



Tvining projekat - SR 2005/IB/EN/01 Podizanje kapaciteta Republičke direkcije za vode

Između Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije i Saveznog ministarstva za životnu sredinu, očuvanje prirode i nuklearnu bezbednost

Komponenta 1: Jačanje institucionalnog kapaciteta Republičke direkcije za vode i s njom povezanih institucija

Pod-komponenta 1.5: Dizajn programa podizanja javne svesti o Okvirnoj direktivi o vodama

Aktivnost 1.5.2 Strategija odnosa sa javnošću za moderan sistem upravljanja vodama

Razradili / e:

Irina Franken (gostujuća ekspertkinja)
Udo Sittig (gostujući ekspert)
Valentina Mileusnic Vučić (Republička direkcija za vode)

Prezentirao novembra 2007. god.:

Podržao:

Claus Heuberger
(stacionirani tvining savetnik)

Dr. Nikola Marjanović
(srpski vođa projekta)



Tvining projekat "Podizanje kapaciteta Republičke direkcije za vode"
Projekat finansiran od strane Evropske unije, kojim upravlja Evropska
agencija za rekonstrukciju

Sadržaj

1	Uvod.....	3
2	Cilj i vrednosti.....	3
2.1	<i>Ključne vrednosti</i>	3
3	Vizije za komunikacione aktivnosti.....	4
4	Prioritetne oblasti u bliskoj budućnosti.....	4
4.1	<i>Uvođenje elektronske uprave</i>	4
4.2	<i>Smernice za sprovođenje učešća javnosti prema Okvirnoj direktivi o vodama</i>	5
5	Aktivnosti vezane za vizije.....	6
5.1	<i>Aktivnosti vezane za viziju 1</i>	6
5.2	<i>Aktivnosti vezane za viziju 2</i>	6
5.3	<i>Aktivnosti vezane za viziju 3</i>	7
5.4	<i>Aktivnosti vezane za viziju 4</i>	7
5.5	<i>Aktivnosti vezane za viziju 5</i>	7
5.6	<i>Aktivnosti vezane za viziju 6</i>	8
5.7	<i>Aktivnosti vezane za viziju 7</i>	8
5.8	<i>Aktivnosti vezane za viziju 8</i>	8
6	Odgovornost za komunikacione poslove.....	9
7	Aktivnosti praćenja.....	9
8	Osnovni okvir odnosa sa javnošću.....	9
9	Objašnjenje termina.....	10
9.1	<i>Aktivnosti odnosa sa javnošću</i>	10
9.2	<i>Svest o pitanjima voda</i>	10
9.2.1	<i>Integrirano upravljanje vodnim resursima</i>	11
9.2.2	<i>Evropski okvir</i>	11
9.2.3	<i>Ekonomija voda</i>	11
9.3	<i>Edukacija o pitanjima voda</i>	12
9.4	<i>Učešće javnosti</i>	12
10	Trenutno stanje aktivnosti vezanih za odnose sa javnošću u sektoru vodoprivrede u Srbiji.....	13
10.1	<i>Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede</i>	13
10.2	<i>Republička direkcija za vode</i>	13
10.3	<i>Javna vodoprivredna preduzeća</i>	14
11	Cilj strategije odnosa sa javnošću.....	14
11.1	<i>Do koga treba dopreti i kako?</i>	15
11.2	<i>Koji vremenski okvir je predviđen?</i>	16
11.3	<i>Sredstva komunikacije</i>	16
11.4	<i>Izbor medija</i>	16
12	Učesnici, finansiranje i sponzori.....	17
12.1	<i>Učesnici i njihovi zadaci</i>	17
12.2	<i>Finansiranje</i>	17
12.3	<i>Sponzorisanje</i>	17
13	Kratkoročne preporuke za organizacije.....	17
14	Aktivnosti u vremenskom planu.....	18
15	Upitnik za ocenu svesti o Okvirnoj direktivi o vodama.....	19
	Upitnik za merenje stavova i znanja o Okvirnoj direktivi o vodama.....	19

1 Uvod

Opšti cilj ove strategije jeste da podrži viziju Republičke direkcije za vode koja se oslanja na poboljšanu komunikaciju sa svim zainteresovanim stranama u Srbiji. Shvatamo ovu komunikaciju kao dijalog, te ova strategija opisuje ciljeve komunikacije direkcije, organizaciju komunikacije kao i aktivnosti za dostizanje ciljeva.

Dobra komunikacija je preduslov za učešće javnosti u odlučivanju o vodoprivredi i za održiva rešenja za vodoprivredne probleme. Direkcija ima obimno znanje i praksu vezanu za vodoprivredna pitanja i nadamo se da će ova strategija da nam pomogne da uobličimo i razvijemo ovo znanje zajedno sa građanima Srbije za dobrobit stanja voda.

Ova strategija pokriva proaktivnu stratešku komunikaciju kao i reaktivnu komunikaciju baziranu na kontaktima zainteresovanih strana sa direkcijom. Kao takva, strategija treba da postane radni alat za osoblje direkcije.

Uz ovu strategiju ići će detaljniji akcioni planovi, a biće ocenjena na kraju perioda na koji se odnosi. Strategija će takođe moći da se nađe na veb sajtu Republičke direkcije za vode pored drugih relevantnih dokumenata direkcije.

2 Cilj i vrednosti

Misija direkcije jeste da sprovodi srpsko vodoprivredno zakonodavstvo imajući u vidu nacionalne prioritete ove i budućih generacija. Vizija direkcije jeste da bude kompetentan, kredibilan državni organ koji se stara o srpskim vodama u potpunoj saglasnosti sa politikom i regulativnim principima Evropske unije u oblasti voda. Strategija odnosa sa javnošću za moderan sistem upravljanja vodama treba da podrži ovu viziju.

Nameravamo da osiguramo da direkcija razvije jednu transparentnu organizaciju sa unapređenom eksternom i internom komunikacijom, u skladu sa vodoprivrednom politikom Evropske unije iz organizacionog, pravnog i proceduralnog ugla.

Dalje u ovom dokumentu, nameravamo da predstavimo i opštoj javnosti i našim zaposlenima intencije i vrednosti našeg eksternog i internog odnosa sa javnošću u svom svakodnevnom radu. Strategija pokriva period trajanja tvining projekta i ocenićemo rezultat naših napora na kraju tog perioda.

U ovom poslu dobijamo inspiraciju od Okvirne direktive o vodama Evropske unije povodom pristupa informacijama, dostupnosti učešća na način na koji to predviđaju, pod uticajem ove direktive, zakon o vodama i perspektivni novi zakon koji će biti u Srbiji kao deo procesa pridruživanja Evropskoj uniji.

2.1 Ključne vrednosti

Republička direkcija za vode pridaje značaj sledećim vrednostima u svom radu:

• **Otvorenost**

- Nameravamo da budemo otvorena institucija koja pristup svom znanju i stručnosti daje građanima Republike Srbije, poslovnoj zajednici, istraživačkim ustanovama, drugim vladinim državnim organima, medijima i drugima koji imaju interesa u vodoprivrednim pitanjima. Rad direkcije se sprovodi u dijalogu sa svim relevantnim stranama.

• **Kompetentnost**

- Nameravamo da budemo poznati po izvršavanju svojih dužnosti sa visokom profesionalnom stručnošću u zaštiti voda, a svoju kompetenciju delimo sa stanovništvom na razumljiv način.

• **Transparentnost**

- Nameravamo da direkcija bude poznata po svojoj transparentnosti i praksama dobrog vladanja koja dozvoljava građanima da uživaju u svojim pravima u oblasti voda.

3 Vizije za komunikacione aktivnosti

Republička direkcija za vode je formulisala sledeće vizije za svoje komunikacione aktivnosti:

Vizija 1

Naša interna komunikacija unutar direkcije je dobro organizovna, kontinuirana, jasna i blagovremena. Otvorena i prijateljska komunikacija između osoblja i rukovodećeg kadra stimuliše naše radno okruženje.

Vizija 2

U međunarodnim forumima mi zastupamo srpsku vodoprivrednu politiku i nacionalne prioritete i dokazujemo svoj domaći kapacitet za rešavanje vodoprivrednih problema.

Vizija 3

Promovišemo otvoreno i blagovremeno razmenjivanje ažuriranih informacija sa sektorskim institucijama.

Vizija 4

Staramo se da odgovorimo i obezbeđujemo kompetentne i ažurne informacije na razumljiv način.

Vizija 5

Želimo da sprovodimo komunikaciju na jedan moderan način i u duhu Okvirne direktive o vodama.

Vizija 6

Podižemo svest o vodama i ponašanje u skladu sa zakonom kod stanovništva i pozivamo stanovništvo da učestvuje u odlučivanju u oblasti vodoprivrede.

Vizija 7

Pomažemo drugim vodoprivrednim agencijama i decentralizovanim državnim organima u izvršavanju njihovih dužnosti u vezi vodoprivrednih problema u Srbiji, na primer kroz prikupljanje i širenje informacija.

Vizija 8

Obezbeđujemo jasne, potpune i stručne informacije ministru i pomažemo u promovisanju vodoprivrednih politika kod drugih ministarstava.

4 Prioritetne oblasti u bliskoj budućnosti

Ova strategija prikazuje opšte vizije za komunikacione aktivnosti Republičke direkcije za vode i predlaže aktivnosti kojima se sprovode te vizije. Sledeće inicijative će imati vrhunski prioritet tokom prvog perioda planiranja, naime uvođenje elektronske uprave i komunikacije i razvoj smernica za javne državne organe koje uvode principe Okvirne direktive o vodama. Ove prioritetne oblasti će biti sprovedene kao prioritetni projekti.

4.1 Uvođenje elektronske uprave

Direkcija će proširiti korišćenje elektronske uprave. Razmena dokumenata i informacija će se vršiti elektronski i direkcija će uživati koristi od racionalizacije i unapređenja usluga.

4.1.1 Planiranje uvođenja elektronske uprave

Uvođenje elektronske uprave podrazumeva upravljanje projektom, organizaciju radnih procesa, odeljenje ljudskih resursa i komunikacije, administrativna pravila, pružanje usluga i spoljnih odnosa, elektronsku obradu i arhiviranje, funkcije administrativne podrške i informaciono-tehnološku infrastrukturu.

Direkcija će pripremiti plan za uvođenje elektronske uprave razmatrajući sledeća pitanja:

- Digitalizacija koja pokriva celokupnu organizaciju
- Projekat se mora tretirati kao jedan projekat promene
- Projekat se mora realizovati po fazama
- Projekat mora da da prioritet kontinuiranom informisanju i obučavanju
- Odluke da se donesu nakon faze planiranja osim za neposredne projekte
- Strategija se tiče digitalne obrade i arhiviranja i stoga implicira promenu radnih rutina i procedura

4.1.2 Organizacioni aspekti

Formiraće se Grupa za komunikaciju u Republičkoj direkciji za vode i ona će planirati uvođenje digitalne uprave u tri faze:

- Faza 1: planiranje - 2007
- Faza 2: sprovođenje - 2008: promena radnih procedura, razvoj koncepta usluge
- Faza 3: evaluacija i moguće proširenje - 2008

Organizacija projekta će rukovoditi celim planiranjem i pokrenuće inicijativu da se formiraju manje grupe koje okupljaju tehničko i administrativno osoblje direkcije sa specifičnim zadacima. Jedna takva organizacija će planirati uvođenje intraneta.

Ova radna grupa će se vezivati za Grupu za komunikaciju za glavne odluke.

4.1.3 Intranet

Jedan od prvih koraka za uvođenje elektronske uprave i komunikacije u Republičku direkciju za vode biće da organizuje postojanje intranet sistema. Intranet je u suštini jedan komunikacioni alat koji pruža jednostavne upravne informacije i distribuira vesti brzo zato što ima univerzalnu pokrivenost.

Mala radna grupa će isplanirati dizajn intraneta imajući u vidu:

- Sadržaj intraneta kroz dobijanje inputa od svih odeljenja
- Tehničko postavljanje i održavanje
- Funkcionisanje intraneta to jest webmaster
- Jedan jednostavan dizajn i smanjivanje kompleksnosti sadržaja
- Testirati dizajn na različitim zaposlenima
- Obučiti osoblje i rukovodeći kadar da koriste intranet
- Preurediti postojeće metode tako da se prebace na intranet da se ne bi vodili paralelni sistemi
- Dati uputstva za moguće proširenje sistema

Tehnički dogovori oko servera i sl. treba da budu organizovani za direkciju spolja.

4.2 Smernice za sprovođenje učešća javnosti prema Okvirnoj direktivi o vodama

Direkcija će pomagati decentralizovanim državnim organima i sektorskim institucijama u sprovođenju novog vodoprivrednog zakonodavstva baziranog na principima Okvirne direktive o vodama. Konkretnije, direkcija će obezbediti smernice u kojima će vodoprivredni državni organi i sektorske institucije naći objašnjenja principa ODV. Smernice će opisivati upravljanje informacijama u oblasti voda i davati inspiraciju da se uspostavi dijalog sa građanima u vezi vodoprivrednih pitanja.

Takve smernice bi mogle da imaju relevantna razmatranja o učešću javnosti u vodoprivrednoj upravi, uvođenje ponašanja, organizacije i metoda kojima se dopušta pristup javnosti i da daju konkretne primere učešća javnosti u srpskoj vodoprivrednoj upravi.

4.2.1 Pisanje i predstavljanje smernica

Grupa za komunikaciju će uraditi nacrt strukture smernica i delegirati samo pisanje sadržaja pojedincima ili malim grupama. Smernice bi se mogle predstaviti na sastancima sa relevantnim osobljem lokalnih vlasti i sektorskih organizacija u Srbiji kako bi se omogućilo tumačenje i rasprava.

5 Aktivnosti vezane za vizije

U onom što sledi, vizije su prevedene u komunikacione aktivnosti kako bi se vizije aktivirale u svakodnevnom radu direkcije. Sprovođenje aktivnosti će biti koordinisano u jednom akcionom planu koji treba da nosi svoj sopstveni budžet.

Neke od aktivnosti impliciraju razvoj ili promene u dobro znanim rutinama dok su druge aktivnosti nove i mogu se sprovesti kao jedan projekat sa zasebnim opisom zadatka.

Pošto svaka komunikacija dodiruje način ponašanja kako zaposlenih tako i rukovodećeg kadra, uvođenje promena će biti praćeno informisanjem svih relevantnih strana i u nekim slučajevima obukom gde je to potrebno. Predviđena je saradnja između jedinica za komunikaciju i za razvoj ljudskih resursa u ministarstvu.

5.1 Aktivnosti vezane za viziju 1

Naša interna komunikacija unutar direkcije je dobro organizovna, kontinuirana, jasna i blagovremena. Otvorena i prijateljska komunikacija između osoblja i rukovodećeg kadra stimuliše našu radnu kulturu i usavršava način na koji radimo svoj posao.

Naša eksterna komunikacija se bazira na pozitivnoj i efektivnoj internoj komunikaciji i treba da se pokuša sinergija kako bi poruke od strane direkcije bili jasne svima.

5.1.1 Regularni sastanci zaposlenih

Rukovodeći kadar prenosi prioritete i planove zaposlenima na redovnim sastancima, na primer nedeljno, tako da je osoblje dobro informisano, motivisano i u stanju da prenosi odluke i informacije dalje ka društvu. Sastanci zaposlenih bi takođe služili kao praćenje po problemima ili nezavršenim poslovima sa kojim se bavilo u ranijem periodu.

5.1.2 Sistem elektronske obrade

Elektronska obrada je planirana i uvedena u fazama. Intranet sistem će imati prednost da bi povećao komunikaciju između zaposlenih i rukovodećeg kadra.

5.2 Aktivnosti vezane za viziju 2

U međunarodnim forumima mi zastupamo srpsku vodoprivrednu politiku i nacionalne prioritete i dokazujemo svoj domaći kapacitet za rešavanje vodoprivrednih problema.

Proces približavanja Evropskoj uniji dopušta Srbiji mogućnost da izloži svoja gledišta u raspravama o oblasti voda, a učestvovanje u globalnim vodoprivrednim forumima se može

iskoristiti da bi se pojačala komunikacija o problemima voda i srpski doprinos njihovim rešenjima.

5.2.1 Umrežavanje

Uspostavljamo kontakte tokom sastanaka. Pripremamo i distribuiramo korisne materijale o samoj direkciji našim kontaktima.

5.2.2 Kontinuirano ažuriranje veb sajta

Kontinuirano ažuriramo veb sajt i razvijamo kapacitet osoblja za ovu aktivnost (web master). Treba da bude dostupan i engleski prevod.

5.2.3 Učešće na međunarodnim događajima

Stavljamo kao prioritet učešće na međunarodnim konferencijama, sastancima i td. da bismo shvatali vodoprivredna kretanja i zastupali srpska gledišta.

5.3 Aktivnosti vezane za viziju 3

Promovišemo otvoreno i blagovremeno razmenjivanje ažuriranih informacija sa sektorskim institucijama.

Od suštinskog je značaja za pravljenje politike i strateške poslove direkcije da zaposleni imaju efikasan i efektivan pristup tačnim informacijama o vodama.

U duhu evropske ODV direkcija će promovisati razmenjivanje informacija sa sektorskim institucijama kao i između sektorskih institucija i javnosti. Naša komunikacija sa sektorskim institucijama će ojačati pojam sektora voda u administraciji u interesu zaštite voda.

5.3.1 Dijalog sa partnerima

Direkcija će promovisati dijalog o pitanjima voda u Nacionalnom savetu za održivi razvoj u Srbiji.

5.3.2 Fokusirano informisanje za zainteresovane strane

Direkcija će obezbeđivati blagovremeno i stručno znanje i podatke o problemima voda zainteresovanim stranama tako da se može postići otvorenost o najnovijim trendovima u znanju iz oblasti voda. Direkcija će gledati potrebe različitih zainteresovanih strana kako bi pripremila za njih relevantne informacije.

5.4 Aktivnosti vezane za viziju 4

Staramo se da odgovorimo i obezbeđujemo kompetentne i ažurne informacije na razumljiv način.

5.4.1 Poboljšana dostupnost informacijama o vodama

Dostupnost informacijama o vodama će biti osnažena kroz elektronske medije, naročito kroz veb sajt a direkcija će dati prioritet brizi da informacija bude relevantna i blagovremena. Informacija će biti skrojena za ciljnu grupu tako da bude sigurno da zadovolja kriterijume relevantnosti i razumljivosti.

5.4.2 Poboljšana javna usluga

Direkcija će analizirati svoju obavezu pružanja javnih usluga i naći najbolji način da promoviše i organizuje povećane usluge stanovništvu. Direkcija će ojačati usluge putem telefona i usluge prijema i usmerenost osoblja na uslugu, recimo kroz obuku.

5.5 Aktivnosti vezane za viziju 5

Želimo da sprovodimo komunikaciju na jedan moderan način i u duhu Okvirne direktive o vodama.

5.5.1 Digitalizovana uprava i komunikacija

Direkcija će uvesti digitalizovanu upravu i komunikaciju u jednom faznom razvoju da bi se pobrinula za povećani obim komunikacije.

5.5.2 Kampanja o pravima građana u vezi voda

Direkcija će sprovesti kampanju da bi informisala građane Srbije o njihovim pravima u oblasti voda i o sadržaju Okvirne direktive o vodama.

5.6 Aktivnosti vezane za viziju 6

Podižemo svest o vodama i ponašanje u skladu sa zakonom kod stanovništva i pozivamo stanovništvo da učestvuje u odlučivanju u oblasti vodoprivrede.

5.6.1 Promovisanje pitanja voda na javnoj agendi

Iniciramo i učestvujemo u kampanjama za podizanje svesti javnosti o pitanjima voda i ocenjujemo rezultat svojih aktivnosti na stalnoj osnovi. Naglašavamo dimenziju voda u aktivnostima i planovima drugih aktera i učestvujemo u javnoj debati o pitanjima voda preko televizije, novina, sastanaka i dr.

5.6.2 Proaktivan kontakt sa medijima

Dajemo medijima relevantne i blagovremene informacije i negujemo svoje kontakte sa nacionalnim i regionalnim medijima tako da naše poruke dobiju najveći uticaj. Razvijamo više proaktivan i prodoran stil u svojim promotivnim materijalima za podršku, recimo kroz više vizuelnih materijala.

5.6.3 Promovisanje dobrih praksi

Objavljujemo primere dobrih praksi zaštite voda u medijima i ohrabrujemo druge da ih slede.

5.7 Aktivnosti vezane za viziju 7

Pomažemo drugim vodoprivrednim agencijama i decentralizovanim državnim organima u izvršavanju njihovih dužnosti, na primer kroz prikupljanje i širenje informacija.

Važno je pomagati i voditi organe lokalne samouprave i agencije putem dobro odabranih i blagovremenih informacija o sprovođenju vodoprivrednih politika.

5.7.1 Smernice za procedure učešća javnosti

Pomažemo organima lokalne samouprave u primeni metoda učešća u procedurama vodoprivredne administracije.

5.7.2 Saradnja sa organima lokalne samouprave u kampanjama

Direkcija inicira kampanje zajedno sa organima lokalne samouprave i institucijama povodom specifičnih pitanja od lokalnog značaja, kako bi prenela poruke na najbolji mogući način.

5.8 Aktivnosti vezane za viziju 8

Obezbeđujemo jasne, potpune i stručne informacije ministru i pomažemo u promovisanju vodoprivrednih politika kod drugih ministarstava.

Republička direkcija za vode pruža otpimalnu službu ministru. Naše stručne informacije date tačnim i preciznim jezikom omogućavaju ministru da daje kompetentne odgovore na pitanja iz oblasti voda.

5.8.1 Međusektorska saradnja

Predlažemo stalnu saradnju na međuministarskim radnim grupama, kako bi se promovisala međusektorska diskusija o vodoprivrednim problemima i njihovim rešenjima.

5.8.2 Kvalitetna služba ministru

Dajemo svom ministru ažurirano znanje o tekućim pitanjima od značaja u javnoj debati kao i potpune informacije i analize problema od značaja za političke procedure. Direkcija prati rad medija i priprema materijale za ministra u tekućim raspravama u medijima.

6 Odgovornost za komunikacione poslove

Opšta odgovornost za sve komunikacione aktivnosti nalazi se kod direktora Direkcije za vode. Odvojena jedinica za komunikaciju treba da se uspostavi i preuzme odgovornost za sprovođenje ovih aktivnosti. Ova jedinica će podržavati sve aspekte komunikacionih poslova direkcije.

Opis zadataka za ovu jedinicu treba da se pripremi, uključujući sledeće zadatke: rad na održavanju informacione tehnologije, priprema promotivnih (komunikacionih) i obrazovnih materijala, funkcije odnosa sa javnošću i sl. Pored strategije, biće pripremljen jedan akcioni plan sa budžetom. Direktor će rasporediti osoblje i resurse za izvršavanje ovih aktivnosti.

7 Aktivnosti praćenja

Ova strategija za odnose sa javnošću je prva ove vrste u Republičkoj direkciji za vode i biće procenjena u pogledu svog učinka i rezultata. Direkcija će pripremiti obrazloženja svojih aktivnosti odnosa sa javnošću i na vreme integrisati ova obrazloženja u sveukupna obrazloženja direkcije. U principu, ova strategija pokušava da integriše internu i eksternu komunikaciju u direkciji pa oba ova aspekta treba da se mere. Na kraju važena ove strategije uradiće se ocena u smislu njene sposobnosti da prevede svoje vizije u praksu. U međuvremenu izvodice se manje evaluacije, na primer jednom godišnje da se provere tražnja i kvalitet komunikacionih usluga i materijala direkcije. Prioritetne aktivnosti će dobiti evaluaciju zbog toga što će u njih ići glavni napori.

8 Osnovni okvir odnosa sa javnošću

U naše vreme, masovni mediji određuju koje teme će se dešavati u određenim vremenskim intervalima u dnevnim programima sredstava javnog informisanja. Politika uspešne komunikacije se bazira na velikom prisustvu u medijima i bazira se na **dugoročnom i vrlo tesnom radu** sa štampom i drugim medijima.

Priroda i životna sredina danas moraju da saopšte svoj ključni značaj u pogledu sigurnosti radnih mesta i štaviše kvaliteta života.

Moderni vodoprivredni sistem (MVS) se bazira na integrisanom upravljanju kvantitetom i kvalitetom voda imajući u vidu činjenicu da je voda jedno složeno pitanje. Voda ima značenje kao vitalno dobro, kao socijalno, ekonomsko i pitanje životne sredine. Da bi se imalo održivo vodosnabdevanje i korišćenje voda, ono što mora da bude naznačeno je ekološki i hemijski status voda i dalji koraci da bi se on poboljšao. Okvirna direktiva o vodama Evropske unije (ODV) može biti od pomoći i podrške u ovoj stvari, budući da predstavlja pravni okvir za čitavu vodoprivredu Evropske unije počev od decembra 2000.

Osnovi preduslov za jedan takav integrisan sistem jest široka i intenzivna razmena informacija na svim nivoima. To uključuje posebno informisanje javnosti i javne rasprave, kao i aktivno učešće građanstva da bi se poboljšao kvalitet voda i stvorio pažljiv odnos prema vodi. Takođe je veza sa politikama u oblasti poljoprivrede, zaštite prirode i zaštite tla i prostornog i urbanog planiranja od ogromnog značaja.

Opšti cilj ove strategije jeste da podrži viziju Republičke direkcije za vode koja se oslanja na poboljšanu komunikaciju sa svim zainteresovanim stranama u Srbiji. Ta komunikacija treba a se shvati kao dijalog, te ova strategija opisuje ciljeve komunikacije direkcije, organizaciju komunikacije kao i aktivnosti za dostizanje ciljeva. Dobra komunikacija je preduslov za učešće javnosti u odlučivanju o vodoprivredi i za održiva rešenja za vodoprivredne probleme.

Direkcija ima obimno znanje i praksu vezanu za vodoprivredna pitanja i nadamo se da će ova strategija da nam pomogne da uobličimo i razvijemo ovo znanje zajedno sa građanima Srbije za dobrobit stanja voda. Ova strategija pokriva proaktivnu stratešku komunikaciju kao i

reaktivnu komunikaciju baziranu na kontaktima zainteresovanih strana sa direkcijom. Kao takva, strategija treba da postane radni alat za osoblje direkcije.

Uz ovu strategiju ići će detaljniji akcioni planovi, a biće ocenjena na kraju perioda na koji se odnosi. Strategija će takođe moći da se nađe na veb sajtu Republičke direkcije za vode pored drugih relevantnih dokumenata direkcije.

9 Objašnjenje termina

9.1 Aktivnosti odnosa sa javnošću

Osnovne funkcije odnosa sa javnošću u jednoj organizaciji su informisanje, komuniciranje i pridobijanje javnosti za ciljeve te organizacije – u ovom slučaju, Republičke direkcije za vode – kao što su građenje, održavanje i oblikovanje konzistentnog imidža, poverenja i kredibiliteta. Imidž i poverenje se baziraju na dobrom kontaktu i dogovoru između raznih ciljanih vladinih organizacija i drugih, pre svega da bi se razrešili bilo kakvi mogući konflikti na kredibilan način. Naglasak je pri tome na odgovarajućim delovima državne uprave, građana, građanskih inicijativa, medija, privrednih i organizacija životne sredine, sponzora, zadruga i td. Takođe treba ozbiljno razmotriti i politiku lobiranja, kao jedan posebni oblik odnosa sa javnošću. Ona po logici stvari podleže mnogo manjoj pažnji medija, ali može da gađa u mnogo suštinskije tačke.

Mora da postoji jasna podela između kratkoročnih dnevnih zadatka, bavljenja štampom kroz forme kao što su konferencija za štampu i saopštenja za štampu, i dugoročnih ciljeva odnosa sa javnošću u vezi voda bilo kroz obuke bilo kroz kampanje. Najvažniji prioritet je stvaranje široke svesti o životnoj sredini i uticaj na imidž vodoprivredne uprave u očima javnosti.

9.2 Svest o pitanjima voda

Svest o pitanjima voda predstavlja ljudski uvid u činjenicu da je životna sredina, kao osnova ljudskog i sveg drugog života – oskudna i ugrožena zbog hitnijih potreba ljudi, industrije, upada u životnu sredinu i dr. Svest o pitanjima voda stoga se pojavljuje kao znanje i stavovi prema životnoj sredini, kao namere za ponašanje koje se tiče životne sredine i aktuelno ljudsko ponašanje u životnoj sredini.

Prirodna životna sredina je opšte dobro i svako ima jednako pravo da je koristi. Štaviše, individualni doprinosi ne povećavaju niti smanjuju zaštitu životne sredine. Sve dok ponašanje prema životnoj sredini nije pravno definisano kroz naknade i kazne, to jest sve dok to ne daje bilo kakve direktne ekonomske prednosti, ne postoji ni jaka motivacija za bilo kakvo prijateljsko ponašanje prema životnoj sredini.

Lična izloženost životnoj sredini ima takođe veliki uticaj, na primer putem buke, izdubnih gasova ili industrijskih otpadnih voda. Moralna ubeđenja su tesno povezana sa izdacima i troškovima ponašanja koje se tiče životne sredine. Za početak, svest o životnoj sredini se može promeniti u prijateljsko ponašanje prema životnoj sredini time što su niži troškovi ili izdaci za takvo ponašanje. Briga za vlastito zdravlje je takođe jedan jak motiv za ovu vrstu ponašanja, kao i za kupovanje ekoloških proizvoda. Takođe se kao motivišući faktor za zaštitu životne sredine ubraja i briga za buduće generacije.

9.2.1 Integrisano upravljanje vodnim resursima

Podrška odlučioa i bolja koordinacija odluka koje se moraju doneti imaju potrebu za poboljšanjima da bi se postigao uspeh u integrisanom upravljanju vodnim resursima i harmonizaciji sa Okvirnom direktivom o vodama EU. Moraju se preduzeti aktivnosti za stvaranje šireg društvenog koncenzusa i političke podrške za poboljšanje upravljanja vodama i povećanje investicija za vode. Centralna preokupacija u takvim aktivnostima će postati potreba da se stvori snažna poruka o ekonomskim koristima, a posebno u zagovaranju i kampanjama podizanja svesti.

9.2.2 Evropski okvir

Iako Srbija još uvek nije član EU, postoji snažna politička volja i potreba da se usaglasi domaće postupanje i zakonodavstvo u oblasti voda sa evropskim praksama. Sadašnja Vlada Republike Srbije sledila je strukturalni pristup evropskim integracijama, nastavljajući posao odrađen prilikom prethodne vlade. Priprema se sveobuhvatna strategija pridruživanja EU. Jedan novi mehanizam, institucionalizovan u vladinom pravilniku, kaže da svaki predlog zakona mora da bude praćen izjavom o usklađenosti sa pravom EU (Izveštaj o spremnosti Srbije i Crne Gore da pregovaraju o Sporazumu o stabilizaciji i pridruživanju sa EU, Evropska komisija, Brisel, 12. april 2005.).

Direkcija za vode treba uskoro da počne da saraduje sa nevladinim organizacijama, organizacijama građanskog društva i sa udruženjima korisnika voda koja će biti formirana u skladu sa nacrtom novog zakona o vodama, da bi se okupile sve zainteresovane strane pod jednom zajedničkom platformom. Ova zajednička platforma će stvoriti širi koncenzus odlučioa, posebno Ministarstva finansija i drugih vladinih igrača, kao i širokog spektra korisnika, a to će voditi prihvatanju potrebe da se otvore i korak po korak reše problemi. Mnogi od problema imaju svoj koren u odsustvu naknade troškova i u manjkavostima vodoprivrednih politika.

9.2.3 Ekonomija voda

Ključni deo programa je da prilagođavanje investicija specifičnim okolnostima i prilikama siromašnih može u velikoj meri poboljšati efikasnost investicija i efektivnost u pogledu delovanja na siromaštvo. Usvajanje ciljeva poput onih u milenijumskim ciljevima razvoja Ujedinjenih nacija je važno politički i strateški, ali isto tako nosi inherentnu opasnost da se progres meri prosto u brojevima bez osvrtnja na održivost, troškovnu efektivnost ili prikladnost primenjenih tehnologija i upravljačkih modela. Pristup 'slavine i wc-šolje' može da vodi preskriptivnim kampanjama odozgo na dole, gde se jednoobrazna rešenja nameću siromašnima nezavisno od njihovih karakteristika ili želja. Učinci poboljšanog upravljanja vodama na smanjenje siromaštva su neposredni i direktni – on poboljšava način života, usavršava zdravlje i smanjuje ranjivost – ali postoji i potreba da bude se fleksibilan i da se razmisli o raznovrsnom karakteru siromaštva i različitim životnih sredina. Obrasci načina življenja, korišćenja vode i raspoloživost vodnih resursa su izuzetno različiti: postoji potreba da se politika i regulatorna promena diferenciraju kako bi odražavale socijalnu raznovrsnost i raznovrsnost životne sredine.

Pitanja cene vode i naknade troškova su obično samo jedan deo šireg paketa politike u ovoj oblasti. Ona se često kombinuju sa drugim polugama strateškog menadžmenta. Jasno postoji potencijal da se smanji korišćenje vode kroz upravljanje potražnjom, a potražnja za vodom izgleda kao bar u maloj meri osetljiva na pravilno sprovedeno formiranje cene. Iskustva ukazuju da je direktno učešće javnosti i/ili zainteresovanih strana u planiranju ključ za razvoj uspešnih strategija.

Integrisano finansiranje za integrisano upravljanje vodama u Srbiji treba da se temelji na sledećem:

- Finansiranje svih važnih funkcija i usluga u sektoru voda na pouzdan, koherentan i održiv način,
- Uključivanje svih aspekata menadžmenta i investiranja kao i funkcionisanja infrastrukture,
- Neke komponente su lake za finansiranje, druge su teže,
- Neke oblasti aktivnosti su zapostavljene ili nedovoljno finansiranje: na primer krozsektorske i integrativne funkcije – kontrola poplava, upravljanje slivom, plovidba, upravljanje životnom sredinom, održavanje i sanacije.
- “Ekonomija voda ” treba da se drži skupa i da bude odgovarajuće finansirana. Nedovoljno finansiranje u jednoj oblasti vodi ka problemima u drugim oblastima, i skupo je na dugi rok.

9.3 Edukacija o pitanjima voda

Edukacija o pitanjima voda sastoji se od sledećih poslova:

- Širenje znanja o vodnom ciklusu,
- Ukazivanje na preteće opasnosti i konkretne nestašice vode,
- Senzitivizacija stanovništva da bi se razumela uloga vode u prirodi,
- Stvaranje svesti o oskudnosti vode, zagađenju voda, poplavama i drugim sa vodom povezanim problemima,
- Unošenje osnovnog etičkog stava,
- Poboljšavanje svesti o vodama,
- Saopštavanje odgovornosti za rešenja i akcije i
- Jačanje i poboljšavanje organizacionih sposobnosti ljudi.

Jedan od ciljeva koji su povezani sa ovim poslovima je da se ljudi osnaže za jedno aktivno ponašanje prijateljsko prema vodi i za odgovorno korišćenje vodnih resursa.

Dok su rezultati edukacije o životnoj sredini manje ili više neuspešni, njena uspešnost kod dece i mladih osoba može da bude spektakularna, ako projekti o životnoj sredini, a posebno obrazovni projekti o vodama, izazovu i zadrže dečije interesovanje. To podrazumeva spajanje znanja i iskustva da bi se oni ohrabрили na aktivno učešće i poboljšali svoju svest o životnoj sredini, sa posebnim naglaskom na svest o vodi.

Praktične aktivnosti dece u prirodi, blizu najbliže reke ili jezera i u fabrikama vode postižu veći uspeh učenja nego bilo koji čas teoretskog učenja.

9.4 Učešće javnosti

Učešće javnosti znači učešće građana u političkom odlučivanju. Taj pojam nije strogo ograničen, ali u glavnom se odnosi na učešće koje prevazilazi izbor političkih predstavnika u parlamentu.

Recimo, u članu 14 Okvirne direktive o vodama, nalaze se odredbe o uključivanju javnosti u proces sprovođenja Okvirne direktive o vodama. Pored ostalih odredbi, ona razgraničava:

- informisanje,
- raspravu,
- aktivno učešće.

U slučajevima informisanja i javne rasprave, sledeći dokumenti su predviđeni:

- vremenski plan i program rada za pripremu plana upravljanja rečnim slivom (RBMP),

- Pregled najvažnijih pitanja koja se tiču plana upravljanja rečnim slivom u oblasti nekog rečnog sliva
- Radne verzije plana upravljanja rečnim slivom.

Sem toga, zahteva se promocija aktivnog učešća svih zainteresovanih strana. Pri tome je prioritet na učestvovanje u pripremi, pregledavanju i ažuriranju plana upravljanja rečnim slivom. Javnost bi trebalo da prati razvoj situacije u pogledu voda u svom regionu.

10 Trenutno stanje aktivnosti vezanih za odnose sa javnošću u sektoru vodoprivrede u Srbiji

10.1 Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede

Stanje životne sredine se u glavnom diskutuje u srpskim medijima u posebnim situacijama, kao što je period teških poplava u 2006. godini, pomor ribe i slično. Mimo toga, ne postoji iole značajno interesovanje za ovu temu.

U Ministarstvu poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije postoji jedan info centar u kome radi četiri zaposlenih. Tri osobe rade u kol centru a gospođa Jasna Stojanović je odgovorna za aktivnosti vezane kako za informisanje u štampanim medijima tako i na internetu. Saopštenja za štampu iz direkcije za vode objavljuju se preko info centra. Težište rada info centra, u smislu sadržaja, je naravno na poljoprivredi a pitanja voda dolaze na ad hoc osnovama. Postoji nacrt jednog plana interne i eksterne komunikacije za čitavo ministarstvo za 2008. Tehnička infrastruktura za objavljivanje informacija na internetu je dostupna, a ipak se ne koristi u nekim odeljenjima. Postoji mogućnost da organizovanje televizijskih intervjua i redovnog objavljivanja u sopstvenom info magazinu ministarstva, međutim i jedno i drugo su usmereni na poljoprivredne i seljake pre nego na opštu javnost.

Postojeći pristupi u pogledu korporativnog dizajna na nivou ministarstva nisu primenljivi u oblasti voda.

10.2 Republička direkcija za vode

Zadatak direkcije za vode jeste da sprovodi srpsko zakonodavstvo o vodama u pogledu nacionalnih prioriteta sadašnjih i budućih generacija. Domaće i međunarodne obaveze zahtevaju i sprovođenje Okvirne direktive o vodama Evropske unije. Vizija direkcije za vode je da budu kompetentan i kredibilan državni organ koji se stara za srpske vode u potpunoj saglasnosti sa vodnim politikama i regulativnim principima Evropske unije. Strategija odnosa sa javnošću za moderno upravljanje vodama podržava ovu viziju.

U direkciji za vode, postoji jedan službenik koji je nadležan, pored drugih dužnosti, za odnose sa medijima i nevladinim organizacijama. Za razliku od devedesetih godina, kada je samo direktor bio ovlašćen da govori sa novinama, sada takođe i stručnjaci u određenim oblastima mogu nezavisno da kontaktiraju štampu. Na primer, jedan stručnjak za pitanja poplava je bio određen u proleće 2006. godine kao osoba koja kontaktira sa bilo kojim domaćim i međunarodnim predstavnicima štampe. Isto tako, o pitanjima vodoprivredne inspekcije relevantne informacije o zagađenju voda takođe daje koordinator vodoprivredne inspekcije.

Dugoročna strategija kontinuiranog rada na odnosima sa javnošću u direkciji za vode ne postoji. Razvijanje rada na odnosima sa javnošću u direkciji je delimično sprečeno činjenicom da je većina aktivnosti na odnosima sa javnošću smeštena u ministarstvu. Postoji jedno odlično iskustvo sa Danom Dunava u junu svake godine. Međunarodna konferencija za zaštitu Dunava (ICPDR) proglasila je 29. jun kao fiksni datum za sve zemlje u slivu Dunava i podstakla je ministarstva i vodoprivredne organizacije u tim zemljama da organizuju proslavu tog dana. To je u glavnom jedino vreme, pored incidenata sa poplavama ili havarijskim zagađenjima, za pozitivne aktivnosti direkcije u vezi odnosa sa javnošću.

Direkcija za vode ima svoju internet stranicu već dve godine. Sada su sve informacije iz saopštenja za štampu dostupne na internet stranici ministarstva: www.minpolj.sr.gov.yu. Informacije o projektima u oblasti voda, kao što je SAVA Cards projekat i twinning projekat, su takođe stavljene na internet na zasebnim veb stranicama.

Oko polovine zaposlenih u direkciji za vode, naime vodoprivredni inspektori, ne rade u Beogradu nego u različitim krajevima Srbije. Ove osobe nisu bile snabdevene kompjuterima do ove godine. Internet veze kao i korišćenje imejlova nisu adekvatno razvijeni u tim krajevima. Opšta internet oprema u Beogradu je uporediva sa onim u drugim evropskim zemljama, ali van Beograda je teško pristupiti internetu. Stoga, radio emitovanje i drugi oblici medija treba da budu više naglašeni, da bi se pristupilo široj publici.

Sva pitanja od strane štampe, nevladinih organizacija i građana odgovaraju se u pisanoj formi u skladu sa Zakonom o pristupu informacijama od javnog značaja. Papir sa pečatom na sebi se uopšteno smatra kao validan. Slobodan pristup svim javnim informacijama i informacijama o životnoj sredini je pravno uveden u Srbiju od 2. novembra 2004.

Nacrt novog zakona o vodama koji se tiče implementacije Okvirne direktive o vodama Evropske unije postoji u direkciji za vode od decembra 2005. Pored drugih promena, predlažu se područja, široki sistem cena za vodne usluge, i odbor u vidu vodne konferencije za učešće javnosti.

10.3 Javna vodoprivredna preduzeća

U preduzećima „Srbijavode“ i „Vode Vojvodine“, već se dešavaju aktivnosti za odnose sa javnošću. U „Vode Vojvodine“ postoje neka vrlo dobra iskustva sa informisanjem građana i javnim učešćem. U zadnje tri godine, u svim većim regionima u oblasti sliva Dunava u Vojvodini, organizuju se prezentacije aktivnosti „Vode Vojvodina“ u novembru svake godine, gde se prikazuju rezultati iz pretodne i planovi za narednu godinu. U međuvremenu, te prezentacije su dobro posećene i koriste se od građana za pitanja i diskusije. Pored toga, „Vode Vojvodine“ su se takođe uključile u obrazovanje o životnoj sredini za predškolsku decu pre svega. „Srbijavode“ za sada rekonstruiše svoj veb-sajt da bi ga učinila privlačnijim za javnost.

11 Cilj strategije odnosa sa javnošću

Politika voda je određena političkim, socijalnim, ekonomskim i administrativnim sistemom. Korišćenje, razvijanje i upravljanje vodnim resursima, ako i snabdevanje i distribucija vode kao obezbeđivanje usluga, utiču direktno ili indirektno na različite nivoe društva. Da bi se uspostavilo efektivno upravljanje, važni su sledeći aspekti:

- Svi građani treba da budu u stanju da učestvuju u procesima odlučivanja.
- Informacije treba da budu dostupne bez plaćanja za njih.
- Sve društvene grupe treba da budu u stanju da poboljšaju svoje načine života.
- Uprava treba da građanima polaže račune o svom radu.

Opšte se priznaje da je voda tradicionalno bila posmatrana kao besplatan resurs neograničen za snabdevanje po nultoj ceni i u najboljem slučaju korisnici vode su u obavezi da plate samo jedan deo troškova zahvatanja, transfera, prečišćavanja i ispuštanja vode. Svi s tim povezani eksterni troškovi voda su bili ignorisani a korisnici su imali vrlo malo motiva da koriste vodu efikasno i da je ne traće.

Prema izveštaju o razvoju voda u svetu 'Water for People, Water for Life', od cene vode se očekuje da služe različitim i često nesaglasnim svrhama, među kojima su: naknada troškova, ekonomska efikasnost i socijalna jednakost.

Definisanje od strane direkcije za vode agende za kampanju podizanja svesti koja dole sledi, kako bi se pokrenuo proces promene u upravljanju vodama, bi veoma razjasnilo značaj vode za različite aspekte razvoja. Ona treba da obezbedi bolje razumevanje koristi, uključujući i direktne ekonomske koristi koje će stvoriti povećano investiranje i stimulisaće sve zainteresovane strane da naprave ovo investiranje. Agenda za promenu stavova je potrebna da bi podržala politiku i reformski proces koji je u toku u sektoru voda, tako da promene postanu pravilo pre nego izuzetak.

Investiranje u vode je dobar potez, bilo da se preduzimaju za obimne infrastrukturne radove bilo za male lokalne razvoje. Investiranje na svim nivoima može da generiše brzi povraćaj što čini te investicije kompetitivnim kada se uporede sa direktnim ekonomskim efektima investiranja u drugim sektorima. Investicije su takođe korisne u smislu šireg razvoja, u mnogim slučajevima dodirujući fundamentalne uzroke siromaštva kao što su loše zdravlje, degradacija životne sredine i nesigurnost egzistencije.

Ono što je ključno je da se naprave argumenti u prilog povećanim investicijama, argumenti u kojima kao centralna dimenzija stoji doprinos vode za smanjenje siromaštva i ekonomski razvoj. Taj argument se vrlo često ne daje, ili se daje na fragmentiran način bez pominjanja dovoljno jakih dokaza koji ga podržavaju. Pravi izazov je da se stvore politike i regulacije u oblasti životne sredine koje podržavaju primenjivanje na širem planu nekih pozitivnih primera iz upravljanja vodama i razvoja politika u korist siromašnih, naročito stvarajući stimulanse za generisanje investicija, od strane lokalnih vlasti i tržišta kapitala, koji su suštinski u smislu neke dopune vladinim i donatorskim resursima. To podrazumeva svest kod onih koji stvaraju politike, svest o svim troškovima i koristima i vrednostima koje vodoprivredne investicije generišu. Argument za investicije mora da se temelji na čvršćim i koherentnijim podacima od onih koji se sada daju: dokazi koji postoje navode upravo na suprotno, ali to je previše parcijalno i lokalno da bi ubedilo one koji oklevaju.

Potrebna je dalja analiza ovog stožernog pitanja na nacionalnom nivou (da se pokaže doprinos vodoprivrede nacionalnoj privredi), na nivou privatnih investicija (da se proceni celokupni obim troškova i koristi koje investicije generišu) i na nivou pojedinaca i domaćinstava, gde se siromaštvo i uticaji načina života najubedljivije shvataju.

Za dobru strategiju odnosa sa javnošću, javnost mora da učestvuje u procesu njenog pravljenja, vodeći računa o ekonomskim i socijalnim odnosima prema vodi kao i o povećanju svesti o životnoj sredini.

Pravna osnova, pored ostalog, nalazi se takođe u Zakonu o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja od 2. novembra 2004.

11.1 Do koga treba dopreti i kako?

Redovna dešavanja:	Dan Dunava 29. Juna svake godine, Svetski dan voda 22. marta svake godine,
Regionalna dešavanja:	sajmovi, kongresi, izložbe, prezentacije na univerzitetu, regionalne ili lokalne svečanosti
Tematski orijentisano:	integrisano upravljanje vodnim resursima, vodosnabdevanje, zaštita od poplava, zagađenje voda, cena vode tj. vodnih usluga,

Usmereno prema korisnicima: svi stanovnici,
deca, studenti,
organizacije, institucije, univerziteti,
škole, zajednice, opštine

11.2 Koji vremenski okvir je predviđen?

srednjoročno: do Dana Dunava 2008,
videti tačku 7 „Aktivnosti i vremenski plan“

dugoročno: permanentan proces

11.3 Sredstva komunikacije

- Jednostavne informacije u saopštenju za štampu,
- Permanentno informisanje o vlastitom veb sajtu sa privlačnom i konstantnom internet adresom,
- Njusleter o uspešnim koracima napravljenim u radu i ostvarenom stanju projekta, o sprovođenju Okvirne direktive o vodama, o prilagođavanju zakona o vodama zahtevima Okvirne direktive o vodama,
- Mogućnosti za fotografije, konferencije za štampu u nekim prilikama kao što su Dan Dunava, mere za zaštitu od poplava, otvaranje sezone kupanja ili publikacije
- Vođenje novinara u goste zanimljivim vodoprivrednim organizacijama ili geografskim mestima koja su relevantna iz ugla životne sredine
- Informativni lični kontakti,
- Poster, flajeri
- Razglednice, panoi za slavljenje podunavskih kultura, majice i stikeri za Dan Dunava,
- Kviz za decu u novinama
- Igrice na internetu u vezi životne sredine (Evropska agencija za životnu sredinu EEA nudi besplatnu igricu na 26 jezika na veb sajtu www.honoloko.com. U saradnji sa EEA, to može da se prevede i na srpski jezik),
- Upitnik za ocenu svesti o životnoj sredini preko interneta, sa velikom promocijom te aktivnosti i tog internet sajta preko tradicionalnih medija (videti tačku 8 „Upitnik“).

11.4 Izbor medija

- radio i TV stanice
- dnevne novine (regionalne, koje pokrivaju više regiona)
- nedeljeni listovi
- žute strane
- posebne publikacije
- posebne revije za životnu sredinu, lokalna pitanja, kulturna pitanja, putovanje, slobodno vreme i dr.
- internet: sve informacije iz saopštenja za štampu i sve aktivnosti će paralelno biti dokumentovane i postavljene na internetu

12 Učesnici, finansiranje i sponzori

12.1 Učesnici i njihovi zadaci

Ministarstvo obrazovanja:	Multiplikator za školsku i predškolsku decu
Ministarstvo kulture i medija:	Korišćenje svih kontakata u medijima
Ministarstvo životne sredine:	Pokušaj da se dobije komercijalno vrme za TV reklamu
	Partner za aktivnost upitnika
	Partner za internet igricu o životnoj sredini
Regional Environmental Centre:	

12.2 Finansiranje

Pitanje finansiranja u ovom momentu nije jasno. Postoji očigledno tražnja za finansijskim sredstvima za rad na odnosima sa javnošću. Minimum bi bio sredstva za nagrade za kviz i za aktivnost oko upitnika (glavne nagrade: knjige o vodi), ali mnogo više je potrebno za prave PR kampanje.

12.3 Sponzorisanje

Mogući parnteri koji se mogu kontaktirati:

Coca-Cola, kao sponzor Dana Dunava,
Vodoprivredna preduzeća / organizacije,
TV i/ill radio stanice,
Dnevne novine,
Specijalni časopisi vezani za životnu sredinu,
Univerziteti

13 Kratkoročne preporuke za organizacije

- Nominacija jedne osobe koja bi bila isključivo odgovorna za aktivnosti odnosa sa javnošću i sprovođenje strategije odnosa sa javnošću direkcije za vode i za saradnju sa PR osobom iz Ministarstva,
- Ustanovljenje jedinstvenog korporativnog dizajna (logo, slova, ...) za fascikle i dokumente za saopštenja za javnost i za objavljivanje na internetu.
- Edukacija osoblja o osnovama pitanja odnosa sa javnošću:
 - Kako se piše saopštenje za štampu?
 - Organizacija prezentacija,
 - Nastup u medijima,
 - Praćenje zastupljenosti u medijima,
 - Prezentacije na internetu, ...
- Kontakt sa ministarstvima (nadležnim za obrazovanje, kulturu i medije i životnu sredinu) i institucijama specijalizovanim za pitanja voda u bilo kom smislu, da bi se napravile zajedničke aktivnosti za odnose sa javnošću.
- Kontakt sa stručnim organizacijama u domenu voda, sa Privrednom komorom, sa javnim-komunalnim preduzećima, sa vodovodima i sl.
- Pravljenje vlastitog internet sajta direkcije za vode i nezavisno stavljanje informacija na internetu
- Poboljšavanje komunikacije između državnih organa i unutar samih državnih organa.

14 Aktivnosti u vremenskom planu

Aktivnost	Vreme dešavanja
Regionalna konferencija – upravljanje podzemnim vodama u slivu Dunava i drugim velikim rečnim slivovima, saopštenje za štampu o pitanjima podzemnih voda i ciljevima ODV Evropske unije, širenje informacija o vezi sa proslavom Dana Dunava.	Jun 2007
Konferencija za štampu u vezi proslave Dana Dunava, saopštenje za štampu za najavu i prezentaciju upitnika	Jun 2007
Deljenje upitnika zajedno sa kratkom informacijom o tvining projektu zajedno sa promcijom i pozivom za Dan Dunava	Oko nedelju dana kasnije- Jun 2007
Intervjui o pitanjima voda u kontekstu Dana Dunava u novinama, na TV i radio stanicama	15. jun - 29. jun
Zatvaranje aktivnosti oko upitnika	Završetak: 10. juli
Konferencija za štampu povodom Zajedničkog istraživanja Dunava 2	Septembar 2007
Saopštenje za štampu o rezultatima aktivnosti oko upitnika, informacija o pilot projektu: sprovođenje "Kutija za Dunav" u školama u Novom Sadu	Septembar / oktobar 2007
Konferencija za štampu u sklopu Životna sredina za Evropu, šeste ministarske konferencije	Oktobar 2007
Konferencija za štampu ili mogućnost fotografisanja povodom objavljivanja postera odnosno flajera u vezi ODV, nakon čega sledi pilot projekat sprovođenje "Kutije za Dunav" u školama u Novom Sadu	Novembar 2007
Saopštenje za štampu o pilot projektu: sprovođenje "Kutije za Dunav" u školama u Novom Sadu	April 2008
Saopštenje za štampu o kvalitetu voda za kupanje u Srbiji i o ciljevima ODV	Maj / jun 2008
Intervju direktora direkcije za vode u domaćim i međunarodnim dnevnim i nedeljnim listovima povodom hitnih i strateških pitanja u oblasti voda	Kontinuirano
Prenos vesti o međunarodnim aktivnostima Republičke direkcije za vode	Kontinuirano

15 Upitnik za ocenu svesti o Okvirnoj direktivi o vodama

Mi želimo da znamo šta vi mislite o vodi.

Mi smo saradnici tvining projekta koji se bavi vodom. Tvining je instrument Evropske unije stvoren da bi osigurao sprovođenje zajedničkog seta zakona i propisa Evropske unije u zemljama kandidatima i partnerima. Naš tvining projekt se zove „Podizanje kapaciteta Republičke direkcije za vode“ i predstavlja blisko partnerstvo između Ministarstva za životnu sredinu, zaštitu prirode i nuklearnu bezbednost Savezne Republike Nemačke i Republičke direkcije za vode Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije. Njegov cilj je da pomogne srpskoj vodoprivredi u sprovođenju Okvirne direktive o vodama Evropske unije (ODV).

ODV stavlja težište na održivo upravljanje vodama, koje je tesno povezano sa integrisanim upravljanjem rečnim slivom, postizanjem dobrog statusa svih voda, naknadi troškova za usluge vezane za vode i informisanje i konsultovanje javnosti u oblasti voda.

U okviru ovog tvining projekta istražujemo javno mnjenje o vodama u Srbiji. Sada vam ponovo postavljamo pitanja o situaciji u domenu informisanosti i svesti o vodama kao i prošle godine, kako bi mogli da procenimo da li su se neke promene desile u vašem mišljenju. Koristićemo vaše lične podatke samo za ovo istraživanje.

Molimo vas da popunite ovaj upitnik do 10. jula 2007 i pošaljete ga Valentini Mileusnić Vučić, Bulevar umetnosti 2a, 11000 Belgrade. Upitnik možete popuniti i na internet stranici

<http://www.twinning-serbia.org/srpski/>

Upitnik za merenje stavova i znanja o Okvirnoj direktivi o vodama

(Ukoliko nemate odgovor na neko pitanje, ostavite ga otvoreno.)

Koliko se slažete sa sledećim stavovima?

veoma se slažem 1	donekle se slažem 2	nemam stav 3	donekle se ne slažem 4	veoma se ne slažem 5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Koliko vam je značajno da imate čiste reke i vode?

veoma značajno 1	značajno 2	nemam stav 3	manje značajno 4	nije značajno 5
---------------------	---------------	-----------------	---------------------	--------------------

Koliko je značajno imati ispravnu vodu za piće?

veoma značajno 1	značajno 2	nemam stav 3	manje značajno 4	nije značajno 5
---------------------	---------------	-----------------	---------------------	--------------------

Procenite troškove proizvodnje jednog m³ vode za piće.

ispod 100 dinara 100 – 500 dinara više od 500 dinara

Ko treba da plati ove troškove, po vašem mišljenju?

država potrošači i jedni i drugi

Da li obraćate pažnju na potrošnju vode?

uvek ponekad nikad

Da li je ispravno računati cenu vode na osnovu potrošene količine vode?

da ne znam ne

Da li ste nekada čuli za Zakon o vodama ili čitali o njemu?

da ne znam nikada

Ukoliko jeste, da li se sećate gde je to bilo?

Ukoliko jeste, čega se sećate?

Da li ste ikada čuli o Okvirnoj direktivi o vodama?

da ne znam nikada

Ukoliko jeste, da li se sećate gde je to bilo?

Ukoliko jeste, čega se sećate?

Molimo vas na kraju da odgovorite na nekoliko pitanja o vama lično.

Ime: _____

Grad: _____

E-mail: _____

Uzrast: 5-12 13-20 21-35 36-50 51-

Stručna sprema:

- Osnovna škola
- Gimnazija
- Srednja stručna škola
- Viša škola / univerzitet

Hvala vam na trudu i pomoći!