

TÓTKOMLÓS VÁROS ÖNKORMÁNYZATÁNAK
KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIÁJA

„Az együttműködés stratégiája!”

A polgári összefogás részletes programjának egyik legfontosabb eleme a nyilvánosság biztosítása.

Hova tartunk?

Cél: Tótkomlós sikeres város legyen.

Tótkomlós városa képes maga iránt keresletet támasztani és kielégíteni azt!

Az önkormányzati kommunikáció a városmarketing meghatározó eleme, minősége a lehetőségeit is megszabja.

A városmarketing a városfejlesztés egyik fontos önkormányzati eszköze, amelynek segítségével bővíthetők a gazdaság fejlesztéséhez szükséges források; befektetőket, munkaerőt, turistákat, szolgáltató intézményeket vonzhat.

A városmarketing program alapvetően kettős célt fogalmaz meg:

- Erősíteni kívánja az itt élők kötődését a városhoz,
- Hozzá kell járulnia a városról kialakított kép tudatos formálásához a városon belül, az országon belül és az országon kívül is.

Az Alkotmány és különféle törvények előírják az önkormányzat számára a társadalmi felelősséget és a társadalmi kommunikációban való részvételt, emellett a közérdekű információk közzététele feladata is az önkormányzatnak. A nyilvánosság megteremtése az információs társadalom alapeleme.

Az önkormányzati kommunikációs stratégia alapja:

A magas fokú társadalmi nyilvánosság megteremtése: A közérdekű információk az önkormányzat által történő, mindenki számára hozzáférhető közzététele.

Az önkormányzati kommunikációs stratégia feladata:

Az önkormányzatnál a fejlesztési stratégia részeként megbízható alapot kell teremteni egy költséghatékony, átgondolt kommunikációs folyamat megtervezéséhez és megszervezéséhez (önkormányzati PR).

Célja:

A városlakók, az önkormányzat és a környezete kölcsönös előnyökön alapuló kapcsolatának alakítása; a megértés, az összhang és a pozitív viselkedés elérése, illetve fenntartása a városlakók, a városban élő kisebbségek, a civil szféra és más társadalmi és

gazdasági csoportosulások körében, amelyektől küldetése teljesítésében az önkormányzat függ. Alapvető feladata az önkormányzat/polgármesteri hivatal számára a kedvező környezet kialakítása és fenntartása.

A tervezésnél nem szabad figyelmen kívül hagyni:

- Az önkormányzat a legnagyobb hírforrás
- Az önkormányzatnak a kormányzatétól eltérő sajátosságait
- A közvélemény jellegzetességeit

Az önkormányzatnak a kormányzatétól eltérő sajátosságai vannak:

- Jóval közvetlenebb kontaktus az állampolgárokkal
- A vezető személyiségek kommunikációs hatalmának/színvonalának a jelentősége
- A helyi állampolgári érdekek és érzékenység nagyobb jelentősége
- Az országos (média) hírérték kisebb, de a helyi jelentős

A közvélemény: A társadalmi élet egyes jelenségeiről, eseményeiről az érdekek és értékek közössége által összefűzött szociális csoportok legáltalánosabb és leginkább érvényre jutó nem hivatalos felfogása, amelynek jellegzetességei vannak:

- Viszonylag ritkán mutatkozik meg általános társadalmi véleményként
- Közömbös problémáról nem alakul ki társadalmilag hatásos vélemény
- Mindig értékkel (az érdekérintettség tudatában formálódik meg)
- Fontos információkat továbbít úgy, hogy az egyes ember (csoport) saját érdekkomplexumán és értékrendjén keresztül megszűri,
- Az információkat pozitív-negatív összefüggésben osztályozza, magyarázza, motiválja, hozzátesz vagy elvesz belőle.

A közvélemény nem azonos:

- mindenki véleményével (mert ilyen nincs)
- a közhangulattal (a történetileg kialakult beállítódások, pl. anyanyelv szeretete, az árulók megvetése)
- a népérzülettel („a közvélemény háborog”)
- a tömeggel („a közvélemény nyomására”)
- egy ember véleményével

A közvélemény tárgya:

- Nehezen határozható meg
- Többnyire aktuális, pontosan körülírható és fontos társadalmi probléma, amely többféle véleménynyilvánítási és cselekvési lehetőséget biztosít.

A szóbeszéd: az a tevékenység, amikor egy városlakó információt ad át egy másik városlakónak.

Az önkormányzati PR feladatai:

- Az önkormányzat iránti bizalom építése
- A környezet támogatásának megnyerése az önkormányzat céljai iránt
- A környezet megértésének (tolerancia- készségének) fejlesztése az önkormányzat iránt
- A környezet és az önkormányzat együttműködési készségének fejlesztése
- A konszenzus kialakítása

A városvezetés szintjén jelentkező feladatok:

- A PR szemlélet, a kommunikációs filozófia, a PR stratégia és stílus érvényesítése
- A környezeti visszacsatolás eredményeként szükségessé váló, az önkormányzat kommunikációs magatartásának módosításával összefüggő döntések meghozatala

A PR vezetési szemléletmód: a városvezetésnek az önkormányzat belső és külső környezetéhez való viszonyát határozza meg, de egyben olyan tevékenység is, amely irányítási funkció is, a polgármesteri/képviselői munka része, ennek megfelelően a közkapcsolatokat összehangoló szervezeti egységnek (bizottságnak) és a polgármesternek szorosan együtt kell működnie. Ily módon biztosítható, hogy a közönségkapcsolatok rendszere átfogja a szervezett kapcsolattartási - tájékoztatási tevékenység egészét.

A közkapcsolati feladatok megoldását szervezetileg háromféleképpen lehet támogatni:

- Külső szakember ill. ügynökség bevonásával (szakértő)
- Belső szervezeti egységgel (bizottság)
- Belső és külső szervezet együttműködésével

Az önkormányzati közkapcsolatokat összehangoló szervezeti egység/szakértő feladata:

Az önkormányzat tanácsadójaként és egyben a PR feladatok végrehajtójaként felelős az önkormányzat belső és külső kommunikációs felfogásmódjáért és megvalósításának összehangolásáért.

Ezen belül:

- A munkatársak és a közvélemény tájékoztatása a célokról, az eredményekről és a problémákról, ennek során nyílt információs magatartás tanúsítása
- Az önkormányzat tevékenységének minden területén a PR kapcsolatok összehangolása
- Az önkormányzat és környezete közötti kommunikációs kapcsolatok elemzése, értékelése, döntést hozni, hogy mikor és milyen mondanivalóval érdemes a nyilvánosság elő állni és milyen kommunikációs csatormán keresztül: a PR programok, tevékenységek tervezése, szervezése és kivitelezése,
- Tanácsadás a képviselőtestület számára a stratégiai és taktikai döntések meghozatalához, javaslattétel a problémák kommunikációs kezeléséhez.

- A környezeti visszacsatolás megvalósítása, ennek eredményeként szükségessé váló, a kommunikációs magatartás módosításával összefüggő értékelések elkészítése
- A képviselőkkel a kommunikációs filozófia, a PR stratégia és a stílus megismertetése, megértetése és támogatásuk megszerzése

Az önkormányzat/ polgármesteri hivatal minden tagja részese a kommunikációs folyamatoknak. Tevékenységük során az önkormányzat szemléletét valamennyiüknek célszerű képviselnie.

Az önkormányzat és a polgárok közötti párbeszéd, kapcsolattartás elengedhetlen feltétele egy jól működő, demokratikus intézményrendszernek. A szolgáltató önkormányzat teljesen a városlakók igényeire összpontosítva működik. Azért létezik, hogy kiszolgálja a település lakóit, akik egyben választók is.

Ahhoz, hogy a helyi közösség részt vegyen saját környezetének alakításában, befolyásolni tudja a helyi társadalomra is kihatással levő folyamatokat, ahhoz megfelelő szintű tájékoztatásra van szükség. A polgárközeli önkormányzás megvalósításához a helyi lakosok mind szélesebb körű bevonása szükséges a területi szervek munkájába.

Az önkormányzat kommunikációs stratégiájának egyik alapeleme a közösség kívánalmainak megfelelő tájékoztatáspolitikák kialakítása. Ennek a lényege a folyamatos információszolgáltatás. A kommunikáció kétirányú folyamat: a helyi önkormányzattól a közösség irányába irányul és viszont.

A helyi közösség, amely maga is tagolt, csak szervezeti keretek között válik partnerré az önkormányzat számára. Az önkormányzat és a helyi társadalom közötti hatékony együttműködés alapját az önkormányzatok szervei, intézményei valamint a gazdasági szféra, a köz- és civil szervezetek hálózatán keresztül folyó munka összehangolása jelenti.

A közkapcsolatok rendszere nemcsak a lakosságnak nyújtandó információ a különböző kommunikációs csatornákon keresztül történő átadásának a mechanizmusa, hanem egyéni viselkedés és attitűd azok részéről, akik a helyi önkormányzatban és a polgármesteri hivatalban tevékenykednek. A helyi önkormányzat és hivatala is nyitott kell, hogy legyen nemcsak az információ fogadására, de átadására is.

Az információ átadása és a lehetőség az információ kommentálása fontos, ugyanakkor lényeges, hogy a közvélemény a politikaformáló szakaszban is aktívan vehessen részt a kommunikációban. Ideális esetben a képviselő a fő közvetítő csatorna. A valóságban azonban számos korlát létezik, ezért a lakosságnak meg kell adni lakosság életére kihatással levő döntésekbe a betekintés lehetőségét.

A kommunikáció ma már nemcsak eszköz, hanem az önkormányzatra és a városra irányuló figyelem okán kihasználható lehetőség is, amellyel élnünk kell. „Üzemszerűvé” és összefogottá kell válnia az információközlésnek, nemcsak akkor, amikor megkeresik az önkormányzatot a sajtótól. Mindig szem előtt tartva:

- Önökért, Önöknek, Önökkel
- A tájékoztatás a helyi önkormányzat:
 - elvi politikájáról
 - jogairól, kötelezettségeiről

- a testület és bizottságok működéséről
- hogy, a végső döntések előtt lehetőséget kell teremteni a lakosság véleménynyilvánításának
- a polgári büszkeség ápolását

Az önkormányzati kommunikáció területei:

A területek között nincsenek éles határok.

- Belső kommunikáció
- Külső kommunikáció
- Idegenforgalmi kommunikáció
- Üzletember kommunikáció
- Arculat
- Városmarketing kommunikáció

Az önkormányzati belső kommunikáció:

Célja:

- A képviselők, a külsős bizottsági tagok és a tisztségviselők önkormányzati ügyekben történő tájékoztatásának javítása
- Az önkormányzati köztisztviselők tájékozottságának javítása

Színvonalala előbb-utóbb óhatatlanul megjelenik az önkormányzat külső kapcsolataiban is.

Az önkormányzat külső kommunikációja:

Célja:

- A városlakók tájékoztatása az önkormányzat céljairól, törekvéseiről, intézkedéseiről, a városháza eseményeiről, a város hosszabb távú fejlesztési elképzeléseiről
- A városlakók kezdeményezéseinek, véleményeinek fogadása, ezek rendszeres értékelése
- Potenciális befektetők és vállalkozók tájékoztatása

Az önkormányzat idegenforgalmi kommunikációja:

Célja: A városba érkező hazai és külföldi látogatók, turisták tájékoztatása a városról, a városi rendezvényekről, a nevezetességekről, a kulturális rendezvényekről, szálláshelyekről és vendéglátóhelyekről

Az önkormányzat „üzletember” kommunikációja:

Célja: A hazai és külföldi üzletemberek figyelemkeltő tájékoztatása

- A város által kínált befektetési lehetőségekről
- A kereskedelmi és egyéb kapcsolatok kialakításának lehetőségeiről

- A befektetői környezetről

A önkormányzati kommunikáció a város arculatának formálásában:

Célja:

- A nyomtatott kiadványokban és a multimédiás információhordozókon keresztül hatékony városarculat megjelenítése
- A városi törekvések reklám jellegű megjelenítése a megyei és az országos sajtóban és egyéb média jellegű hirdetésekben

Az önkormányzati kommunikáció a városmarketingben:

Célja: A város idegenforgalmi, gazdasági lehetőségeinek bemutatásán túl a történelmi, kulturális, sport és egyéb lehetőségek bemutatása

Az önkormányzat közönség-kapcsolati eszközei és módszerei:

Az önkormányzatnak - saját körülményei ismeretében - magának kell eldöntenie, milyen helyzetekben melyik módszert, eszközt alkalmazza. Egy-egy módszer hatását több eszköz együttes alkalmazása erősítheti ill. egy-egy eszköz több kommunikációs területre is hatással van/lehet. Arra, hogy mi az, ami leginkább tudósít nincsenek felméréseink. Ezek használata emiatt részben az alapvetően használandó eszközök kommunikációs hatásának az ismeretén, részben a találékonyságon és a fantázián múlik. Törekedni kell a megfelelő eszköz kiválasztásán túl, újabb lehetőségek (hagyományok) felismerésére és arra, hogy a rendelkezésre álló kommunikációs csatornák közül a legtöbbet tudjunk élni.

1. Erősíteni kell a képviselők kommunikációs szerepét!
 - Demokráciánkban a választók a képviselőkön keresztül érvényesíthetik érdekeiket
 - A személyi PR jelentősége!!
2. Hivatali ún. face to face kommunikáció
3. Korszerű informatikai eszközök: internet, intranet, e-mail, honlap, CD, DVD.

Javaslatok:

- Működő városi internetes portál kialakítása és folyamatos fejlesztése a modernitás követelménye szerint
 - Az intranet bevezetése az önkormányzat és intézményei között (pl. az jegyzői hírlevél)
 - Városbemutató DVD kiadása
4. Lakossági fórumok szervezése: minden a város életét hosszú távon befolyásoló önkormányzati, helyi vagy országos ügyben

Javaslatok:

- Ténamegjelölés (pl.: Sexty György Városépítő Program - Tótkomlós Gazdasági programja)
- a végleges döntés előtt

5. Közmeghallgatások:

Javaslat: Negyedévenkénti megrendezés: Aktualitások, folyamatban lévő ügyek állása

6. Civil szervezetek érdekegyeztető fórumok (Komlói Érdekek Kerekasztal : KÉK !)
7. Vállalkozói fórumok
8. Képviselő-testületi városbejárás: Ütemterv szerint változó helyszínekkel
9. Tótkomlós Civil koncepciójának megalkotása
10. Tótkomlós Ifjúsági koncepciójának megalkotása
11. Önkormányzati rendezvények szervezése: Eseményteremtés

Nem szabad figyelmen kívül hagyni:

- Bármely rendezvény legfontosabb sikertényezői: időpont, a helyszín, a program, az aktualitás, és a résztvevők
- Költség-előny-kockázat

12. Kisebbségi rendezvények: támogatás és részvétel

13. Civil szervezetek rendezvényei:

Javaslatok:

- Tótkomlós civil koncepciójának megalkotása
- A támogatott rendezvényen az önkormányzatot meg kell jeleníteni

14. Nyomtatványok: plakátok, szórólapok, üdvözlőkártyák, köszönőlevelek, meghívók

Javaslatok:

- Színvonalas megjelenés
- A magyar helyesírás tisztelete
- A címzett a megfelelő időpontban kapja meg

15. Hivatali (hivatalos) ügyintézés, levelezés

- Közvetlen, érthető nyelvezet

- Határozott, segítőkész és nem fenyegető
- Kerülje a körülményes, magyartalan megfogalmazásokat
- Udvarias hangvétel

16. Ügyfél-elégedettségi kérdőívek bevezetése

17. Lakossági felmérések (reprezentatív minták)

18. „Közhírré tétetik...” a kisbíró intézménye, melynek hagyománya van Tótkomlóson is - erről a dobolási könyvek tanúskodnak - hetente egy alkalommal megjelenik a városban és kidobolja az elkövetkezendő időszak fontosabb eseményeit, rendezvényeit stb.

19. Sajtótálalkozók szervezése:

A jó sajtókapcsolatok esszenciája a kétoldalú kommunikáció. A sajtó és az önkormányzat közötti kapcsolattartás egyik leghatékonyabb eszköze a sajtótálalkozó. Ennek formái: sajtótájékoztató, sajtó-háttérbeszélgetés

20. Sajtómonitoring:

- Sajtófigyelés: az önkormányzat megjelenéseinek gyűjtése és elemzése
- Az önkormányzaton kívüli kommunikáció figyelése
- Az általános és helyi trendek nyomon követése

21. Nemzeti ünnepek és egyéb jeles napok léleképítő megszervezése

22. Komplex városi kiadványcsalád

23. Prospektusok, naptárak, képeslapok, térképek

24. Várost bemutató könyvek, albumok

25. Kapcsolatunk újraértékelése a Tourinform Szövetséggel

26. Tanfolyamok, kisebb konferenciák szervezése

27. Az Utazás szakkiállításon való részvétel

28. A Testvérvárosi kapcsolatok kiszélesítése

29. Kapcsolatok kezdeményezése a Tótkomlósról elszármazottak újabb generációival és erősítése a Tótkomlós Baráti Körrel

30. Protokoll ajándékok (1,2,3,4 szint)

31. Kistérségi lakossági fórum kezdeményezése

32. Kapcsolatfelvétel a turisztikai szakmai kiadókkal, városismertető cikkek megjelenése szakmai kézikönyvekben és lapokban

33. Városi tájékozódást elősegítő táblarendszer a város egész területén:

- Utcanévtáblák
- Házzámtáblák
- Irányjelzőtáblák (vállalkozások részére is)
- Térképek újra elhelyezése

34. Hirdetőfelületek:

- Az önkormányzat téglakerítésén vagy a szárazkapu-bejáró előtt
- Városi hirdetőoszlopok visszaállítása
- Esztétikus, hagyománytisztelő forma és kivitelezés

35. Programok indítása az összetartozás-tudat erősítésére:

- Tótkomlós kártya bevezetése, elfogadóhelyek, kedvezmények
- Három Nemzedék - egyszeri vásárlási utalvány az újszülöttek támogatására, az ifjú házásoknak, a nyugdíjba vonulóknak
- A közösségi akciók támogatása: pl. temetőtakarítások

36. Rádió:

Javaslat: Önkormányzati szerződés a Rádió Weekend Tótkomlós szolgáltatásaira és műsoridejére és meghatározott műsorszerkezetre.

37. Komlós TV és képűjság

Javaslatok:

- Jogi kérdések tisztázása
- A személyi feltételek biztosítása (műsoridő/ a stáb létszáma)
- Személyi jellegű ráfordítások biztosítása
- Állandó műsorszerkezet:

1. Önkormányzati- várospolitikai híresoport, (a vágott anyagok hossza: max. 2 perc).

2. Helyi gazdasági hírek (a vágott anyagok hossza: max. 2 perc)

3. Helyi kulturális események: intézmények, civil szervezetek rendezvényei (a vágott anyagok hossza max. 4 perc)

4. Sport (a vágott anyagok hossza: max 4 perc)

5. Hírösszefoglaló

6. Reklámblokk

7. Magazin (a vágott anyagok hossza: max. 5 perc)

- Technikai feltételek biztosítása: videokamerák, vezeték nélküli mikrofonok, hordozható világító szett stb.
- Műfaji sokszínűség: tudósítás, interjú, stúdióbeszélgetés, PR film stb.
- A TV egyéb feladatai:
 1. A helyi hagyományok rögzítése
 2. Eseménydokumentáció (helytörténet)
 3. Az elkészült felvételek szigorú archiválása
 4. A korábbi VHS felvételek digitalizálása
 5. A testületi ülések, közmeghallgatások közvetítése
 6. A kistérség híradások, civil szervezetek filmjeinek átvétele
 7. Az archivált adásokról és egyéb felvételekről megvásárolható DVD készítése
 8. Amatőr filmes pályázatok kiírása
 9. Kapcsolatfelvétel a kistérségi, regionális, és az országos televíziókkal, valamint a kisebbségi stúdiókkal
 10. A Kábel-TV hozzáférhetőségének növelése: a kábelhálózat fejlesztése, az elérhető modern technikai lehetőségek
 11. Hirdetések felvétele

38. Komlói Hírmondó: A szerkesztőségben jellemző a fluktuáció, de ez az újság létét nem befolyásolta.

Javaslatok:

- Állandó szerkezet
- Fizetett hirdetések
- Ingyenes
- Minden házba jusson el.

„A hír szent, a vélemény szabad”

Az önkormányzatnak „elé kell mennie” az eseményeknek és diktálni a tempót; így sajtóanyagot kell készítenie és híreket kell „gyártania”, kezdeményezni a megjelenéseket, megszólalásokat, amelyek a testületi ülés és a hivatal munkájáról szólnak.

A közéleti Kommunikáció Rendszerabályai:

„A szembejövő forgalom elsőbbsége”:

Kire kell figyelni? A közvéleményt észre és figyelembe kell venni!

„Kötelező haladási irány”:

Merre kell menni? Nyilvánosság!

„Sebességkorlátozás” és „Sebességkorlátozás vége”:

Mikor, milyen »sebességgel« haladjunk ? Az információ-kibocsátások korlátozása vagy gyorsítása!

„Veszélyes lejtő”:

Ki(k)től nem szabad elszakadnunk ?

„Veszélyes emelkedő”:

Hazugságok és olcsó népszerűség-hajhászás nélkül!

„Zsákutca”:

Hová ne lépünk be? A rágalmozások és becsületsértések területére!

A közkapcsolati tevékenység:

A kérdések amire felelni kell:

- mi, mik, mit, mikor, miért, milyen, mely, melyik, hány, hányadik, ki, kik, hol, hová, hogyan, (MKH). A jó mondat kevés szóval fontos üzenetet közölhet.

A hatékony kommunikáció meghatározó tényezői (Saul D. Alinsky):

- ha kommunikálni akarsz választóiddal, akkor elsősorban az ő tapasztalataikból kell kiindulni, nem pedig a sajátodéból
- ötleteket kell adni ahhoz, hogy az emberek (polgárok, honfitársak ...) maguk jöjjenek rá, mit kell tenniük, maguknak kell döntésre jutniuk
- a közös ügy bázisán szoros személyi kapcsolatokat kell kialakítani
- a helyzet sajátosságait és a tapasztalatokat figyelmen kívül hagyó kommunikáció nem más, mint retorikai szemét
- az ügyeknek átláthatóknak és megérthetőknak kell lenniük

Amit nem tiltanak!

- igazat mondani
- a rágalmozásokat, becsületsértéseket nyíltan és tovább nem támadható bizonyítékokkal megvédeni, ballépéseinket időben és nyilvánosan beismerni
- az embereket szeretni, az elesetteken, rászorultakon segíteni, szociálisan érzékenynek lenni, közösséghez tartozni, és mindezt nyíltan vállalni
- a becsületes munka érvényesülését, elismertségét hirdetni
- munkatársainkat megbecsülni
- a lokálpatriotizmust szóban és tettben egyaránt „művelni”
- ha a megpróbáltatásokat végképp nem bírjuk tovább – megbízatásunkról lemondani

Ami nem sok sikert adhat!

- csodavárás - tettek nélkül
- előítéletek, pletyka
- találgatások
- komolytalanság
- kinyilatkoztatások ...

A (sikeres!) együttműködés stratégiájának szakaszai:

- Tégy jót, és beszélj róla!
- Tégy jót, és beszélni fognak Róla(d)!
- Tégy jót, és egyre többen fogják igényelni a Veled való kapcsolatot!

További javaslatok:

- A kommunikációs stratégia elemeinek lépésenkénti, fontossági sorrendben történő bevezetése
- Kommunikációs tanfolyam szervezése
- Médiatréning
- Gyakorolni

Az érdekeknek közösnek kell lennie: Tótkomlós jó hírének további alakítása és ennek megtartása. Ebben a folyamatban a város lakói, az önkormányzat, a kisebbségi önkormányzatok, a vállalkozói szféra és a civil szervezetek együttműködése alapfeltétel. Ezt a cél tűztük ki magunk elé.

Nem szorítkozhatunk a kommunikációra és/vagy annak szervezésére! Az önkormányzati közönségkapcsolatok biztos hátterét a jól szervezett és elvégzett munka: az önkormányzat teljesítménye adja meg.

Tótkomlós, 2008. január 29.

Dr. Kancsó János sk.

Tótkomlós Város Önkormányzata
Oktatási, Közművelődési, Sport és
Egészségügyi Bizottságának elnöke