

# ISTRAŽIVANJE O ODNOSIMA SA JAVNOŠĆU U LOKALNOJ SAMOUPRAVI

- Program: *PRibližimo opštinu građanima* -

Beograd, 3. novembar 2009.

# PODRŠKA PROJEKTU

Projekat su podržali:

- Društvo Srbije za odnose s javnošću



Društvo Srbije za odnose s javnošću

- Balkanski fond za demokratiju

**B | T | D** The Balkan Trust for Democracy

A PROJECT OF THE GERMAN MARSHALL FUND

# PROJEKAT

- “Istraživanje o stanju struke odnosa sa javnošću u jedinicama lokalne samouprave u Srbiji” pripremio je i izveo Centar modernih veština, pod rukovodstvom **Miloša ĐAJIĆA**
  - Realizaciju je vodila **Marija RADIVOJEVIĆ**
  - Obrada podataka **Branislav MIJATOVIĆ**
  - Interpretacija nalaza **Prvoslav S. PLAVŠIĆ**
- Ranije slično istraživanje, prezentovano pod naslovom “Stanje i stavovi o odnosima s javnošću u lokalnoj samoupravi”, izvedeno je 2005. godine



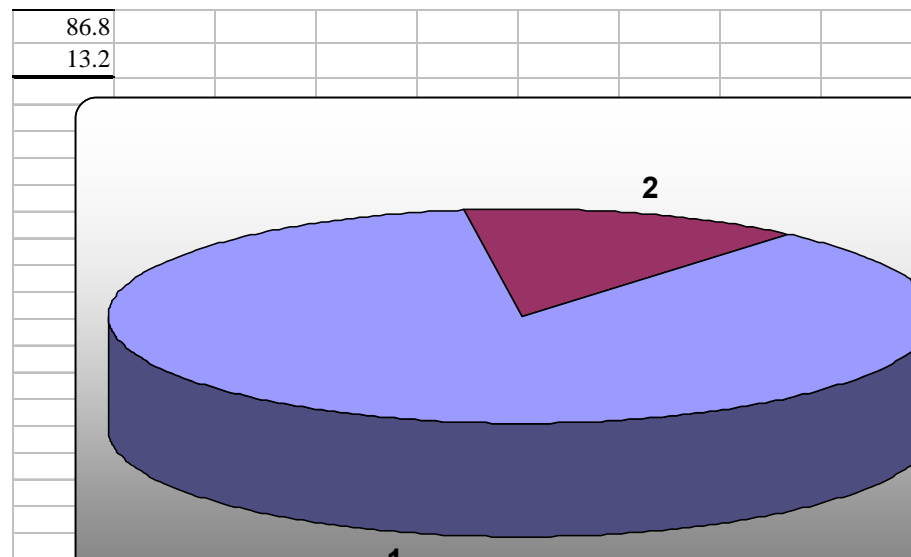
# UZORAK I UPITNIK

- Istraživanje je, slično prethodnom, zamišljeno kao cenzus – upitnik je tokom avgusta 2009. godine poslat na adrese 167 opština u Srbiji (faksom, mejlom, poštom)
- U pismu je naglašeno da je cilj da se stekne uvid u stanje struke odnosa sa javnošću u jedinicama lokalne samouprave da bi se potpunije ostvario program “PRibližimo opštinu građanima”
- Upitnik je imao 24 pitanja, ali na njegov prvi deo odgovara neko iz rukovodeće strukture opštine/grada, a na drugi deo oni koji se bave informisanjem ili odnosima sa javnošću
- Dobijeno je 145 upitnika (odziv 86.8%), odnosno 95 kompletnih odgovora (56.9% od 167) iz sredina gde su sistematizovani ovi poslovi

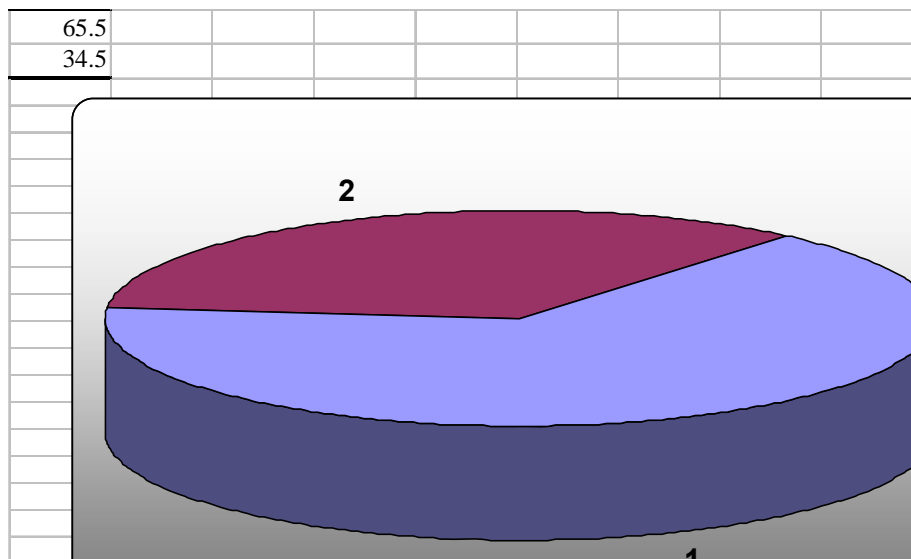


# OPŠTINE I POSTOJANJE PR

	Odziv	
Poslato upitnika	167	100.0
1. Priljeno upitnika	145	86.8
2. Bez odziva	22	13.2



	Sa ili bez PR	
Priljeno upitnika	145	100.0
1. Opština (grad) ima PR	95	65.5
2. Opština (grad) nema PR	50	34.5



# CILJ PROGRAMA

- Rečeno je da je “cilj programa da se zaposlenima u lokalnoj samoupravi pruži stručna podrška za uspešnu i efikasnu komunikaciju sa lokalnom zajednicom, unapređenje medijskog praćenja aktivnosti opština, službi i odeljenja za čiji su rad odgovorni, kao i za prevazilaženje problema sa kojima se sreću u svakodnevnom radu”
- Smisao i funkcionalnost kratko su objašnjeni dodatkom: “Uz zahvalnost na saradnji, srdačno Vas pozdravljamo i radujemo susretu na nekom od seminara koje ćemo organizovati u okviru ovog programa”



# SISTEMATIZACIJA

- Više od trećine (35%) anketiranih navodi da je u njihovoj opštini (gradu) sistematizacijom predviđena služba koja se bavi informisanjem i odnosima sa javnošću
- U skoro dve trećine slučajeva (preko 64%) sistematizacijom je predviđeno (samo) lice koje se bavi ovim poslovima
- U onim opštinama (gradovima) iz kojih nije stigao odgovor, odnosno kompletan drugi deo upitnika, ovakve službe, odnosno lica, ili nisu obuhvaćeni sistematizacijom, ili oni nisu aktivni



# STRUKTURA ZAPOSLENIH

- Na osnovu 95 popunjenih upitnika može se zaključivati o trenutnoj strukturi ljudi angažovanih na ovim poslovima u lokalnoj samoupravi
- Shodno ranijim podacima i očekivanjima, preovlađuju žene (61%), dok je muškaraca oko 39%
- Obrazovna struktura je zaista povoljna i u proseku je viša u odnosu na mnoge druge službe i poslove
- Jedna petina od njih ima srednju školu, oko 15% višu školu, čak 57% fakultet, a skoro 8% je završilo i postdiplomske studije
- Usmerenja na svim ovim nivoima su veoma različita
- Ipak, malo je onih koji su se školovali pre svega za odnose sa javnošću

# DOMEN POSLOVA

- U 40% slučajeva (dve petine) ovi ljudi se bave samo poslovima informisanja ili odnosima sa javnošću
- Mnogo je više onih – 60% (tri petine) koji pored drugih poslova obavljaju i poslove informisanja ili odnosa sa javnošću
- Procentualno poslovi informisanja i PR su u radnim obavezama naših respondenata zastupljeni na veoma različitom nivou – od 5%, 10% ili 20% sve do 70%, 80% pa i preko 90%, što pokazuje da pravila nema, odnosno da su situacije po opštinama (gradovima) neujednačene
- Nepovoljna struktura ovih aktivnosti često ne ide u prilog potpunog zadovoljavanja potreba građana...



# NOVINARSKO ISKUSTVO

- Ka ovim poslovima usmeravaju se ljudi raznih obrazovnih profila, i to ne samo mlađi nego i ljudi sa izvesnim radnim iskustvom
- Blizu polovine ispitanih (47%) kaže da je radila u novinarstvu (neki od njih imaju višegodišnji staž)
- Preko 53% nema to iskustvo, što je uslovljeno i uzrasnom strukturom ispitanih – reč je o relativno mlađim ljudima koji se bave (i) odnosima sa javnošću
- Naime, samo 3% anketiranih mlađe je od 25 godina, 43% ima od 26 do 35 godina, 33% ima od 36 do 45 godina, oko 15% od 46 do 55 godina, a 6% ima 56 i više godina



# AKTIVNOSTI NA PR POSLU

Aktivnosti na radnom mestu PR		% odgovora	% anketiranih
1	Saopštenja za javnost	13.0	88.4
2	Konferencije za novinare	11.2	75.8
3	Organizacija specijalnih događaja	10.5	71.6
4	Konsultantski poslovi za rukovodstvo	8.2	55.8
5	Uređivanje internet stranice (Web-sajta)	9.1	62.1
6	Priprema biltena i drugog informativnog materijala	7.8	52.6
7	Priprema promotivnog materijala	8.1	54.7
8	Interna komunikacija	7.9	53.7
9	Press kliping	5.4	36.8
10	Planiranje i realizacija kampanja	4.0	27.4
11	Sponzorstva i donacije	3.6	24.2
12	Protokol	8.7	58.9
13	Nešto drugo	2.5	16.8
<b>UKUPNO:</b>		<b>100.0</b>	



# ŠIROK SPEKTAR POSLOVA

- Iskazi o obavljanju određenih poslova prikazani su u tabeli na dva načina: *Prvo*, u odnosu na ukupan broj odgovora (100%), i *drugo*, u odnosu na ukupan broj ispitanika (više od 100% u zbiru odgovora)
- Najzastupljeniji su “klasični” poslovi u više od trećine odgovora – saopštenja za javnost, organizacija konferencija za novinare i specijalnih događaja
- U drugoj grupi su uređivanje web-stranice, priprema promotivnog materijala, konsultantski poslovi za rukovodstvo pa i interna komunikacija
- Ostali poslovi su mnogo ređi a posebno je nepovoljna činjenica što je malo planiranja i realizacije kampanja



# UTICAJ NA ODLUKE

- Pitanje se odnosilo na respondentov uticaj na odluke u vezi komunikacije koje donosi rukovodstvo, čime se ostalo u domenu nadležnosti odnosa sa javnošću
- Petina ispitanika (20%) odgovara potvrdno, oko jedne šestine (16.8%) odrečno, a skoro dve trećine (preko 63%) kaže da takav uticaj ima ponekad
- Odgovori su verovatno realni, mada to ne znači i da su međusobno homogeni, posebno u ovom poslednjem slučaju...

# USLUGE AGENCIJA

- Reč je o uslugama specijalizovanih agencija za odnose sa javnošću i istraživanja
- Takvih agencija u Srbiji ima nekoliko desetina, i to ne samo u Beogradu nego i u drugim mestima
- One su veoma aktivne i obavljaju mnoge poslove u raznim delatnostima, za razne institucije i privredu
- Skoro jedna četvrtina (preko 23%) ispitanih kaže da su koristili usluge ovakvih agencija, dok više od tri četvrtine (77%) odgovara suprotno
- Jasno je da ono što je dosta uobičajeno na višim nivoima vlasti (od Vlade Srbije do akcija niza ministarstava) nije tako često u našoj lokalnoj samoupravi



# ZAINTERESOVANOST

- Imajući u vidu broj ljudi koji se bave poslovima informisanja i odnosa sa javnošću u opštinama (gradovima) a u svom školovanju nisu imali ovakvo usmerenje, ne čudi njihova zainteresovanost da pohađaju program namenjen onima koji rade ove poslove u lokalnoj samoupravi
- Oko 96% anketiranih to potvrđuje, a samo četvorica odbijaju (polovina je starija od 55 godina)
- Isto tako, 100% respondenata je zainteresovano za povezivanje u PR mrežu sa kolegama iz drugih opština (gradova), a 99% bi želelo da dobije i rezultate istraživanja u kojem učestvuju

# MALO ČLANOVA DSOJ

- Veoma agilno i uspešno u radu sa članstvom, *Društvo Srbije za odnose sa javnošću*, ima posebne akcije i Sekciju za PR u lokalnoj samoupravi
- DSOJ i Centar modernih veština saraduju u razvoju odnosa sa javnošću širom Srbije, ali to još nije dalo dovoljne rezultate u privlačenju članova iz ovih sredina, što je uslovljeno pre svega nestabilizovanom pozicijom ove delatnosti u lokalnoj samoupravi
- Od 95 anketiranih ovoga puta samo dvoje kaže da je učlanjeno u DSOJ, 78% nije, a oko 20% priznaje da nije dovoljno upoznato sa radom ove organizacije
- Eto potrebe i mogućnosti za dalji angažman i CMV i DSOJ...

# REZIME

- Pokazalo se da ima razloga za redovnim istraživanjem stanja u PR službama opština i gradova jer **njihov razvoj oscilira a delatnost nije uvek kontinuirana ni ekipirana**
- Prethodno ispitivanje 2005. godine naišlo je na solidan odziv ljudi iz tih sredina i dalo osnov za kasnije komparativne studije
- Telefonska anketa CMV 2007. godine pokazala je da 76 opština (46% od 167) ima službu ili lice zaduženo za informisanje (službu ima 34%, a 66% ima samo jedno lice za ove poslove). Mnogo opština (91 ili 54%) nema ni službu ni službenika čiji bi to bio zadatak



- Ovoga puta bilo je 95 (ili 57%) opština (gradova) gde u sistematizaciji postoje ili službe (više od trećine) ili lice (skoro dve trećine) za informisanje i/ili odnose sa javnošću
- Reč je o relativno mlađim i veoma obrazovanim osobama, pre svega ženama, doduše sa nedovoljnim specijalizacijskim školovanjem za PR
- Njima su povereni mnogi poslovi, koji utiču na njihovu poziciju, ali to često nisu samo oni u vezi sa informisanjem i odnosima sa javnošću
- Gotovo polovina od njih ima novinarsko iskustvo, a od poslova česta je priprema saopštenja za javnost i konferencija za novinare, dok je manje npr. kampanja i ostalih PR aktivnosti

- Ostvaruje se izvestan uticaj na odluke u vezi sa komunikacijom, koriste se ponegde usluge specijalizovanih agencija za PR ili istraživanja, a praktično svi anketirani su zainteresovani da pohađaju seminare sa programom za lokalnu samoupravu u domenu informisanja i PR
- Oni su zainteresovani i za povezivanje u PR mrežu sa kolegama iz drugih opština, što do sada nije uspevalo, ali su veoma retko članovi Društva Srbije za odnose sa javnošću
- U celini uzev, situacija u ovoj delatnosti nije loša, ali zabrinjava što je njen razvoj neizvestan i promenljiv, napredak s obzirom na potrebe javnih službi i građana, nedovoljan a kadrovi slabo integrisani u širi strukovni kontekst

