Odnosi s javnošću u Gradu Slavonskom Brodu

Buzo Baletović, Monika

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:526921

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications





VELEUČILIŠTE BALTAZAR ZAPREŠIĆ

Specijalistički diplomski studij

„Menadžment javnog sektora“

SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI RAD

ODNOSI S JAVNOŠĆU GRADA SLAVONSKOG BRODA

(Monika Buzo Balentović)

Zaprešić, (2019.)

VELEUČILIŠTE BALTAZAR ZAPREŠIĆ

Specijalistički diplomski studij

„Menadžment javnog sektora“

SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI RAD

ODNOSI S JAVNOŠĆU GRADA SLAVONSKOG BRODA

Mentor: (Stjepan Lacković, mag.edu.inf. et mag.edu.phil., v. pred.)

Studentica: (Monika Buzo Balentović, bacc. admin. publ.)

Zaprešić, (rujan) (2019.)

SADRŽAJ:

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI.....5
SUMMARY AND KEY WORDS.....6
1. UVOD.....7
2. ODNOSI S JAVNOŠĆU.....8
2.1. Uvod u suvremene odnose s javnošću.....8
2.2. Modeli odnosa s javnošću.....10
2.3. Vlast i politika.....10
3. ODNOSI S JAVNOŠĆU U LOKALNOJ UPRAVI I JAVNIM SLUŽBAMA.....12
3.1. Povijesni razvoj odnosa s javnošću u lokalnim upravama.....12
3.2. Tim za odnose s javnošću i komunikacije.....14
3.3. Strateško komuniciranje.....15
3.4. Komunikacija i suradnja lokalnih vlasti sa građanima.....17
3.5. Komunikacija lokalnih vlasti sa korisnicima usluga.....18
3.6. Komuncirajmo kao partneri.....19
3.7. Komuniciranje kampanje.....20
3.8. Komunikacija sa medijima.....21
3.9. Komunikacija u digitalnom svijetu.....22
4. ZAKONI KOJI UREĐUJU ODNOSE S JAVNOŠĆU.....25
4.1. Zakon o pravu na pristup informacijama.....25
4.2. Zakon o zaštiti osobnih podataka.....29
4.3. Zakon o tajnosti podataka.....30
4.4. Zakon o medijima.....31
4.5. Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi.....32
4.6. Zakon o referendumu i drugim oblicima osobnog sudjelovanja u obavljanju državne vlasti i lokalne i područne (regionalne) samouprave.....33
5. GRAD SLAVONSKI BROD.....36
6. KAKO TO RADI SLAVONSKI BROD?.....38
6.1. Statut Grada Slavonskog Broda.....38
6.2. Službena internetska (web) stranica Grada Slavonskog Broda.....39
6.3. Službeni glasnik Grada Slavonskog Broda.....40
6.4. Servis 48 sati.....40
6.5. Pravo na pristup informacijama.....40

6.6. Savjetovanje sa zainteresiranom javnošću.....43
6.7. Sudjelovanje zainteresirane javnosti na sjednicama Gradskog vijeća Grada Slavonskog Broda.....46
6.8. Primjer pozitivne akcije (kampanje) koju provodi Grad Slavonski Brod.....46
7. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA KORISNIKA SLUŽBENE INTERNETSKE (WEB) STRANICE GRADA SLAVONSKOG BRODA.....48
7.1. Dizajn i metodologija istraživanja.....48
7.2. Rezultati istraživanja.....48
7.3. Zaključna razmatranja.....55
8. ZAKLJUČAK.....57
9. POPIS LITERATURE.....59
10. POPIS SLIKA I PRILOGA.....61
11. PRILOG: Anketni upitnik.....62
12. IZJAVA.....65

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI

Odnose s javnošću definiramo kao zbir aktivnosti pomoću kojih se utječe na javno mnijenje. Izgrađenim sustavom komuniciranja može se oblikovati mišljenje o poslovnoj organizaciji u sredinama koje to mišljenje nisu uopće imale, može se mijenjati postojeće stajalište javnosti o imidžu tvrtke ili institucije i njenom djelovanju. Temeljem toga ovaj diplomski rad je podijeljen na četiri temeljna dijela. Prvi i uvodni dio odnosi se na odnose s javnošću, njihovu općenitu definiciju, te istražuje i definira same odnose s javnošću u lokalnoj samoupravi i javnim službama. Objašnjava se povijesni razvoj odnos s javnošću u lokalnim samoupravama, te svi ostali oblici i vrste komunikacija koje su bitne za područje odnosa s javnošću. Drugi dio rada odnosi se na zakone koji uređuju područje djelovanja odnosa s javnošću u lokalnoj samoupravi. Ti zakoni su sljedeći: Zakon o pravu na pristup informacijama, Zakon o zaštiti osobnih podataka, Zakon o tajnosti podataka, Zakon o medijima, Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi, Zakon o referendumu i drugim oblicima osobnog sudjelovanja u obavljanju državne vlasti i lokalne i područne (regionalne) samouprave. Središnji dio rada odnosi se na samu srž i tematiku ovoga rada, a to je djelovanje odnosa s javnošću u Gradu Slavonskom Brodu.

Ključne riječi:

- Odnosi s javnošću
- Javnost
- Komunikacija
- Lokalna samouprava
- Grad Slavonski Brod

SUMMARY AND KEY WORDS

Public Relations is defined as a collection of information by which you feel public opinion. A structured communication system can form an opinion on a business organization in the areas that this opinion does not have at all, the existing position of the public on the image of the company or institution and its operation can be changed. Based on this, this graduate thesis is divided into four basic parts. The first and introductory part refers to public relations, their general definition, and explores and defines public relations in local self-government and public services. It explains the historical development of public relations in local self – government, as well as all other forms and types of communication that are relevant to the field of public relations. The second part of the paper deals with laws governing the area of public relations in local self – government. These laws are next: The Law on Access to Information, the Law on the Protection of Personal Data, the Privacy Act, the Media Act, the Law on Local and Regional Self – Government, the Law on Referendum and other forms of personal participation in the performance of state and local and regional self – government. The central part of the paper deals with the very essence and theme of this work, which is the activity of public relations in the City of Slavonski Brod. At the beginning of this section, the basic facts and information on the City of Slavonski Brod are explained and the second part refers to practical examples of Public Relations of the City of Slavonski Brod as an institution. The final part of the paper refers to the conducted research on user satisfaction with the official web site of the City of Slavonski Brod.

Key words:

- Public relations
- Publicity
- Communication
- Local government
- City of Slavonski Brod

1. UVOD

Odnosi s javnošću otvorena su „profesija“. Njihovim prakticiranjem mogu se baviti svi koji to žele. Znanje i vještine, ponajviše komunikacijske vještine, od presudne su važnosti u razvoju „profesije“ odnosa s javnošću (Tomić, 2013). Odnosi s javnošću u većini se slučajeva razmatraju kao jedna od marketinških funkcija, odnosno kao kategorija tržišnog djelovanja. Oni to bez sumnje i jesu, stoga različiti autori različito definiraju termin „odnosi s javnošću“. Tako Robert D. Ross navodi da je jedna od zadaća odnosa s javnošću da pomaže poslovnoj organizaciji u razvoju i održavanju društvene klime ili okruženja u kojemu najbolje djeluje. Dobar odnos s javnošću počiva na mišljenju javnosti o našem dobrom djelovanju i ponašanju (Osredečki, 2007). Roger Haywood smatra odnose s javnošću kao vještinu projiciranja „osobnosti“ poslovne organizacije u njezinom dvosmjernom komuniciranju između organizacije i auditorija. Nasuprot njemu, Frank Jefkins tvrdi da se odnosi s javnošću sastoje od svih oblika planiranog komuniciranja, unutarnjeg i vanjskog, između poslovne organizacije i njene javnosti s nakanom postizanja specifičnih ciljeva koji se tiču njihova međusobnog razumijevanja. Osim toga, on tvrdi da je primarna zadaća odnosa s javnošću omogućiti javnosti bolje shvaćanje nekih područja djelovanja određene organizacije (Osredečki, 2007). Zahvaljujući doprinosu svih autora i njihovom svhaćanju odnosa s javnošću, daje se zaključak kako su odnosi s javnošću zbir aktivnosti pomoću kojih se utječe na javno mnijenje. Izgrađenim sustavom komuniciranja može se oblikovati mišljenje o poslovnoj organizaciji u sredinama koje to mišljenje nisu uopće imale, može se mijenjati postojeće stajalište javnosti o imidžu tvrtke ili institucije i njenom djelovanju.

Odnosi s javnošću tako danas čine sastavni dio svake politike kompanije, kao i postupanju vladinih, neprofitnih i drugih institucija u svim područjima javnosti. Stoga javnost predstavlja svijet u kojem živimo. Javnost također predstavlja i svaki pojedinac, tj. pojedinac kao dio one skupine ljudi prema kojoj može, ali i ne mora osjećati svoju pripadnost. Javnost koja se oblikuje svojim karakterističnim kulturološkim, političkim, gospodarskim i drugim osobinama ponaša se katkad poput tkiva koje lako prihvaća sebi slično, a odbija ono što je tuđe. Obilježja različitih javnosti se razlikuju jer pojedinci svojom mobilnošću uvelike doprinose da se jedna javnost približi ili udalji od druge javnosti. Stoga, na javnost gledamo kao na sveukupno društveno okruženje, odnosno veće ili manje organizirane ili neorganizirane skupine većinom nepoznatih ljudi koji sudjeluju u procesu ponašanja (Osredečki, 2007).

2. ODNOSI S JAVNOŠĆU

2.1. Uvod u suvremene odnose s javnošću

Za početak, najjednostavnije objašnjavanje odnosa s javnošću je na način da su odnosi s javnošću funkcija upravljanja koja uspostavlja i održava uzajamno korisne odnose između organizacije i različitih javnosti o kojima ovisi njezin uspjeh ili neuspjeh. Također, odnosi s javnošću su funkcija upravljanja koja procjenjuje javne stavove, identificira strategije postupke pojedinaca ili organizacije s obzirom na javni interes te planira i provodi program za stjecanje javnog razumijevanja i prihvaćanja (Tomić, 2013). Iz toga svega izvlači se konačna definicija odnosa s javnošću po kojoj su ti odnosi jedna zasebna funkcija upravljanja koja pomaže u uspostavljanju i održavanju uzajamne komunikacije, razumijevanja, prihvaćanja i suradnje između organizacije i njenih javnosti (Cutlip, Center, Broom, 2003). Oni uključuju upravljanje problemima ili temama, pomažu upravi da bude stalno informirana o javnom mnijenju te da djeluje sukladno njemu, definiraju i ističu odgovornost uprave u službi javnog interesa, pomažu upravi da ide u korak s promjenama i korisno ih primjenjuje, služe kao „radarska mreža“ i predviđaju buduće trendove, koriste istraživanje te valjanu i etičku komunikaciju kao svoje glavno oruđe. Prema tome značajke odnosa s javnošću su:

- Provode planirani i kontinuirani program kao dio upravljanja organizacijom;
- Bave se odnosima između organizacije i njenih javnosti;
- Prate svijest, stavove, mišljenja i ponašanja unutar i izvan organizacije;
- Analiziraju učinke koje politika, postupci i aktivnosti organizacije mogu imati u javnosti;
- Usklađuju politiku, postupke i aktivnosti za koje utvrde da su u sukobu s javnim interesom i opstankom organizacije;
- Savjetuju upravu organizacije o uvođenju nove politike, postupaka i aktivnosti koje mogu biti korisne i za organizaciju i za njene javnosti;
- Uspostavljaju i održavaju dvosmjenu komunikaciju između organizacije i njenih javnosti;
- Stvaraju specifične promjene u svijesti, stavovima, mišljenjima i ponašanju unutar i izvan organizacije;
- Njihov rezultat su novi ili očuvani odnosi između organizacije i njenih javnosti.

Odnosi s javnošću su funkcija upravljanja koja uspostavlja i održava uzajamno korisne odnose između organizacije i različitih javnosti o kojima ovisi njezin uspjeh ili neuspjeh. Suvremeno značenje i praksa odnosa s javnošću uključuju i sljedeće aktivnosti i specijalnosti: publicitet, oglašavanje, tiskovnu agenturu, javne poslove, upravljanje temama, lobiranje. Odnosi s javnošću izvor su mnogih vijesti i informacija u medijima. Budući da izvori ne plaćaju za objavljivanje informacija, oni teško mogu utjecati na to gdje i kako će informacija biti objavljena, tj. hoće li uopće biti objavljena (Cutlip, Center, Broom, 2003).

Odnosi s javnošću pribavljaju informaciju koju smatraju vrijednom priopćenja te očekuju da će ju urednici i novinari iskoristiti. Tako je publicitet informacija iz nekog vanjskog izvora koju mediji koriste jer ima vrijednost vijesti. To je nekontrolirana metoda medijskog plasiranja poruke, obzirom da izvor informacije ne plaća za njeno plasiranje. Nastuprot tome, oglašavanje je informacija koju u medijima plasira identificirani naručitelj, plaćajući pritom medijski prostor i vrijeme. To je kontrolirana metoda plasiranja poruke u medije. Odnosi s javnošću koriste oglašavanje kako bi došli do publike koju marketing ne može doseći. Organizacije također koriste oglašavanje u svrhu odnosa s javnošću kada nisu zadovoljni onim što se govori u medijima, kada osjećaju da njihov stav nije adekvatno prezentiran, kada njihove javnosti ne razumiju problem ili kada žele da se čuje i njihov stav o određenom pitanju. Tiskovna agentura je stvaranje priča i događaja u svrhu privlačenja medijske pozornosti i javnog interesa (Tomić, 2013). Javni poslovi su specijalizirani dio odnosa s javnošću čija je svrha izgradnja i održavanje odnosa s državnom upravom i lokalnom zajednicom s ciljem utjecaja na javnu politiku. Stoga je jasno da se sve veće zanimanje za odnose s javnošću podudara s čestim personalnim promjenama u državnim ustanovama, promjenama u načinu komunikacije, sve većom važnosti državne i lokalne uprave te složenijim propisima. Upravljanje temama, u kontekstu odnosa s javnošću, nastoji razaznati trendove u javnom mnijenju kako bi organizacija mogla odgovoriti na njih prije no što prerastu u ozbiljan konflikt (Cutlip, Center, Broom, 2003). Kao sastavnicu odnosa s javnošću, upravljanje temama možemo definirati na sljedeći način; upravljanje temama je proaktivan proces predviđnja, identificiranja, ocjenjivanja i odgovaranja na javnopolitička pitanja koja utječu na odnos organzacija i njihovih javnosti. Još specijaliziranija i kritiziranija sastavnica odnosa s javnošću koja pokušava utjecati na zakonodavne i regulatorne odluke državne vlasti je lobiranje. Lobiranje je specijalizirani dio odnosa s javnošću čija je svrha uspostavljanje i održavanje odnosa s državnom vlasti, poglavito s ciljem utjecanja na donošenje zakona i propisa.

Odnosi s javnošću pomažu organizacijama da predvide i odgovore na javna stajališta i mišljenja, na nove vrijednosti i životne stilove; da izazovu promjene u biračkom i zakonodavnom tijelu te okolini uopće. Sve to čini dekomratski proces – baš kao i socijalni, ekonomski i politički sustav – učinkovitijim u ispunjavanju socijalnih potreba (Cutlip, Center, Broom, 2003). Bez djelotvornih odnosa s javnošću organizacije postanu neosjetljive na promjene koje se oko njih zbivaju te, gubeći korak s okolinom, postaju neučinkovite. Odnosi s javnošću služe općem dobru posredovanjem u sukobima i izgradnjom konsenzusa potrebnog za održavanje društvenog poretka. Njihova je društvena funkcija ispunjena kad neznanje, prisilu i nepomirljivost uspiju zamijeniti znanjem, kompromisom i prilagodbom. Dakle, odnosi s javnošću olakšavaju prilagodnu i očuvanje društvenih sustava koji ispunjavaju naše fizičke i društvene potrebe. Još je jedna ključna sastavnica u definiranju odnosa s javnošću, a to je javnost. Javnost je mozaik sačinjen od različitih etničkih, rasnih, vjerskih, zemljopisnih, političkih, profesionalnih, socijalnih i drugih grupacija, od kojih svaku treba uzeti u obzir. Osnovni koncept javnosti potječe još iz ranih godina 20. stoljeća kada je filozof i edukator John Dewey definirao javnost kao aktivnu jedinicu društva koju čine svi oni koji prepoznaju zajednički problem i mogu za njega tražiti zajedničko rješenje (Cutlip, Center, Broom, 2003).

2.2. Modeli odnosa s javnošću

Modelom smatramo misaonu ili materijalnu reproduckiju nekog originala, s tim u vezi model ispunjavaju dvije funkcije, a to su funkcija organizacije i heuristička funkcija. Povijesno gledano, odnosi s javnošću razvijaju se kroz četiri modela:

1. model tiskovne agenture i publiciteta;
2. model javnog informiranja;
3. dvosmjerni asimetrični model;
4. dvosmjerni simetrični model (Tomić, 2013). Ta četiri modela mogu se gledati kao pojednostavljena prezentacija vrijednosti, ciljeva i ponašanja organizacije kada prakticiraju odnose s javnošću.

2.3. Vlast i politika

Stručnjaci za odnose s javnošću u strukturama vlasti igraju raznovrsne uloge. Raznolikost ciljeva i aktivnosti unutar tih struktura veća je nego li u bilo kojem drugom

području odnosa s javnošću. Državne vlasti su nazočne u svim aspektima društva, a doslovo svi aspekti državnih institucija usko su vezani i ovisni o odnosima s javnošću. Svrha odnosa s javnošću odgovara svrsi same demokracije. Uspješna demokratska vlast održava odnose s biračkim tijelom, zasnovane na uzajamnom povjerenju i dvojsmjernoj komunikaciji. Kako državi aparat postaje sve složeniji i rasprostranjeniji, sve je teže održavati participaciju građana i osigurati odgovor države na njihove potrebe. Izabrani dužnosnici često tvrde da je njihov izbor mjerilo sposobnosti da osluškuju puls biračkog tijela, ipak zbog važnosti i složenosti te zadaće, veliki dio odgovornosti pada na stručnjake za odnose s javnošću u strukturama vlasti. Složenost njihova posla do posebnog izražaja dolazi u lokalnoj upravi jer je to razina državne uprave najbliža biračkom tijelu; kako svojim uslugama tako i dostupnošću izabranih i imenovanih dužnosnika. Rad lokalne uprave dodatno je otežan sve većim utjecajem što ga imaju aktivističke skupine „iz susjedstva“.

Odnosi s javnošću imaju različite ciljeve u različitim državnim ustanovama, no osnovno opravdanje za njihovo postojanje u vladi počiva na dvije temeljne pretpostavke: 1.) da demokratska vlast mora izvještavati građane o svojim potezima i 2.) da uspješno upravljanje državom podrazumijeva participaciju i potporu građana. Vladini programi za odnose s javnošću, neovisno o razini državne uprave, imaju barem tri zajednička cilja:

1. Informiranje biračkog tijela o djelatnostima državne ustanove;
2. Osiguravanje aktivne suradnje u vladinim programima, te osiguravanje odobrenja za regulatorne programe;
3. Pridobivanje podrške građana za uhodanu politiku i programe.

Također, najvažniji zadatak vladinih odnosa s javnošću je obavještavanje; tako djelatnici za odnose s javnošću u strukturama vlasti imaju važnu ulogu pridobivanja i motiviranja građanja na sudjelovanje u vlasti, među ostalim i u procesu donošenja odluka. Upravo ti djelatnici za odnose s javnošću u strukturama vlasti oblikuju najveći dio promišljenog dijaloga kao osnove demokracije (Cutlip, Center, Broom, 2003). Njihova im građanska dužnost nalaže da služe kao posrednici između odabranih zastupnika i njihovog osoblja te biračkog tijela. No ponekad na putu između izgradnje i održavanja odnosa između vlade i građana stoji javna apatija i neprijateljski nastrojeni zakonodavci.

3. ODNOSI S JAVNOŠĆU U LOKALNOJ UPRAVI I JAVNIM SLUŽBAMA

Odnosi s javnošću idu ruku pod ruku s javnim službama, duboko su povezani javnim interesima. Zbog toga službenici odnosa s javnošću imaju zahtjevan posao unaprijeđenja svoje komunikacije koja mora biti obostrana kada je u pitanju javnost (oni „nose“ specifičnu javnu odgovornost). Pružanje informacija o uslugama samo je jedan od načina na koji se pomaže ljudima i zajednici zbog boljeg međusobnog funkcioniranja. Uspostavljanje odnosa s javnošću od ključnog je značaja za izgradnju povjerenja javnosti u lokalne vlasti i organizacije koje pružaju te usluge. Niti jedan drugi sektor odnosa s javnošću ne nudi toliko raznovrstan, opsežan i izazovan broj javnih usluga na lokalnom nivou (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Stoga se lokalne službe sve više preklapaju kroz partnerstva i službe za zajedničke poslove koje prelaze granice lokalnih vlasti. Za odnose s javnošću ovo znači udruživanje većeg napora u cilju osiguranja točnosti i dosljednosti informacija i plasiranja poruka. Takav pristup je nadasve logičan, štedi financijska sredstva i donosi korist javosti zbunjenoj organizacijskom podjelom unutar pružatelja usluge.

3.1. Povijesni razvoj odnosa s javnošću u lokalnim upravama

Razvojem povijesti i civilizacije općenito, dokazan je značaj lokalne uprave u razvoju, rastu i profesionalizaciji odnosa s javnošću. Porast građanskih prava početkom 20. stoljeća predstavlja prekretnicu u oblasti komunikacija za lokalne uprave. Tako odnosi s javnošću na području Velike Britanije razvijaju svoje „jedinstvene karakteristike“, a to su: Posvećenost službenika lokalnih uprava dužnosti da pruže informaciju o svojim uslugama; Produkcija dokumentarnih filmova razjašnjavaja javnih usluga; Razvoj propagande u vezi sa Drugim svjetskim ratom i to preko Ministarstva za informiranje, koje je kasnije postalo Središnji ured za informiranje. Instituta za javnu adminitraciju i Nacionalna asocijacija službenika lokalne uprave (NALGO – National Association of Local Government Officers) su tada bile dvije najutjecajnije organizacije na području Velike Britanije koje su također uvidjele potrebu za odbacivanjem imidža „lošeg zakonodavstva „ i započele s radom na „obrazovanju šire javnosti o lokalnoj upravi i njenoj ulozi u društvu“. Tijekom Drugog svjetskog rata lokalne vlasti su radile na razvoju odnosa sa medijima i javnošću pomoću sredstava masovnih komunikacija, kako bi informirale javnost o evakuacijama, bonovima za obroke i posljedicama bombardiranja. Odnosi s javnošću u javnim službama su tek nakon završetka rata dobili zalet za daljnji razvoj i značaj u društvu. Seymour (1948.) je u prvom izdanju časopisa *Odnosi s javnošću,* u izdanju

IPR, istaknuo značaj istine u odnosima s javošću: „Obveza je ozbiljnog profesionalca u oblasti odnosa s javnošću da uvjeri nositelje vlasti da je istina najbolje oružje bez obzira na to koji je njihov cilj.“ Prvi kodeks profesionalnog ponašanja IPR odnosio se na održavanje „visokih profesionalnih standarda“, „poštovanje javnih interesa“ i „izričitu dužnost održavanja povjerenja, točnosti i umjerenosti u izražavanju“ (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Godine 1973. Lewis G. napisao je prvi praktični udžbenik pod nazivom *Odnosi s javnošću za lokalne uprave.* Također je istaknuo da su dužnosti i ciljevi službi za odnose s javnošću lokalnih vlasti da obavijeste javnost o onome što se događa u zgradi općine ili grada, te da potom obavijeste lokalne vlasti kakva je reakcija i stav javnosti o tim događajima. Općinski službenici zaduženi za odnose s javnošću trebaju posjedovati „diplomatski osjećaj i takt“, kao i osjećaj za politička pitanja, ali i sljedeće „uzorne“ kvalitete kao što su npr.:

- Sposobnost da usmeno i u pisanoj formi komuniciraju na jasan i jezgrovit način;
- Sposobnost da brzo razumiju komplicirane situacije i da ih objasne korištenjem jednostavne terminologije;
- Sposobnost da pravilno shvaćaju i uvažavaju ciljeve lokalnih vlasti, uz želju da ih propisno objasne;
- Sposobnost da upravljaju u više situacija istovremeno bez panike;
- Brzina u shvaćanju političkih situacija;
- Izbalansiran temperament i prihvaćanje, bez ogorčenosti, odbacivanja savijeta, ali i odlučnost obrane osobnog mišljenja o nekom pitanju;
- Poznavanje sadržaja koje mediji vole, kao i znanje o tome kako prikladno iskoristiti alatke svog zanata;
- Poznavanje lokalne vlasti ili pak sposobnost da se brzo nauči;
- Sposobnost razumijevanja ljudi i suosjećanje sa njihovim problemima, uključujući zaposlene službenike i kolege;
- Iskustvo u korištenju alata komunikacije različite vrste;
- Urođena sposobnost za rad na dva kolosijeka – kao organizator sa punim radnim vremenom i kao rukovoditelj sa određenim radnim vremenom;
- Odgovarajuće kvalifikacije, pri čemu je poželjno članstvo u Institutu za odnose s javnošću;
- Iskreno uvjerenje da je demokratska vlada, uz sve svoje mane, vlada koja zaslužuje povjerenje (Brown, Gaudin, Moran, 2013).

Suština i bit suvremenih odnosa s javnošću sadržana je u Zakonu o lokalnoj upravi iz 1972. godine, Velika Britanija, koji navodi: „Ovaj akt posebno dozvoljava lokalnim vijećima da financiraju, pružaju i objavljuju informacije za javnost u vezi sa lokalnim uslugama i službama i u vezi sa zaduženjima lokalne vlasti. Takva vrsta informacija može se prenositi preko publikacija, izložbi, filmova, slika, na predavanjima ili održavanjem javnih rasprava. Godine 1986. Zakon je proširen kako bi obuhvatio promociju ekonomskog razvoja u oblasti lokalnih uprava, a godine 2003. uključivao je i emitiranje preko elektronskih komunikacijskih mreža ili servisa.

3.2. Tim za odnose s javnošću i komunikacije

Takav tim treba biti u samom srcu svake lokalne uprave i svake lokalne institucije koja pruža usluge. Svrha takvog tima je da obavlja i nadgleda svakodnevnu komunikaciju sa medijima, lokalnom zajednicom i zainteresiranim stranama, da osmisli pravac strateških komunikacija za svoju instituciju. Taj pravac mora uvijek biti povezan sa ciljevima i prioritetima općine ili drugog lokalnog tijela koje pruža javne usluge (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Prema provedenim istraživanjima agencije Ipsos MORI iz 2008. godine zaključeno je da ako stanovnici neke općine ili grada smatraju da su dobro obaviješteni o svemu što općinska ili gradska skupština radi, onda je vjerovatnije da će biti zadovoljni njenom uslugom.

Današnji timovi koji su u lokalnim upravama ili javnim službama zaduženi za komunukaciju raspolažu širokim spektrom kominukacijskih vještina iz različitih disciplina, uključujući odnose s javnošću, marketing, novinarstvo, dizajn i grafiku. Mnogi timovi danas imaju i specijaliste za društvene medije i upravljanje interentskim sadržajem. Timovi za odnose s javnošću i komunikaciju imaju strateška i operativna zaduženja (Tomić, 2013). Neka od strateških zaduženja su zaduženja i zadaće koje se odnose na strateške prioritete koji su zasnovani na cilju i prioritetima institucije i lokalne službe; rukovođenju komunikacijama; briga o reputaciji i brendu; brojni javni angažmani i slično. Opertivna zaduženja mogu se okarakterizirati kroz brigu o: medijima, digitalnim medijima i internetu, društvenim medijima, kampanjama, internim komunikacijama, kriznim komunikacijama, vanrednim situacijama, društvenom merketingu, publikacijama, grafici i dizajnu, identitetu brenda, pisanju oglasnih tekstova, usluzi pružanja usluga, društvenim događajima, pisanju govora, reklamiranju, pritužbama i žalbama, slobodi informiranja itd. Prema raznim istraživanjima, profesionalci iz dijelokruga odnosa s javnošću u javnom sektoru su pod većim pritiskom od njihovih kolega iz

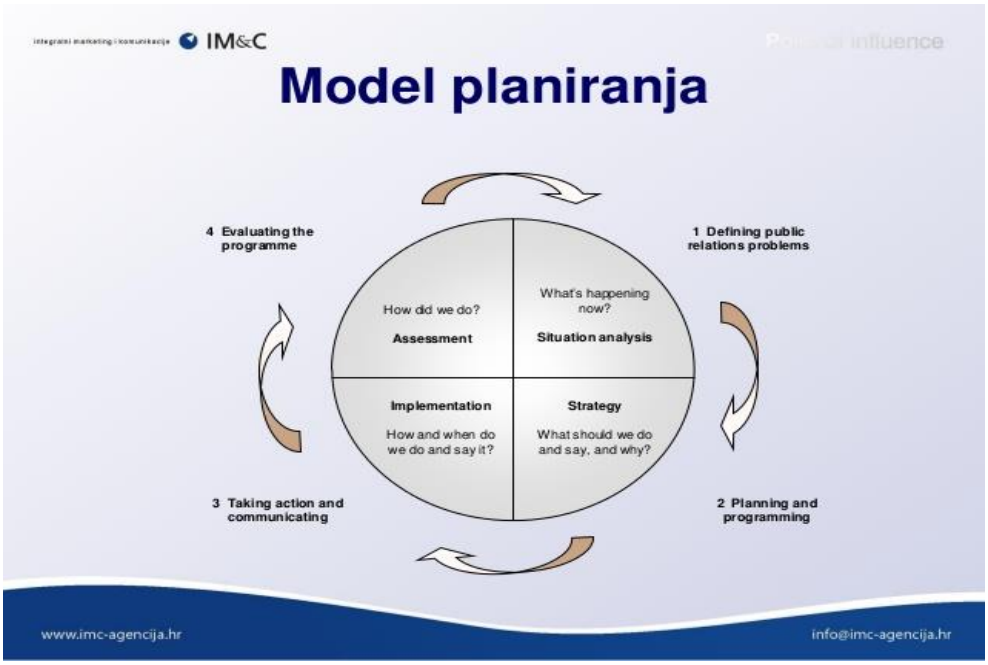
privatnog sektora, ne samo zato što su mnogo više uključeni u svakodnevne probleme već i zbog većeg inteziteta suradnje s medijima. Članovi tima za odnose s javnošću moraju se voditi etičkim pristupom radu i posijedovati određenu razinu „političke svijesti“ (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Tako unapijeđenje etike u odnosima s javnošću predstavlja ključnu komponentu u dostizanju višeg nivoa profesionalizma. Profesionalci odnosa s javnošću moraju voditi računa o često sukobljenim pitanjima odanosti i dužnosti prema sami sebi, poslodavcima, svojoj lokalnoj upravi, instituciji koju predstavljaju, svojoj profesiji, javnosti i prema društvu u cjelini. Glavne polaznice etičkog ponašanja im trebaju biti je da rade ono u što vjeruju da je ispravno, pravedno i pošteno; da budu sigurni da imaju vještine i znanja koja su im potrebna za izvršenja zadataka; te da prate najnovije trendove i nadograđuju znanja, vještine, stručnost. Također je nužno da su svi članovi tima jasno upoznati sa zakonima i pravilima.

3.3. Strateško komuniciranje

Odnosi s javnošću se smatraju kao služba od strateškog značaja u lokalnoj upravi stoga se u svim komunikacijama sa javnošću određene lokalne uprave, bile one male ili velike, treba zauzimati strateški pristup. U posljednje vrijeme sve veći broj općina i gradova razvija svoje komunikacijske strategije kao vrstu podrške svojim strateškim planovima. Također je važno obratiti pažnju i na internu komunikaciju pa tako neke lokalne vlasti prakticiraju odvojene službe za komunikaciju, jedna za internu, a druga za eksternu komunikaciju. Bez obzira na to, od vitalnog je značaja da komunikacijska strategija obavezno uključuje i obraćanje internoj i eksternoj javnosti, jer su interne i eksterne komunikacije neraskidivo povezane. Zaposleni se često opisuju kao PR ambasadori. Još 1979. godine, John Marston je osmislio najpoznatiju formulu za planiranje u odnosima s javnošću, sa lako pamtljivom skraćenicom RACE (*Research* – istraživanje, *Action* – akcija, *Communication* – komunikacija, *Evaluation* – evaluacija) (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Tokom godina dogodile su se određene promijene u navedenoj formuli, te je danas popularni pristup zasnovan na neprekidnom procesu u kojemu dominiraju sljedeće četiri faze:

1. Definiranje PR problema – analiza situacije
2. Pravljenje plana i programa – strategija
3. Poduzimanje akcije i komunikacija – primjena
4. Evaluacija programa – procjena.

Slika 3.1. Model planiranja u odnosima s javnošću



Izvor: https://www.slideshare.net/Ankica-Mamic/ankica-mamic-izrada-komunikacijske-strategije

Vodeća načela i standardi strateškog komuniciranja u odnosima s javnošću trebaju biti:

- u skladu sa zakonom;
- ekonomično;
- objektivno;
- nepristrano;
- odgovarajuće;
- poštivati jednakost i različitost;
- pažljivo u periodima povećane osjetljivosti.

Često se dodaju i sljedeći komunikacijski standardi: precizne/točne informacije; prenošenje ključnih poruka; informacije moraju biti dostupne svima; jednostavan i jasan jezik; u odgovarajuće vrijeme; odgovarajuće kvalitete dizajna i produkcije; stalno praćenje; prikupljanje povratnih informacija (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Također, za uspješno strateško komuniciranje, bitno je da profesionalci iz odnosa s javnošću grade jake veze sa

općinskim ili gradskim službama i odjeljenjima, da istinski razumiju posao kojim se bave, kao i posao zaposlenih na terenu i onih koji se najviše ističu u javnosti.

3.4. Komunikacija i suradnja lokalnih vlasti sa građanima

Lokalne javne službe su mnogo bolje u „davanju informacija“ nego u „prikupljanju informacija“ kada je riječ o građanima; što je razumljivo ako se uzme u obzir činjenica da je već desetljećima na snazi zakonska obveza da javne vlasti moraju pružati sve informacije o svojim uslugama. U prošlosti su općine i gradovi uvelike ovisili o novinskim tiskovinama i emitiranjima putem radio stanica, kako bi svoje poruke prenjele građanima. Razvojem tiskovnih i digitalnih medija to se tokom godina promijenilo, sada se veća pažnja posvećuje izravnoj komunikaciji javne vlasti sa građanima (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Stoga izravne razmijene mišljenja s građanima treba redovno održavati i obnavljati, tako *panel rasprave*, za razliku od jednokratnih anketa, omogućavaju općinama i gradovima stalan uvid u stavove građana o raznim pitanjima. I dok je direktan razgovor sa građanima i dalje važan, slanje SMS poruka i *on line* komunikacija otvara nove mogućnosti za lokalne vlasti i lokalne javne službe. Društveni mediji i lokalne web stranice stoje na raspolaganju grupama građana koje mogu da sudjeluju u dvosmjernim komunikacijama i dijalozima o pitanjima koja utječu općine, gradove, javne službe, kvartove u kojima ti građani žive. *On line* raspravama i pomoću internetskih istraživanja i analitike, općine i gradovi mogu dobiti bolji pogled i jasniju sliku o mišljenju građana i njihovim problemima. Jedan od prakticiranih načina komunikacije sa građanima je referendum. Referendum se definira kao neposredni oblik odlučivanja birača u obavljanju državne vlasti o pitanjima određenim Ustavom (državni referendum) i o pitanjima iz samoupravnog djelokruga jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave određenim zakonom i statutom (lokalni referendum). Prema trenutno važećem Zakonu o referendumu i drugim oblicima osobnog sudjelovanja u obavljanju državne vlasti i lokalne i područne (regionalne) samouprave lokalni referendum može raspisati predstavničko tijelo jedinice lokalne samouprave i predstavničko tijelo jedinice područne (regionalne) samouprave gdje birači odlučuju neposredno tajnim glasovanjem. Na lokalnom referendumu odlučuje se većinom birača koji su glasovali, uz uvjet da je referendumu pristupila većina od ukupnog broja birača upisanih u popis birača jedinice lokalne samouprave, odnosno jedinice područne (regionalne) samouprave u kojoj je raspisan referendum (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Provodi ga povjerenstvo za provedbu lokalnog referenduma u jedinici lokalne samouprave odnosno jedinici područne (regionalne) samouprave i odbori za provedbu glasovanja na lokalnom

referendum. Prema navedenom zakonu propisani su i sljedeći oblici osobnog sudjelovanja birača (u ovom slučaju građana) u obavljanju lokalne samouprave: savjetodavni referendum, zborovi građana, predstavke građana.

Slika 3.2. Ilustracija provođenja referenduma



Izvor: https://www.ch.ch/en/demokratie/political-rights/referendum/how-to-launch-an-optional-referendum-at-federal-level/

3.5. Komunikacija lokalnih vlasti sa korisnicima usluga

Razlika između građana i korisnika usluga je ta da su građani birači koji su dio demokratskog procesa i imaju priliku izraziti svoje mišljenje preko glasačke kutije. Oni nisu samo korisnici usluga javnih službi nego imaju i određenu ulogu u određivanju prioriteta i oblikovanja rada tih javnih službi. Korisnici usluga su primatelji usluga službi javnog sektora koji ne moraju koristiti svoje demokratsko pravo na izražavanje mišljenja o tome kako su te usluge pružene; ipak dužnost je lokalne vlasti da se brine, informira i sazna koje su njihove potrebe, želje i očekivanja (Brown, Gaudin, Moran, 2013).

Tako zaključujemo da je svatko korisnik usluga lokalne samouprave preko pružatelja usluge koje lokalna vlast osigurava. Većina lokalnih samouprava ima tri različite grupe: građane i obitelji koje žive na tome području, poduzeća čije je sjedište na tome području, te posjetioce i turiste koji dolaze na to područje. Stoga lokalna vlast sa korisnicima usluga najlakše

komunicira preko novina i drugih publikacija koje izdaje. Novine i časopisi služe kao važni kanali za informiranje korisnika usluga. Lokalne vlasti ih koriste na različite načine, ali ih najviše koriste kao „oglasnu ploču“ za lokalne službe i uputu kako da se sa njima stupi u kontakt. Često se koriste i priče stvarnih ljudi da se prikažu usluge koje se pružaju na lokalnoj razini, a ponekad također sadrže i izjave zaposlenih u lokalnoj samoupravi koji daju informacije o obujmu i prirodi rada javnih službi (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Manji broj lokalnih samouprava je prestao izdavati novine i časopise zbog mjera štednje i prešao samo na internetska izdanja. Zbog toga lokalne vlasti moraju pažljivo promatrati koliko su posjećena njihova *on line* glasila i da li zadovoljavaju potrebe lokalnih korisnika usluga. *On line* glasila tj. web stranice moraju pružati sveobuhvatne informacije o svim javnim službama, a zahvaljujući njima korisnici usluga lako pronalaze tražene informacije kao što su npr. rasporedi polazaka gradskih autobusa, lokalni parkovi, knjižnice, muzeji, školske uprave, itd. Pri svemu navedenome nužno je da se vodi načelom jednakosti u komunikaciji. Dostupnost informacija svima, jasnoća i korištenje pogodno za različite ciljane skupine, jezična prilagođenost i dvosmjerna komunikacija pravila su koja dovode do maksimalnog učinka jednakosti u komunikaciji.

3.6. Komunicirajmo kao partneri

Granice između lokalnih javnih službi se postupno gube, lokalne vlasti dijele službe i njihovi timovi za odnose s javnošću i komunikaciju preuzimaju na sebe komunikaciju vezanu za zdravstvene i druge javne usluge (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Tako u nekoj lokalnoj samoupravi dijeljenje informacija i koordinacija pružanja usluga lokalnih organizacija sa njihovim partnerima je podijeljena na lokalna partnerstva, regionala partnerstva i partnerstva na nacionalnoj razini. Na lokalnoj razini, izbor potencijalnih partnera je prilično širok i raznolik, on uključuje vatrogasce, policiju, zdravstvene službe, ustanove i slično. Partnerstvo s policijom i vatrogascima se ubraja među najvažnija partnerstva lokalne samouprave i nužno je izraditi plan za vanredne situacije i sigurnost lokalne zajednice. Timovi za odnose s javnošću u lokalnoj samoupravi trebaju razvijati dobre odnose s ovim službama organizirajući sastanke o neformalna druženja kako bi suradnja bila što lakša. Regionalna partnertva nastaju u situacijama kada lokalne samouprave zbog smanjenog proračuna budu u nemogućnosti provoditi određena ugovorena istraživanja za pojedinačne kampanje (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Razvoj partnerskih veza sa drugim organizacijama omogućuje prikupljanje informacija koje se mogu iskoristiti za lokalno planiranje. Regionalne organizacije provode istraživanja

koja na taj način mogu upotpuniti podatke o najvažnijim potrebama ljudi u lokalnoj zajednici. Suradnja kroz regionalno partnerstvo postala je neophodna za stručnjake odnosa s javnošću čije su se organizacije spojile, dok se kod drugih suradnja i dijeljenja informacija odvija zbog poslovne koristi. Mnoge lokalne vlasti proširile su partnerski rad na nacionalnu razinu koristeći principe koje su koristili na lokalnom i regionalnom nivou. Sklapanje partnerstva sa organizacijama iz privatnog sektora na nacionalnoj razini može donjeti samo korist lokalnoj samoupravi. Jasno je da na nacionalnoj razini postoji korist od suradnje sa tijelima i privatnog i javnog sektora u razmijeni informacija i rješavanju pitanja od lokalnog značenja, kao i suradnje lokalne samouprave sa centralnom vladom zbog njenih kapaciteta za lobiranje i prikazivanje lokalnog doprinosa programima na nacionalnoj razini. Osobe koje rade na „prvoj crti“ u javnim službama u direktom su kontaktu sa lokalnom zajednicom (Brown, Gaudin, Moran, 2013).

3.7. Komuniciranje kampanje

Lokalne samouprave imaju iza sebe vrlo dugu povijest provođenja različitih komunikacijskih kampanja u svojim različitim službama, međutim, u novije vrijeme lokalne samouprave su napustile pasivno pružanje informacija i aktivno uključuju svoje građane i korisnike usluga u oblikovanje lokalnih strategija i službi. Razvoj od jednosmjernih do dvosmjernih modela komunikacije nigdje nije vidljiviji nego u kampanjama lokalnih samouprave. Biranje vrste kampanje koja će se provesti zavisi od lokalnih potreba tako je npr. borba sa socijalnim problemima prioritet za javne službe u poslijednjih nekoliko godina te se u tim slučajevima kampanje baziraju na probleme koje su teret za društvo i koje u periodu recesije obično postaju još i teži (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Nacionalne kampanje koje financira središnja vlast pružaju mogućnost lokalnim službenicima za odnose s javnošću da na efikasan način informiraju građane i korisnike usluga i tako podignu nivo svijesti i dovedu do mijenjanja navika ljudi na lokalnoj razini.

Uspijeh bilo kojeg programa za odnose s javnošću ovisi o indetificiranju ključnih zainteresiranih strana, koje su od presudog značenja za rješavanje nekog problema. U lokalnoj samoupravi, interno za monitoring tj, nadgledanje neposredno je zaduženo osoblje; a eksterno lokalno stanovništvo, korisnici usluga, mediji; te lokalni nositelji vlasti koji su i interno i i eksterno uključeni (Osredečki, 2007). Prvi zadatak je indetificirati aktivni dio javnosti. To su zainteresirane strane na koje odluke lokalne vlasti neposredno utječu i one koje mogu ili da

onemoguće ostvarivanje ciljeva organizacije ili koje mogu pomoći u njihovom ostvarivanju. Ti ciljevi trebaju biti što detaljnije precizirani, trebaju jasno prikazati na koje se grupe želi utjecati, u kojem vremenskom periodu i kakvu mjerljivu reakciju kampanja treba proizvesti. Uz određivanje sveobuhvatnih ciljeva kampanje kao jedne cjeline gdje postoje višestruke ciljane grupe, trebaju biti određeni i posebni ciljevi za ključne segmente tih grupa. I dok je krajnji cilj mijenjanje ponašanja ciljanih grupa, u većini slučajeva programi za odnose s javnošću mogu samo pokušavati povećati razinu spremnosti ciljanih grupa da reagiraju na određeni način; odnosi s javnošću ne mogu na silu promijeniti ponašanje ljudi.

3.8. Komunikacija sa medijima

Lokalni čelnici pod najvećim su udarom kada je njihova organizacija i sve njene službe pod nadzorom medija. To je njihov trenutak za odnose s javnošću. U današnje vrijeme, posao službenika za medije u lokalnoj samoupravi ili javnim službama je da profesionalno i na vrijeme upravljaju pristupom i komunikacijom sa medijima, ali i nerealnim očekivanjima u svojim organizacijama. Salužba za odnose s javnošću ima posebnu odgovornost za javni interes. Djelotvoran i uspješan odnos s javnošću zahtjeva donošenje odluka i razumijevanje svih činjenica u zadanom trenutku, ali i mnogo više. Taj „poziv“ iziskuje iskrenost, dostojanstvo i otvorenost službenika i svih u vrhu organizacije u suočavanju sa stvarnošću u problematičnim situacijama (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Lokalnim samoupravama i dalje je važno kako su prikazani u tradicionalnim medijima – novinama, televiziji, radiju, časopisima i sl. Od medijskih alata kojima se lokalne samouprave i njihove organizacije najčešće služe su protokol i konferencija za novinare (no koriste se i novinska i medijska priopćenja). Tako je postizanje dogovora o medijskom protokolu dobra praksa za svaku lokalnu samoupravu i organizaciju. Protokolom se određuje tko se treba, a tko se ne treba baviti madijima i koji službenici daju izjave za medije. Jasno i javno objavljene procedure smanjuju konfuziju i osiguravaju transarentnost. Većina lokalnih samouprava danas ima svoje vlastite protokole za medije, publicitet i komunikaciju, koju lokalna samouprava obično odobri i objavi *on line* kako bi ih svi mogli vidjeti. Nasuprot tome, sazivanje konferencije za novinare ne mora nužno značiti da će se novinari i pojaviti. Najvažnije je da lokalne vlasti i njihove organizacije ne sazivaju konferencije za novinare ako iste nisu prijeko potrebne, pa čak i tada, trebaju dobro razmisliti o tome što žele najaviti na taj način i postoji li možda neki drugi bolji način da uključe medije. Uvijek može doći u obzir i intervju na televiziji ili radiju, poseban novinski prilog, kratak sastanak sa predstavnicima medija, medijsko priopćenje ili društvene mreže itd. Od svih javnih

služni, policija najčećše saziva i održava novinske konferencije. Gotovo sve imaju veze sa nekim istragama koje još traju, pri čemu je svrha novinske konferencije informiranje medija i javnosti, kao i pružanje prilike novinarima da im predstavnici policije odgovore na pitanja te na taj način dobiju podršku javnosti. Na taj način dobivaju pomoć za daljnju istragu, pomoć u pronalaženju svjedoka, pronalaženje vozila za kojim se traga i slično.

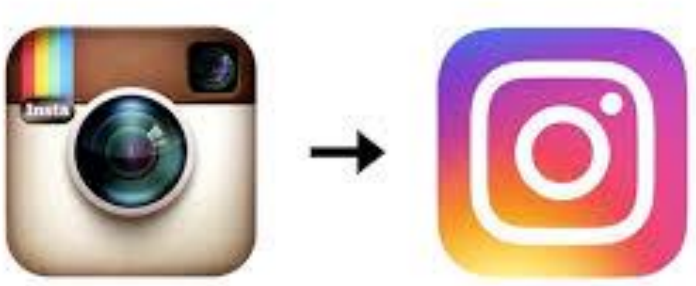
3.9. Komunikacija u digitalnom svijetu

Digitalna komunikacija predstavlja sastavni dio suvremenog načina života i ima veliki utjecaj na načine na koje organizacije komuniciraju i rade. Digitalne oblike komunikacije i digitalne kanale treba koristiti ukoliko oni dosežu do odabrane publike. Izazov pred lokalnim samoupravama je da ovaj tip komunikacije može doći i do onih koji su spremni za digitalni signal ali i do onih koji mu ne mogu pristuputi – iako ni takvi nisu rijetka pojava u društvu koje je sve više digitalno umreženo (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Kao pojedine vrste digitalne komunikacije navode se web stranice, *e-mail*, društveni mediji. Društveni mediji u sebi obuhvaćaju blog, Twitter, Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn i slične druge brzorastuće medije. Kada se govori o web stranicama lokalnih samouprava tj. njihovih organizacija dolazi se do zaključka kako su u posljednjih deset godina njihove web stranice prestale biti statični objavljivači informacija i postale su interakcijske i transakcijeske stranice. U vrijeme mjera štednje, web stranice imaju potencijal da osiguraju usluge od velikog javnog značenja. Ukoliko se informacije objavljuju na web stranici, korisnici ih ne moraju tražiti preko skupljih komunikacijskih kanala (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Osiguravanje sadržaja na web stranicama koji je besplatan i jednostavan za dijeljenje također može povećati broj ljudi do kojih će doći određene poruke tj. informacije. Obavještavanje korisnika usluga putem *e-maila* ključni je prioritet za digitalnu komunikaciju u budućnosti lokalne samouprave. *E-mailovi* i SMS poruke pružaju direktnu informaciju koja je važna za neku osobu u točno određenom trenutku, dok društveni mediji imaju potencijal da s pridruže ovim sredstvima i predstavljaju platformu za raspravu o pitanjima za koje su korisnici *e-maila* već pokazali interes odabirom odeđenih kategorija pri registraciji.

Društveni mediji su definirani kao termin dodijeljen Internetu, na mobilnosti zasnovanim kanalima i alatima koje korisnicima omogućuju međusobnu interakciju, dijeljenje mišljenja i sadržaja (Osredečki, 2007). Društveni mediji obuhvaćaju i stvaranje zajednica ili mreža koje podržavaju sudjelovanje i aktiviranje. Blog predstavlja jednu vrstu društvenog

medija koji omogućava autoru da objavljuje materijal kronološki. Blog najčešće koriste javne ličnosti u lokalnoj samoupravi kako bi sa drugima podijelili svoje stavove. Iako neki blogovi privlače ogroman broj čitatelja, većina ima mali broj pratitelja. Blogove uživo sve više koriste lokalne vlasti kao način komunikacije s onima koji nisu u mogućnosti biti prisutni nekom događaju. Doseg alata kao što je Twitter i njihov utjecaj na ugled lokalne samouprave preilaze lokalnu zajednicu, taj društveni medij „lansira" organizacije lokalne samouprave na tzv. globalni forum. Brojne lokalne vlasti organiziraju razne akcije kao što je npr. odgovaranje njihovog čelnika na pitanja putem Twittera što daje priliku korisnicima mobilnog telefona da prate i sudjeluju u tim raspravama u realnom vremenu. Twitter, uz blog uživo, važan je dio višekanalnog povezivanja s korisnicima koji su na internetu, a ne mogu fizički doći do zgrade gradske uprave. Facebook profil pojedine organizacije lokalne samouprave u većini slučajeva se koristi za pružanje informacija građanima i korisnicima usluga o svim lokalnim događajima. Većinom su u tim grupama ljudi koji već imaju nekakav određeni interes. Flickr je, kao i Instagram, web stranica za objavljivanje fotografija, koja omogućava ljudima da svoje fotografije podijele sa prijateljima tako što osigurava *on line* prostor za postavljanje slika i dodavanje ključnih riječi. Grupe se obično formiraju oko nekog zajedničkog interesa ili mjesta. Brojne lokalne samouprave su se putem svojim organizacija pridružile tom društvenom mediju, Instagram-u i Flickr-u (Brown, Gaudin, Moran, 2013).

Slika 3.3. Instagram



Izvor: https://lolamagazin.com/2017/03/29/sta-zivot-zna-sto-instagram-ne-zeli-znati/

Društveni mediji su samo jedan element u digitalnom okruženju, pa iako omogućuju da se lokalne samouprave povežu s javnošću izravno, oni su ipak samo jedan element. Veza

između društvenih medija i drugih digitalnih kanala najbolje je objašnjena kao mogućnost da se društveni mediji pridruže grupama koje su već izrazile interes za određenu temu (Brown, Gaudin, Moran, 2013). Nagli porast korisnika mobilnih uređaja i pametnih telefona treba se ozbiljno uzeti u obzir prilikom razvijanja bilo kakvih strategija korištenja interneta. Lokalne samouprave i njihove organizacije su u poziciji koja im pruža priliku da budu „pioniri" digitalne komunikacije, sa velikom i raznolikom publikom. Ta prilika da lokalne vlasti surađuju s javnošću i zajedno kreiraju *on line* usluge nudi mogućnost uštede novca i izgradnje povjerenja.

Digitalna komunikacija ima važnu ulogu u cijelokupnoj komunikaciji tijekom kriza i izvanrednih situacija. To je snažan medij pomoću kojeg se mogu slati važne poruke velikom broju ljudi do kojih bi inače bilo teško doći. Takva komunikacija također pruža priliku i da se ljudi okupe i aktiviraju u nekoj raspravi, kao i komunikaciju s ljudima na terenu, medijima i širom javnošću.

Slika 3.4. Facebook



Izvor: https://hr-hr.facebook.com/

4. ZAKONI KOJI UREĐUJU ODNOSE S JAVNOŠĆU

4.1. Zakon o pravu na pristup informacijama

Temeljni i polazišni zakon koji uređuje odnose s javnošću svakako je Zakon o pravu na pristup informacijama. Ovim se Zakonom uređuje pravo na pristup informacijama i ponovnu uporabu informacija koje posjeduju tijela javne vlasti, propisuju se načela, ograničenja, postupak i način ostvarivanja i olakšavanja pristupa i ponovne uporabe informacija, djelokrug, način rada i uvijeti za imenovanje i razrješavanje Povjerenika za informiranje te inspekcijski nadzor nad provedbom ovog Zakona. Ovim se Zakonom uređuju i druge obveze tijela javne vlasti te prekršajne odredbe vezane za ostvarivanje prava na pristup informacijama. Cilj Zakona je omogućiti i osigurati ostvarivanje Ustavom Republike Hrvatske zajamčenog prava na pristup informacijama, kao i na ponovnu uporabu informacija fizičkim i pravnim osobama putem otvorenosti i javnosti djelovanja tijela javne vlasti. Načela koja propisuje ovaj Zakon su: Načelo javnosti i slobodnog pristupa; Načelo pravodobnosti, potpunosti i točnosti informacija; Načelo jednakosti; Načelo raspolaganja informacijom; Načelo međusobnog poštovanja i suradnje. Prema načelu javnosti i slobodnog pristupa znači da su informacije dostupne svakoj fizičkoj i pravnoj osobi u skladu s uvjetima i ograničenjima ovog Zakona. Prema načelu pravodobnosti, potpunosti i točnosti informacija, informacije koje tijela javne vlasti objavljuju tj. daju moraju biti pravodobne, potpune i točne. Prema načelu jednakosti pravo na pristup informacijama i ponovnu uporabu informacija pripada svim korisnicima na jednak način i pod jednakim uvjetima. Korisnici su ravnopravni u njegovu ostvarivanju. Tijela javne vlasti ne smiju staviti korisnike u neravnopravan položaj, a osobito na način da se pojedinim korisnicima informacija pruža prije nego ostalima ili na način kojim im se posebno pogoduje. Prema načelu raspolaganja informacijom, korisnik koji raspolaže informacijom sukladno ovom Zakonu, ima pravo tu informaciju javno iznositi. Prema načelu međusobnog poštivanja i suradnje, odnosi tijela javne vlasti i korisnika temelje se na suradnji i pružanju pomoći, te međusobnom uvažavanju i poštivanju dostojanstva ljudske osobe.

Prema članku 10. Zakona o pravu na pristup informacijama, tijela javne vlasti obvezna su na internetskim stranicama na lako pretraživ način i u strojno čitljivom obliku objavljivati:

- Zakone i ostale propise koji se odnose na njihovo područje rada;

- Opće akte i odluke koje donose, kojima se utječe na interes korisnika, s razlogom za njihovo donošenje;
- Nacrte zakona i drugih propisa te općih akata za koje se provodi postupak savjetovanja s javnošću;
- Godišnje planove, programe, strategije, upute, izvješća o radu, financijska izvješća i druge odgovarajuće dokumente koji se odnose na područje rada tijela javne vlasti;
- Registre i baze podataka ili informacije o registrima i bazama podataka iz njihove nadležnosti i načinu pristupa i ponovne uporabe;
- Informacije o javnim uslugama koje tijelo javne vlasti pruža, na vidljivu mjestu, uz poveznicu na one koje pruža elektroničkim putem;
- Podatke o izvoru financiranja, proračun, financijski plan ili drugi odgovarajući dokument kojim se utvrđuju prihodi i rashodi tijela javne vlasti, te podatke i izvješća o izvršenju proračuna, financijskog plana ili drugog odgovarajućeg dokumenta;
- Informacije o dodijeljenim bespovratnim sredstvima, sponzorstvima, donacijama ili drugim pomoćima, uključujući popis korisnika i visinu iznosa;
- Informacije o postupcima javne nabave, dokumentaciju potrebnu za nadmetanje, informacije o izvršavanju ugovora i druge informacije za koje postoji obveza objavljivanja sukladno zakonu kojim se uređuje javna nabava;
- Obavijesti o raspisanim natječajima, dokumentaciju potrebnu za sudjelovanje u natječajnom postupku, te obavijesti o ishodu natječajnog postupka;
- Informacije o unutarnjem ustrojstvu tijela javne vlasti, s imenima čelnika tijela i voditelja ustrojstvenih jedinica i njihovim podacima za kontakt;
- Zaključke sa službenih sjednica tijela javne vlasti i službene dokumente usvojene na tim sjednicama te informacije o radu formalnih radnih tijela iz njihove nadležnosti na kojima se odlučuje o pravima i interesima korisnika;
- Obavijest o načinu i uvijetima ostvarivanja prava na pristup informacijama i ponovnu uporabu informacija na vidljivu mjestu, s podacima za kontakt službenika za informiranje, posebim obrascima ili poveznicom na obrasce te visinom naknade za pristup informacijama i ponovnu uporabu informacija;
- Odgovore na najčešće postavljena pitanja, o načinu podnošenja upita građana i medija, kao i ostale informacije u svrhu informiranja javnosti o svom radu i ostvarivanju njihovih prava i izvršavanju obveza.

Nadalje, prema članku 11. ovog Zakona, tijela državne uprave, druga državna tijela, jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave i pravne osobe s javnim ovlastima dužne su provoditi savjetovanje s javnošću pri donošenju zakona i podzakonskih propisa, a pri donošenju općih akata odnosno drugih strateških ili planskih dokumenata kad se njima utječe na interese građana i pravnih osoba. Savjetovanje s javnošću tijela državne uprave provode preko središnjeg državnog internetskog portala za savjetovanja s javnošću, a druga državna tijela, jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave i pravne osobe s javnim ovlastima preko internetske stranice ili preko središnjeg državnog internetskog portala za savjetovanje s javnošću. Tijela javne vlasti su dužna navedeno savjetovanje s javnošću provesti u trajanju od 30 dana, te na svojoj internetskoj stranici objaviti plan savjetovanja s javnošću za kalendarsku godinu najkasnije od isteka prethodne kalendarske godine. O izmjenama plana savjetovanja, dužno je istim putem obavijestiti javnost.

Slika 4.1. Pravo na pristup informacijama



Izvor: https://www.bebrina.hr/izvjesce-o-provedbi-zakona-o-pravu-na-pristup-informacijama-za-2017-godinu/

Prema članku 13. Zakona o pravu na pristup informacijama, tijelo javne vlasti je obvezno donijeti odluku kojom će odrediti posebnu službenu osobu mjerodavnu za rješavanje ostvarivanja prava na pristup informacijama. Takva osoba naziva se Službenik za informiranje, te je tijelo javne vlasti obvezno upoznati javnost sa službenim podacima o službeniku za informiranje. Također je tijelo javne vlasti dužno voditi i poseban službeni upisnik o zahtjevima, postupcima i odlukama o ostvarivanju prava na pristup informacijama i ponovnu uporabu informacija.

Prema članku 15. tijela javne vlasti ograničiti će pristup informacijama koje se tiču svih postupaka koje vode nadležna tijela u prethodnom i kaznenom postupku za vrijeme trajanja tih postupaka. Tijela javne vlasti mogu ograničiti pristup informacijama u slijedećim situacijama:

- Ako je informacija klasificirana stupnjem tajnosti;
- Ako je informacija poslovna ili profesionalna tajna;
- Ako je informacija porezna tajna;
- Ako je informacija zaštićena zakonom kojim se uređuje područje zaštite osobnih podataka;
- Ako je informacija zaštićena propisima kojima se uređuje pravo intelektualnog vlasništva, osim u slučaju izričitog pisanog pristanka nositelja prava;
- Ako je pristup informaciji ograničen sukladno međunarodnim ugovorima.

Također, tijela javne vlasti mogu ograničiti pristup informaciji ako postoje osnove sumnje da bi njezino objavljivanje onemogućilo učinkovito, neovisno i nepristrano vođenje sudskog, upravnog ili drugog pravno uređenog postupka, izvršenja sudske presude ili onemogućilo rad tijela koja obavljaju upravni nadzor, inspekcijski nadzor, odnosno nadzor zakonitosti.

Tijela javne vlasti omogućuju pristup informacijama korisniku koji je podnio zahtjev neposrednim davanjem informacije; davanjem informacije pisanim putem; uvidom u dokumente i izradom preslika dokumenata koji sadrže traženu informaciju ili na drugi način koji je prikladan. Korisnik može u zahtjevu za pristup informaciji naznačiti prikladan način dobivanja informacija, a ako ne naznači, informacija će se dostaviti na način na koji je podnesen zahtjev, odnosno na najekonomičniji način. Prema ovom Zakonu svaki korisnik ima pravo i na ponovnu uporabu informacija u komercijalne ili nekomercijalne svrhe. U svrhu ponovne uporabe tijela javne vlasti nemaju obvezu informaciju izraditi, prilagođavati ili izdvajati dijelove informacija ako to zahtijeva nerazmjeran utrošak vremena ili sredstava, niti se od tijela javne vlasti može zahtijevati da nastavi ažurirati, nadograđivati i pohranjivati informacije u svrhu ponovne uporabe.

Novčanom kaznom u iznosu od 5.000,00 do 20.000,00 kuna kazniti će se za prekršaj odgovorna osoba u tijelu javne vlasti koja ne postupi u skladu s odlukom Povjerenstva iz članka 25. stavka 7. Zakona o pravu na pristup informacijama ili ako ne postupi u roku koji je određen

odlukom Povjerenstva. Također, novčanom kaznom u iznosu od 2.000,00 do 10.000,00 kuna kazniti će se za prekršaj odgovorna osoba u tijelu javne vlasti ako: ne postupi po nalogu Povjerenika; ne omogući Povjereniku uvid u informacije koje su predmet postupka, ne dostavi tražene podatke ili dostavi nepotpune odnosno netočne podatke; onemogući inspektoru nesmetano obavljanje nadzora; u zapisnikom određenom roku ne otkloni nezakonitosti, nepravilnosti i nedostatke utvrđene zapisnikom.

4.2. Zakon o zaštiti osobnih podataka

Nasuprot Zakona o pravu na pristup informacijama u uređivanju i određivanju odnosa s javnošću stoji Zakon o zaštiti osobnih podataka. Zakonom o zaštiti osobnih podataka uređuje se zaštita osobnih podataka o fizičkim osobama, te nadzor nad prikupljanjem, obradom i korištenjem osobnih podataka u Republici Hrvatskoj. Svrha zaštite osobnih podataka je zaštita privatnog života i ostalih ljudskih prava i temeljnih sloboda u prikupljanju, obradi i korištenju osobnih podataka. Zaštita osobnih podataka u Republici Hrvatskoj osigurana je svakoj fizičkoj osobi bez obzira na državljanstvo i prebivalište te neovisno o rasi, boji kože, spolu, jeziku, vjeri, političkom ili drugom uvjerenju, nacionalnom ili socijalnom podrijetlu, imovini, rođenju, naobrazbi, društvenom položaju ili drugim osobinama. Članak 2. Zakona o zaštiti osobnih podataka propisuje da je osobni podatak svaka informacija koja se odnosi na indetificiranu fizičku osobu ili fizičku osobu koja se može identificirati. Osoba koja se može identificirati je je osoba čiji se identitet može utvrditi izravno ili neizravno, posebno na osnovi identifikacijskog broja ili jednog ili više obilježja specifičnih za njezin fizički, psihološki, mentalnim gospodarski, kulturni ili sovijalni identitet. Obrada osobnih podataka podrazumijeva svaku radnju ili skup radnji izvršenih na osobnim podacima, bilo automatskim sredstvima ili ne, kao što je prikupljanje, snimanje, organiziranje, spremanje, prilagodba ili izmjena, povlačenje, uvid, korištenje, otkrivanje putem prijenosa, objavljivanje ili na drugi način učinjenih dostupnim, svrstavanje ili kombiniranje, blokiranje, brisanje ili uništavanje, te provedba logičkih, matematičkih i drugih operacija s tim podacima. Članak 7. propisuje situacije kada se osobni podaci smiju prikupljati i dalje obrađivati:

- Uz privolu ispitanika samo u svrhu za koju je ispitanik dao privolu;
- U slučajevima određenim zakonom;
- U svrhu izvršavanja zakonskih obveza voditelja zbirke osobnih podataka;
- U svrhu sklapanja i izvršenja ugovora u kojem je ispitanik stranka;

- U svrhu zaštite života ili tijelesnog integriteta ispitanika ili druge osobe u slučaju kada ispitanik fizički ili pravno nije u mogućnosti dati svoj pristanak;
- Ako je obrada podataka nužna radi ispunjenja zadataka koji se izvršavaju u javnom interesu ili u izvršavanju javnih ovlasti koje ima voditelj zbirke osobnih podataka ili treća strana kojjoj se podaci dostavljaju;
- Ako je obrada podataka nužna u svrhu zakonitog interesa voditelja zbirke osobnih podataka ili treće strane kojoj se podaci otkrivaju, osim kada prevladavaju interesi zaštite temeljnih prava i sloboda ispitanika iz članka 1. stavka 2. Zakona o zaštiti osobnih podataka;
- Ako je ispitanik sam objavio te podatke.

4.3. Zakon o tajnosti podataka

Zakonom o tajnosti podataka se utvrđuje pojam kvalificiranih i ne kvalificiranih podataka, stupnjevi tajnosti, postupak kvalifikacije i diskvalifikacije, pristup kvalificiranim i nekvalificiranim podacima, njihova zaštita i nadzor nad provedbom Zakona. Ovaj Zakon se primjenjuje na državna tijela, tijela jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, pravne osobe s javnim ovlastima te pravne i fizičke osobe koje, u skladu sa ovim Zakonom, ostvare pristup ili postupaju s kvalificiranim i nekvalificiranim podacima. Prema članku 4. Zakona o tajnosti podataka, stupnjevi tajnosti kvalificiranih podataka su: vrlo tajno, tajno, povjerljivo, ograničeno. Pristup kvalificiranim podacima imaju osobe kojima je to nužno za obavljanje poslova iz njihovog djelokruga te koje imaju izdano Uvjerenje o obavljenoj sigurnosnoj provjeri. Državna tijela, tijela jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, pravne osobe s javnim ovlastima, te pravne i fizičke osobe ovlaštene su za podnošenje zahtjeva za izdavanje certifikata za zaposlenike, koji bi u okviru svog djelokruga, trebali imati pravo pristupa kvalificiranim podacima. Pristup kvalificiranim podacima bez certifikata imati će u okviru obavljanja poslova iz njihovog djelokruga državni dužnosnici određeni odredbama Zakona o sustavu državne uprave, zastupnici u Hrvatskome saboru, pučki pravobranitelj, suci, Glavni državni odvjetnik, zamjenici Glavnog državnog odvjetnika, ravnatelj Ureda za suzbijanje korupcije i organiziranog kriminala, te zamjenici ravnatelja Ureda za suzbijanje korupcije i organiziranog kriminala.

Dužnosnici i zaposlenici državnih tijela, tijela jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, pravnih osoba s javnim ovlastima, kao i pravne i fizičke osobe koje ostvare pristup ili postupaju s kvalificiranim i nekvalificiranim podacima, dužni su čuvati tajnost kvalificiranih podataka za vrijeme i nakon prestanka obavljanja dužnosti ili službe, sve dok je podatak utvrđen jednim od stupnjeva tajnosti ili dok se odlukom vlasnika podatka ne oslobode obveze čuvanja tajnosti. Prema članku 29. ovog Zakona, državna tijela, jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave i pravne osobe s javnim ovlastima dužne su voditi evidenciju o izvršenim uvidima i postupanju s kvalificiranim podacima.

Slika 4.2. Top secret – vrlo tajno



Izvor: https://www.bebrina.hr/izvjesce-o-provedbi-zakona-o-pravu-na-pristup-informacijama-za-2017-godinu/

4.4. Zakon o medijima

Zakon o medijima uređuje pretpostavke za ostvarivanje načela slobode medija, prava novinara i drugih sudionika u javnom informiranju na slobodu izvješćivanja i dostupnost javnim informacijama, prava i obveze nakladnika, javnost vlasništva, ostvarivanje prava na ispravak i odgovor, način obavljanja distribucije tiska, način zaštite tržišnog natjecanja, te prava i obveze drugih pravnih i fizičkih osoba koje djeluju na području javnog informiranja. U smislu Zakona o medijima, mediji su: novine i drugi tisak, radijski i televizijski programi, programi novinskih agencija, elektroničke publikacije, teletekst i ostali oblici dnevnog ili periodičnog objavljivanja

uredničkioblikovanih programskih sadržaja prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike. Javno informiranje je ono informiranje koje se ostvaruje posredstvom medija. Zakon o medijima utječe i na rad državnih tijela (lokalne i područne samouprave) kroz svoja načela, koja su:

- Sloboda medija;
- Obveze države radi poticanja pluralizma i raznovrsnosti medija;
- Dostupnost javnim informacijama;
- Zaštita privatnosti.

Načelo koje izravno utječe na rad lokalne samouprave je načelo dostupnosti javnim informacijama, pa tako članak 6. ovog Zakona propisuje da u cilju objave informacija putem medija tijela izvršne, zakonodavne i sudbene vlasti, kao i ostale pravne i fizičke osobe koje obavljaju javnu službu i/ili dužnost, dužni su davati točne, potpune i pravovremene informacije o pitanjima iz svog djelokruga. Sve informacije koje posjeduju državna tijela, tijela jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, te pravnih osoba s javnim ovlastima moraju biti dostupne novinarima pod jednakim uvijetima. Čelnik tijela ili pravne osobe dužan je u primjerenom roku dati novinarima zatražene informacije, te odgovara za točnost informacija. Čelnih tijela ili pravne osobe može uskratiti davanje informacija:

- Kada su tražene informacije radi zaštite javnog interesa na propisan način određene kao državna ili vojna tajna;
- Kada bi objavljivanje predstavljalo povredu tajnosti osobnih podataka sukladno zakonu, osim ako se njihovom objavom može spriječiti izvršenje težeg kaznenog djela ili spriječiti neposredna opasnost za život ljudi i njihovu imovinu;
- Kada je u tijeku predistražni, istražni ili sudski postupak.

4.5. Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi

Ovim se Zakonom uređuju jedinice lokalne samouprave i jedinice područne (regionalne) samouprave, njihov djelokrug i ustrojstvo, način rada njihovih tijela, nadzor nad njihovim aktima i radom te druga pitanja od značenja za njihov rad. Prema članku 5. Zakona o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samouoravi grad je jedinica lokalne samouprave u kojoj je sjedište županije te svako mjesto koje ima više od 10.000 stanovnika, a predstavlja urbanu,

povijesnu, prirodnu, gospodarsku i društvenu cjelinu. U sustav grada kao jedinice lokalne samouprave mogu biti uključena i prigradska naselja koja s gradskim naseljem čine gospodarsku i društvenu cjelinu te su s njim povezana dnevnim migracijskim kretanjima i svakodnevnim potrebama stanovništva od lokalnog značenja. Članak 17. ovog Zakona, među ostalim, propisuje da u slučaju sklapanja sporazuma o suradnji općine, grada ili županije s jedinicama lokalne i regionalne samouprave drugih država mora objaviti u službenom glasilu dotične jedinice (ako dotična jedinica nema službeno glasilo, onda objavljuje u službenom glasilu županije) što se izravno odnosi na odnose s javnošću u lokalnoj samoupravi.

Tijela jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave dužna su omogućiti građanima i pravnim osobama podnošenje predstavki i pritužbi na svoj rad kao i na rad njihovih upravnih tijela, te na nepravilan odnos zaposlenih u tim tijelima kada im se obraćaju radi ostvarivanja svojih prava i interesa ili izvršavanja svojih građanskih dužnosti. Na podnijete predstavke i pritužbe čelnik tijela jedinice lokalne samouprave, odnosno upravnih tijela tih jedinica dužan je građanima i pravnim osobama dati odgovor u roku od 30 dana od dana podnošenja predstavke ili pritužbe. Tijela jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave dužna su u službenim prostorijama na vidnom mjestu osigurati potrebna tehnička i druga sredstva za podnošenje predstavki i pritužbi (knjiga za pritužbe i slično) i omogućiti usmeno izjavljivanje predstavki i pritužbi.

Prema Zakonu, opći akti tijela jednica lokalne i područne (regionalne) samouprave prije nego što stupe na snagu, objavljuju se u službenom glasilu jedinice. Ako općina ili grad nema svoje službeno glasilo, opći akt općine ili grada objavljuje se u službenom glasilu županije.

4.6. Zakon o referendumu i drugim oblicima osobnog sudjelovanja u obavljanju državne vlasti i lokalne i područne (regionalne) samouprave

Ovim se Zakonom uređuje raspisivanje i provedba referenduma i drugih oblika osobnog sudjelovanja hrvatskih državljana s biračkim pravom u obavljanju državne vlasti i lokalne i područne (regionalne) samouprave. Referendum je oblik neposrednog odlučivanja birača u obavljanju državne vlasti o pitanjima određenim Ustavom (državni referendum) i o pitanjima iz samoupravnog djelokruga jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave određene zakonom i ustavom (lokalni referendum). Drugi oblici neposrednog odlučivanja i izjašnjavanja

birača u obavljanju državne vlasti i lokalne i područne (regionalne) samouprave su: savjetodavni referendum, mjesni zborovi građana i predstavke građana.

Prema tome, lokalni referendum može raspisati predstavničko tijelo jedinice lokalne samouprave i predstavničko tijelo jedinice područne (regionalne) samouprave gdje birači odlučuju neposredno tajnim glasovanjem. Na lokalnom referendumu imaju pravo sudjelovati birači koji imaju prebivalište na području jedinice lokalne samouprave i/ili jedinice područne (regionalne) samouprave za koju je raspisan referendum. Na savjetodavnom referendumu i zborovima građana pravo sudjelovanja imaju birači koji imaju prebivalište na području na kojem se provodi pojedini oblik neposrednog sudjelovanja u upravljanju lokalnim poslovima. Na lokalnom referendumu odlučuje se većinom birača koji su glasovali (neposrednim i tajnim glasovanjem), uz uvjet da je referendumu pristupila većina od ukupnog broja birača upisanih u popis birača jedinice lokalne samouprave, odnosno jedinice područne (regionalne) samouprave u kojoj je raspisan referendum. Odluka donesena na referendumu je obvezatna. Lokalni referendum provodi povjerenstvo za provedbu lokalnog referenduma u jedinici lokalne samouprave odnosno jedinici područne (regionalne) samouprave i odbori za provedbu glasovanja na lokalnom referendum. Referendum se raspisuje se odlukomo raspisivanju referenduma koja sadrži:

- Naziv tijela koje raspisuje referendum;
- Područje za koje se raspisuje referendum;
- Naziv akta o kojem se odlučuje na referendumu, tj. naznaku pitanja o kojem/kojima će birači odlučivati na referendumu;
- Obrazloženje akta ili pitanja o kojem/kojima se raspisuje referendum;
- Referendumsko pitanje/pitanja, tj. jedan ili više prijedloga o kojima će birači odlučivati;
- Dan održavanja referenduma.

Glasovanje na referendumu obavlja se glasačkim listićima koji sadrži pitanje tj. jedan ili više prijedloga o kojem/kojima birač treba odlučiti na referendumu. Pitanje tj. jedan ili više prijedloga na glasačkom listiću moraju biti tako napisani da birač koji glasuje može o pitanju odlučiti sa „ZA“ ili „PROTIV“ (na nedvojben način odlučiti se za jedan od ponuđenih prijedloga).

Slika 4.3. Primjer glasačkog listića za provedbu državnog referenduma



ODR-13

REPUBLIKA HRVATSKA
DRŽAVNO IZBORNO POVJERENSTVO

GLASAČKI LISTIĆ

ZA PROVEDBU DRŽAVNOG REFERENDUMA

Važna napomena:
Glasački listić popunjava se tako da se zaokruži **samo jedan odgovor** na pitanje o kojem se glasuje.

REFERENDUMSKO PITANJE:

JESTE LI ZA TO DA SE U USTAV REPUBLIKE HRVATSKE UNESE ODREDBA PO KOJOJ JE BRAK ŽIVOTNA ZAJEDNICA ŽENE I MUŠKARCA?

ZA **PROTIV**

Serijski broj 0000000

Izvor: https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/narodne-novine-objavile-referendumski-listic-20131109

Savjetodavni referendum može raspisati Vlada Republike Hrvatske za područje jedne ili više jedinica lokalne samouprave i/ili jedinica područne (regionalne) samouprave radi prethodnog pribavljanja mišljenja stanovnika tog područja o područnom ustrojstvu jedinica lokalne samouprave odnosno jedinica lokalne uprave i samouprave.

Zborovi građana sazivaju se radi izjašnjavanja građana o pojedinim pitanjima od lokalnog značenja, raspravljanja o potrebama i interesima građanja te davanja prijedloga za rješavanje pitanja od lokalnog značaja. Odluka donijeta na zboru građana obvezatna je za mjesni odbor tj. odbor gradske četvrti, ali ne obvezuje predstavničko tijelo općine ili grada.

Građani mogu podnositi predstavke građana tijelima jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave i tijelima državne vlasti. Predstavka mora biti potpisana i na njoj mora biti navedeno ime i prezime građana koji je potpisuju i njihov osobni indentifikacijski broj. Predstavke mogu podnositi građani koji imaju biračko pravo i predstavke građana ne obvezuju tijelo kojem se podnose.

5. GRAD SLAVONSKI BROD

Slavonski Brod je grad u Hrvatskoj, industrijsko, kulturno, upravno, sudsko i financijsko središte Brodsko - posavske županije, po veličini, broju stanovništva i značaju drugi grad u Slavoniji, a šesti po veličini u Republici Hrvatskoj, nakon Zagreba, Splita, Rijeke, Osijeka i Zadra. Proglašen je najljepšim gradom u Hrvatskoj, po izboru "Hrvatske turističke zajednice" za 2009. godinu. Slavonski Brod se nalazi na sjevernoj obali rijeke Save, na granici s Bosnom i Hercegovinom, središte je Brodsko - posavske županije. Predstavlja čvorište glavnih prometnih pravaca u smjeru zapad - istok i sjever - jug.

Tijekom Rimskog Carstva grad se zvao Marsonia, a od 1244. do 1934. godine Brod na Savi. U srednjovjekovnim pisanim izvorima Brod se pod imenom Brod, prema dosadašnjim spoznajama, prvi put spominje 20.srpnja 1244. godine u darovnici hrvatsko - ugarskog kralja Bele IV. Nalazio se na ušću Mrsunje u Savu i bio u posjedu znamenite i moćne feudalne obitelji Berislavića Grabarskih. Pridjev Grabarski dobili su po matičnom posjedu u selu Grabarju u blizini Slavonskog Broda. Brod kakav je u svojoj osnovi i danas u staroj jezgri izgradili su Berislavići na prijelazu 15. i 16. st. Nakon 1934. grad počinje nositi naziv Slavonski Brod.

Slika 5.1. Zastava Grada Slavonskog Broda



Izvor: https://www.slavonski-brod.hr/index.php/sbinfo/grb-i-zastava

Grad Slavonski Brod ima svoj grb i zastavu kojima se diči i koje ga obilježavaju. Oblik grba je polukružni štit. Na plavome preko srebrne / bijele grede zlatna / žuta čaplja s ribom u kljunu i rotulusom u podignutoj desnoj nozi. U gornjem desnom kutu pet šesterokrakih zlatnih / žutih zvijezda (tri, dva). Ukoliko se grb koristi s nazivom grada naziv se nalazi polukružno

ispod štita. Zastava je bijela, odnosno boje prirodne svile. Grb grada nalazi se u sredini zastave. Veličina zastave izrađuje se u omjeru 1:2, a za jarbol 2:6. Svečana zastava Grada je omjera 1:2 izrađena na svili prirodne boje, dvostruka, ravnih rubova, bez obruba, s grbom izrađenim od svile kombinirane vezom ili u zlatovezu.

Prema zadnjem popisu stanovništva koji je bio proveden 2011. godine, Grad Slavonski Brod broji 59.141 stanovnika. Površina grada iznosi oko 50,10 km2; te je prosječna gustoća naseljenosti 1.290 stanovnika/km2. Slavonski Brod ima svoju viziju, misiju i ciljeve. Vizija Grada će razvijat i jačati svoju povijesnu ulogu gospodarskog, kulturnog, obrazovnog i društvenog središta regije i pograničnog područja. Koristeći svoj povoljan geostrateški položaj, svoje ogromno kulturno i povijesno nasljeđe još od vremena Marsonie i Rimljana, Grad Slavonski Brod prerasti će u modernu tvrđavu znanja kao sveučilišni grad, grad koji brine o obrazovanju mladih ljudi koji će biti osnova za razvoj konkurentnog gospodarstva utemeljenog na novim tehnologijama. Razvijena turistička ponuda bazira se na očuvanom identitetu uređene gradske jezgre, revitaliziranom okruženju brodske tvrđave, kulturnim događanjima i ekološki očuvanoj okolini Grada i okolice. Slavonski Brod bit će grad djece i zadovoljnih ljudi koji vole svoj Brod i grad koji se rado posjećuje. Misija Grada je kontinuirano poboljšanje kvalitete života i rada ljudi u Gradu Slavonskom Brodu. Svrha cjelokupne gradske uprave, gradskih ustanova i poduzeća je učinkovitim, pravodobnim , racionalnim i nadasve kvalitetnim djelovanjem razvijati Grad kako bi Slavonski Brod kao mjesto življenja bio ugodna, sigurna i poželjna životna i radna sredina. Gradska uprava nastojat će putem pružanja javnih usluga, odgovornim upravljanjem javnim dobrima i efikasnim i transparentnim radom omogućiti brži razvoj grada, stvoriti pozitivno okruženje za razvoj gospodarstva s ciljem zadovoljstva svih njegovih žitelja. Ciljevi Grada Slavonskog Broda su:

- Razvoj gospodarstva utemeljenog na razvoju novih tehnologija;
- Grad znanja - sveučilišni grad;
- Zaštita okoliša i prostorno uređenje Grada- izgradnja komunalne i prometne infrastrukture;
- Briga i skrb o djeci i mladima kroz sve oblike i vrijeme njihova razvoja;
- Zaštita kulturne baštine;
- Promicanje turističke ponude;
- Učinkovita gradska uprava koja će omogućiti i realizirati nove projekte.

6. KAKO TO RADI SLAVONSKI BROD?

6.1. Statut Grada Slavonskog Broda

Veliki dio opsega rada i djelovanja u području odnosa s javnošću u Gradu Slavonskom Brodu uređen je Statutom Grada Slavonskog Broda. Uz sve prethodno navedene zakone, odnosi s javnošću se najviše baziraju baš na Statut kao temeljni akt Grada. Tako je prema članku 22. Statuta određeno da građani mogu neposredno sudjelovati u odlučivanju o lokalnim poslovima putem lokalnog referenduma i zbora građana. Članak 33. propisuje da građani i pravne osobe imaju pravo podnositi predstavke i pritužbe na rad tijela Grada kao i na rad njegovih upravnih tijela, te na nepravilan odnos zaposlenih u tim tijelima kada im se obraćaju radi ostvarivanja svojih prava i interesa ili izvršenja svojih dužnosti. Ostvarivanje navedenih prava osigurava se ustanovljavanjem knjige pritužbi, postavljanjem sandučića za predstavke i pritužbe, neposrednim komuniciranjem s ovlaštenim posrednicima tijela Grada, te ukoliko za to postoje tehničke pretpostavke, sredstvima elektorničke komunikacije (*e-mailom*, kontakt obrascem na internetskoj (web) stranici, *net meetingom* i *chatom*).

Nadalje, prema članku 114. propisuje se da je rad Gradskog vijeća, Gradonačelnika i upravnih tijela Grada javan. Predstavnici udruga građana, građani i predstavnici medija mogu pratiti rad Gradskog vijeća u skladu s odredbama Poslovnika Gradskog vijeća. Javnost rada Gradskog vijeća osigurava se:

- Javnim održavanjem sjednica;
- Izvještavanjem i napisima u tisku i drugim oblicima javnog priopćavanja;
- Objavljivanjem općih akata i drugih akata u službenom glasilu Grada Slavonskog Broda i na internetskoj (web) stranici Grada Slavonskog Broda.

Javnost rada Gradonačelnika osigurava se:

- Izvještavanjem i napisima u tisku i drugim oblicima javnog priopćavanja;
- Objavljivanjem općih akata i drugih akata u službenom glasilu Grada Slavonskog Broda i na internetskoj (web) stranici Grada Slavonskog Broda.

Javnost rada upravnih tijela Grada Slavonskog Broda osigurava se izvještavanjem i napisima u tisku i drugim oblicima javnog priopćavanja.

6.2. Službena internetska (web) stranica Grada Slavonskog Broda

Službena internetska (web) stranica Grada Slavonskog Broda predstavlja jedan od najvažijih i temeljnih alata odnosa s javnošću Grada Slavonskog Broda kao institucije i sredstvo javnog priopćavanja. Službenom stranicom na najjednostavniji se način uspostavljaju i održavaju odnosi sa građanima i korisnicima usluga Grada. Na taj se način osigurava sadržaj i izvor informacija koji je besplatan i jednostavan za djeljenje, tako se također može povećati broj ljudi do kojih će se prenositi određene poruke i informacije. Građani i korisnici mogu kopirati, prilagođavati, distribuirati ili slati podatke koji se objavljuju na toj stranici. Na taj način Grad omogućuje otvoren pristup informacijama. Dosadašnjim, a i daljnjim, razvojem tehnologije i internetske pismenosti građana internetska (web) stranica sve će više dobivati na važnosti i postajati možda i jedina poveznica između Grada i građana. U nastavku rada pisati će se o istraživanju provedenom u obliku anketnog upitnika o zadovoljstvu korisnika službene internetske (*web*) stranice Grada Slavonskog Broda. Službena stranica sadrži brojne podatke i informacije o svim sverama života svojih građana; od obavijesti o gradonačelniku, gradskom vijeću, gradskoj upravi, preko raznih servisnih informacija, sve do komunalnih, socijalnih, zdravstvenih, obrazovnih i drugih bitnih podataka.

Slika 6.1. Naslovnica službene internetske stranice Grada Slavonskog Broda



Izvor: https://www.slavonski-brod.hr/index.php

6.3. Službeni glasnik Grada Slavonskog Broda

Grad Slavonski Brod izdaje besplatno javno glasilo - Glasnik Slavonskog Broda. Temeljem Zakona o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi, opći akti predstavničkog tijela prije nego stupe na snagu objavljuju se u Službenom glasniku Grada Slavonskog Broda. Objavljivanjem općih akata Gradskog vijeća i Gradonačelnik u Službenom glasniku Grada Slavonskog Broda osigurava se javnost njihova rada. Na taj način želi se svim građanima približiti informacije o onome što se u gradu događa ili se treba dogoditi. Prvi broj tiskan je u studenom 2007. u nakladi od 20,000 primjeraka. Sve tiskane brojeve građani i zainteresirani korisnici mogu preuzeti u *PDF* formatu.

6.4. Servis 48 sati

Servis 48 sati je javno dostupna stranica Grada Slavonskog Broda kojom Grad želi potaknuti građanke i građane Slavonskog Broda na sudjelovanje u stvaranju boljeg i ljepšeg života u gradu. Također želi Servisom 48 sati povećati preglednost djelovanja Gradske uprave i stručnih službi, javnih poduzeća i drugih sudionika u pružanju usluga i obavljanju djelatnosti od interesa za stanovnike grada. Vizija servisa 48 sati sročena je na sljedeći način: *„Imate li ideje, prijedloge, pitanja o područjima za koja se brine grad Slavonski Brod. Mislite li da bi trebalo nešto poboljšati, urediti, promijeniti? Primjerice, ako primijetite da ne radi javna rasvjeta ili svijetli danju, da je oštećena gradska oprema, da ima problema sa smećem, da se pojavila divlja deponija…. javite se !“*

Servis 48 sati pozitivan je primjer poveznice između Grada i njegovih građana, no ne samo građana nego i drugih zainteresiranih korisnika koji ne moraju nužno živjeti i boraviti svakodnevo na području Grada Slavonskog Broda. Putem službene internetske (web) stranice Grada, svi zainteresirani pojedinci mogu svoje prijedloge poslati putem internetskog obrasca, slanjem *e-maila* ili izravnim pozivom na broj javne službe za građane.

6.5. Pravo na pristup informacijama

Grad Slavonski Brod temeljem Zakona o pravu na pristup informacijama osigurava fizičkim i pravnim osobama mogućnost da mogu od tijela javne vlasti zatražiti informaciju koju posjeduje, raspolaže ili nadzire određeno tijelo javne vlasti. Također, svim domaćim i stranim

fizičkim i pravnim osobama, na jednak način i pod jednakim uvjetima omogućuje pravo na pristup informacijama. Pravo na pristup informaciji ostvaruje se podnošenjem zahtjeva. Tijelo javne vlasti o zahtjevu za pristup informaciji odlučit će najkasnije u roku od 15 dana od dana podnošenja urednog zahtjeva. Kriterijima se propisuje visina naknade stvarnih materijalnih troškova koje plaća korisnik prava na informaciju, a koji nastaju pružanjem informacije prema Zakonu o pravu na pristup informacijama. Kriteriji za određivanje visine naknade stvarnih materijalnih troškova i troškova dostave informacije objavljuje se u Narodnim novinama, službenom glasilu Republike Hrvatske.

Ponovna uporaba informacija Grad temeljem Zakonom o pravu na pristup informacijama definirana i provodi kao uporaba informacija tijela javne vlasti od strane fizičkih ili pravnih osoba, u komercijalne ili nekomercijalne svrhe, različite od izvorne svrhe za koju su informacije nastale, a koja se ostvaruje u okviru zakonom ili drugim propisom određenog djelokruga ili posla koji se uobičajeno smatra javnim poslom. Pravo na ponovnu uporabu informacija ostvaruje se podnošenjem zahtjeva. Primjer informacija javnog sektora su razni gospodarsko - financijski podaci, podaci iz pravosuđa, prostorno-geografske informacije, statističke informacije, različiti registri i baze podataka, koji imaju potencijal za ponovnu uporabu u svrhu razvijanja novih proizvoda i usluga.

U svrhu ponovne uporabe informacija Grad Slavonski Brod je učinio svoje informacije dostupnima u elektroničkom obliku kad god je to moguće i primjereno. Grad također nema obvezu osigurati pretvorbu informacija iz jednog oblika u drugi niti osigurati uporabu dijela informacije te nema obvezu obnavljati određenu informaciju samo u svrhu ponovne uporabe. Građani svoje pravo na pristup informacijama ostvaruju podnošenjem usmenog ili pisanog zahtjeva. Pisani zahtjev se podnosi na adresu: Grad Slavonski Brod, Vukovarska 1, 35000 Slavonski Brod; a može se predati u pisarnicu Grada Slavonskog Broda ili putem elektroničke pošte: info@slavonski-brod.hr. Usmeni zahtjev primit će na zapisnik službenik za informiranje, svakim radnim danom Gradske uprave u vremenu od 7:00 do 15:00 sati. Službenik za informiranje Grada Slavonskog Broda je Jastra Ilić, mag.nov. (jastra.gubic@slavonski-brod.hr ; info@slavonski-brod.hr).

Prema službenom Izvješću o provedbi Zakona o pravu na pristup informacijama za 2018. godinu Grada Slavonskog Broda, protekle godine službenik za informiranje je zaprimio 9 zahtjeva za pristup informacijama od kojih je svih 9 bilo i riješeno tokom 2018. godine.

Prilog 6.1. Zahtjev za pristup informacijama

Zahtjev za pristup informacijama

Podnositelj zahtjeva:

_____
(ime i prezime, tvrtka, odnosno naziv)

_____
(adresa, odnosno sjedište)

_____
(telefon; e-mail)

Grad Slavonski Brod
Vukovarska 1
Službenik za informiranje

PREDMET: Zahtjev za pristup informacijama

Podaci važni za prepoznavanje informacije:

_____

_____

_____

_____

Način na koji želim pristupiti informaciji:
(zaokružite)

1. neposredan pristup informaciji,
2. pristup informaciji pisanim putem,
3. uvid u dokumente i izrada preslika dokumenata koji sadrže traženu informaciju,
4. dostavljanje preslika dokumenata koji sadrži traženu informaciju,
5. na drugi prikladan način (elektronskim putem ili drugo):

_____

_____
(vlastoručni potpis podnositelja zahtjeva)

_____
Mjesto i datum

Napomena: *Tijelo javne vlasti ima pravo na naknadu stvarnih materijalnih troškova od podnositelja zahtjeva u svezi s pružanjem i dostavom tražene dokumentacije*

Izvor: https://www.slavonski-brod.hr/index.php/pristup-informacijama

6.6. Savjetovanje sa zainteresiranom javnošću

Vlada Republike Hrvatske na sjednici održanoj 21. studenoga 2009. godine prihvatila je Kodeks savjetovanja sa zainteresiranom javnošću u postupcima donošenja zakona, drugih propisa i akata (NN140/09). Savjetovanje i uključivanje javnosti u postupak donošenja propisa provodi se kako bi se prikupile informacija o interesima, stavovima i prijedlozima zainteresirane javnosti vezanim uz određenu javnu politiku. Na taj se način istovremeno podiže razina razumijevanja i prihvaćanja ciljeva politike, te se i nedostatci javne politike koje treba na vrijeme otkloniti. Krajnji je cilj Kodeksa olakšati interakciju s građanima i predstavnicima zainteresirane javnosti u demokratskom procesu te potaknuti aktivnije sudjelovanje građana u javnom životu. Koordinator za savjetovanje sa zainteresiranom javnošću u Gradskoj upravi Grada Slavonskog Broda je Jastra Gubić, mag.nov.

Grad Slavonski Brod svake godine donosi i Plan savjetovanja s javnošću. Tako ovogodišnji plan u svom 1. stavku određuje kako su jedinice lokalne samouprave dužne provoditi savjtovanje s javnošću pri donošenju općih akata odnosno drugih strateških ili planskih dokumenata kad se njima utječe na interese građana i pravnih osoba. Planom je propisano provođenje savjetovanja s javnošću pri donošenju sljedećih općih akata za 2019. godinu:

Upravni odjel za komunalni sustav i komunalno redarstvo:

Nacrt prijedloga Odluke o komunalnoj naknadi	Siječanj 2019. godine
Nacrt prijedloga Odluke o komunalnom doprinosu	Siječanj 2019. godine
Nacrt prijedloga Odluke o komunalnom redu	Veljača 2019. godine

Upravni odjel za društvene djelatnosti:

Pravilnik o upisu djece i ostvarivanju prava i obveza korisnika usluga u Dječjem vrtiću Ivana Brlić Mažuranić Slavonski Brod	Veljača 2019. godine

Pravilnik o upisu djece i ostvarivanju prava i obveza korisnika usluga u Dječjem vrtiću Potjeh Slavonski Brod	Veljača 2019. godine

Upravni odjel za financije i računovodstvo:

Nacrt prijedloga Odluke o proračunu Grada Slavonskog Broda za 2020. godinu	Listopad 2019. godine

Upravni odjel za komunalni sustav i komunalno redarstvo:

Nacrt prijedloga Programa građenja komunalne infrastrukture na području grada Slavonskog Broda za 2020. godinu	Listopad 2019. godine
Nacrt prijedloga Programa održavanja komunalne infrastrukture na području grada Slavonskog Broda za 2020. godinu	Listopad 2019. godine

Plan se objavljuje na službenoj internetskoj stranici Grada Slavonskog Broda, a savjetovanje s javnošću provodi se preko internetske stranice Grada objavom nacrta prijedloga općeg akata ili drugog dokumenta, s obrazloženjem razloga i ciljeva koji se žele postići donošenjem akta te pozivom javnosti da dostavi svoje prijedloge i mišljenje. Savjetovanje s javnošću provodi se u pravilu u trajanju od 15 do 30 dana. Po isteku roka za dostavu mišljenja i prijedloga, nadležni upravni odjel koji je predlagatelj nacrta izrađuje Izvješće o savjetovanju s javnošću, koje sadrži zaprimljene prijedloge i primjedbe te očitovanja s razlozima za neprihvaćanje pojedinih prijedloga i primjedbi . Predmetno izvješće dostavlja se nadležnom tijelu koje je donositelj akta.

Prilog 6.2. Izvješće o provedenom javnom savjetovanju o nacrtu općeg akta Gradskoga vijeća Grada Slavonskog Broda

IZVJEŠĆE O
provedenom javnom savjetovanju o nacrtu općeg akta
Gradskoga vijeća Grada Slavonskog Broda

Nacrt Prijedloga Odluke o komunalnom doprinosu	
Grad Slavonski Brod – Upravni odjel za komunalni sustav i komunalno redarstvo	
	Početak savjetovanja: 5.veljače 2019. Završetak savjetovanja: 22. veljače 2019.
Razlozi za donošenja akta i ciljevi koji se njime žele postići	Obrazloženje akta nalazi se u prilogu nacrta akta
Je li nacrt bio objavljen na internetskim stranicama ili na drugi odgovarajući način?	DA
Način i razdoblje u kojem je provedeno savjetovanje	Internetsko savjetovanje na službenim web-stranicama Grada Slavonskog Broda provedeno je u razdoblju od 5.2.2019.-22.2.2019.
Objava dokumenata za savjetovanje	http://www.slavonski-brod.hr/index.php/ostale-vijesti/9305-savjetovanje-sa-zainteresiranom-javnoscu-nacrt-prijedloga-odluke-o-komunalnom-doprinosu
Pregled prihvaćenih i neprihvaćenih mišljenja i prijedloga s obrazloženjem razloga za prihvaćanje ili neprihvaćanje	------
Ostali oblici savjetovanja s javnošću	-----
Troškovi provedenog savjetovanja	Provedba javnog savjetovanja nije iziskivala dodatne financijske troškove.
Datum izrade Izvješća	28.2.2018
KLASA : 944-10/19-01/6 URBROJ : 2178/01-09-19-12	

Izvor: https://www.slavonski-brod.hr/index.php/okoncana-savjetovanja/9399-izvjesce-o-provedenom-savjetovanju-nacrt-prijedloga-odluke-o-komunalnom-doprinosu

6.7. Sudjelovanje zainteresirane javnosti na sjednicama Gradskog vijeća Grada Slavonskog Broda

Na temelju članka 12. Zakona o pravu na pristup informacijama i članka 36. Statuta Grada Slavonskog Broda i članka 118. Poslovnika Gradskog vijeća Grada Slavonskog Broda, na 10. sjednici Gradskog vijeća Grada Slavonskog Broda, održanoj dana 18. ožujka 2015. godine, donosi se Odluka o načinu i uvjetima sudjelovanja zainteresirane javnosti na sjednicama Gradskog vijeća Grada Slavonskog Broda.

Tako Grad osigurava da predstavnici udruga građana i građani mogu pratiti rad Gradskog vijeća, ali ne smiju remetiti red i tijek sjednice te svoju nazočnost moraju najaviti u pisanom obliku najkasnije tri dana prije održavanja sjednice. Prostorni uvjeti Velike vijećnice omogućavaju istodobnu prisutnost do 10 zainteresiranih osoba. Ukoliko je broj osoba koje se najave veći od broja raspoloživih mjesta, predsjednik Gradskog vijeća će temeljem redoslijeda pristiglih prijava odrediti osobe koje mogu pratiti rad Gradskog vijeća. Iznimno, ukoliko je broj zainteresiranih osoba veći od broja raspoloživih mjesta, a radi se o temi za koju postoji izrazito zanimanje javnosti, predsjednik Gradskog vijeća donijeti će odluku o održavanju sjednice u drugom prikladnom prostoru. Građani koji ne mogu prisustvovati sjednici Gradskog vijeća, imaju mogućnost pratiti rad sjednice putem izravnog radijskog prijenosa te putem službene internetske stranice grada.

6.8. Primjer pozitivne akcije (kampanje) koju provodi Grad Slavonski Brod

Grad Slavonski Brod provodi akciju koja istovremeno promiče rast nataliteta na području Grada Slavonskog Broda, ali i održava dobar imidž Grada kao institucije. Imidž predstavlja jedan od temeljnih alata pozitivnih odnosa s javnošću.

Kako bi se svakom prvorođenom djetetu s područja Slavonskog Broda omogućili jednaki uvjeti na početku života, bez obzira na financijske mogućnosti obitelji, Slavonski Brod je među prvim gradovima u Hrvatskoj uveo novu pronatalitetnu mjeru darivanja prvorođene djece potrebnom opremom u vrijednosti od 5.000 kuna. Obzirom da je riječ o mjeri koja roditeljima, pogotovo mladima, treba olakšati pripreme za dolazak prvorođenog djeteta, Grad Slavonski Brod poziva roditelje da dostave svoje mišljenje i eventualne dodatne prijedloge

vezane uz provođenje mjere. Majke s područja Slavonskog Broda koje će roditi svoje prvo dijete u mjesecu travnju, trebaju se obratiti u Upravni odjel za društvene djelatnosti Grada Slavonskog Broda kako bi dobile sve potrebne informacije oko dobivanja opreme. Uz ovu mjeru, Grad je ostavio i izbor onim roditeljima koji već posjeduju dio opreme za bebu ili su većih financijskih mogućnosti za kupovinu opreme iznad vrijednosti koju Grad osigurava, da jednokratnom novčanom pomoći od 1.000 kuna dopune što ono im nedostaje. U tom smislu, važno je naglasiti kako se od 1. svibnja 2018. roditelji morati prethodno na vrijeme izjasniti, minimalno mjesec dana prije očekivanog termina poroda, koji oblik pomoći za opremu za dijete žele iskoristiti. U tu svrhu potrebno je ispuniti zahtjev, koji je moguće preuzeti u Pisarnici Grada Slavonskog Broda, a uz koji treba priložiti preslike osobnih iskaznica roditelja te liječnički nalaz kao dokaz da je riječ o prvoj trudnoći majke. Nakon podnošenja zahtjeva, potrebna oprema će na vrijeme biti dostavljena roditeljima na kućnu adresu u skladu s očekivanim terminom rođenja djeteta.

Slika 6.2. Plakat akcije „Grad Slavonski Brod - oprema za prvorođeno dijete“



Izvor: https://www.slavonski-brod.hr/index.php/8302-evo-sto-sve-obuhvaca-oprema-koju-grad-daruje-za-prvorodenu-djecu

7. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA KORISNIKA SLUŽBENE INTERNETSKE (*WEB*) STRANICE GRADA SLAVONSKOG BRODA

U ovom poglavlju prikazani su rezultati anketnog upitnika o zadovoljstvu korisnika službene internetske (*web*) stranice Grada Slavonskog Broda. Dani su zaključci do kojih je došlo analizom prikupljenih podataka.

7.1. Dizajn i metodologija istraživanja

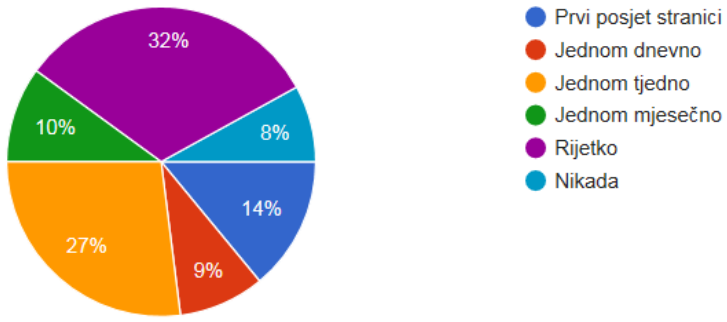
Za potrebe ovog rada provedeno je istraživanje korištenjem anketnog upitnika koji je proveden na uzorku od 100 građana Slavonskog Broda i okolice. Istraživanje je realizirano posredstvom kvantitativnih metoda od čega je korišten anketni upitnik. Anketni upitnik predstavlja posebni formular čija je svrha prikupiti podatke ispitivanjem. Anketni upitnik predstavlja unaprijed određenu listu pitanja koja se postavljaju ispitaniku. Svi ispitanici odgovaraju na isti set pitanja, koja su složena određenim redoslijedom, što omogućuje učinkovito prikupljanje podataka na velikim uzorcima (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2013).

Istraživanje je provedeno u svibnju 2019. godine putem anonimnog anketnog upitnika koji je prikazan u Prilogu ovog rada. Anketa se sastojala od 12 jednostavnih pitanja koja su kratka, jasna i smislena. Prvi dio pitanja u anketi odnosio se na navike i stavove ispitanika, dok se drugi dio pitanja odnosio na demografske i socijalne karakteristike ispitanike. Nije bilo neupotrebljivih odgovora, tj. svi ispitanici odgovorili su u potpunosti na sva pitanja u anketi. Potrebno je uzeti u obzir kako podaci dobiveni od ispitanika možda nisu u potpunosti iskreni.

7.2. Rezultati istraživanja

U ovom poglavlju analizirani su rezultati istraživanja koji su dobiveni provođenjem anketnog upitnika. Slika 7.1. pokazuje koliko često građani Slavonskog Broda i okolice posjećuju internetsku (web) stranicu Grada.

Slika 7.1. Koliko često posjećujete internetsku (web) stranicu Grada Slavonskog Broda?

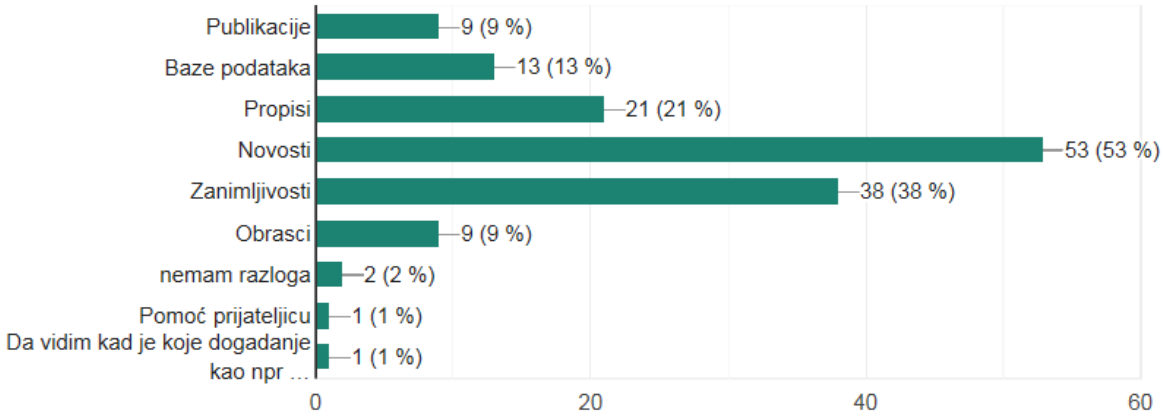


Izvor: Izrada autorice

Prema dobivenim rezultatima vidljivo je kako najveći broj ispitanika, čak njih 32% rijetko pristupa internetskoj stranici Grada. Od dobivenih rezultata 14% ispitanika je tom prilikom prvi put pristupilo internetskoj stranici Grada Slavonskog Broda, a njih 8% nikada nije pristupilo toj stranici. Nadalje, 27% ispitanika pristupa internetskoj stranici jednom tjedno, 10% jednom mjesečno, te 9% jednom dnevno.

Slika 7.2. prikazuje odgovore ispitanika na pitanje koji je razlog njhihovog posjeta službenoj internetskoj (web) stranici Grada Slavonskog Broda.

Slika 7.2. Koji je razlog Vašeg posjeta?

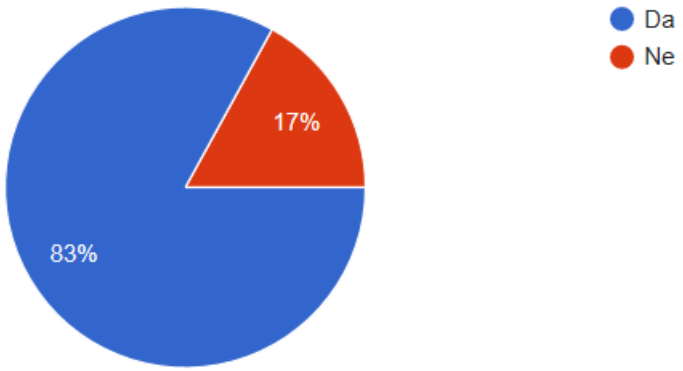


Izvor: Izrada autorice

Iz prikazanih rezultata vidljivo je kako najveći broj ispitanika pristupa službenoj internetskoj stranici Grada zbog novosti (53%) i zanimljivosti (38%). Najmanji broj ispitanika pristupa stranici zbog nekih svojih osobnih raloga koji se većinom odnose na ciljane informacije koje ih zanimaju (npr. koncerti, razna događanja i slično).

Slika 7.3. prikazuje odgovore ispitanika na pitanje da li su tražene informacije lako pronašli.

Slika 7.3. Da li ste tražene informacije lako pronašli?

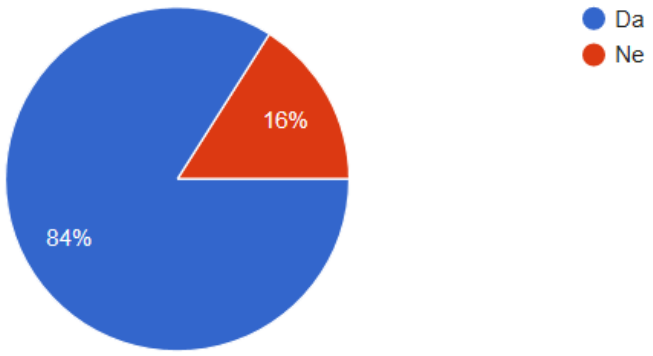


Izvor: Izrada autorice

Dobiveni odgovori ispitanika su vrlo zadovoljavajući pošto ih je čak 83% lako pronašlo informacije koje su tražili; samo 17% ih se izjasnilo suprotno.

Slika 7.4. prikazuje odgovore ispitanika na pitanje da li su informacije koje su tražili bilo jasno prikazane.

Slika 7.4. Da li su informacije bile jasno prikazane?



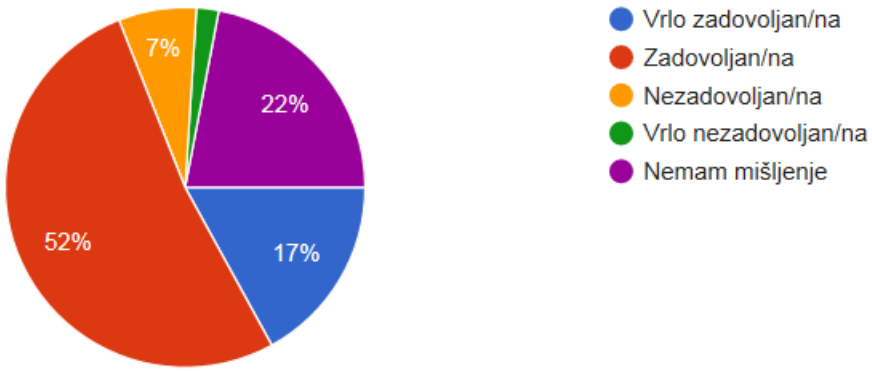
Izvor: Izrada autorice

Dobiveni odgovori ispitanika su također vrlo zadovoljavajući pošto ih se čak 84% izjasnilo kako su informacije koje su tražili bile jasno prikazane i uočljive; te ih se samo 16% izjasnilo suprotno.

Na slijedećem pitanju ispitanicima je bila pružena mogućnost kako bi sami napisali koje bi informacije također željeli i voljeli pronaći na internetskoj stranici Grada Slavonskog Broda. Neki od odgovora su sljedeći: red vožnje i cijene mjesnih i međumjesnih autobusnih karata; informacije o stipendijama; informacije o zanimljivim mjestima za posjetiti; informacije o stanju stanovništva; više sadržaja o kulturi; sportska natjecanja i događanja, vremenska prognoza; informacije o prometu; više informacija o povijesti grada. Slijedeće pitanje je također pružilo mogućnost ispitanicima da daju svoj komentar i odgovor na pitanje na koji bi im način bilo lakše snalaženje na internetskoj (web) stranici Grada. Neki od odgovora su sljedeći: bolji web dizajn; tražilica pomoću ključnih riječi; preglednost; više slika i slično.

Slika 7.5. prikazuje odgovore ispitanika na pitanje kako bi izrazili svoje zadovoljstvo ili nezadovoljstvo internetskom (web) stranicom Grada Slavonskog Broda.

Slika 7.5. Kako biste izrazili zadovoljstvo/nezadovoljstvo internetskom (web) stranicom Grada?

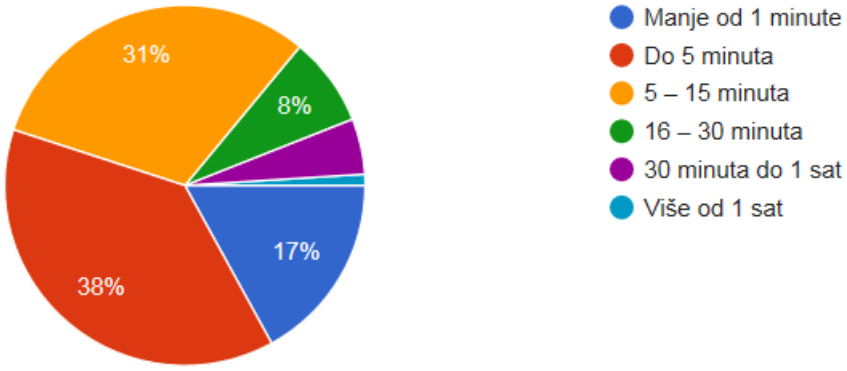


Izvor: Izrada autorice

Na postavljeno pitanje većina ispitanika odgovorila je zadovoljna, te vrlo zadovoljna internetskom (web) stranicom Grada, dok manji dio njih (22%) nema mišljenje. Najmanji dio ispitanika je nezadovoljan (7%) ili vrlo nezadovoljan (2%).

Slika 7.6. prikazuje odgovore ispitanika na pitanje koliko je trajao posjet internetskoj (web) stanici Grada Slavonskog Broda prema njihovoj procjeni.

Slika 7.6. Po Vašoj procjeni koliko je trajao posjet internetskoj (web) stranici Grada?



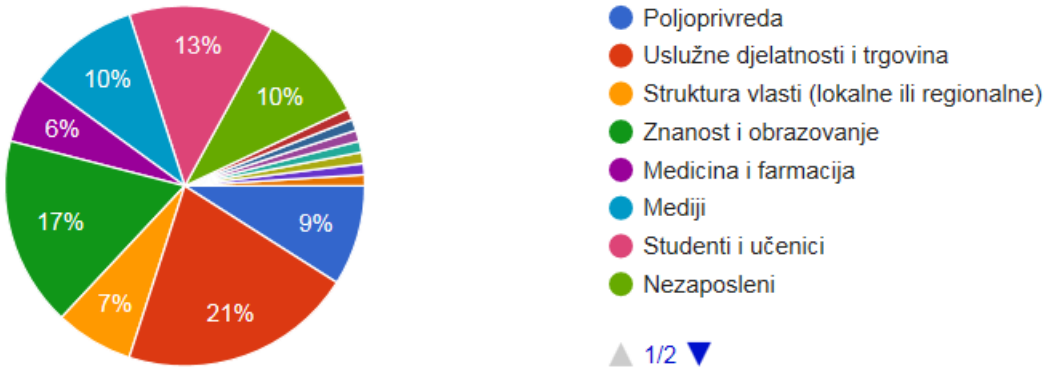
Izvor: Izrada autorice

Na postavljeno pitanje većina ispitanika je odgovorila kako je posjet internetskoj stranici Grada trajao najviše do 15 minuta; točnije njih 38% je na internetskoj stranici Grada provelo

do 5 minuta, a 31% ispitaniha od 5 do 15 minuta. Što ukazuje na kratkotrajnu skoncentriranost i usredotočenost posjetitelja internetske stranice, većinom posjetitelji dolaze sa zadanim ciljom tražeći točno određenu informaciju. Grad mora stalno obnavljati i osvježavati svoj internetsku stranicu i sadržaj na njoj kako bi ona bila zanimljiva i privlačna posjetiteljima; i kako bi, na poslijetku, što duže zadržala posjetiteljevu pažnju i natjerala ga na ponovni povratak. Najmanji broj ispitanika se zadržao na internetskoj stranici Grada duže od jednog sata, a to je samo 1% ispitanika.

Slika 7.7. prikazuje odgovore ispitanika na pitanje kojoj skupini pripadaju.

Slika 7.7. Molim navedite kojoj skupini korisnika pripadate:

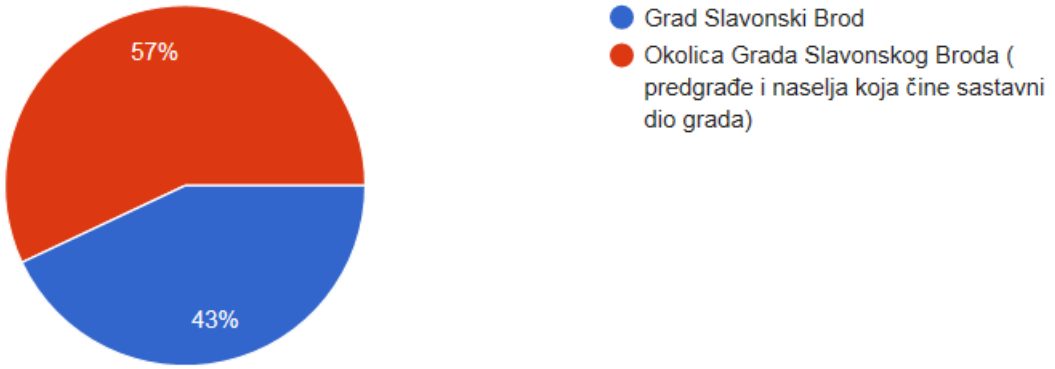


Izvor: Izrada autorice

Odgovor na ovo pitanje nudi najraznovrsniji uvid u područje rada i djelovanja ispitanika. Tako najveći broj ispitanika pripada skupini uslužnih djelatnosti i trgovine, njih 21%; nadalje 17% ispitanika pripada skupini znanosti i obrazovanja; 13% ispitanika su studenti ili učenici; 10% ispitanika pripada skupini medija; također 10% ispitanika pripada skupini nezaposlenih ispitanika; 9% ispitanika pripada skupini poljoprivrednika; 7% ispitanika pripada skupini strukture vlasti (lokalne ili regionalne); 6% ispitanika pripada skupini medicine i farmacije. Najmanji postotak njih se sam opredijelio za skupine primjerice kultura, umirovljenici, zaposleni kod privatnih osoba itd.

Slika 7.8. prikazuje odgovore ispitanika na pitanje koje je njihovo trenutno prebivalište.

Slika 7.8. Molim navedite gdje je Vaše trenutno prebivalište:

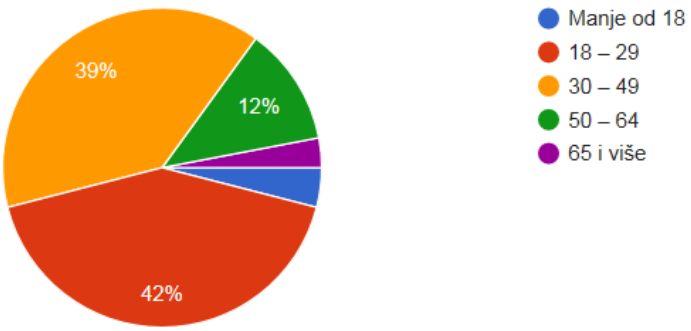


Izvor: Izrada autorice

Ovo pitanje je nudilo dva odgovora kako bi se stekao bolji uvid u rezultate i područje gdje pojedini ispitanik stanuje zbog dostupnosti internetu, računali, informatičkoj pismenosti i slično uzevši u obzir kako je informatička pismenost u pravilu uvijek zastupljenija u samom centru grada nego u njegovim ruralnim područjima. Tako je čak 57% posto ispitanika iz okolice Grada Slavonskog Broda (predgrađa i naselja koja čine njegov sastavni dio), te 43% iz samog Grada Slavonskog Broda.

Slika 7.9. prikazuje odgovore ispitanika na pitanje kojoj dobnoj skupini pripadaju.

Slika 7.9. Molim navedite kojoj dobnoj skupini pripadate:

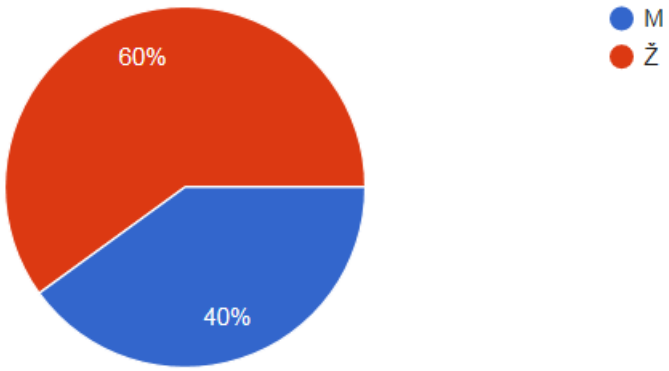


Izvor: Izrada autorice

Prema dobivenim rezultatima vidljivo je kako je u anketnom istraživanju najveći broj ispitanika, tj. njih 42% bio u dobi od 18 do 29 godina; te 39% u dobi od 30 do 49 godina. Najmanji broj ispitanika se odnosio na 3% ispitanika u dobi od 65 godina i više što je svakako bio očekivani rezultat uzevši u obzir informatičku pismenost i opremljenost ispitanika te životne dobi.

Slika 7.10. prikazuje spolnu strukturu ispitanika uključenih u istraživanje.

Slika 7.10. Molim odaberite spol:



Izvor: Izrada autorice

Prema dobivenim rezultatima vidljivo je kako je prema spolu u anketi sudjelovalo znatno više žena, tj. od ukupnog broja ispitanika njih 60% su pripadnice ženskog spola, dok 40% ispitanika čine pripadnici muškog spola.

7.3. Zaključna razmatranja

Na temelju dobivenih rezultata može se zaključiti kako mlađa populacija stanovništva (u rasponu od 20 do 40 godina) Grada Slavonskog Broda i okolice čećše pristupa službenoj internetskoj (web) stranici Grada, što je opravdano i očekivano uzevši u obzir njihovu informatičku pismenost i opremljenost, njihov način života i profesije, njihova stajališta i preference. Nasuprot tome stoji vrlo stara i vrlo mlada poluplacija stanovništa, što je također očekivani i opravdano uzevši u obzir informatičku nepismenost starije polulacije stanovništva

(65+) i nezainteresiranost najmlađe generacije stanovništa (do 18 godina). Dobiveni rezultati ukazuju na opću razinu zadovoljstva ispitanika o kvaliteti službene internetske (web) stranice Grada Slavonskog Broda, no svakako ostavljaju mjesta napretku, unaprijeđenju, osvježavanju, svakodnevnom razvoju službene internetske (web) stranice Grada. Također, rezultati ukazuju i na određenu razinu neznanje građana, korisnika o postojanju službene internetske (web) stranice Grada, te na njihovu nedovoljnu uključenost i korištenje alata koje nudi službena internetska (web) stranica Grada Slavonskog Broda. Potrebno je upoznati građane, korisnike sa tako moćnim alatom odnosa s javnošću kao što je službena internetska (web) stranica kako bi Grad olakšao svakodnevni život i onima koji informacije traže, ali i onima koji informacije pružaju.

8. ZAKLJUČAK

Niti jedna ljudska sposobost nije bila toliko presudna za razvoj civilizacije kao sposobnost prikupljanja, razmjene i primjene znanja. Civilizacija je tek proces ljudske komunikacije (Cutlip, Center, Broom, 2003). Tako se u ovom radu govorilo o uspostavljanju i održavanju odnosa, točnije odnosa s javnošću; odnosa s javnošću Grada Slavonskog Broda kao institucije. Pojedinci i grupe su oduvijek uspostavljali odnose s drugima kako bi zadovoljili obostrane želje i potrebe. Rastući odnosi međuzavisnosti u modernom društvu zahtijevaju sve kompleksnije društvene, političke i ekonomske interakcije, stoga uspostavljanje i održavanje odnosa na svim razinama društvenih sustava postalo je važno područje znanstvenih studija i profesionalne djelatnosti. Sukladno tome, u ovom radu se govorilo o odnosima između organizacije, koju predstavlja Grad Slavonski Brod i njegove javnosti, tj. ljudi koji s tom organizacijom stoje u odnosu međusobne ovisnosti i uključenosti. Sam pojam *odnosa s javnošću* vezan je uz upravljanje odnosima između organizacije – Grada i javnosti - stanovnika Grada i okolice.

Odnosi s javnošću u svim lokalnim upravama, tako i u Gradu Slavonskom Brodu moraju ići u susret promjenama, ali ne bezkompromisno. Odnosi s javnošću ovim su radom opisani na način da idu ruku pod ruku s javnim službama jer su duboko povezani javnim interesima. Uspostavljanje odnosa s javnošću od ključnog je značaja za izgradnju povjerenja javnosti u lokalne vlasti i organizacije koje pružaju te usluge. Niti jedan drugi sektor odnosa s javnošću ne nudi toliko raznovrstan, opsežan i izazovan broj javnih usluga na lokalnom nivou. Ovim radom definirani su ključni termini i načini uspješnih odnosa s javnošću na lokalnoj razini počevši od povijesnog razvoja odnosa s javnošću, preko vlasti i politike, timova za odnose s javnošću i komunikacije, strateškog komuniciranja, komunikacije lokalnih vlasti sa građanima i sa korisnicima usluga, partnerske komunikacije, komunikacije kampanje, komunikacije sa medijima, komunikacije u digitalnom svijetu koja predstavlja najveći i svakodnevni napor i ulaganje itd. Radom su također nabrojani i interpretirani najvažniji zakoni koji uređuju područje odnosa s javnošću, a to su: Zakon o pravu na pristup informacijama, Zakon o zaštiti osobnih podataka, Zakon o tajnosti podataka, Zakon o medijima, Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi, Zakon o referendumu i drugim oblicima osobnog sudjelovanja u obavljanju državne vlasti i lokalne i područne (regionalne) samouprave.

Glavni i temeljni dio rada opisivao je na koji način Grad Slavonski Brod provodi i obavlja svoje odnose s javnošću i zadaće odnosa s javnošću. Statut Grada Slavonskog Broda predstavlja njegov temeljni akt i propisuje najvažnije zadaće, zadatke, prava ali i ograničanja provođenja odnosa s javnošću. Od svih modernih alata odnosa s javnošću rad najviše pozornosti pridaje službenoj internetskoj (web) stranici Grada Slavonskog Broda o čijoj je kvaliteti bilo provedeno i zananstveno istraživanje na temu „Anketni upitnik o zadovoljstvu korisnika internetske (web) stranice Grada Slavonskog Broda“. Temeljem dobivenih rezultata ukazuje se na opću razinu zadovoljstva ispitanika o kvaliteti službene internetske (web) stranice Grada Slavonskog Broda, no svakako ostavlja mjesta napretku, unaprijeđenju, osvježavanju, svakodnevnom razvoju službene internetske (web) stranice Grada. Osim interneste (web) stranice u radu su se analizirali i drugi oblici i alati odnosa s javnošću od kojih su sljedeći: Službeni glasnik Grada Slavonskog Broda; servis 48h; institucija službenika za informiranje. Također su objašnjeni i analizirani postupci savjetovanja sa zainteresiranom javnošću; postupci sudjelovanja zainteresirane javnosti na sjednicama Gradskog vijeća Grada Slavonskog Broda; te primjer pozitivnih akcija koje provodi Grad.

Kroz rad su bile postavljene temeljne teze i pitanja uspješnih odnosa s javnošću kao takvih, ali i odnosa s javnošću u konkretnom slučaju Grada Slavonskog Broda. Kroz principe javnog interesa i zadovoljstva svojih građana, ocjenjuje se zadovoljstvo odnosima s javnošću. Grad od oko 60 000 stanovnika na kvaliteta način provodi svoje odnose s javnošću i odgovara na svakodnevne tražene promjene i unaprijeđuje svoje usluge. Kvalitetno se posvećuje svim svojim građanima, ali i trenutnim prolaznim korisnicima usluga, no uvijek ima mjesta napretku, poboljšanju i inovativnosti. Razvojem potreba razvija se i Grad, te tako odnosi s javnošću donose obostranu korist i zadovoljstvo.

9. POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Brown, J., Gaudin, P., Moran, W. (2013). *PR and Comunication in Local Government and Public Services.* Great Britain: Kogan Page Limited.
2. Cutlip, S. M., Center A. H., Broom, G. M. (2003). *Odnosi s javnošću*. Zagreb: Mate.
3. Osredečki, E. (2007). *Odnosi s javnošću: sve što biste trebali znati o osnovama odnosa s javnošću*. Samobor: Naklada „Edo".
4. Tomić, Z. (2013). *Teorije i modeli odnosa s javnošću*. Zagreb/Sarajevo: Synopsis.
5. Tkalac Verčić A., Sinčić Ćorić D. i Pološki Vokić N. (2013). *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada u društvenim istraživanjima*. Zagreb: M.E.P. d.o.o.

Zakoni i propisi:

1. Zakon o pravu na pristup informacijama, NN 25/13, 85/15
2. Zakon o zaštiti osobnih podataka, NN 103/03, 118/06, 41/08, 130/11, 106/12
3. Zakon o tajnosti podataka, NN 79/07, 86/12
4. Zakon o medijima, pročišćeni tekst zakona, NN 59/04, 84/11, 81/13
5. Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi, NN 33/01, 60/01, 129/05, 109/07, 125/08, 36/09, 36/09, 150/11, 144/12, 19/13, 137/15, 123/17
6. Zakon o referendumu i drugim oblicima osobnog sudjelovanja u obavljanju državne vlasti i lokalne i područne (regionalne) samouprave, NN 33/96, 92/01, 44/06, 58/06, 69/07, 38/09, 100/16, 73/17
7. Statuta Grada Slavonskog Broda, Službeni vjesnik Brodsko-posavske županije, broj 14/01., 10/05., 2/06., 19/07. i 1/08.

Internetski i elektronički izvori:

1. https://www.slideshare.net/Ankica-Mamic/ankica-mamic-izrada-komunikacijske-strategije (06.05.2019.)
2. https://www.ch.ch/en/demokratie/political-rights/referendum/how-to-launch-an-optional-referendum-at-federal-level/ (06.05.2019.)

3. https://lolamagazin.com/2017/03/29/sta-zivot-zna-sto-instagram-ne-zeli-znati/ (06.05.2019.)
4. https://hr-hr.facebook.com/ (06.05.2019.)
5. https://www.bebrina.hr/izvjesce-o-provedbi-zakona-o-pravu-na-pristup-informacijama-za-2017-godinu/ (07.05.2019.)
6. https://www.bebrina.hr/izvjesce-o-provedbi-zakona-o-pravu-na-pristup-informacijama-za-2017-godinu/ (08.05.2019.)
7. https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/narodne-novine-objavile-referendumski-listic-20131109 (08.05.2019.)
8. https://www.slavonski-brod.hr/index.php/sbinfo/grb-i-zastava (10.05.2019.)
9. https://www.slavonski-brod.hr/index.php (10. i 11.05.2019.)
10. https://www.slavonski-brod.hr/index.php/pristup-informacijama (11.05.2019.)
11. https://www.slavonski-brod.hr/index.php/okoncana-savjetovanja/9399-izvjesce-o-provedenom-savjetovanju-nacrt-prijedloga-odluke-o-komunalnom-doprinosu (11.05.2019.)
12. https://www.slavonski-brod.hr/index.php/8302-evo-sto-sve-obuhvaca-oprema-koju-grad-daruje-za-prvorodenu-djecu (12.05.2019.)

10. POPIS SLIKA I PRILOGA

Popis slika:

Slika 3.1. Model planiranja u odnosima s javnošću.....15
Slika 3.2. Ilustracija provođenja referenduma.....17
Slika 3.3. Instagram.....22
Slika 3.4. Facebook.....23
Slika 4.1. Pravo na pristup informacijama.....26
Slika 4.2. Top secret – vrlo tajno.....30
Slika 4.3. Primjer glasačkog listića za provođenje državnog referenduma.....34
Slika 5.1. Zastava Grada Slavonskog Broda.....35
Slika 6.1. Naslovnica službene internetske stranice Grada Slavonskog Broda.....38
Slika 6.2. Plakat akcije „Grad Slavonski Brod – oprema za prvorođeno dijete“.....46
Slika 7.1. Koliko često posjećujete internetsku (web) stranicu Grada Slavonskog Broda?.....47 i 48
Slika 7.2. Koji je razlog Vašeg posjeta?.....48
Slika 7.3. Da li ste tražene informacije lako pronašli?.....49
Slika 7.4. Da li su informacije bile jasno prikazane?.....49 i 50
Slika 7.5. Kako biste izrazili zadovoljstvo/nezadovoljstvo internetskom (web) stranicom Grada?.....50 i 51
Slika 7.6. Po Vašoj procjeni koliko je trajao posjet internetskoj (web) stranici Grada?.....51
Slika 7.7. Molim navedite kojoj skupini korisnika pripadate:.....52
Slika 7.8. Molim navedite gdje je Vaše trenutno prebivalište:.....53
Slika 7.9. Molim navedite kojoj dobnoj skupini pripadate:.....53
Slika 7.10. Molim odaberite spol:.....54

Popis priloga:

Prilog 6.1. Zahtjev za pristup informacijama.....41 i 42
Prilog 6.2. Izvješće o provedenom javnom savjetovanju o nacrtu općeg akta Gradskog vijeća grada Slavnoskog Broda.....43 i 44

11. PRILOG: ANKETNI UPITNIK

Anketni upitnik o zadovoljstvu korisnika internetske (web) stranice Grada Slavonskog Broda

Internetska (web) stranica Grada Slavonskog Broda predstavlja jedan od najvažnijih i temeljnih alata odnosa s javnošću Grada Slavnoskog Broda; stoga u svrhu znanstvenog rada „Odnosi s javnošću Grada Slavonskog Broda“ provodim istraživanje na temu zadovoljstva korisnika (posjetitelja) internetske (web) stranice Grada. Molim Vas da izdvojite nekoliko minuta za ispunjavanje ankete kako bi se dobile potrebne informacije. Vaši odgovori koristiti će se isključivo za potrebe izrade rada, a anketa je u potpunosti anonimna.

Unaprijed se zahvaljujem na odgovoru.

1. Koliko često posjećujete internetsku (web) stranicu Grada Slavonskog Broda?
   - Prvi posjet stranici
   - Jednom dnevno
   - Jednom tjedno
   - Jednom mjesečno
   - Rijetko
   - Nikada

2. Koji je razlog Vašeg posjeta?
   - Publikacije
   - Baze podataka
   - Propisi
   - Novosti
   - Zanimljivosti
   - Obrasci
   - Ostalo (molim navesti:_____)

3. Da li ste tražene informacije lako pronašli?

- Da
- Ne

4. Da li su informacije bile jasno prikazane?
   - Da
   - Ne

5. Koje informacije biste također voljeli pronaći na internetskoj (web) stranici Grada?
   Molim navedite koje:_____

6. Na koji bi Vam način bilo lakše snalaženje na internetskoj (web) stranici Grada?
   Molim navedite načine:_____

7. Kako biste izrazili zadovoljstvo/nezadovoljstvo internetskom (web) stranicom Grada?
   - Vrlo zadovoljan/na
   - Zadovoljan/na
   - Nezadovoljan/na
   - Vrlo nezadovoljan/na
   - Nemam mišljenje

8. Po Vašoj procjeni koliko je trajao posjet internetskoj (web) stranici Grada?
   - Manje od 1 minute
   - Do 5 minuta
   - 5 – 15 minuta
   - 16 – 30 minuta
   - 30 minuta do 1 sat
   - Više od 1 sat

9. Molim navedite kojoj skupini korisnika pripadate:
   - Poljoprivreda
   - Uslužne djelatnosti i trgovina
   - Struktura vlasti (lokalne ili regionalne)
   - Znanost i obrazovanje

- Medicina i farmacija
- Mediji
- Studenti i učenici
- Nezaposleni
- Ostalo (molim navesti:_____)

10. Molim navedite gdje je Vaše trenutno prebivalište:
    - Grad Slavonski Brod
    - Okolica Grada Slavonskog Broda (predgrađe i naselja koja čine sastavni dio grada)

11. Molim navedite kojoj dobnoj skupini pripadate:
    - Manje od 18
    - 18 – 29
    - 30 – 49
    - 50 – 64
    - 65 i više

12. Molim odaberite spol:
    - M
    - Ž

12. IZJAVA

VELEUČILIŠTE BALTAZAR ZAPREŠIĆ

Izjava o akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta:

Matični broj studenta:

Naslov rada:

Svojim potpisom jamčim:

- da sam jedini/a autor/ica ovog rada.
- da su svi korišteni izvori, kako objavljeni, tako i neobjavljeni, adekvatno citirani i parafrazirani te popisani u bibliografiji na kraju rada.
- da ovaj rad ne sadrži dijelove radova predanih ne Veleučilištu Baltazar Zaprešić ili drugim obrazovnim ustanovama.
- da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj, te da je to verzija rada koju je odobrio nastavnik.

Potpis studenta

_____