

**Bosna i Hercegovina**  
**Ministarstvo komunikacija i**  
**prometa**



**Босна и Херцеговина**  
**Министарство комуникација и**  
**транспорта**

**P O L I T I K A**  
**PROAKTIVNE TRANSPARENTNOSTI**  
**MINISTARSTVA KOMUNIKACIJA I PROMETA**  
**BOSNE I HERCEGOVINE**

**Sarajevo, januar 2022. godine**

Na osnovu člana 61. Zakona o upravi („Službeni glasnik BiH“, br. 32/02 i 102/09), ministar komunikacija i prometa donosi

## **POLITIKU PROAKTIVNE TRANSPARENTNOSTI MINISTARSTVA KOMUNIKACIJA I PROMETA BOSNE I HERCEGOVINE**

### **I OPĆE ODREDBE**

#### **1. Svrha**

Politika proaktivne transparentnosti Ministarstva komunikacija i prometa Bosne i Hercegovine (u daljnjem tekstu: Politika) je strateški dokument kojim se definiraju kratkoročni i srednjoročni komunikacioni ciljevi, ciljane grupe, komunikacioni kanali i osnovne preporuke.

Svrha donošenja Politike je sistemsko uređenje odnosa i aktivnosti koje ostvaruje Ministarstvo komunikacija i prometa Bosne i Hercegovine (u daljnjem tekstu: Ministarstvo) u procesu odnosa s javnošću.

#### **2. Cilj**

Cilj Politike je definiranje:

- a) misije odnosa s javnošću,
- b) principa i ciljeva Ministarstva u oblasti odnosa s javnošću,
- c) sadržaja i pristupa djelovanja odnosa s javnošću,
- d) sistemskih mjera, aktivnosti i organizacije kojima će se omogućiti ispunjavanje zadataka i obaveza Ministarstva u poslovima odnosa s javnošću,
- e) unapređenje transparentnosti u radu Ministarstva,
- f) jačanje podrške javnosti za ukupne aktivnosti Ministarstva.

#### **3. Primjenjivost**

Politika se primjenjuje na Ministarstvo.

#### **4. Reference**

Referentni normativni i drugi akti kojima se regulira oblast odnosa s javnošću su:

- a) Zakon o upravi („Službeni glasnik BiH“, br. 32/02 i 102/09);
- b) Zakon o slobodi pristupa informacijama u Bosni i Hercegovini („Službeni glasnik BiH“, br. 28/02, 45/06, 102/09, 62/11 i 100/13);
- c) Zakon o zaštiti ličnih podataka („Službeni glasnik BiH“, br. 49/06, 76/11 i 89/11).

## II MISIJA, PRINCIPI I CILJEVI ODNOSA S JAVNOŠĆU

### 1. Misija

Odnosi s javnošću Ministarstva putem komunikacije pružaju tačne i pravovremene informacije općoj i ciljnoj publici, koristeći postojeće komunikacione kanale i platforme, a u cilju postizanja veće transparentnosti i povjerenja te dobijanja veće podrške javnosti za ciljeve Ministarstva, uključujući i izvršavanje zakonom definiranih misija i zadataka.

### 2. Principi

Principi na kojima se gradi strateška komunikacija Ministarstva su: vodstvo, vjerodostojnost i dosljednost, razumijevanje, dijalog, sveobuhvatnost, zasnovanost na rezultatima, prilagodljivost, kontinuiranost itd.

Prava, odnosno istinska strateška komunikacija treba biti zasnova na vrijednostima Ministarstva i njegovom cilju izgradnje povjerenja kod javnosti, vodeći računa o primjeni sljedećih principa odnosa s javnošću:

- a) **tačnost i pravovremenost:** maksimalno pružanje i prikupljanje istinitih informacija uz minimalno odlaganje, čime se sprečavaju negativni efekti nedostatka informacija a povećava učinak pruženih informacija;
- b) **pouzdanost:** korištenje izvora informacije koji ima stručni i funkcionalni kredibilitet i potreban nivo ekspertize u oblasti u kojoj se angažira;
- c) **transparentnost:** poštovanje principa otvorenosti u procesu komunikacije, istinito i objektivno prikazivanje činjenica, omogućavanje pristupa informacijama koje su lako razumljive i nedvosmislene, bez pokušaja obmanjivanja ili pogrešnog navođenja;
- d) **konzistentnost, komplementarnost i koordiniranost:** informacije moraju biti koordinirane i sa istom porukom;
- e) **poštovanje i uvažavanje kulture, tradicije i običaja lokalne ili regionalne sredine:**  
informacije se prezentiraju u skladu i uz poštovanje lokalnih običaja, tradicije i kulture.

### 3. Ciljevi

Ciljevi koje Ministarstvo želi postići u oblasti odnosa s javnošću su:

- a) podizanje svijesti i pružanje informacija ciljanoj publici o aktivnostima Ministarstva u svrhu povećanja stepena povjerenja građana u ovu instituciju;
- b) unapređenje i poboljšanje imidža Ministarstva kao odgovornog korisnika javnih sredstava i povećanje društvene odgovornosti prema zajednici;

- c) izgradnja sveobuhvatnog odnosa sa ostalim organima vlasti i organizacija civilnog društva;
- d) uspostavljanje i održavanje kvalitetnog odnosa sa medijima;
- e) razvijanje kvalitetnih odnosa sa entitetima, kantonima i lokalnom zajednicom, ključnim interesnim grupama i pojedincima.

### **III METODE DJELOVANJA ODNOSA S JAVNOŠĆU**

#### **1. Sadržaj aktivnosti odnosa s javnošću**

Odnosi s javnošću u Ministarstvu obavljaju se putem međusobno povezanih sadržaja eksterne i interne komunikacije.

##### **1.1. Eksterna komunikacija**

Eksternu komunikaciju čine kontinuirane aktivnosti usmjerene na izgradnju odnosa s medijima, lokalnom zajednicom i ostalom ciljnom publikom, na zahtjev ili po procjeni. Izgradnjom i održavanjem odnosa s medijima, subjektima koji imaju utjecaj na odnose s javnošću i samom javnošću realizirat će se misija odnosa s javnošću u sferi informiranja medija i eksterne javnosti, a bit će usmjerena u pravcu razvijanja pozitivne dvosmjerne komunikacije s medijima, profesionalne klime te poštovanja principa ove politike u odnosima s medijima.

##### **1.2. Interna komunikacija**

Interna komunikacija predstavlja kontinuirane aktivnosti kojima se osiguravaju potpune i pravovremene informacije o aktivnostima koje provodi Ministarstvo.

Također, pod internom komunikacijom podrazumijeva se dijeljenje informacija unutar Ministarstva te interakcija koju Ministarstvo ima sa svojim zaposlenim, kao i oni sa Ministarstvom, a u cilju ostvarivanja prioriteta Ministarstva te podsticanja organizacionih i kulturnih promjena.

Svrha interne komunikacije je da Ministarstvu pomogne u realizaciji strategija kroz učešće i informiranje državnih službenika i zaposlenika. Ona je ključni element slike o Ministarstvu i uslugama koje ono pruža javnosti.

Interna komunikacija doprinosi ispunjavanju ciljeva Ministarstva, pomaže zaposlenicima da uvide vezu između svog posla i vizije Ministarstva, osnažuje zaposlenike kao komunikatore Ministarstva te pomaže zvaničnicima da bolje komuniciraju sa svojim timovima.

## **2. Pristupi djelovanja prema ciljanoj publici**

U skladu sa principima odnosa s javnošću, pristupi djelovanja prema ciljanoj publici u Ministarstvu su: proaktivan, aktivan i reaktivan.

Odluka o vrsti pristupa djelovanja je osnova za planiranje odnosa s javnošću, a zasniva se na organiziranom upravljanju, analizi i evaluaciji.

### **2.1. Proaktivan pristup**

Proaktivan pristup odnosa s javnošću primjenjuje se za aktivnosti i događaje za koje se očekuje da izazovu ili kojima se želi izazvati posebna medijska pažnja a od interesa su za Ministarstvo. Također, ovaj pristup podrazumijeva javno objavljivanje podataka i kada nisu zatraženi, odnosno omogućavanje pretražive baze podataka. Ovaj pristup podrazumijeva izuzetan napor osoblja koje radi na poslovima odnosa s javnošću kako bi odgovorilo na medijski interes koristeći odgovarajuće metode i resurse.

### **2.2. Aktivan pristup**

Aktivan pristup odnosa s javnošću je zasnovan na prethodnoj analizi i procjeni, primjenjuje se za aktivnosti i događaje za koje se očekuje da izazovu ili kojima se želi izazvati opća medijska pažnja a od interesa su za Ministarstvo, čime se osigurava permanentna podrška ključnim porukama.

### **2.3. Reaktivan pristup**

Reaktivan pristup odnosa s javnošću primjenjuje se u slučajevima kada se za aktivnosti i događaje Ministarstva pretpostavlja da neće izazvati veći interes javnosti, kada se procjeni da se događaji i aktivnosti ne mogu promovirati, ali se na upite medija može odgovoriti na prikladan način.

Reaktivan pristup odnosima s medijima obuhvata odgovor na vijesti ili na krizne situacije putem definiranih sredstava komunikacije.

## **IV NADLEŽNOSTI I ODGOVORNOSTI**

### **1. Nadležnosti nad odnosima s javnošću**

Odnosi s javnošću Ministarstva su u nadležnosti ministra komunikacija i prometa i zamjenika ministra komunikacija i prometa i ostvaruju se u skladu sa sistemom rukovođenja u Ministarstvu te ovom politikom.

Stručni savjetnik za odnose s javnošću i međunarodnu saradnju odgovoran je za ostvarivanje svih sadržaja odnosa s javnošću Ministarstva i realizira ih u skladu sa ovom politikom, smjernicama i uputstvima ministra komunikacija i prometa, odnosno zamjenika ministra.

## **2. Odgovornosti u oblasti odnosa s javnošću**

Organizacione jedinice Ministarstva (svaka iz svoje nadležnosti) dostavljaju sve značajne informacije stručnom savjetniku za odnose s javnošću, što pomaže pri pisanju saopćenja ili objava od važnosti za javnost.

## **V ODNOSI SA MEDIJIMA**

Jedan od glavnih ciljeva komunikacije Ministarstva jeste da podstiče i utječe na teme koje se obrađuju u medijima. To se može postići samo ciljanim, dosljednim i planiranim (proaktivni) pristupom komunikaciji zasnovanom na sadržaju koji se objavljuje.

Da bi odnos Ministarstva s medijima bio uspješan potrebni su dodatni alati. Najčešće korištena sredstva u odnosima sa medijima su: adrema (lista medija), saopćenja za javnost - pisana i elektronska (obraćanje preko radija ili TV-a), konferencije za medije, govori, intervjui, izjave, e-mail, video i tonski materijali (snimci), materijali u slici (fotografije), događaji...

## **VI ODNOSI S JAVNOŠĆU I VANREDNE SITUACIJE/KRIZNO KOMUNICIRANJE**

### **1. Definicija**

Odnosi s javnošću su važan instrument za reagiranje u kriznim situacijama. Odnosima s javnošću u okolnostima napetosti i kriza se mora upravljati sve vrijeme, od faze planiranja do faze stabilizacije. Izbor pristupa odnosa s javnošću (proaktivan - aktivan – reaktivan) treba biti prioritet prilikom razmatranja opcija reagiranja u kriznim situacijama.

### **2. Ciljevi i zadaci tokom trajanje krizne situacije**

Nositelj reagiranja u kriznim situacijama sa stanovišta odnosa s javnošću je ministar komunikacija i prometa, odnosno zamjenik, u saradnji sa stručnim savjetnikom za odnose s javnošću.

Ciljevi i zadaci za vrijeme trajanja krize su:

- a) podići nivo znanja i razumijevanja o uzrocima krize;
- b) pravovremeno komunicirati s javnošću;
- c) unaprijediti povjerenje u sposobnosti Ministarstva da upravlja krizom;
- d) razjasniti moguće neistine u vezi sa krizom;
- e) stalni monitoring medija i javnog mnijenja.

Nositelj reagiranja u kriznim situacijama će u kriznim situacijama definirati osnovne tačke i pravila komuniciranja za vrijeme trajanja vanrednih/kriznih situacija, kao i oblike komunikacije.

## VII WEB REDAKCIJA

Web redakcija je odgovorna za uređivanje i održavanje službene internetske stranice Ministarstva ([www.mkt.gov.ba](http://www.mkt.gov.ba)) te objave na društvenim mrežama na kojima Ministarstvo ima nalog, a s ciljem proaktivnog i pravovremenog informiranja javnosti i povećanja transparentnosti i odgovornosti rada Ministarstva.

Web redakcija je odgovorna za sadržaj i ažuriranje internetske stranice Ministarstva, kao i za njeno tehničko održavanje.

### 1. Uloga Web redakcije

Web redakcija je radno tijelo sastavljeno od odgovornih osoba u Ministarstvu koje, shodno funkcijama u Web redakciji, imaju određena prava i dužnosti. Web redakcija obavlja poslove prikupljanja, obrade i objavljivanja sadržaja.

U cilju brze i jednostavne objave sadržaja na internetskoj stranici, komunikacija članova Web redakcije se odvija putem elektronske pošte.

Članovi Web redakcije su: glavni urednik, urednik web sadržaja, web administrator, lektor i prevoditelj. Funkciju glavnog urednika obavlja ministar, odnosno zamjenik ministra. Funkciju urednika web sadržaja obavlja stručni savjetnik za odnose s javnošću i međunarodnu saradnju, uz koordinaciju sa rukovodećim državnim službenicima (sekretarom, pomoćnicima ministra, glavnim inspektorom, načelnikom Ureda za nadzor i akreditaciju ovjerilaca, rukovoditeljem Jedinice interne revizije i direktorom Regulatornog odbora željeznica) u pogledu sadržaja koji se odnosi na informacije iz djelokruga rada organizacione jedinice, a koji se objavljuju na internetskoj stranici. Funkciju web administratora obavlja referent - mrežni administrator. Funkciju lektora obavlja lektor, a funkciju prevoditelja obavlja prevoditelj. Web redakcija odgovorna je za sadržaj i ažuriranje internetske stranice, kao i za njeno tehničko održavanje.

### 2. Dokumenti koji se objavljuju na internetskoj stranici

Dokumenti koji se objavljuju na internetskoj stranici su: zakonski i podzakonski akti, sporazumi, **osnovni nivo proaktivne transparentnosti**: budžet, izvod iz Zakona o budžetu institucija Bosne i Hercegovine i međunarodnih obaveza BiH, Izvještaj o izvršenju budžeta/Aneks revizorskog izvještaja, Izvještaj o radu, Plan javnih nabavki, Odluka o izboru ponuđača/poništenju postupka u skladu sa Zakonom o javnim nabavkama, Izvještaj o realizaciji ugovora (lista osnovnih elemenata ugovora za sve postupke javnih nabavki), konkursi i oglasi i njihova arhiva, strateški dokumenti institucije, Srednjoročni plan rada, godišnji plan rada, lista aktuelnih i realiziranih projekata tehničke saradnje, zakoni i/ili odluke

o osnivanju te ostali relevantni propisi iz nadležnosti, lista nadležnih institucija, dokumenti za javne konsultacije, organigram, Pravilnik o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mjesta, kontakti zaposlenih, biografije rukovoditelja institucije, Akcioni plan za borbu protiv korupcije, Plan integriteta, Etički kodeks/Kodeks ponašanja službenika u instituciji, Indeks registar, Vodič za pristup informacijama, Zahtjev za pristup informacijama, kalendar događaja, pitanja i odgovori na učestale upite, revizorski izvještaj; **srednji nivo proaktivne transparentnosti:** budžet u formatu Zahtjeva za dodjelu budžetskih sredstava institucije, godišnji plan javnih nabavki koji sadrži postupke nabavki malih vrijednosti (konkurentski i direktni), Odluka o izboru ponuđača/poništenje postupka, uključujući za ugovore male vrijednosti; **napredni nivo proaktivne transparentnosti:** budžet – analitički, Izvještaj o izvršenju budžeta – analitički, tenderska dokumentacija nakon provedenog postupka, zaključeni ugovori uz zaštitu povjerljivih informacija, izjava o obavljenim konsultacijama koja sadrži sažetak komentara i izvještaja o njihovom prihvatanju ili odbijanju, ukupna izdvajanja za imenovana lica, rukovodeće državne službenike, državne službenike i zaposlenike prema poziciji u Ministarstvu, odgovori po zahtjevima za pristup informacijama; saopćenja za javnost, govori, tenderi i oglasi, najava aktivnosti u Ministarstvu, tabele, liste, audio ili videozapisi, kao i svi ostali dokumenti iz nadležnosti Ministarstva koji su od interesa za javnost.

## VIII PRIJELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

### 1. Donošenje propisa i procedura

Poslovi odnosa s javnošću u Ministarstvu reguliraju se donošenjem odgovarajućih propisa, procedura, akata i dokumenata na nivou Ministarstva, a u skladu sa ovom politikom.

### 2. Ažuriranje Politike

Stručni savjetnik za odnose s javnošću i međunarodnu saradnju vrši pregled ove politike i predlaže njeno ažuriranje ukoliko je potrebno.

### 3. Stupanje na snagu

Ova politika stupa na snagu danom donošenja.

Broj: 01-50-2-133 /22  
Sarajevo, 13.01 2022. godine

#### Dostavljeno:

- 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10;
- a/a.

