

---

**USE OF SYMMETRICAL MODEL OF COMMUNICATION ON LOCAL GOVERNMENT'S WEB SITES IN SERBIA - CONTENT ANALYSIS**

---

**Dragana Perković Antić**„Center for policy and communications Niš“, Niš, Republic of Serbia, [gagaantic8@gmail.com](mailto:gagaantic8@gmail.com)

**Abstract:** In addition to the fact that the Internet changes the quality of communication (faster, cheaper, simpler), in modern society, is seen as a new tool for increasing citizen participation in political processes. Bearing in mind the "deficit of representative democracy", as well as the low level of motivation of citizens and general dissatisfaction with political processes, the advantage of new communication technologies can be excellent. It is assumed that citizens will have access to certain information and have the opportunity to communicate directly with local government officials; they will be motivated to participate more actively and directly in the decision-making process.

Communication with voters, local businesses and social groups is an essential part of the local government mission. Internet communication enables the development of participatory democracy, greater citizen participation in decision-making, budget control and reduction of corruption, attracting potential investors, attracting tourists and interacting with citizens.

The purpose of the research was to emphasize the problem of not published decisions prior to their adoption and the inability of citizens to influence the making of such decisions. There are also no forum options on websites.

The research was carried out at the locations of local self-governments that have the status of a City in Serbia, including the city of Belgrade. Analyzing the content of the web pages of 27 cities in Serbia, it has been established that there are no two-way symmetrical communication models, which allows citizens to take part in decision-making before making decisions by local authorities.

The city website often has no connection with social networks, which also reduces citizen participation in decision-making; especially for young people's participation.

Using the Internet is a great advantage over other media, primarily because of the possibility of interacting with citizens. Bearing in mind that business people and young people are more informed through social networks and internet portals, communication in this area needs to be improved.

**Keywords:** Internet, local government, citizen participation

**УПОТРЕБА СИМЕТРИЧНОГ МОДЕЛА КОМУНИКАЦИЈЕ НА САЈТОВИМА  
ЛОКАЛНИХ САМОУПРАВА У СРБИЈИ-АНАЛИЗА САДРЖАЈА****Драгана Перковић Антић**„Центар за политику и комуникације Ниш“, Ниш, Република Србија, [gagaantic8@gmail.com](mailto:gagaantic8@gmail.com)

**Резиме:** Осим што Интернет мења квалитет комуницирања (брже, јефтиније, једноставније), он се у савременом друштву види и као ново средство за повећање учешћа грађана у политичким процесима. Имајући у виду „дефицит репрезентативне демократије“, као и низак ниво мотивације грађана и опште незадовољство политичким процесима, корист коју доносе нове комуникационе технологије може бити велика. Претпоставља се да ако грађани имају приступ одређеним информацијама и ако имају могућност директне комуникације са локалним представницима власти, да ће бити мотивисани да активније и непосредније учествују у процесу доношења одлука.

Комуникација са бирачима, локалним предузећима и друштвеним групама је суштински део мисије локалне власти. Интернет комуникација омогућава развој партиципативне демократије, веће учешће грађана у одлучивању, контролу буџета, смањење корупције, привлачење потенцијалних инвеститора, привлачење туриста и интеракцију са грађанима.

Намера истраживања је била да се укаже на проблем необјављивања одлука пре њиховог доношења и немогућност грађана да утичу на доношење тих одлука. Такође, не постоје опције форума на веб сајтовима.

Истраживање је рађено на сајтовима локалних самоуправа које имају статус града у Србији, укључујући и град Београд. Анализом садржаја веб сајтова 27 градова у Србији, утврђено је да још увек не постоји двосмерни симетрични модел комуникације, који омогућава учешће грађана у одлучивању пре доношења

одлука локалних власти. На сајтовима градова углавном нема линкова ка друштвеним мрежама, које такође утичу на учешће грађана у доношењу одлука, посебно учешћа младих.

Коришћење Интернета је у великој предности над другим медијима, пре свега због могућности интеракције са грађанима. Имајући у виду да се пословни људи и млади више информишу путем друштвених мрежа и интернет портала, треба унапредити комуникацију у овој области.

**Кључне речи:** Интернет, локална самоуправа, учешће грађана

## 1. УВОД

Успешни и квалитетни односи са јавношћу, односно двосмерна комуникација између локалне управе и различитих јавности су гранција успеха локалне самоуправе. Основу за комуникацију са јавношћу чине два услова која треба да испуни локална самоуправа: јавност и транспарентност<sup>204</sup>. **Јавност** и **транспарентност**<sup>1</sup> треба посматрати као два различита појма. Јавност се односи на фазу доношења одлука а, транспарентност на фазу реализације донетих одлука. Јавност је кључни фактор у дефинисању јавног интереса и артикулација стратешких одлука, док је транспарентност континуирано стање деловања које подразумева осим укључивања јавности у рад локалне управе и мотивацију грађана да скрену пажњу на јавни интерес.

Поред непосредног контакта са грађанима и информисања грађана путем мас медија све више се за комуникацију са грађанима користи Интернет. Сваки град и општина имају своје веб сајтове на којима у мањој или већој мери информишу грађане о свом раду. Доминантност непосредног облика демократије све више долази до изражаја у савременом друштву, тако да се смањује подела на оне који одлучују и посматраче. Могућност интерактивне комуникације путем Интернета омогућила је да се те разлике смањују, посебно на нивоу локалних самоуправа. У Европској унији, постоје и званични акти о овом начину комуницирања. Концепт европског управљања<sup>205</sup> у Белој књизи о европском управљању наглашава пет принципа: отвореност, учешће, одговорност, ефикасност и конзистентност. Наведени принципи подржавају демократију и владавину права у земљама чланицама Европске уније, али се примењују и на све нивое власти - глобалне, европске, националне, регионалне и локалне.

Коришћење Интернета је у великој предности над другим медијима са својим дометом и степеном интерактивности и као такав се наметнуо као медиј који има изузетно важну улогу у односима с јавношћу пре свега и због могућности интеракције са грађанима. „Средства за масовну комуникацију делују пре свега у домену утицаја а Интернет у домену размене“<sup>206</sup>

Интернет ефикасно дистрибуира информације о локалној заједници грађанима и свима који су заинтересовани на глобалном нивоу.

Интернет је доступан 24 сата дневно, тако да јавност може да приступи информацијама и услугама које пружа локална самоуправа увек кад је то потребно.

Такође је потпуно сигуран јер корисници не морају да буду идентификовани.

Локална власт има корист јер грађани својим предлозима и учешћем у дискусијама могу да побољшају рад локалних власти.

Апликације као што су електронска пошта и онлајн групне дискусије могу да окупе људе на начин какав раније није био могућ.

Локалне самоуправе у Србији од 2004. године имају своје веб презентације, које су постепено додавале све више информација, трудећи се да обезбеде јавност у раду. Разумевање јавности рада односи се углавном на једносмерну комуникацију, тј објављивање информација о догађајима и већ донетим одлукама. Употреба двосмерног симетричног модела комуникације још увек није заживела.

<sup>204</sup> Ljubiša Marković: Modernizacija lokalne uprave i samouprave, Centar za promociju civilnog društva, Sarajevo, 2004. Str. 37

<sup>205</sup> "Evropsko vladavina. Bela knjiga ", 2005. u Drago Martinović " Mediji i promocija participacije građana u lokalnoj samoupravi", 2014. str 44

<sup>206</sup> Vladimir Štambuk, **Informatika**, Čigoja štampa, Beograd, 2007. стр 217.

## 2. УПОТРЕБА СИМЕТРИЧНОГ МОДЕЛА КОМУНИКАЦИЈЕ НА САЈТОВИМА ЛОКАЛНИХ САМОУПРАВА У СРБИЈИ-АНАЛИЗА САДРЖАЈА

Према Грунигу<sup>207</sup> постоје 4 модела комуникације: 1) прес агентура, 2) модел јавних информација, 3) двосмерни асиметрични модел и 4) двосмерни симетрични модел. Најефикаснији је двосмерни симетрични модел комуникације јер се комуникација одвија у оба смера. Основни циљ овог модела је разумевање између јавности и организације. Основа овог модела комуникације су истраживања и користе се не само као метода испитивања ставова, жеља, мишљења већ и као база за промене организације у циљу задовољавања потреба и жеља јавности и стварања односа обостраног разумевања и поверења. Ово би био најфункционалнији модел комуницирања између јединица локалне самоуправе и јавности, јер су субјекти у комуникацији једнаки.

Двосмерни симетрични модел представља дијалог јавности са менаџментом организације, са циљем да промени одређене ставове организације или менаџмента као и обрнуто. У најбољем случају оба учесника у комуникацији, јавност и менаџмент промениће нешто и доћи до решења после јавног дијалога.<sup>208</sup>

За разлику од Републике где се на сајтовима министарстава и порталу „е-управа“ одвијају јавне расправе о предлозима закона и стратегијама, на локалном нивоу, осим једног града, веб сајтови служе као средство за информисање грађана, тј за једносмерну комуникацију, иако локална самоуправа треба да буде ближа грађанима од националног нивоа власти.

Значај овог истраживања је да укаже на недовољну развијеност сајтова локалних самоуправа и да утиче да се развије двосмерна комуникација са грађанима путем Интернета. Процес комуникације је потпуно комплетан када предлагачи (јединице локалне самоуправе) прихватају предлоге и иницијативе грађана.

## 3. ХИПОТЕЗА

Главна хипотеза овог истраживања је да веб сајтови локалних самоуправа у Србији немају садржаје који омогућују двосмерну симетричну комуникацију са грађанима. Анализирани су садржаји портала градова у смислу информативних садржаја и садржаја који укључују грађане у доношење одлука, тј омогућују двосмерну симетричну комуникацију.

## 4. МЕТОДЕ

У истраживању је коришћена метода анализа садржаја. Анализирани су сајтови 27 локалних самоуправа у Србији који имају статус града.

Један део истраживања односи се на једносмерну комуникацију са грађанима, односно обавештавање о већ донетим одлукама и активностима:

Информације које су прописане законима

Информације о изабраним представницима власти

Информације о донетим одлукама

Извештавање о активностима изабраних представника власти

Важне информације о граду, пројекти, туристичка понуда, привредно окружење.

Могућност превода на више језика

Други део односи се на могућност комуникације грађана са локалном управом и садржаја који омогућују двосмерну симетричну комуникацију

Пројекти, стратегије и одлуке које су планиране за усвајање укључујући и партиципативно буџетирање-јавна расправа

Друштвене мреже

Питајте градоначелника- контакт форма

Пријави проблем

Анкете

Форум

<sup>207</sup> Grunig, James, Hunt, Todd: *Managing Public Relations*, Holt, Reinehart & Winston, 1984. Str 13

<sup>208</sup> Grunig, James, Hunt, Todd: *Managing Public Relations*, Holt, Reinehart & Winston, 1984, str 23.

## 5. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Анализирајући сајтове градова у Србији уочава се велики број информација, до којих се тешко долази због недовољне прегледности сајтова.

Свих 27 сајтова садрже све законски прописане информације: информаторе о раду, јавне набавке, буџет и извршење буџета, градске прописе. Поред законски прописаних информација, на свим сајтовима се налазе подаци о градоначелнику, градском већу и скупштини, као и о локалним институцијама, управама, службама. На 4 сајта налазе се имена и контакти свих начелника секретаријата и служби.

Свих 27 сајтова имају објављене усвојене одлуке. Сви сајтови на насловној страни имају извештаје о активностима градоначелника и изабраних представника власти. Такође сви градови у складу са својим специфичностима имају информације о граду, пројекте који су у току, туристичку и привредну понуду.

25 градова имају сајт који може да се преведе на два или више језика.

Мogućност комуникације која се одвија према двосмерном симетричном моделу, где грађани равноправно својим предлозима учествују у доношењу одлука је на веома ниском нивоу.

Само један град има на сајту партиципативно буџетирање, односно могућност да грађани учествују у креирању буџета.

Један град има страницу која позива грађане да дају своје предлоге и идеје.

Линк ка друштвеним мрежама постоји на 15 сајтова, с тим што се странице на друштвеним мрежама односе на вести о догађајима који су прошли или активностима градоначелника. Ни једна друштвена мрежа или страница градова нема двосмерну комуникацију са грађанима.

Један град има контакт форму-питајте одборника, један књигу утисака, 17 сајтова имају контакт форму која се односи на питања градоначелнику а 13 сајтова има контакт форму за пријаву комуналних проблема.

Анкету има 5 сајтова, с тим што само један садржи упитник о планираном усвајању стратегије. Форум не постоји ни једном сајту градова у Србији.

## 6. ЗАКЉУЧАК

Анализирајући веб сајтове локалних самоуправа у Србији, долази се до закључка да овај медиј још увек није препознат као средство за двосмерну комуникацију са грађанима.

Резултати истраживања показују да локалне самоуправе у Србији поштују јавност рада у смислу објављивања важних докумената и информација али да још увек не постоји двосмерна комуникација, тј партиципација грађана у одлучивању путем интернета. Грађанима су доступне информације о активностима и пројектима али тек после усвајања и реализације. Само један град има партиципативно буџетирање и анкету са питањем о мишљењу о стратегији која тек треба да се усвоји. Веома је занимљив податак да на републичком нивоу, министарства и институције имају преко портала е –управа, анкете и јавне расправе, у виду форума, отворене за све заинтересоване грађане, а да локална самоуправа која је ближа грађанима још увек то нема, изузев једног града.

Друштвене мреже се користе такође за информисање грађана о већ спроведеним активностима представника власти, пре свега градоначелника. На највећем броју сајтова линкови ка друштвеним мрежама постоје да би се информације прошириле а не да би се грађани увели у дијалог поводом неког проблема.

Комуникација са представницима локалних власти омогућена је само у форми постављања питања и пријаве комуналних проблема.

Имајући у виду да се пословни људи и млади више информишу путем друштвених мрежа и интернет портала,и да би њихово учешће у доношењу одлука било од велике важности, треба унапредити комуникацију у овој области.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Vladimir Štambuk, Communico ergo sum ili Internet kako je nastao i kuda smera, Akademska misao, Beograd, 2009.*
- [2] *Grunig, James, Hunt, Todd: Managing Public Relations, Holt, Reinehart & Winston, 1984*
- [3] *Grunig, James & A. Grunig, Larissa. Excellence Theory in Public Relations: Past, Present, and Future. Public Relations Research: European and International Perspectives and Innovations.2008.*
- [4] *Dragan Martinovic, Korištenje novih medija u komuniciranju s javnošću u jedinicama lokalne samouprave, Logotip d.o.o Široki brijeg, 2014.*
- [5] *Ljubiša Marković: Modernizacija lokalne uprave i samouprave, Centar za promociju civilnog društva, Sarajevo, 2004.*