komunikacija podrazumijeva prenošenje informacija i radnih zadataka od višeg ka nižem (silazna komunikacija), odnosno nižeg ka višem nivou (uzlazna komunikacija) u organizacijskim jedinicama Gradske uprave.

- **Silazna komunikacija** se odvija u pisanoj formi i/ili usmenim putem. Gradonačelnik i rukovodioci organizacionih jedinica Gradske uprave su dužni da blagovremeno, tačno i precizno informišu uposlenike Gradske uprave o radu, planovima i aktivnostima koje se odvijaju u Gradskoj upravi. Sastanci su formalni načini interne komunikacije koje organizuju gradonačelnik sa rukovodećim uposlenicima i/ili ostalim uposlenicima, odnosno rukovodeći uposlenici sa ostalim uposlenicima s ciljem razmjene informacija, ideja i mišljenja, te davanja radnih zadataka, primanja/prikupljanja informacija o aktivnostima, izvršenim poslovima i drugim pitanjima od značaja za efikasan rad Gradske uprave. O održavanju sastanka, po potrebi, se vodi zapisnik koji se distribuira učesnicima sastanka.
- **Uzlazna komunikacija**, kao oblik vertikalnog komuniciranja, predstavlja prenos informacija s niže na viši nivo u skladu s organizacijom Gradske uprave. Uzlazna komunikacija se odvija u pisanoj formi i/ili usmenim putem. Uposlenici Gradske uprave mogu neposrednom rukovodiocu iznositi svoje ideje, prijedloge, stavove i probleme s kojima se svakodnevno susreću, s ciljem bolje realizacije svojih radnih obaveza i uspješnijeg rada Gradske uprave. Svi uposlenici Gradske uprave su dužni osigurati da njihovi neposredni rukovodioci, u roku datom za izvršenje, dobiju povratnu informaciju (usmenu i/ili pisanu) o toku procesa rada i o izvršenim zadacima.

Horizontalna komunikacija je protok informacija između različitih organizacionih jedinica Gradske uprave (službe i odjeljenja), a odvija se u pisanoj formi i/ili usmenim putem. Svaki uposlenik Gradske uprave je dužan proslijediti informacije koje posjeduje ostalim uposlenicima na čiji se djelokrug rada informacija odnosi, pri čemu primaoc informacije određuje sadržaj informacije i opis poslova utvrđen Pravilnikom o unutrašnjoj organizaciji gradskih organa uprave i stručnih službi Grada Tuzle.

Ukoliko uposlenik koji posjeduje informaciju ne može samostalno odrediti na koga se ona odnosi, dužan je informaciju proslijediti neposrednom rukovodiocu koji će dati smjernice za dalju distribuciju informacije.

Kako bi se osigurao nesmetan protok informacija prema osobi zaduženoj za odnose sa javnošću, potrebno je da šefovi službi minimalno pet dana prije važnih događaja, sastanka, posjeta, i drugih aktivnosti od značaja za širu javnost dostave informaciju: ko, šta, gdje, kada, zašto i kako, uz dostavu ključnih činjenica kako bi se mogla pravovremeno pripremiti informacija za medije ili web stranicu. U slučaju da se informacije trebaju objaviti na web stranici, potrebno je dostaviti sva prateća dokumenta, zajedno sa fotografijama.

Interni kanali i alati komunikacije koje koristi lokalna samouprava su:

9.1.1 Direktna komunikacija

- **Gradonačelnik i Stručna služba za poslove gradonačelnika**

Gradonačelnik sa članovima Kolegija kojeg čine rukovodioci stručnih službi, pomoćnici službi za upravu, direktorica Upravne organizacije i gradski pravobranilac, održava sjednice najmanje jednom mjesečno, s ciljem pripreme materijala za sjednice Gradskog vijeća Tuzle, a po potrebi sjednice Kolegija se održavaju i češće u toku jednog mjeseca. Dnevni red utvrđuje gradonačelnik. Na sjednicama, pored članova Kolegija, po potrebi učestvuju i druga lica u svojstvu obrađivača ili izvjestilaca. Zapisnik sa sjednice Kolegija se priprema i elektronskim putem zajedno sa pratećim materijalima dostavlja svim članovima Kolegija. Ovim sastancima prisustvuje i uposlenik zadužen za odnose sa javnošću, a po potrebi se pozivaju i mediji.

- **Predsjedavajuća Gradskog vijeća i Stručna služba Gradskog vijeća**

Kolegij Gradskog vijeća zakazuje predsjedavajuća, a u slučaju njene sprječivosti zamjenik predsjedavajuće. Strukturu Kolegija, pored predsjedavajuće, njenih zamjenika, čini sekretar Gradskog vijeća, predsjednici Klubova vijećnika i vijećnik iz reda nacionalnih manjina. Kao gosti na Kolegij Gradskog vijeća Tuzla pozivaju se gradonačelnik, sekretar organa državne službe i predstavnici obrađivača materijala. Kolegij Gradskog vijeća održava se najmanje jednom mjesečno, a obavezno prije zakazivanja redovne sjednice Gradskog vijeća.

- **Stručna služba Gradskog vijeća**

Za vršenje stručnih i drugih poslova za potrebe Gradskog vijeća, radnih tijela Gradskog vijeća i vijećnika u Gradskom vijeću iz djelokruga rada Gradskog vijeća, obrazovana je Stručna služba Gradskog vijeća. Nadležnosti Stručne službe, definisane su odredbama Odluke o organizaciji i djelokrugu rada uprave Grada Tuzle i Poslovníkom o radu Gradskog vijeća Tuzla. Poslove i zadatke, za koje je nadležna Stručna služba Gradskog vijeća obavljaju se u neposrednoj komunikaciji sa predsjedavajućim, zamjenikom predsjedavajućeg, sekretarom Gradskog vijeća i rukovodiocima službi, koji pripremaju materijale za sjednice Gradskog vijeća i njegovih radnih tijela.

- **Komunikacija sa Gradskim vijećem Tuzle**

Komunikacija između gradonačelnika i Gradske uprave sa Gradskim vijećem Tuzle se odvija na način uređen Poslovníkom Gradskog vijeća. Odgovori na vijećnička pitanja i izjašnjenja na vijećničke inicijative, pripremaju se na način i u rokovima utvrđenim Poslovníkom Gradskog vijeća.

- **Telefonska komunikacija**

Komunikacija putem telefona predstavlja svakodnevno i veoma često korišteno sredstvo za komunikaciju između uposlenika.

- **Lični kontakt**

Lični kontakt predstavlja jedan od vidova komunikacije koji se najčešće koristi u svakodnevnom radu.

- **Redovni sastanci**

Omogućavaju direktnu razmjenu informacija između rukovodstva i uposlenih. Organizuju se redovno kao npr. sedmični sastanci ili po potrebi.

- **Oglasna tabla za uposlenike**

Oglasna tabla služi za isticanje dokumenata koji sadrže informacije za sve uposlenike Gradske uprave i postavlja se na ulazu u službene prostorije Gradske uprave. Za potrebe internog informisanja uposlenika organizacionih jedinica Gradske uprave mogu se postavljati interne oglasne ploče.

9.1.2 Online komunikacija

- **Elektronska pošta**

Elektronska pošta je način za brzo prenošenje informacija unutar Gradske uprave. Koristi se svakodnevno za razmjenu informacija i dokumenata. Elektronska pošta se koristi na način i pod uslovima utvrđenim Pravilnikom o upotrebi i sigurnosti informacionog sistema Grada Tuzla („Službeni glasnik Grada Tuzla", broj 11/15). Pri prenošenju informacija elektronskim putem, svi uposlenici Gradske uprave su dužni koristiti službenu e-mail adresu. Kod elektronske pošte obavezno se koristi potpis koji je definisan Pravilnikom o komunikacijama uprave Grada Tuzle. Uposlenici koji pri izvršavanju svojih redovnih radnih zadataka komuniciraju sa subjektima iz inostranstva mogu koristiti i potpis na engleskom jeziku.

- **Elektronsko upravljanje dokumentima (DMS)**

Svi predmeti i akti se evidentiraju i elektronskim putem u skladu sa važećom odlukom o obaveznoj korištenju Sistema za upravljanjem dokumentima - Document Management System (DMS) u službama za upravu, stručnim i drugim službama i organima grada.

Pregled internih kanala komunikacije:

| |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DIREKTNA KOMUNIKACIJA |
| Gradonačelnik i Stručna služba za poslove gradonačelnika, Predsjedavajuća Gradskog vijeća i Stručna služba za poslove Gradskog vijeća, Stručna služba Gradskog vijeća, Komunikacija sa Gradskim vijećem, telefonska komunikacija, lični kontakt, redovni sastanci, oglasna tabla za uposlenike |
| ONLINE KOMUNIKACIJA |
| Elektronska pošta, DMS |

9.2 Eksterna komunikacija

Eksterna komunikacija predstavlja odnos sa eksternim javnostima, građenje imidža u široj javnosti. Ostvaruje se planiranom razmjenom informacija između različitih javnosti – građana, privrednika, medija, civilnog društva, itd. Za prenošenje poruka javnosti koristiće se različiti kanali komunikacije i isticati vizuelni identitet Grada.

Elementi vizuelnog identiteta su grb, slogan i memorandum. Eksterna komunikacija se najčešće odvija putem saopštenja za javnost, konferencija za medije, medijskih nastupa, sastanaka, događaja, web stranice, itd.

Gradonačelnik, predsjedavajuća Gradskog vijeća i druga ovlaštena lica trebaju biti blagovremeno upoznati sa potrebom istupanja u javnost i predavljanja rezultata lokalne samouprave.

Eksterni kanali i alati komunikacije koje koristi Grad su:

9.2.1 Direktna komunikacija

- **Pismena korespondencija**

Različiti upravni akti se koriste prilikom pozivanja i obavještanja ciljnih grupa.

Lična komunikacija:

- **Telefonska komunikacija**

Čest kanal komunikacije sa svim ciljnim grupama. Brojevi telefona gradonačelnika, pomoćnika gradonačelnika, šefova službi te svi važniji brojevi telefona navedeni su na web stranici Grada. [Gradska uprava - Grad Tuzla](#)

- **Sastanci**

Predstavljaju kanal koji omogućava razmjenu informacija sa različitim partnerima, saradnicima i ciljnim grupama kako bi se ostvario obostran interes te pružila kvalitetna usluga.

- **Centar za pružanje usluga građanima (Šalter sala)**

U centru za pružanje usluga građanima odvija se direktni kontakt sa građanima gdje referent na šalteru informacija daje informacije pravnim i fizičkim licima o poslovima, nadležnostima i procedurama rada gradskih službi, daje odgovore na pitanja građana (tok postupka od podnošenja zahtjeva do dobijanja informacije, izdaje obrazace zahtjeva i po potrebi pruža pomoć pri popunjavanju istih. Svi promotivni materijali, vodiči, brošure, obrasci su dostupni. U okviru Centra radno vrijeme je od 7.30 do 16.00 sati. Građani mogu da ostvare svoja prava i dobiju usluge na jednom mjestu. Službenici/ce šalter sale će obratiti posebnu pažnju da obezbjede pristup i kvalitetnu uslugu osobama sa invaliditetom i drugim marginalizovanim osobama.

- **Ured za poduzetnike**

Ured za poduzetnike ima za svrhu promociju i podršku privrednom razvoju, olakšavanje poslovanja u realizaciji poslovnih inicijativa privrednih subjekata, sve u cilju prioriternog rješavanja zahtjeva investitora, poticanje investicija, te koordinaciju različitih aktivnosti i programa usmjerenih na razvoj poduzetništva i turizma na lokalnom nivou. Ured identificira prilike za investicije, eliminira prepreke, koordinira podršku projektima, te promoviše privredni razvoj i turizam na području grada.

- **Dijaspora**

Dijaspora pruža dragocjen doprinos ekonomskom razvoju svoje domovine, poput trgovine i investicija, stvaranja novih radnih mjesta, prenosa znanja i inovacija, globalne promocije zemlje, itd. Efikasno angažovanje dijaspore oslanja se na dvosmjernu komunikaciju, a koristi se ostvaruju koordinacijom, saradnjom i radom na zajedničkim razvojnim ciljevima.

Svakako, interesi Grada Tuzle idu u pravcu aktivnijeg institucionalnog povezivanja sa dijasporom, sa krajnjim ciljem kreiranja uslova za uključivanje dijaspore u procese odlučivanja na lokalnom nivou, uz zadovoljenje potreba dijaspore za uslugama koje pruža Gradska uprava Tuzla. Ovime se približavamo obostranoj želji za ulaganjima u dodani razvoj grada Tuzle u svim segmentima.

- **Komunikacija između gradonačelnika i građana**

Gradonačelnik komunicira sa građanima na jedan od slijedećih načina koji zavise od teme ili događaja:

- Prisustvom, direktnim obraćanjem i komunikacijom na javnim skupovima i javnim sastancima (skupovi građana, javne tribine, manifestacije, svečanosti, posjete mjesnim zajednicama, preduzećima, ustanovama, udruženjima i sl.).
- Obraćanjem javnosti putem konferencija za štampu, učešćem u tv i radio emisijama, davanjem izjava, intervjuua i drugim načinima koji uključuju elektronske i štampane medije.
- Prijemom stranaka, razmatranjem pritužbi, prijedloga i inicijativa građana i drugih korisnika.
- Neformalnim susretima sa građanima.
- Drugim prikladnim načinima.

Služba nadležna za poslove gradonačelnika organizuje oblike i načine komunikacije gradonačelnika sa građanima, a na osnovu zahtjeva i uputa gradonačelnika.

- **Direktni kontakt sa službama**

U skladu sa poslovima i zaduženjima službe ostvaruju direktni kontakte sa zainteresovanim stranama, te građanima i civilnim društvom u zavisnosti od mehanizama za neposredno učešće građana koji se koriste.

- **Mjesne zajednice (MZ)**

Direktna komunikacija sa građanima obavlja se preko mjesnih zajednica u kojima se organizuju sastanci, konsultacije, javne rasprave i ostvaruju drugi vidovi direktne komunikacije sa savjetima i građanima mjesnih zajednica.

Mjesne zajednice su mehanizam za neposredno učešće građana u poslovima lokalne samouprave putem kojih građani pokreću inicijative, učestvuju u javnim raspravama, iznose svoje mišljenje, predstave i pritužbe, te ostvaruju saradnju sa lokalnom samoupravom, javnim preduzećima, ustanovama i udruženjima građana vezano za pitanja od interesa za građane mjesne zajednice.

- **Savjeta Gradonačelnika za lokalni ekonomski razvoj (SLER)**

Savjet Gradonačelnika Grada Tuzle za lokalni ekonomski razvoj formiran je 2015. godine. SLER je stalno tijelo imenovano od strane gradonačelnika koje ima savjetodavnu funkciju radi jačanja javno-privatnog dijaloga. Ovo tijelo daje prijedloge i inicijative za poboljšanje privredne konkurentnosti, prati sva pitanja vezana za privredu, te na osnovu toga donosi odluke, preporuke, pokreće inicijative koje će unaprijediti privredni razvoj i poboljšati domaća i strana ulaganja. SLER je neformalno tijelo i sastavljen je po principu participativnosti, čiju većinu članova čine predstavnici poslovnog sektora, a također i predstavnici relevantnih institucija i organizacija s područja grada Tuzle.

- **Savjetodavni odbor građana (SOG)**

Savjetodavni odbor građana je savjetodavno tijelo i mehanizam bolje komunikacije i promovisanja većeg učešća građana u raspravama sa izabranim zvaničnicima i stanovništvom o ključnim pitanjima za lokalnu zajednicu. Savjet čine predstavnici fizičkih i pravnih lica sa prebivalištem na području grada Tuzle, a biraju se na period od 12 mjeseci. Savjet kao radno tijelo:

- Pruža savjete i podršku lokalnoj samoupravi u angažmanu građana u procesima lokalne samouprave i identifikaciji novih prilika za učešće građana. U saradnji sa nadležnim predstavnicima lokalne samouprave, Savjetodavni odbor građana će organizovati prilike za građane da na direktan ili indirektan način učestvuju u definisanju, planiranju i realizaciji potreba i prioriteta u oblastima koje se smatraju izuzeno značajnim za zajednicu, kao što su pružanje usluga, priprema budžeta, prostorno planiranje, prevencija korupcije, i sl.
- Učestvuje u nadzoru i praćenju provedbe ključnih funkcija lokalne samouprave (kao što su realizacija budžeta, provođenje lokalnih strategija i akcionih planova itd.).
- Zagovara provođenje projekata i inicijativa koje su građani identifikovali kao prioritete. Pri tome, Savjetodavni odbor građana će podržati napore organizacija civilnog društva i ostalih lokalnih partnera da povećaju budžetsku pismenost, pitanje zagovaranja i sl.
- Pruža promociju lokalnoj samoupravi da poveća svijest i unaprijedi načine informisanja građana o njihovom radu, kako bi osigurali da informacije budu usmjerene i dostupne svim građanima, uključujući žene, mlade i marginalizirane grupe.

- **Savjet za osobe sa invaliditetom**

Grad Tuzla je osnovao i Savjet za osobe sa invaliditetom, čije djelovanje je usmjereno ka pružanju stručne podrške, savjetovanja i rada u interesu osoba sa invaliditetom, a istovremeno je i radno tijelo gradonačelnika Grada Tuzle. Savjet čini sedam članova i predstavlja integrirani tim koji obuhvata predstavnike udruženja osoba sa invaliditetom, organizacija koje brinu o osobama sa invaliditetom, te predstavnike Službe za kulturu, sport, mlade i socijalnu zaštitu i Službe za komunalne poslove, izgradnju i poslove mjesnih zajednica. S obzirom na važnost inkluzivnog pristupa, analiza pravaca razvoja i aktivnosti s perspektive osoba sa invaliditetom su ključne. Osnivanjem Savjeta, cilj je poboljšati kvalitet života osoba sa invaliditetom, ali napravljen je i značajan korak prema implementaciji Konvencije o pravima osoba sa invaliditetom, omogućavajući da se proces promjena pokrene na lokalnom nivou, direktno utičući na svakodnevni život ljudi sa invaliditetom.

- **Zdravstveni savjet**

Zdravstveni savjet Grada Tuzle osnovan je s ciljem poboljšanja dostupnosti i kvaliteta zdravstvene zaštite na području grada Tuzle, zaštite i unapređenja prava i interesa pacijenata te obavljanja drugih poslova utvrđenih Zakonom o pravima, obavezama i odgovornostima pacijenata Federacije BiH, Zakonom o zdravstvenoj zaštiti Federacije BiH i Poslovníkom o radu Zdravstvenog savjeta. Članovi Zdravstvenog savjeta, kojih ima 9, birani su na osnovu provedene konkursne procedure, iz sljedećih kategorija: organizacija, udruženja, ustanova i institucija: pacijenata i udruženja za zaštitu prava pacijenata, mladih (osobe do 30 godina starosti), penzionera, komora i stručnih udruženja iz oblasti zdravstva, zdravstvenih ustanova sa područja grada Tuzle, zdravstvenih radnika iz privatnih praksi sa područja grada Tuzle, Gradskih organa uprave Grada Tuzle, sindikata zdravstvenih radnika, i/ili Organizacije crvenog križa/krsta grada Tuzle.

- **Javno oglašavanje**

Javno oglašavanje je jedan od načina komunikacije i uključivanja javnosti u rad Gradske uprave. Organizacione jedinice Gradske uprave vrše javno oglašavanje (javni pozivi i oglasi, konkursi, obavještenja i slično) u slučajevima i pod uslovima uređenim zakonom i drugim propisima. Za sadržaj javnog poziva i oglasa ili obavještenja odgovorna je organizaciona jedinica koja vrši javno oglašavanje.

Propisi i drug akti doneseni od strane organa Gradske uprave objavljuju se u „Službenom glasniku Grada Tuzle“, u skladu sa Statutom Grada i odlukama Gradskog vijeća.

9.2.2 Informativni i drugi servisi

- **Oglasna tabla (unutrašnja)**

U prostorijama Centra za pružanje usluga građanima nalazi se oglasna tabla koja služi za informisanje svih građana o dešavanjima, javnim pozivima, obavještenjima, rezultatima raznih vrsta oglasa i drugim dešavanjima.

- **Knjiga pritužbi**

U prostorijama Centra za pružanje usluga građanima nalazi se knjiga pritužbi koju redovno pregleda Šef Odjeljenja za opće i pravne poslove. Kako bi se promovisalo povjerenje građana i drugih zainteresovanih lica, statistički podaci o rezultatima o evidentiranim pritužbama pristiglim putem svih komunikacijskih kanala biće javno objavljeni. Na taj način se nastoji, izbjeći percepcija da se ne reaguje po pristiglim pritužbama. Npr. Grad može obavijestiti

javnost koliko je bilo pristiglih pritužbi na mjesečnom nivou, koliko brzo je reagovano, koliko pritužbi je riješeno, itd.

- **Javni pozivi**

Objavljivanje javnih poziva je jedan od alata za komunikaciju s građanima koji se koristi kako bi se postigla veća transparentnost, odgovornost i otvorenost u radu Gradske uprave.

- **Javne konsultacije i rasprave**

Javne rasprave se organizuju o svim prostorno-planskim, razvojnim i budžetskim dokumentima i Statutu Grada, ali i o ostalim aktima koje u skladu sa zakonom Gradsko vijeće uputi na javnu raspravu, ta za akte za koje su potrebne konsultacije sa građanima.

- **Anketiranje**

Gradska uprava, po odobrenju gradonačelnika, može organizovati anketiranja građana, poslovnog sektora i drugih subjekata javnosti, s ciljem pribavljanja povratnih informacija o određenim pitanjima iz djelokruga rada Gradske uprave i Gradskog vijeća Tuzla.

Anketiranja se organizuju kao osmišljen, planiran proces, a rezultati dobijeni putem ankete se analiziraju i služe kao podloga za donošenje odgovarajućih odluka koje se odnose na upravljanje poslovima iz nadležnosti Gradske uprave. Odlukom o odobrenju provođenja ankete gradonačelnik određuje tim koji organizuje i provodi anketu. Za potrebe pribavljanja povratnih informacija od građana, poslovnog sektora i drugih subjekata javnosti, osim ankete, mogu se koristiti i drugi primjereni metodi ispitivanja javnog mnijenja, u skladu sa potrebama i vrstom istraživanja i odlukama gradonačelnika.

- **Etička linija**

Internet platforma Etička linija je interni sistem za online izvještavanje o kršenju ili nedostatku procedura, etičkog kodeksa, propisa ili zakona. Ovaj sistem omogućava izvještavanje 24/7 i sa bilo koje lokacije, uz opciju anonimne prijave. Interni sistemi prijavljivanja nepravilnosti i postupanja sa prijavama su dio efikasne strategije upravljanja rizicima EtickaLinija.ba.

9.2.3 Online komunikacija

- **Elektronska pošta**

Predstavlja brz, povoljan i efikasan način komunikacije. Na web strani lokalne samouprave navedene su adrese elektronske pošte gradonačelnika i šefova službi. Ujedno u sekciji Gradska uprava navedene su svi kontakt detalji [Gradska uprava - Grad Tuzla](#)

- **E-usluge**

Grad Tuzla koristi sljedeće e-usluge:

- E-registar administrativnih postupaka
- E-matičar
- E-grunt
- E-katastar
- Javne rasprave

i kao takvi trebaju biti integrisani u etičke i antikorupcione politike organizacije.

- **Centar 72**

Platforma Centar 72⁵ olakšava komunikaciju između građana i nadležnih gradskih službi. Građani svoje upite i prijave problema u okruženju mogu putem portala uputiti nadležnima 24 sata dnevno. [Tuzla | Centar 72 - Saraduj sa svojom općinom](#)

- **Službeni glasnik Grada Tuzla**

Objavljuje se po potrebi a najkasnije nakon održavanja sjednice Gradskog vijeća. Sadrži sve odluke, rješenja, javne pozive u elektronskoj i štampanoj formi. Postavlja se na web stranicu i svima je dostupan. Štampana forma se dostavlja svim službama Gradske uprave. Izdavač je Grad Tuzla – Stručna služba Gradskog vijeća.

- **Web stranica**

Službena [web stranica Gradske uprave](#) je način elektronske komunikacije kojom se potpunije, brže i efikasnije vrši informisanje javnosti o radu i aktivnostima Gradske uprave. Web stranica sadrži informacije o aktivnostima Gradske uprave te omogućava upoznavanje javnosti sa aktima koje donose gradonačelnik i Gradsko vijeće.

Pomoćnici gradonačelnika /rukovodioci organizacionih jedinica dužni su službi nadležnoj za poslove informisanja redovno dostavljati sažete informacije i dokumente iz djelokruga svoje nadležnosti na objavu, koji su, prema njihovoj ocjeni, važni za javnost.

S ciljem obezbjeđivanja redovnog, potpunog i ažurnog informisanja javnosti o radu Gradske uprave, kao i o značajnim događajima i javnim pozivima i oglasima na području grada Tuzle, a kojima na bilo koji način učestvuje Gradska uprava, služba nadležna za informisanje vrši putem službene web stranice Gradske uprave ili putem drugih medija, informisanje javnosti o svim relevantnim događajima.

Statički dio službene web stranice Gradske uprave koji se odnosi na funkciju, titulu, zvanje i zanimanje uposlenih u Gradskoj upravi ažurira se na zahjev uposlenika, uvažavajući pravo uposlenika da bude oslovljavan u rodu koji uposlenik izabere. Na web stranici je predviđen poseban prostor za objavljivanje informacija o kontaktima savjetodavnih tijela gradonačelnika..

U cilju ostvarenja jednake pristupačnosti, izvršeno je prilagođavanje web stranice, za slijepa i slobovidna lica. Pri vrhu web stranice, sa lijeve strane nalazi se ikonica putem koje je moguće mijenjati postavke vezane za povećanje teksta, veličinu fonta, kontrast, itd. U narednim koracima ćemo pokušati i na linkove koje objavljujemo dodavati opis. Gradska uprava aktivno saraduje sa udruženjima osoba sa invaliditetom i u skladu sa njihovim iskustvima i finansijskim mogućnostima nastaviti kontinuirano raditi na unapređenju pristupačnosti web stranice Grada Tuzle za osobe sa invaliditetom.

- **Video i fotografije**

Za potrebe predstavljanja realizovanih aktivnosti i postignutih rezultata Grad će po potrebi angažovati spoljne saradnike kako bi se producirao video materijal. 'Pokazivanje', a ne 'pričanje', ima snažaniji utisak i povećava svijest među ciljnim skupinama. Za potrebe informisanja svaki događaj će biti zabilježen, a fotografije objavljene uz prateći tekst na web stranici i društvenim mrežama. Za fotografisanja, snimanja i objavljivanje slika i videozapisa maloljetnih lica biće unaprijed traženo odobrenje roditelja ili staratelja.

⁵ Platforma pokrenuta uz podršku CPI 2016. godine

Prilikom fotografisanja ili snimanja, važno je da ni žene ni muškarci, kao ni marginalizovane grupe, ne budu izdvojeni ili udaljeni. Osobe koje se fotografišu bi trebalo rasporediti tako da kompozicija fotografije oslikava uključenost i raznolikost.

9.2.4 Društvene mreže

Za informisanje javnosti o aktivnostima Gradske uprave biće kreirani nalozi na društvenim mrežama. U toku 2024. godine kreiraće se nalog na Facebook-u za informisanje šire javnosti, a sa uspostavljanjem razvojne agencije biće kreiran nalog i na LinkedIn/u kako bi se efikasnije komuniciralo sa privatnim sektorom, predstavili potencijali za investiranje i bolje promovisale mogućnosti za poslovnu saradnju sa dijasporom.

9.2.5 Informativno edukativni i promotivni materijali

Kako bi se predstavili procesi, procedure, ponuda i potencijali grada, svake godine se pripremaju i po potrebi ažuriraju postojeći materijali. Gradska uprava priprema različite vrste informativnih, edukativnih i promotivnih materijala. Materijale izrađuju nadležne službe u skladu sa godišnjim planom. Set materijala namjenjeni građanima i investitorima dostupni su na web stranici Gradske uprave. Materijali su dostupni u elektronskoj formi i po potrebi se štampaju. Neki od ključnih su: leci, brošure, vodiči, poster, infografike, izvještaji, itd.

9.2.6 Događaji od interesa za lokalnu samoupravu

U Godišnjem planu komunikacijskih aktivnosti bit će uvršten detaljan Kalendar događaja sa svim značajnim datumima i događajima koji će biti obilježeni i organizovani. Plan će se ažurirati po potrebi.

Događaji od interesa za lokalnu samoupravu se unaprijed planiraju i organizuju. U cilju što uspješnijeg organizovanja unaprijed se definiše sadržaj i lista gostiju. U zavisnosti od vrste događaja koristiće se različita sredstva informisanja: najave za medije, web stranica, društvene mreže, televizija, radio, štampani materijali, pozivnice, itd. O svim važnim događajima građani će biti blagovremeno informisani putem medija i drugih komunikacijskih alata. Grad će obilježiti i važne međunarodne datume kako bi se promovisala rodna ravnopravnost, socijalna inkluzija i teme od značaja za lokalnu zajednicu.

9.2.7 Odnosi sa medijima

Za redovnu komunikaciju sa medijima Gradska uprava:

- Priprema i distribuira najave i saopćenja za javnost svim elektronskim, štampanim, i ostalim medijima.
- Organizuje konferencije za medije za značajnije događaje, npr. o Nacrtu budžeta, te vanredne konferencije u slučaju potrebe.
- Ovlaštena lica daju izjave za medije i gostuju na medijima.
- Priprema i distribuira uspješne priče medijima.
- Priprema informativne pakete sa ključnim informacijama za medije.
- Kontinuirano komunicira sa predstavnicima medija o temama koje doprinose razvoju Tuzle (npr. da se komunicira zašto mladi trebaju ostati, kako vožnja biciklom doprinosi manjem zagađenju zraka, itd.)

Kontakte sa sredstvima informisanja mogu ostvariti i rukovodioci organizacionih jedinica i šefovi odjeljenja Gradske uprave iz djelokruga svoje nadležnosti, odnosno službenici i nadležni za oblast o kojoj se informiše, uz saglasnost gradonačelnika i/ili rukovodioca organizacione jedinice.

Najave za medije i saopćenja za medije se distribuiraju na listu medija koja se redovno ažurira. Za potrebe važnijih događaja pripremaju se informativni paketi sa ključnim informacijama za predstavnike medija.

Pregled eksternih kanala komunikacije

| |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DIREKTNA KOMUNIKACIJA |
| PISMENA KOMUNIKACIJA |
| Različiti upravni akti |
| LIČNA KOMUNIKACIJA |
| Telefonska komunikacija, sastanci, Centar za pružanje usluga građanima (Šalter sala), Ured za poduzetnike, dijaspora, komunikacija između gradonačelnika i građana, direktni kontakt sa službama, mjesne zajednice, Savjet gradonačelnika za lokalni ekonomski razvoj, Savjetodavni odbor građana, Savjet za osobe sa invaliditetom, Zdravstveni savjet, javno oglašavanje |
| INFORMATIVNI I DRUGI SERVISI |
| Oglasna tabla (unutrašnja), knjiga pritužbi, javni pozivi, javne konsultacije i rasprave, anketiranje, etička linija |
| ONLINE KOMUNIKACIJA |
| Elektronska pošta, E-usluge, Centar 72, Službeni glasnik Grada Tuzla, web stranica, video i fotografije |
| DRUŠTVENE MREŽE |
| Facebook, LinkedIn |
| MATERIJALI |
| Leci, brošure, vodiči, poster, infografike, izvještaji |
| DOGAĐAJI |
| Prijemi, sajmovi, manifestacije, obilježavanje važnih međunarodnih datuma |
| ODNOSI S MEDIJIMA |
| Najave i saopćenja za medije, konferencije za medije, informativni paketi za medije, izjave za medije, priče |

10. Ljudski resursi

Za realizaciju i koordinaciju komunikacijskih aktivnosti zadužena je Stručna služba za poslove gradonačelnika - Odjeljenje za informisanje i komunikaciju s javnošću. Po potrebi angažuju se agencije, dizajneri, videograferi.

11. Budžet

Troškovi realizacije komunikacijskih aktivnosti biće predviđeni godišnjim budžetom.

12. Ključni indikatori uspjeha

Redovno praćenje i evaluacija realizacije Strateških smjernica za komunikacijske aktivnosti je ključna kako bi se po potrebi prilagodile poruke, komunikacijski kanali, dinamika aktivnosti, itd. Zadužene osobe za odnose sa javnošću će na godišnjem nivou pratiti realizaciju i sugerisati izmjene kako bi se postigli zadati ciljevi.

Ankete o zadovoljstvu građana i privrednika javnim uslugama poslužiće za evaluaciju. Analiza podataka će biti razvrstana po polu i po mogućnosti po drugim socio-demografskim karakteristikama.

| |
|----------------------------------------------------------------------------|
| INDIKATOR |
| EKSTERNA KOMUNIKACIJA |
| INFORMISANJE |
| Broj održanih javnih rasprava |
| Broj prisutnih na javnim raspravama Muškaraca Žena |
| Broj podnijetih inicijativa Muškaraca Žena |
| Broj dostavljenih pritužbi građana Muškaraca Žena |
| Broj inicijativa upućenih od strane mjesnih zajednica |
| DOGAĐAJI |
| Broj događaja za mlade: Broj učesnika: Muškaraca Žena |
| Broj događaja za privatni sektor: Broj učesnika: Muškaraca Žena |
| Broj održanih sastanaka Savjeta gradonačelnika za lokalni ekonomski razvoj |
| Broj događaja za poduzetnike: Broj učesnika: Muškaraca Žena |
| Broj događaja za žene: Broj učesnika: |
| Broj održanih sastanaka Savjetodavnog vijeća građana |
| Broj događaja za dijasporu: Broj učesnika: Muškaraca Žena |
| MATERIJALI |

| |
|------------------------------------------------------------------|
| Letaka |
| Vodiča |
| Brošura |
| MEDIJI |
| Konferencije za medije |
| Broj objava u medijima |
| Broj objava posvećen rodnoj ravnopravnosti i socijalnoj inkuziji |
| ONLINE |
| Broj pristiglih upita na aplikaciju 72 sata |
| DRUŠTVENE MREŽE |
| Broj objava |
| Broj pratilaca |
| Muškaraca |
| Žena |
| ANKETE |
| Broj provedenih anketa |

Potencijalni indikatori o pokretačima promjene ponašanja, a koji se mogu mjeriti anketom:

| PITANJE | TEMA I VAŽNOST |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Razmislite o mogućnosti da promijenite stvari u svojoj zajednici učešćem u javnim konsultacijama i drugim aktivnostima učešćem građana. Koristeći ljestvicu od 1 do 5, gdje je 1 "Nema", a 5 je "Puno", koliki utjecaj imate?</p> | <p>Ja i učinkovitost ishoda - uvjerenja koja ljudi imaju o tome koliko njihovo djelovanje može utjecati na različite ishode (poput lokalnog razvoja) ključna su za promovisanje građanskog učešća.</p> |
| <p>Jeste li ikada učestvovali u javnoj raspravi ili bilo kojoj drugoj vrsti inicijative učešća građana?</p> <p>Od 10 osoba u vašem gradu, šta mislite koliko je njih učestvovalo u javnim raspravama ili bilo kojoj drugoj vrsti inicijative koja zahtjeva učešće građana?</p> | <p>Empirijska očekivanja i društvene norme - uvjerenja koja ljudi imaju o onome što drugi rade često imaju veliki utjecaj na to kako se ljudi odlučuju djelovati. Ako ljudi vjeruju da "niko ne radi" nešto, mnogo je manje vjerovatno da će to uraditi sami.</p> |
| <p>Želimo Vas pitati koliko vjerujete raznim skupinama. Možete li reći za svaku od navedenih stavki vjerujete li ljudima iz ove grupe u potpunosti, donekle, ne puno ili uopšte ne? (ljestvica, 1 Povjerenje u potpunosti, 2 Vjerujte donekle, 3 Ne vjerujte puno, 4 Uopšte ne vjerujte):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gradske ustanove i organizacija • Uposlenim u lokalnoj samoupravi • Ljudima koji žive u ovom gradu • Pripadnici dijaspore koji su porijeklom iz ovog grada | <p>Povjerenje u institucije i druge - razina povjerenja u institucije (kao što je lokalna samouprava), u uposlene u Gradskoj upravi i druge ljude ključne su za poticanje saradnje s građanskim učešćem i poštivanjem zakona.</p> |

Bosna i Hercegovina
Federacija Bosne i Hercegovine
Tuzlanski kanton
GRAD TUZLA
GRADONAČELNIK
Broj:
Tuzla, __. __.2023.godine

GRADONAČELNIK
Dr. sc. Zijad Lugavić

13. Prilozi

13.1 Eksterne ciljne grupe i poruke

| CILJNA GRUPA | ŠTA TREBAJU DA ZNAJU | KLJUČNE PORUKE | KOMUNIKACIJSKI KANALI I ALATI |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Građani sa područja grada Građani koji ostvaruju svoja prava Marginalizovane i ranjive grupe Mladi Civilno društvo | <ul style="list-style-type: none">• Gdje mogu pronaći informacije o uslugama lokalne samouprave?• Koga mogu kontaktirati za problem u svojoj mjesnoj zajednici?• Koje aktivnosti, projekte, politike realizuje lokalna samouprava?• Kako i kada se mogu uključiti u proces javnih rasprava?• Kako mogu podnijeti inicijative?• Gdje mogu prijaviti slučaj korupcije?• Koju podršku lokalna samouprava pruža poduzetnicima? | <ul style="list-style-type: none">• Sve servisne informacije i obrasci dostupni su na web stranici lokalne samouprave• Uštedite vrijeme i novac pošaljite nam upit elektronskim putem i dobićete odgovor u roku od 48 sati• Prijavite komunalni problem putem aplikacije 72 sata i dobićete odgovor u roku od 48 sati• Usluge imaju prihvatljive cijene i svakodnevno se radi na poboljšanju kvaliteta• Kapitalne investicije planiraju se zajedno sa vama i uz vaše učešće.• Lokalna samouprava pruža kvalitetne javne usluge i sve informacije su dostupne pravovremeno i na jednom mjestu• Saznajte više o aktivnostima i projektima koje realizuje Tuzla posjetom našoj web stranici | <ul style="list-style-type: none">• Direktna komunikacija• Elektronski servisi• Elektronski i štampani mediji• Materijali• Događaji• Društvene mreže |

| CILJNA GRUPA | ŠTA TREBAJU DA ZNAJU | KLJUČNE PORUKE | KOMUNIKACIJSKI KANALI I ALATI |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Uključivanje građana, mladih, civilnog društva u procese donošenja odluka je ključno za kreiranje ugodnog ambijenata za život i rad • Kontaktirajte Savjetodavni odbor građana za sve građanske inicijative, identifikaciju i rješavanje problema vaše mjesne zajednice • Organizacijom različitih događaja i aktivnosti pruža se mogućnost za bogat društveni i kulturni život | |
| Savjeti mjesnih zajednica | <ul style="list-style-type: none"> • Kako se mogu riješiti problem u njihovoj lokalnoj zajednici? • Kako mogu uključeni u društveni i javni život? | <ul style="list-style-type: none"> • Kapitalne investicije planiraju se zajedno sa vama i uz vaše učešće. • Lokalna samouprava podržava inicijative i usmjerene na poboljšanje kvaliteta života u lokalnoj zajednici. | <ul style="list-style-type: none"> • Direktna komunikacija • Događaji • Web stranica |
| Privatni sektor | <ul style="list-style-type: none"> • Gdje pronaći informacije o uslugama? • Gdje pronaći informacije o radu Savjeta Gradonačelnika za lokalni ekonomski razvoj? • Koje podsticaje za privrednike Grad nudi privrednicima? • Gdje mogu naći informacije o javnim pozivima, podsticajima? | <ul style="list-style-type: none"> • Lokalna samouprava pruža institucionalnu podršku privrednicima, investitorima i proizvođačima putem Službe za privredu, budžet i finansije Grad Tuzla stimuliše poticajno poslovno okruženja i kreira uslove za nova radna mjesta. | <ul style="list-style-type: none"> • Direktna komunikacija • Materijali • Događaji • Privredni savjet • Web stranica • Društvene mreže |

| CILJNA GRUPA | ŠTA TREBAJU DA ZNAJU | KLJUČNE PORUKE | KOMUNIKACIJSKI KANALI I ALATI |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Koje aktivnosti provodi Tuzla na unapređenju poslovnog okruženja? • Kako mogu podnijeti inicijative? | <ul style="list-style-type: none"> • Grad Tuzla pruža podršku privrednicima i podstiče ulaganja • Posvećeni smo povećanju nivoa kvaliteta usluga. • Grad Tuzla odgovorno upravlja budžetom i kontinuisano ulaže u infrastrukturu kako bi podržao nova ulaganja • Grad Tuzla stavlja zaštitu okoliša i održivi razvoju kao prioritet | |
| Dijaspora | <ul style="list-style-type: none"> • Koje su nadležnosti lokalne samouprave? • Kako mogu regulisati dokumenta? • Kako mogu ulagati u svoj grad? • Koje aktivnosti mogu podržati u svojoj lokalnoj zajednici? | <ul style="list-style-type: none"> • Sve servisne informacije i obrasci dostupni su na web stranici Grada Tuzla • Uštedite vrijeme i novac pošaljite nam upit elektronskim putem i dobićete odgovor u roku od 48 sati • Grad Tuzla pruža kvalitetne javne usluge i sve informacije su dostupne pravovremeno i na jednom mjestu • Grad Tuzla pruža stalnu podršku i podstiče ulaganja • Grad Tuzla odgovorno upravlja budžetom i kontinuirano ulaže u infrastrukturu kako bi se podržala nova ulaganja | <ul style="list-style-type: none"> • Direktna komunikacija • Elektronski servisi • Materijali • Događaji • Web stranica • Društvene mreže |

| CILJNA GRUPA | ŠTA TREBAJU DA ZNAJU | KLJUČNE PORUKE | KOMUNIKACIJSKI KANALI I ALATI |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mediji | <ul style="list-style-type: none"> • Koje aktivnosti, projekte, politike realizuje Tuzla? • Koje aktivnosti provodi lokalna samouprava na unapređenju poslovnog okruženja? | <ul style="list-style-type: none"> • Grad Tuzla plasira tačne, nepristrasne, blagovremene i relevantne informacije • Grad Tuzla odgovorno upravlja budžetom i kontinuisano ulaže u infrastrukturu • Lokalna samouprava je motivisana da poveća kvalitet i efikasnost usluga. | <ul style="list-style-type: none"> • Konferencije za medije • Najave i saopštenja za medije • Informativni paketi • Priče • Web stranica • Društvene mreže |
| Šira javnost | <ul style="list-style-type: none"> • Koje aktivnosti, projekte, politike realizuje Tuzla? • Koje aktivnosti provodi lokalna samouprava na unapređenju poslovnog okruženja? | <ul style="list-style-type: none"> • Grad Tuzla ispunjava sve zakonom definisane usluge • Grad Tuzla odgovorno i domaćinski upravlja svojim budžetom • Grad Tuzla je transparentan u podjeli informacija, dokumenta, izvještaja o svom radu • Grad Tuzla brine o svojim građanima i nastoji stvoriti ugodan ambijent za život i rad | <ul style="list-style-type: none"> • Mediji • Web stranica • Događaji • Društvene mreže |
| Institucije viših nivoa vlasti | <ul style="list-style-type: none"> • Koje aktivnosti, projekte, politike realizuje Tuzla? | <ul style="list-style-type: none"> • Grad Tuzla ispunjava sve zakonom definisane usluge • Grad Tuzla odgovorno i domaćinski upravlja svojim budžetom • Grad Tuzla je transparentna u podjeli informacija, dokumenta, izvještaja o svom radu | <ul style="list-style-type: none"> • Direktna komunikacija • Događaji • Web stranica |

| CILJNA GRUPA | ŠTA TREBAJU DA ZNAJU | KLJUČNE PORUKE | KOMUNIKACIJSKI KANALI I ALATI |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Međunarodne organizacije | <ul style="list-style-type: none"> • Koje aktivnosti, projekte, politike realizuje Tuzla? • Koje aktivnosti provodi lokalna samouprava na unapređenju poslovnog okruženja? | <ul style="list-style-type: none"> • Grad Tuzla ispunjava sve zakonom definisane usluge • Grad Tuzla odgovorno i domaćinski upravlja svojim budžetom • Grad Tuzla je transparentan u podjeli informacija, dokumenta, izvještaja o svom radu | <ul style="list-style-type: none"> • Direktna komunikacija • Događaji • Web stranica |

13.2 Kalendar događaja

| DATUM I VRIJEME | NAZIV DOGAĐAJA | VRSTA DOGAĐAJA | CILJNA GRUPA | LOKACIJA |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|-----------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |