

ÖNKORMÁNYZATI MEGÚJULÁS 2024

**új közéleti, közösség- és kommunikáció-fejlesztési
stratégiai koncepció**

„Legyen jókedvű Balástya!”



Balástya, 2024. július 26.

TARTALOMJEGYZÉK

HELYZETÉRTÉKELÉS	2
STRATÉGIÁK ÉS CÉLOK	6
Közéleti stratégia	6
Közösségfejlesztési stratégia	7
Kommunikációfejlesztési stratégia	8
KÖZÉLETI, KÖZÖSSÉGI ÉS KOMMUNIKÁCIÓS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS	9
KÖZÉLETI STRATÉGIA	14
Társadalmi munkacsoportok rendszere	14
Folyamat-felülvizsgálatok	18
Közéleti kommunikáció erősítése és sokrétűbbé tétele	19
Balástyai Közéleti Klub és közéletformálás	21
KÖZÖSSÉGFEJLESZTÉSI STRATÉGIA	22
Közösségszervezés	23
Közösségi programszervezés	27
Közösségformálás	32
Rendezvényszervezés	38
Közösségi szolgáltatásfejlesztés	40
KOMMUNIKÁCIÓFEJLESZTÉSI STRATÉGIA	42
Hír- és közszolgálati tartalomszolgáltatás-fejlesztés	43
Közösségformáló tartalomszolgáltatás-fejlesztés	52
Kommunikációs csatornák – funkciójuk és tartalmi rendjük	59
Sajtókommunikáció fejlesztése	68
Külső települési kapcsolatok kommunikációs fejlesztése	69
Belső kommunikáció fejlesztése	69
ÖSSZEFOGLALÁS	70

HELYZETÉRTÉKELÉS

Balástyán a 2024-es önkormányzati választás több szempontból is korszakhatárként értelmezhető. A kampány számos közéleti, társadalmi jelenséget megmutatott, felerősített, vagy felszínre hozott. Ezek tanulságait azért fontos összegezni, mert alapjaiban határozhatják meg a jövőbeni eredményes önkormányzati működést.

Balástyán a közeletet már a rendszerváltást megelőző időszakról lényegében kimondatlanul egyfajta közmegegyezés övezte. Ennek lényege nagyjából úgy fogható meg, hogy a községben mindig a felelős közéleti szerepvállalás, a felelős gazdálkodás, a lassabb, de kockázatmentes fejlődés, a falu egysége volt a középpontban. A mindenkori képviselő-testület tagjai ezt a politikát támogatták, így Balástyán megosztottság, széthúzás soha nem jellemezte az elmúlt évtizedeket sem az önkormányzatban, sem a településen. Mivel ennek a közmegegyezésnek – és gyakorlatilag a polgármesterek személyének – nem volt, nem látszott alternatívája (a személyi változások botránymentesen, és a kontinuitást igazolva zajlottak le), ezért ennek a fajta csöndes, szakmaibb működésnek mindig megvolt a lakosság jelentős többségének a támogatása is.

Összességében kimondható, hogy ez a nyugodt közéletre, együttműködésre és szakmai alapokra építő modell – és annak közmegegyezéssel elfogadottsága – eredményezte Balástya számos fórumon elismert folyamatos fejlődését, az önkormányzati működésben tapasztalható minden probléma mellett is. Azzal, hogy korszakokon át biztosított volt a egyfajta folyamatosság a településmenedzselési felfogásban és gyakran a személyi teljesítményekben is (polgármesterek és hivatali munkatársak, szakértők), a lassú fejlődést nem akasztotta meg lényegében semmi. Így Balástyán még a válságokkal tarkított elmúlt 5 év is komoly eredményeket hozott. Mégis, ezt az eredményes munkát a lakosság jelentős része már nem érzékelte komoly előnyként, és ezt az ÉRZETET sok tekintetben a választási ellenkampány kifejezetten erősítette is. Úgy is meg lehet fogalmazni: az eddigi közéleti közmegegyezést felrúgva Balástyán is megjelent a populizmus, és erre az eredmények tükrében volt is igény.

Közmegegyezést rúgott fel az, hogy a kampányidőszakban:

- megjelentek teljesíthetetlen választási ígérek,
- irreális elvárások fogalmazódtak meg az önkormányzati működéssel szemben,
- a realitások és a szakmai megközelítések helyett inkább érzelmekre apelláló, sértettségeket, indulatokat erősítő, mégis magát pozitívnak beállító kommunikáció valósult meg,
- többen igyekeztek elhallgatni, eltagadni az önkormányzat eredményeit, vagy tényeket elferdíteni, hamis színben láttatni, vagy egyenesen hazugságokat terjesztetni,
- a lakossági vélemények súlya sok esetben felnagyítódott a szakmai álláspontokkal szemben,
- az önkormányzatot úgy igyekeztek többen beállítani, hogy egyáltalán nem partnere a lakosságnak problémáik megoldásában és nem kommunikál a lakossággal,

- a választási kommunikációt egyoldalúan komoly sárdobálás kísérte, és ennek mérséklésében a regnáló polgármesteren és a képviselő-testületen kívül más közéleti szereplő nemigen volt partner,
- a sárdobálás nemcsak közéleti szereplőt érintett, hanem sok esetben egyszerű lakosokat is, akik elmondták a véleményüket,
- számos jelölt alapvető ismeretekkel sem rendelkezett az önkormányzati rendszer működéséről.

Mivel erre a fajta ellenkampányra a lakosság meghatározó része rezonált, az – a választási eredmények ismeretében – nem elsősorban az újráválasztásért induló polgármesternek ártott, hanem valójában a faluközösségnek, mivel az önkormányzatba vetett közbizalmat is jelentősen aláásva segített megosztani Balástyát, ez pedig jelentősen megnehezíti a polgármester és az új képviselő-testület munkáját is. Mivel a településen most először zajlott választási kampány a közösségi médiában is, ezért számos negatív jelenség fel is nagyítódott, így a megosztottság és az elégedetlenség nagyobb súlyúnak látszik a választás után. Mindenesetre az kimondató, hogy

**az eddig bevett önkormányzati működési modellnek és felfogásnak véget vetett a
2024-es önkormányzati választás!**

Hiába tűnik ugyanis töretlennek a falu egysége a polgármester újráválasztásával, nem lehet már a megváltozott lakossági elvárások mellett csak településmenedzselési szempontokat alkalmazva eredményesen vezetni a megosztottnak tűnő települést, számos területen gyökeres változásra van szükség az eredményes és a faluközösséget összekovácsoló önkormányzati és közösségi munka érdekében.

Meg kell ugyanakkor jegyezni azt is, hogy a kampány számos valós problémára is rávilágított, és abban, hogy ez a helyzet kialakult, természetesen az önkormányzatnak és a polgármesternek szintén van felelőssége. Meglátásztam a kampányban, hogy a kommunikációban, a közösség-szervezésben, a rendezvényszervezésben, a lakossági ügykezelésben nem követte a településvezetés a megváltozott igényeket. Ezek a működési területek intézményi szinten is gyengébbek, illetve a települési kommunikációban a tényszerű, szikárabb modell egyszerűen már kevésnek számít. Mindemellett magának a közmegegyezéssel működő modellnek is szerepe volt a populizmus térnyerésében, hiszen amíg azt mindenki elfogadta, látszólag nem volt indokolt az önkormányzati működés megújításába fektetni. Vagyis az eddigi működési modell komoly, valós és tartós kihívás nélkül önmagában nem volt fejlődőképes. Ehhez persze hozzátartozik, hogy koncepcionális szinten nem is állt soha az önkormányzat rendelkezésére bármilyen megújulási koncepció, és az átlagos falusi önkormányzati működés nem is indokolna sehol komolyabb átalakításokat. De, hát tudjuk, Balástya nem átlagos falu...

FONTOS: Nem az a probléma, hogy valaki más akar polgármester vagy képviselő lenni Balástyán – sőt, ez önmagában inkább mindig egy kecsegtető lehetőség lenne a faluközösség szempontjából –, hanem az, hogy ha valaki ezt a közéleti közmegegyezést felrúgva akarja megtenni személyes politikai tőkét kovácsolva, populista módszerekkel befolyásolva, megtévesztve választókat, és így veszélyeztetve a falu eddigi sok évtizedes gazdasági és közösségi eredményeit, megbontva a falu egységét.

Ahhoz, hogy megérthessük, miért lehetett táptalaja Balástyán az eddigi közmegegyezést felrúgó populista közéleti kampánynak, számos olyan társadalmi jelenséget és körülményt is tekintetbe kell venni, amit a választási kampány jobban megmutatott, és amelyek egyáltalán nem kedveznek az önkormányzati munka megítélésének.

Sok lakos nem tekinti sem sajátjának, sem partnernek az önkormányzatot, sőt, esetenként kifejezetten ellenségesek voltak az önkormányzatról a lakossági vélemények.

Olyan túlzó elvárások jelentek meg és gerjesztődtek az önkormányzattal szemben, amik „a semmi se elég jó” érzetét keltették. Gyakorlatilag a legegyszerűbb ügyekbe is mindig volt, aki valamilyen formában belekötött.

Riasztónak mondható a legalapvetőbb ismeretek hiánya a lakosság körében a törvények és az önkormányzati működés tekintetében. Voltak ügyek, ahol lényegében akár törvénysértést is elvártak volna egyesek az önkormányzattól. Vagyis alapvető életismereti, gazdasági és jogi összefüggéseket sem ért a lakosság jelentős része.

Sok megfogalmazott lakossági vélemény mögött úgy állt szubjektív értékítélet, hogy az a tényeket, valós összefüggéseket nem vette figyelembe.

Hiába állnak rendelkezésre a megfelelő kommunikációs csatornák az önkormányzat és a lakosság között, sokan úgy fogalmaztak meg bírálatokat, hogy ezeket nem használták, és hiába kommunikál rendszeresen és korrekten az önkormányzat számos ügyben, ezt több lakos egyszerűen nem tudja, akarja megfelelően értelmezni. Vagyis sokan nem olvassák a helyi híreket, úgy kritizálnak.

Azzal együtt ugyanakkor, hogy csökken a tájékozódás képessége, a lakosság körében érzékelhető annak az igénynek az erősödése, hogy jobban belelássanak az önkormányzat működésébe.

Érzékelhető Balástyán is az országos politikai megosztottság, és az ezzel együtt járó élesebb választói kommunikációs stílus. A helyi viszonyokra rávetítődtek az országos politikát kísérő sárdobáló jelenségek is.

Ahogy az országos politikában, úgy helyi szinten is megnehezült a párbeszéd, látszott, hogy a kampányban véleménybuborékok alakultak ki, a lehetséges oldalak élesen szemben állnak, és nem is igen akarják megérteni a másikat.

Jellemzőbb lett a közéleti pozíció és a másik ember iránti alapvető tisztelet csökkenése, a vélemények higgadt megfogalmazása helyett az indulatosság van sokszor előtérben. Ez azzal is együtt jár, hogy lényegében egyesek józan számonkérés helyett valójában csicskáztnák az önkormányzatot, a közéleti pozíciókat viselőket.

Az online kommunikáció – nem csak a közéletet nézve – egyre gyakrabban a személyes frusztráció levezetésének eszköze lett, a közösségi médiában többen egymást is méltatlanul kritizálják. Vagyis egymással szemben is jóval türelmetlenebbek, kioktatóbbak lettek az emberek.

Balástyára is jellemzőbbek lettek az énközpontúbb, önzőbb társadalmi viszonyok. A kampányban a legtöbb kritikai észrevételt nem a közösség szempontjából, hanem egyéni érdekek, esetlegesen sértettségek szemszögéből fogalmazták meg.

Több esetben volt jellemző problémahelyzetekben, hogy lakosok inkább a Facebookra írták ki a véleményüket, ahelyett, hogy utánanéztek, utánajártak volna a dolgoknak, és valós megoldást kerestek volna.

Megmutatta azt is a választási kampány, hogy milyen riasztóan háttérbe szorult az önkormányzati működés vagy egyes ügyek megítélésében a szakmaiság. A hozzáértéssel szemben Balástyán is a kommunikáció, a látszat és az érzet nyert nagyobb teret a valós teljesítménynél.

Súlyos problémaként volt érzékelhető több ügyben a lakossági felelősség, az önállóság csökkenése, szélsőséges esetben ezek teljes hiánya. Többen az önkormányzattól várnak megoldásokat olyan helyzetekben is, ami a lakosság dolga lenne. A gondoskodó önkormányzat így már alapelvárás sokak szemében, miközben erre – ahogyan azt elképzelnék – valójában egyetlen önkormányzat sem képes, és nincs is rá jogköre.

Mindezek a megállapítások ugyan általánosságban nem jellemzőek a faluközösség egészére, mégis érzékeltetik, hogy az a társadalmi környezet, amelyben az önkormányzat végzi a feladatát, az elmúlt évtizedekhez képest jelentősen megváltozott, leromlott. Ebből az is következik, hogy

- a települési kommunikáció több erőforrást igényel majd, és ez sok esetben a valós teljesítményre fordított időből, figyelemből vesz el,
- nehezebb lesz úgy dolgozni, ha folyton jelen van a kommunikációs térben is a nagyfokú elégedetlenség, esetlegesen a személyeskedő kritika,
- erősödik a kontraszelekció, vagyis ezeket a negatív jelenségeket érzékelve egyre kevesebb értelmes ember, szakember vállalhat majd szerepet a közéletben, a közösségi munkákban,
- egyszerűen nehezebben lesznek kezelhetők a lakossági problémák,
- megszűnhet a nyugodt önkormányzati munka lehetősége, ezek a negatív folyamatok állandó készenlétbe kényszerítik a közfeladatot ellátókat.

Fontos látni, hogy ha az önkormányzat nem változtat a működésén, egyes területeken radikálisan, akkor számos negatív jelenség tovább erősödhet. Így például:

- folytatódhat a sárdobálás, de már nemcsak a polgármester lehet majd céltábla, hanem a képviselők, hivatali dolgozók, intézményi vezetők és szakemberek is,
- folyamatos lehet a személyeskedő kritizálás a lakosság körében is, ami az általános elégedetlenséget és frusztrációt fokozhatja,
- lesznek, akik személyes érdekeik mentén rájátszanak majd a megosztottságra,
- ezzel tovább aláásva az önkormányzat és az önkormányzati munka hitelességét,
- és még jobban tér nyílhat a jövőben olyan szereplők előtt, akik populista eszközökkel szeretnének pozíciókat szerezni Balástyán.

Ezek a negatív társadalmi jelenségek még egy faluközösség szintjén sem szüntethetők meg, ugyanakkor megfelelő eszközökkel radikálisan visszaszoríthatók!

Ezért van szükség egy új, átfogó, közéleti, közösség- és kommunikációfejlesztési stratégiára!

STRATÉGIÁK ÉS CÉLOK

Az új stratégiáknak kettős célja lehet: biztosítani az új kihívások közepette, a megváltozott társadalmi körülmények között is az önkormányzat hatékony munkavégzését, megerősítve a közéleti, közösségi munka lakossági támogatottságát, illetve lehetőségeket teremteni arra, hogy a megosztott faluközösség újra jobban összekovácsolódjon és egészségesebb társadalmi kapcsolódások alakulhassanak ki a közösségen belül. Mindez összefüggő, egymásra épülő, egymást kiegészítő stratégiákat feltételez a közéleti, közösségi és kommunikációs területeken.

Közéleti stratégia

Ha a közélet megújításáról beszélünk, akkor elsősorban az önkormányzat és a lakosság kapcsolatának jelentős javítása lehet a cél, az, hogy minél többen sajátjukként tekintsenek az önkormányzatra. Emellett egy közéleti átalakításnak az is fontos célja lehet, hogy új lendületet lehessen adni a közösségnek új javaslatok megfogalmazásával, új projektek megtervezésével és megvalósításával, valamint fontos feladatokra alkalmazható civil emberanyag mozgósításával. Vagyis ezen a területen az összefogás erősítésének közvetlen haszna lehet. Ahhoz, hogy kezelni lehessen az önkormányzati működést övező negatív jelenségeket és pozitív változásokat lehessen elérni, olyan közélet-megújító stratégiára és megoldásra van szükség, ami egyszerre:

- képes közelebb hozni az önkormányzati működést a lakossághoz,
- képes erősíteni az önkormányzati munka lakossági támogatottságát,
- képes véleménykülönbségeket áthidaló módon megteremteni a párbeszédet, egyesíteni a különböző oldalakat,
- képes pozitív tartalommal megtölteni a közéletet, háttérbe szorítva az értelmetlen acsarkodást,

- képes háttérbázist biztosítani az önkormányzati munkához,
- képes bevonni értékes lakossági csoportokat és szakembereket a közös javaslattevő, tervező és szervező munkába,
- képes felszabadítani kreatív, alkotó energiákat, és egyszerre jó javaslatokat becsatornázni az önkormányzathoz, miközben a túlzó elvárásokat megszüri,
- képes ennek a közéleti aktivitásnak fenntartható szervezeti keretet biztosítani,
- képes hatékonyan támogatni a pozitív, a lakosság egészét és kisközösségeit összefogó igyekvő kommunikációs törekvéseket.

Ezeket a célokat nem egyszerű, különösen párhuzamosan elérni, ezért indokolt csak olyan változtatásokat bevezetni, amelyek mélyrehatóan kezelnek közéleti problémákat. Fontos célja lehet még a közéleti megújításnak, hogy olyan együttműködési rendszer és protokoll jöjjön létre Balástyán, ami képes visszaszorítani a populizmust, a megosztottságot és a gyűlölködést, valamint jobban előtérbe helyezi a hozzáértést a dilettantizmussal szemben.

Közösségfejlesztési stratégia

Egy közösségépítő stratégiának fontos célja lehet javítani az önkormányzat teljesítményét, illetve erősíteni ezen keresztül az önkormányzati munka pozitív megítélését, valamint elősegíteni, hogy egészségesebb társadalmi környezet jöjjön létre. Vagyis a tudatos közösségfejlesztés egyszerre kell szolgáljon fizikai és lelki fejlődést a faluközösség szintjén. Fontos megérteni, hogy egy mélyreható új közösség-szervezési és közösség működtetési modell lehet csak a jó alapja valójában a közéleti megújulásnak is.

Ugyanis leginkább élményszerűen a közösségi részvétel szintjén alkothatnak véleményt a lakosok az önkormányzat működéséről, ez a terület az, ami a leginkább meghatározhatja, hogy a lakosság milyen véleménnyel bír az önkormányzat működéséről. Példával érzékeltetve: egy emlékeztető, jóhangulatú közösségi rendezvény többet számíthat a lakosok véleményalkotásában, mint egy-egy értékes beruházás... A jó közösségi stratégia egyszerre testesít meg elfoglaltságokat és lelki-fejlesztést a lakosság szempontjából. Ez azt is jelenti: egy új stratégiának ezen a területen offline és online is kell eszközzel.

Meg kell jegyezni, hiába érték bírálatok az önkormányzatot a választási kampányban, hogy nem rendelkezik vízióval, valójában van ilyen, ám az a vízió csak településfejlesztési és gazdaságfejlesztési területeket érint. Eddig Balástyán a közösségfejlesztés mondhatni egyfajta lakossági szolgáltatás szintjén működött. Ahhoz viszont, hogy jelentős eredmények legyenek elérhetők a közösségfejlesztésben is, meg kell alkotnia az önkormányzatnak a közösségfejlesztési vízióját is. Ha van egy jól megfogható közösségi vízió, abból már könnyebb levezetni, mire lehet szükség a faluközösség fejlesztésében.

Ahhoz, hogy a közösségfejlesztés hatékony lehessen, a közösség-szervezést sokrétűen kell megközelíteni, egyszerre sokféle területen sokféle közösséget kell menedzselni offline és online is! Csak így érhető el ugyanis, hogy az önkormányzat valóban jelen legyen a különféle lakossági csoportok életében. (Hogy mekkora gond, hogy nincs jelen az önkormányzat számos területen a lakosság mindennapi életében, azt jól megmutatta a választási kampány.) Ez ugyan egy munkásabb út, ám egyszerre adhat és kaphat is sokat az önkormányzat, ha ilyen közösségfejlesztésbe fektet.

Általánosságban a közvetlen célja az lehet a közösségfejlesztésnek, hogy kimozdítson, találkozásokra, beszélgetésekre késztesse és segítsen új, emlékezetes, pozitív élményeket szerezni minél szélesebb körben. A valós emberi kapcsolódások, a párbeszéd, a közös élmények, a közös nevetések és a közös játékok erősíthetik ugyanis elsődlegesen a faluközösség kohézióját. Mindezek miatt olyan közösségfejlesztési stratégiára van szükség, ami egyszerre:

- képes a közösségek működésében
 - új lehetőségeket nyitni
 - új közösségeket teremteni és új aktív tagokat toborozni
 - megújítani a belső és külső kommunikációt
 - segíteni a közösségek közti együttműködést
- képes a programszervezésben
 - rendszeresen élményeket adni
 - új emberi kapcsolódásokat teremteni
 - szórakoztatni és elgondolkodtatni
 - megerősíteni az összetartozást
 - kiszolgálni széleskörű kisközösségi igényeket a közélettől a szabadidős tevékenységeken, a sportolási lehetőségeken át a kikapcsolódásig
- képes az online térben olyan új tartalmakat adni és generálni, amelyek
 - erősítik a pozitív szemléletet
 - erősítik a kölcsönös megbecsülést és tiszteletet
 - erősítik az összefogást
 - erősítik a szakmai értékeket
 - segítenek mozgósítani jó célok és ügyek mentén

Ahhoz, hogy a közösségfejlesztés fontos eredményeket hozzon, szükség van a települési kommunikáció radikális fejlesztésére is, és ennek az átfogó megújításnak ki kell szolgálnia a közösségfejlesztés kommunikációs igényeit is.

Kommunikációfejlesztési stratégia

Egy új kommunikációfejlesztési stratégiának kettős célja lehet: az önkormányzati munka megítélésének javítása, illetve a közösségi összetartozás erősítése. Ez azt jelenti, hogy a korrekt lakossági tájékoztatás mellett hangsúlyosan meg kell jelennie települési szinten a közösségformáló kommunikációnak. A stratégiának ezzel együtt szorosan kapcsolódnia kell a közéleti és a közösségfejlesztési stratégiák megvalósításához, megfelelő külső és belső kommunikáció nélkül ugyanis azok megvalósítása kudarcra lenne ítélve.

Egyszerre igaz most Balástyára, hogy a kommunikáció példaértékű és elmaradott. Míg a hír- és közszolgálati települési kommunikáció az egyik legerősebb és legjobb a vármegyében, addig a megváltozott lakossági igényeket is szolgáló közösségformáló médiakommunikáció gyakorlatilag hiányzik (ez egyébként igaz szinte minden településre), nincs sem szervezeti, sem szakmai háttere ennek, nem beszélve a szerteágazó tartalomgyártói kapacitásról.

Ezért kiemelten fontos a kommunikációs kapacitások és kompetenciák fejlesztése, az intézményi háttér és a modern technikai feltételek biztosítása, ha a kommunikációban érdemi előrelépés a cél.

A kommunikáció fejlesztése új eszközrendszer mellett új csatornákat is jelent, és meg kell céloznia kisközösségi szinteken is a lakosság elérését. Ahhoz, hogy a kommunikáció eredményeket hozzon, a kommunikációs folyamatok protokollszerű tisztázására is szükség lesz, nem lehet esetlegesség és rendszertelenség a kommunikációban. Fontos azt is látni, hogy nem lesz elegendő a települési szintű külső kommunikációt fejleszteni, a siker szempontjából elengedhetetlen a belső kommunikáció radikális javítása is.

Egy megújult stratégia alapján a kommunikáció legfőbb dolga, hogy értéket közvetítsen! Azt az értéket, amit az önkormányzati munka és teljesítmény, a faluközösség és több meghatározó tagja képvisel. Ez úgy is megfogalmazható, hogy a kommunikációban az információk átadása mellett az üzenetnek és a tálalásnak – a vizualitás javításával is – nagyobb súlya kell legyen. Egyszerűen sokkal több pozitív érzelmre van szükség a kommunikációban. Mindezek alapján olyan átfogó kommunikációfejlesztési stratégiára van szükség, ami egyszerre:

- képes kiszolgálni a lakossági tájékoztatási feladatokat,
- képes kiszolgálni a közeleti és közösségfejlesztési igényeket,
- képes hangsúlyosabban bemutatni közös emberi, közösségi és szakmai értékeket,
- képes pozitívan befolyásolni a faluközösség lelkületét,
- képes jobban kezelni a negatív társadalmi jelenségeket,
- képes hatékonyabbá tenni a belső és a közösségek közti kommunikációt,
- képes megteremteni az ezekhez szükséges modern tartalomgyártói kapacitást és kompetencia-fejlesztést.

Fontos megjegyezni, hogy a szerteágazó kommunikációt nem lehet majd csak központilag vezérelni, ugyanakkor központilag összehangoltan lehet és kell működtetni a kommunikációs napi gyakorlatot, felkészítve valamennyi résztvevőt és érdekelt felet. Így a kommunikáció irányítása direkt és indirekt módon valósulhat meg egyszerre.

KÖZÉLETI, KÖZÖSSÉGI ÉS KOMMUNIKÁCIÓS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS

Mivel a közeleti megújítás, a közösségfejlesztés és a kommunikáció fejlesztése valójában egységes, egymásra épülő rendszert alkot, ezért intézményi, szervezeti szinten is olyan háttérre, csapatra van szükség, ami ehhez kifejezetten hatékonyan igazodik. Vagyis a három rendszert egy nagyobb egységként kell kezelni és irányítani. Ennek a nagyobb egységnek az összefoglaló neve lehet a faluközösségi fejlesztés. Ebben az új megközelítésben ez kiemelt stratégiai működési terület kell legyen, mely mind súlyában, mind hatásában egyenrangú a településfejlesztéssel.

Ez azt is feltételezi, hogy bár a polgármester továbbra is minden helyi rendszer csúcsán van és vezeti elsősorban a településfejlesztést, a faluközösségi területnek az önkormányzati politika részéről felelős operatív vezetőt kell kapnia – akár alpolgármesteri minőségben –, aki képes csapatot és rendszert építeni ezen a területen kellő felelősségvállalás és önállóság mellett. Ez az operatív vezető az, aki a folyamatos fejlesztő munka mellett operatív szinten irányítja mindhárom részterületet. Fontos megjegyezni, hogy az ő koordinálásával és a polgármester vezetésével elindítható a közeleti megújulás, ám már annak működtetésében is, illetve a közösségfejlesztésben és a kommunikációfejlesztésben is mihamarabb szükség lesz egy szűk, de alkalmas és cselekvő csapatra.

Maga a közeleti megújulás szervezetenként a *polgármester* és az *alpolgármester* irányításával működhet, abban a képviselők vállalhatnak végrehajtói szerepeket, és a közösség-szervezők nyújthatnak hozzá gyakorlati, szakmai támogatást.

A közösségfejlesztéshez tartozhat a közösség-szervezés, a közösségi programszervezés és a rendezvény-szervezés, illetve a művelődési ház és a könyvtár, mint intézmények és szolgáltatásaik működtetése. Ezen a területen ilyen szakemberekre, csapatra lehet szükség:

Főállású rendezvény- és közösség szervező vezető. Belőle lehet később, az összevontan, de külön neven működő művelődési ház és könyvtár közös vezetője. Elkötelezettségének és a szakmai hozzáértésének erősnek kell lennie, ezen a területen terveznie és összefognia kell folyamatokat, illetve részt venni a megvalósításban is. Ez a vezető a stratégiai tervező csapat része, ő alakíthatja ki az alpolgármester irányítása mellett szakmai szempontok érvényesítésével mindkét intézmény működési és feladatrendjét, fejlesztheti az intézményi szolgáltatásokat, illetve megtervezheti a közösség-szervezés, a közösségi programszervezés és a rendezvény-szervezés megvalósítási koncepcióját, állíthatja össze az éves rendezvény naptárat.

Főállású közösség- és programszervező. Ő a rendezvény- és közösség szervező vezető mellett működik. Lehet fiatal, de tanítható, rátermett szakember kell, aki ideális esetben balástyai lakos. Feladata a programok, rendezvények megvalósítása mellett a közösségek mentorálása, szervezése, illetve a kommunikációs terület segítése. Ugyan elvileg ez a pozíció be van töltve, minőségi csere szükséges a jelenlegi művelődésszervező más pozícióban történő továbbfoglalkoztatása mellett.

Főállású könyvtáros, könyvtárvezető. Ő az, aki egyfelől ellátja a községi és az iskolai könyvtár, mint összevont intézmény vezetői feladatait. Emellett a rendezvény- és közösség szervező vezető irányítása és felügyelete mellett önálló könyvtári programokat szervez, illetve részt vesz a települési közösségi programok és rendezvények szervezésében és lebonyolításában. Erre a munkára könyvtár-informatika szakos végzettséggel rendelkező, fiatalabb, rátermett munkatárs lehet alkalmas.

Főállású könyvtári asszisztens. Ő a könyvtáros, könyvtárvezető mellett működik, vele együtt segít a könyvtár működtetésének biztosításában, emellett a rendezvény- és közösség szervező vezető irányítása és felügyelete mellett részt vesz a könyvtári programok, a települési közösségi programok és rendezvények szervezésében és lebonyolításában. Ez az egyetlen pozíció, ami be van töltve jelenleg és nem igényel személyi változást.

Szerkesztő-újságíró. Alapvetően vállalkozói jogviszonyban megbízott szakember, a feladata a Balástyai Újság és a község honlapján működő hírszolgáltatás szerkesztői és újságírói feladatainak ellátása együttműködésben az önkormányzattal, az intézményekkel, a civil szervezetekkel és közösségekkel, illetve a közösségsszervező munkatársakkal, valamint a közösségi média menedzserrel. Fontos kiegészítő feladata lehet az önkormányzati sajtóközlemények megfogalmazása, azok korrektúrázása. A munkakör lényegében főállású teljesítménynek felel meg. A pozíciót csak olyan szakember töltheti be, aki egyszerre rendelkezik szerkesztői és újságírói tapasztalattal, és képes megfelelni a nyomtatott és online csatorna kívánalmainak, valamint képes biztosítani elsődlegesen az eseményfotózást megfelelő színvonalon. Neki egy klasszikusabb, tapasztaltabb szakembernek kell lennie, aki ért a kiadványtervezéshez, és képes továbbvinni mindazt, ami jó gyakorlatként kialakult a Balástyai Újság és a honlap-kommunikáció esetében.

Közösségi média menedzser. Alapvetően vállalkozói jogviszonyban megbízott szakember, a feladata a település meglévő és létrehozandó közösségi médiacsatornáinak üzemeltetése, a szöveges, képes, videós tartalomgyártás, illetve szükség esetén online hirdetési kampányok menedzselése, valamint az interaktív közösségi média kommunikáció biztosítása, a kommentfigyelés. Lehetőleg olyan alkalmas szakember kell, aki stratégiai szinten is csapattag lehet. Lehet fiatalabb, de az alapkompentenciáknak rendben kell lenniük, ám ebben az esetben a tanulékonyág alapelvárás.

Ezt a csapatot esetileg kiegészíthetik *projektfeladatokra szerződött szakemberek*, ha erre igény mutatkozik.

Mivel stratégiai fejlesztési terület a faluközösségi fejlesztés, ezért kiemelten fontos, hogy a hiányzó csapattagokat minél nagyobb merítésben, álláshirdetések útján is keresse az önkormányzat. Lehetőleg olyan szövegezésű álláshirdetésekre van szükség, amelyek az elkötelezett, felkészült, rátermett szakembereket célozzák meg. Nekik a szakmai kihívások és a megbecsülés mellett számukra elfogadható mértékű díjazást kell biztosítani, ezen a téren kompromisszumokat kell kötni a minőségibb új szakembergárda szerződötése érdekében. Az anyagi megbecsülés erősítésének ezzel együtt ki kellene terjednie mind a polgármesterre, mind az alpolgármesterre, illetve akár a képviselőkre is, hiszen a munka összességében megnövekszik.

Nem szorosan tartozik a szervezetépítéshez, de fontos tényező a csapatépítésben a különböző kompetenciák fejlesztése, ezért a faluközösségi fejlesztésben többféle fejlesztő tréningre, képzésre is szükség lehet. Ugyanígy hasznos lenne szorosabb együttműködést kiépíteni a Szegedi Tudományegyetemmel, és több területen is akár rendszeresen kérni az egyetemi szakértők tanácsát, segítségét. A gazdaságfejlesztési kar oktatói például a vállalkozásfejlesztési területen, a vállalkozásfejlesztési oktatásban, a vállalkozások betelepítésének ügyében adhatnak hasznos támogatást, míg a pszichológia, szociológia, művelődésszervező tanszékek a közösségformálásban biztosíthatnak hatékony segítséget, például kutatási projektek formájában is. Számos területen akár a kompetenciafejlesztésben, akár ügyek mentén érdemes lenne szorosabb kapcsolatot kialakítani Szeged város vezetésével is.

A Művelődési ház felújítása, mint faluközösség fejlesztési jelkép

Szintén nem szorosan, de a szervezetépítéshez és az intézményi háttér biztosításához kapcsolódik a Művelődési ház felújításának ügye. Bár a gyakorlatban csak egy olyan intézményről beszélünk, ami elsősorban meghatározott programtípusoknak adhat helyszínt, a Művelődési ház ennél jóval több, egyfajta jelkép a faluközösség meghatározó része szemében. Jelképe a közösségi múltnak, a nosztalgiának, de talán annak is, hogy eddig a közösségfejlesztést elhanyagolta az önkormányzat. Éppen ezért lehet jól megfogható, a faluközösség szempontjából kiemelkedő és jól értelmezhető jelkép, ha befejeződik a felújítás, és olyan Művelődési házat kap vissza a faluközösség, amelyre joggal lehet büszke. EZÉRT nem mindegy, hogyan zajlik az intézmény felújítása és milyen funkciókkal adható át a Művelődési ház.

Ugyanis, ha a lakosság azt érzékeli, hogy a felújított Művelődési ház egyszerre felel meg a nosztalgikus jelképiség kívánalmainak, és a mai kor követelményeinek kialakításban és technikai felszereltségben, és elkezd az intézmény valóban nívós kulturális, ismeretterjesztő szórakoztató programokat szervezni, akkor az önkormányzat és a település vezetése olyan plusz pozitív löketet kaphat a lakossági megbecsülés felől, ami önmagában is nagy jelentőségű! Ugyanakkor, ha nem jól kivitelezett a felújítás és nem kezdődik el a rendezvényszervezésben fellendülés, azt egyértelműen olyan csalódottság fogja kísérni, ami negatívan hathat éveken át az önkormányzat megítélésére.

Látni kell, hogy a Művelődési ház főépülete valójában a leginkább a nagytermével lehet vonzó. A múltban kialakított nagytermi tér a maga akusztikai kialakításaival és előnyeivel a településen egyetlenként lehet alkalmas bizonyos programtípusok, így színházi előadások, koncertek, táncestek, népszerű ismeretterjesztő előadások megtartására. Mivel nagyobb zárt helyszíneként a sportcsarnok olyan rendezvények megtartására alkalmas, ahol az akusztikai hatás másodlagos, ezért a Művelődési háznak nem szükséges más, többfunkciós működést biztosítani, megmaradhat a nagyterem igazi színháztermi felfogásban. Ez igaz a gyakorlati funkciót tekintve és az épület jelképiségét nézve is. A nagyteremhez persze hozzátartozik a színpad és az öltöző helyiség megfelelő kialakítása, akár az új hang- és színpadtechnika beszerzése.

Sajnos a pályázati források egyáltalán nem fedezik a Művelődési ház teljeskörű felújítását és berendezését. Lehetnek ugyan rész elemek, amelyek később alakíthatók ki az épületben, ám a jelképiség miatt csak egy minden szempontból működőképes intézményt adhat át most az önkormányzat a lakosoknak. Ez azzal jár együtt, hogy ha ki kell egészíteni a megújítás költségvetését, azt az önkormányzatnak most kell biztosítania, gyakorlatilag bármi áron, mert ez a beruházás jelképisége miatt sajnos elengedhetetlen lesz. Mivel mindezek miatt a faluközösségi fejlesztés szempontjából kiemelten kezelendő a felújítás, ezért az átalakítások ügyében minden fontos területen szükség van elismert és gyakorlott szakemberek bevonására. Ilyen lehet egy belsőépítész, egy hangtechnikai, műszaki tanácsadó, illetve olyan közművelődési szakember, aki már vezetett művelődési intézményt.

Ha a Művelődési ház felújításának kérdését nézzük, fontos körbejárni az épületet, mégpedig szó szerint. Az 5-ös főút melletti épület a parkos területtel, a hátsó épületszárnnyal (ifjúsági klub, előadóterem) bezárólag valójában Balástya második számú központi térsége jelenleg, és nincs igazán még jól kialakítva a közösségi funkciója. (Az elsőszámú térség a templom és a templomkert, a piactól a mellette lévő kis parktól a rendezvénytéren át a Vadásztanya vendéglőig húzódó terület csak azért a harmadik, mert közösségi funkcióját tekintve nem a főút mellett van, inkább belsőleg szolgál hasznos közösségi térségként.) A művelődési ház melletti részek rendezésére sem a pályázat nem terjed ki, és azt nem is most érdemes saját pénzből fejleszteni, annyi fontos, hogy akár a kommunikációban is hangsúlyozva nyilvánvaló legyen, hogy annak a területnek a rendezése és a hátsó épületrészek teljes felújítása települési prioritás és az önkormányzat ehhez pályázati forrásokat keres majd.

Még egy kérdés lehet a Művelődési ház felújításának ügyében, amit érdemes megvizsgálni. Ha az épületben megújul a nagyterem, az öltöző, az iroda, a kiszolgáló részek, akkor egyetlen helyiség marad, aminek új funkciót lehet adni, ez pedig a régi községi könyvtár épületrésze. Ha nincs kifejezetten olyan önkormányzati igény, ami miatt célzottan fel kell használni valamire a helyiségeket, akkor a volt könyvtár lehetne állandó kiállítótér. Leginkább – a nosztalgiafaktort és a történetiséget is kihasználva – itt lenne elhelyezhető Kiss István néhai művelődési ház igazgató víziló gyűjteménye. Egy ilyen állandó kiállítás Balástya településmarketingjében is erős színfolt lehet, és a művelődési ház, mint programhelyszín mellett sajátos és játékos közösségi vonzerővel bírhatna.

Ha egy ilyen koncepciónak van létjogosultsága, akkor az hatással lehet az épület melletti térség fejlesztésére is, szintén településmarketing szempontok alapján. Ugyanis, ha a parkos részen vízilovas játékok, vízilovas szökőkút, vízilovas szelfipont létesülne a sütögető helyet és a pihenő jelleget megtartva, azzal olyan egyedi helyszínt hozna létre az önkormányzat, ami látványos vonzerőt jelentene a Balástyára látogató vendégek és turisták körében, de még a lakosság esetében is a maga játékosságával egy szerethető térség lehet, és mindez a „Jókedvű Balástya!” vízióba jól bele is illeszkedne. Ezen elképzelések, vagyis a kiállítótér és a parkrendezés megvalósításához, ha az önkormányzat egyáltalán támogatná is ezt a fejlesztési irányt, pályázati források szükségesek.

KÖZÉLETI STRATÉGIA

Balástyán a közeleti működés megújítása három pillérre épülhet. A legfontosabb egy új modell, módszertan és szervezeti keretrendszer bevezetése, amit főként a lakossági kapcsolódásokat nézve fontos munka- és kommunikációs folyamatok protokollszerű felülvizsgálatának kell kísérnie. A harmadik pillér magának a közeleti külső és belső kommunikációnak a megújítása, amelynek igazodnia kell a negatív társadalmi folyamatok mérsékléséhez, a megváltozott lakossági igények kiszolgálásához. Mindezt kiegészítheti a Balástyai Közeleti Klub, mint közeleti közösségformáló fórum elindítása.

Társadalmi munkacsoportok rendszere

Ez lényegében új közeleti működési modellt jelent, megfelelő módszertani támogatással, egyben új szervezeti keretrendszert adhat a közeleti munkának és az értelmes közeleti vitáknak. Becsatornázhat civileket, szakembereket az önkormányzati munkába, miközben – megfelelő módszereket használva – egy önkormányzati munkát támogató, abban és a közösségi munkákban aktívabban részt vevő bázis jöhet létre. A munkacsoportok úgy is felfoghatók, mint az önkormányzati munka kiterjesztésének színterei és az önkormányzat, illetve a lakosság közti kommunikáció és együttműködés új alapjai.

A társadalmi munkacsoportok az önkormányzat mellett működő, a fő működési területeket, ügyeket, meghatározó lakossági csoportokat leképező, alapvetően új kezdeményezéseket véleményező, tervező, döntés-előkészítő és szervezést segítő civil, konzultatív testületek. Az egyes testületek tagjai alapvetően civilek, de minden munkacsoportba delegál tagot az önkormányzat a polgármester vagy a képviselők személyében, illetve a csoport munkájában részt vesznek illetékes intézményvezetők, valamint hivatali munkatársak, szakemberek is. A munkacsoportokat szinte kivétel nélkül civilek vezetik.

A társadalmi munkacsoportok első feladata a választási kampányban, az adott területet érintő javaslatok értékelése, megvitatása lehet, és az, hogy azoknak indokolt esetekben kidolgozzák a megvalósítási koncepcióit, ami alapján a képviselő-testület döntéseket képes hozni az adott kezdeményezésekről. Később minden munkacsoport az adott terület fejlesztésével, a működés ellenőrzésével, lakossági visszajelzések gyűjtésével foglalkozhat. Minden munkacsoport alakuló ülésén részt kell vennie a polgármesternek és a projektért felelős alpolgármesternek. Ha ezen az ülésen alapjaiban sikerült megvitatni a választási ígéreteket, elfogadottak lettek a működés feltételei és megválasztották a csoport vezetőjét, akkor a továbbiakban az üléseken már nem kell részt vennie a polgármesternek, csak a saját meghatározott csoportjában, kivéve, ha vendégnek meghívják egy-egy csoportba. Az alpolgármesternek még minden csoport esetében a második ülésen is jelen kell lennie, hogy ellenőrizze, rendben megy-e minden.

Fontos, hogy a munkacsoportok működésének legyenek szabályai. Így például legalább 7 fős csoportokat kell létrehozni. Munkacsoport tagja lehet első körben bárki, aki a feladatra jelentkezik, illetve az önkormányzat kérhet fel civil tagokat. Vezetőt mindig a testületek maguk választanak. Megkerülhetetlen alapfeltételnek kell lennie, hogy a csoport tagjai elsajátítsák az adott terület önkormányzati működésével összefüggő alapvető ismereteket.

Ezeket az információkat az önkormányzatnak folyamatosan a csoportok rendelkezésére kell bocsátania. Kiegészítheti, színesítheti a csoportok munkáját, ha – akár az önkormányzat kezdeményezésére – elismert külső szakértőket hívnak meg a munkacsoportok, hogy véleményükkel segítsék a közös munkát.

Szintén lényeges szabály lehet, hogy a munkacsoportok – indokoltságtól függően – havonta, kéthavonta, legfeljebb negyedévente ülésezzenek, és ezek a tanácskozások nyitottak legyenek, vagyis a lakosság bármikor aktívan részt vehessen ezeken a megbeszéléseken. A csoporttagság és a lakossági vendég státusz ugyanakkor mást kell jelentsen: aki tag, annak tevélegesen is munkát kelljen végeznie. Ha ez nincs meg, akkor a tagsága megszűnne, és a helyére új tagot kell felkérni. Szintén fontos, hogy a csoportok kommunikáljanak: az összejövetelnek legyenek időben, előre meghirdetve, illetve a csoportvezetők mindig adjanak számot a munkájukról az önkormányzatnak és a lakosságnak is.

Ki kell emelni azt is, hogy megfelelő módszertani támogatás nélkül a munkacsoportok akár már rövidtávon is elhalhatnak érdektelenség miatt. Ezért a működést olyan eszközökkel kell támogatni, amelyek segítik a változatos feladatok megtalálását, a jóhangulatú együttléteket és az eredményes munkavégzést. Ezt két irányból lehet megközelíteni. Az egyik, hogy a részt vevő képviselők keresztül az önkormányzat mindig előre meghatározott kérdések feltevésével is irányítsa indirekt módon az adott csoport munkáját, illetve időről-időre a csoportmunkától eltérő területen is kérjen a tagoktól véleményt, segítséget. A másik fontos eszköz az összekovácsolódás és a jó hangulat erősítése a testületekben. Ez úgy érhető el, ha az együttlétek első negyed órája ráhangolódásként mindig más közösségi játékkal telik, ami szórakoztat és nevetet. Ilyen módszert bevezetve a közös munka mindig élményszerű lehet. Ez a feladat a közösségsszervezőkre hárulhat.

Munkacsoportok lehetnek:

Közösségfejlesztési társadalmi munkacsoport

Ez a vezető és legnagyobb létszámú civil testület, amely a munkacsoportok vezetőit fogja össze, közösségfejlesztésért felelős intézményvezető és szakemberek bevonásával. Fő feladata a közösségfejlesztésben tett javaslatok és projektek megvitatása és kidolgozása, a munkacsoportok munkájának összehangolása, illetve koordinálása. A polgármester állandó tagja és vezetője a munkacsoportnak. Ebbe a csoportba vonható be a Balástyáért közalapítvány vezetője is.

Településfejlesztési és gazdaságfejlesztési társadalmi munkacsoport

Ide tartoznak a beruházások, az intézményfejlesztések, a vállalkozásbetelepítések, a közterületi fejlesztések ügyei és a közterület-fenntartás kérdései. Fő feladata a csoportnak, hogy előzetes társadalmi egyeztetést biztosítson ezekben az ügyekben, és a felvetődő kérdésekre, problémákra megoldási javaslatokat tegyen. Ez az egyik legfontosabb csoport a lakossági kommunikációban és kapcsolódásban. A polgármester állandó tagja és vezetője a munkacsoportnak, amelynek állandó tagjai még a polgármesteri hivatal szakértő munkatársai.

Külterületi társadalmi munkacsoport

Ez a csoport értelemszerűen a külterületen élők helyzetével, gondjaival, az őket érintő fejlesztésekkel foglalkozhat. Képviselő mellett tagja kell legyen a csoportnak a közterület-fenntartási munkák irányítója, illetve a szociális intézmény vezetője. Érdeemes lenne a hagyományhoz visszanyúlva a külterületi részeknek kapitányokat választani, és ők lennének – civilként képviselve minden külterületet – a legfontosabb tagjai a csoportnak. Az is elképzelhető lehet, hogy a kapitányok mellett működjenek olyan 3-4 fős al-munkacsoportok, amelyek a szervezésben, igényfelmérésben, tájékoztatásban segítik a külterületi összefogást az adott részeken.

Ifjúsági és családügyi társadalmi munkacsoport

Ennek a csoportnak lehet a feladata az ifjúságot és a családokat érintő programok, kezdeményezések, fejlesztések, illetve önkormányzati szolgáltatások fejlesztésének a véleményezése és projektek megtervezése, a szükséges szervezési feladatok támogatása, segítése. Képviselő mellett tagja kell legyen a csoportnak minden érintett intézményvezető és önkormányzati szakember.

Szociális fejlesztési társadalmi munkacsoport

Ehhez a csoporthoz tartozhatnak a szociális fejlesztések kérdései és az adománygyűjtések szervezése. Képviselő mellett tagja kell legyen a szociális intézmény vezetője, és legalább egy külterületi kapitány, illetve összekötőként a Balástyai akcióhősök csoport egy tagja.

Egészségfejlesztési társadalmi munkacsoport

Ez a munkacsoport a testi és mentális egészségfejlesztés témakörébe tartozó kezdeményezésekkel, projektekkel, fejlesztésekkel foglalkozhat. Képviselő mellett tagja kell legyen legalább egy orvos és egy védőnő, a szociális intézmény képviselője, illetve – akár vendégként – a kistéleki egészségfejlesztési iroda valamely munkatársa.

Sportfejlesztési társadalmi munkacsoport

Ennek a csoportnak a legfontosabb feladata lehet a Mozogj, Balástya! program kidolgozása, illetve ennek részeként a sportprogramok és sportolási lehetőségek bővítésének szervezési feladataiban működhet közre, összefoghatja a sportoló kisközösségeket. Képviselő mellett tagja kell legyen a csoportnak a sportkör vezetője és az iskolaigazgató, vagy megbízottja.

Programszervezési társadalmi munkacsoport

Ez a csoport a helyi rendezvényszervezésnek nemcsak javaslattevő-véleményező fóruma, hanem a programszervező intézményrendszer civil támogatásának is a fő bázisa. A kisebb és nagyobb rendezvények esetében ez a csoport foghatja össze a civil segítőket, vagyis a programszervezésből aktívan ki kell vegye a részét.

A kommunikációs kompetenciák fejlesztésében szintén ez a csoport lehet illetékes. Képviselő mellett tagja kell legyen a művelődési ház és a könyvtár vezetője, valamint a programszervezésben és a kommunikációban részt vevő munkatársak.

Balástyai Akcióhősök társadalmi munkacsoport

Ez lényegében a különféle társadalmi munkákat megszervező és koordináló testület. Feladata az igények és lehetőségek alapján kidolgozni a társadalmi összefogással működtethető civil munkavégzések rendjét, és meghirdetni ezeket, szervezni, toborozni az önkénteseket az önkormányzat támogatásával. Képviselő mellett tagja kell legyen a csoportnak a közterület-fenntartási munkák irányítója, illetve a szociális intézmény egy képviselője.

Civil szervezetek társadalmi munkacsoport

Ez a civil szervezetek egyeztető fórumát jelenti, valamennyi helyi civil szervezet vezetőjének a részvételével, illetve az egyházközség és a fejlesztő tanoda egy-egy képviselőjének a bevonásával. A feladata a civil szervezetek tevékenységének az összehangolása, projektek kidolgozása, önkéntesek és tagok toborzásának elősegítése, részvétel a közösségfejlesztésben. Képviselő mellett a testületbe egy közösségsszervező munkatársat delegálhat az önkormányzat.

Vállalkozói társadalmi munkacsoport

Ez a vállalkozókat összefogó és képviselő munkacsoport. Ha igény van rá, alapja lehet egy vállalkozói klubnak. Feladata elsődlegesen a vállalkozói érdekképviselő biztosítása, illetve a vállalkozóknak szóló programok szervezése, a vállalkozókat érintő önkormányzati kezdeményezések és javaslatok véleményezése, valamint szervezési támogatás biztosítása azok megvalósításában. Képviselő mellett tagja kell legyen a csoportnak a Vadásztanya vendéglő vezetője, illetve a vállalkozók munkáját segítő önkormányzati munkatárs, valamint a piacon árusítók képviselője.

Gazdálkodók társadalmi munkacsoport

Ez a gazdálkodókat összefogó és képviselő munkacsoport. Ha igény van rá, alapja lehet egy gazdakörnek. Feladata elsődlegesen a gazdálkodói érdekképviselő biztosítása, illetve a gazdálkodóknak szóló programok szervezése, a gazdákat érintő önkormányzati kezdeményezések és javaslatok véleményezése, valamint szervezési támogatás biztosítása azok megvalósításában. Képviselő mellett tagja kell legyen a csoportnak a falugazdász.

Közlekedési és közbiztonsági társadalmi munkacsoport

Ennek a csoportnak a feladata lehet minden olyan kezdeményezés megvitatása és kidolgozása, ami javíthat a közlekedés, a közbiztonság helyzetén, illetve segíthet a közösségi normákat sértő lakossági magatartásformák visszaszorításában. Tagja képviselő mellett valamelyik körzeti megbízott és a polgárőrség vezetője.

Településmarketing-fejlesztési társadalmi munkacsoport

Ennek a csoportnak a feladata lehet a településmarketing szempontjából érintett vállalkozások és szervezetek (például szállásadók, lovas tanyák, hindu közösség) és tevékenységek összefogása, vendégeket vonzó programok és szolgáltatások kidolgozása, illetve ezek és a kommunikáció összehangolása. Képviselő mellett a közösségi média menedzser delegálása lehet fontos.

Ezeztől a munkacsoportoktól abban az esetben várható hatékony munka, ha azokban aktívan részt vesz a lakosság. Ezért ezt a csoportok indításakor hangsúlyozni kell. Arra is szükség lesz, hogy elismert civileket, szakértőket kifejezetten felkérjen a csoportokban való részvételre az önkormányzat.

Célszerű a társadalmi munkacsoportok életre hívását egy lakossági fórumon bejelenteni, és utána elkezdni szervezni a csoportokat. Fontos, hogy ez az új rendszer nem helyettesíti, inkább kiegészíti, elmélyíti a rendszeres falugyűléseket. Azokat évente, félévente továbbra is szükséges megtartani, ám azokon már a polgármester és a képviselő-testület mellett a munkacsoportok vezetői is beszámolnának az elvégzett munkáról és a terveikről.

A munkacsoportok önkormányzati ingatlanokban gyűlhetnek össze, ellátásként legfeljebb üdítőket kell biztosítani. A munkacsoportokat évente egyszer, például a Falunapok keretében lehet megvendégelni és külön köszönteni.

Folyamat-felülvizsgálatok

Ez a feladatcsoport minden olyan önkormányzati munkafolyamat és kommunikációs folyamat felülvizsgálatát jelenti, ami érinti az önkormányzat lakossági megítélését és a különféle lakossági kapcsolódásokat. Ezek nélkül ugyanis a közéleti megújítás nem lehet sikeres! Ez a munka azt is feltételezi, hogy új belső szabályokat kell alkotni, ügykezési és kommunikációs protokollokat kell kidolgozni, és azok alapján végezni a feladatokat.

Ha úgy vesszük, a társadalmi csoportok rendszere is része egy folyamat-felülvizsgálatnak, hiszen az válasz a lakossági együttműködés javítására. A hatékonyság növelése ugyanakkor számos területen mélyrehatóan igényel felülvizsgálatot, ezeket sok esetben éppen a társadalmi munkacsoportok működése világíthatja majd meg. Hangsúlyozni kell, hogy a működési és kommunikációs folyamatok tisztázása is több területen már önmagában hatalmas előrelépést kínál, de ez lehet az alapja később bármilyen, a munkát segítő és leegyszerűsítő projektkezelési szoftver bevezetésének.

Azt is látni kell, hogy a folyamat-felülvizsgálat a leginkább elhúzódó munka, csak több éves távlatban megvalósítható, ha az önkormányzati működés teljes egészét vesszük.

Általánosságban annyi jegyezhető meg, hogy a felülvizsgálatok részeként mindig meg kell határozni:

- mi az adott folyamat optimális működése
- milyen szabályokat kell betartani és milyen elveket szem előtt tartani a folyamatban
- mik a felelősségi körök, ki, milyen munkát végez
- hogyan zajlik az egyes feladatkörökben a munkavégzés
- hogyan szükséges és milyen adatokat használva adminisztrálni a folyamatot
- hogyan kell és lehet kommunikálni az adott folyamatról
- hogyan kell és lehet meghatározni a belső kommunikációs protokollokat
- hogyan lehet ellenőrizni az elvégzett munkát
- hogyan zajljék egy ismételt felülvizsgálat
- mindezt le kell írni, elfogadtatni és betartatni a folyamatban résztvevőkkel, miután felkészítést kaptak arra, hogyan végezzék feladatukat

Mivel ahhoz is komoly előkészítő munka szükséges, hogy pontosan milyen folyamatokat kell és lehet felülvizsgálni, így csak néhány példát lehet kiemelni.

- fejlesztési egyeztetések és beruházások megvalósításának protokollja
- fejlesztések és beruházások kommunikációjának fejlesztése
- lakossági panaszkezelés és kommunikációja
- közterületi munkavégzés és kommunikációja
- polgármesteri megkeresések rendje és polgármesteri kommunikáció
- képviselő-testületi belső kommunikáció
- intézményi és önkormányzati belső kommunikáció fejlesztése

Közeleti kommunikáció erősítése és sokrétűbbé tétele

Balástya közeleti kommunikációja, lényegében az, ami kialakult a Balástyai Újságban és a honlap-kommunikációban, az megfelelő színvonalú. Inkább csak kiegészítésre, kisebb igazításokra szorul, de a személyi változás miatt ezen a területen is lehet számolni visszaeséssel, hiába lesz megfelelő átadás-átvételi folyamat. Ezért a közeleti és települési kommunikációval és tartalomszolgáltatással összefüggésben szükség lesz egy átfogó, protokollszerű szakmai összefoglalóra, ami alapvetés az újságírói munkában, bárki végezze is.

Ezzel együtt a folyamat-felülvizsgálatok mutathatnak rá olyan változtatási szükségletekre, amelyek javíthatják az önkormányzati kommunikációt. Ezek sokszor apróságok lesznek, amelyek új szokásokként rögzülhetnek, segítve az önkormányzati munka jobb megítélését. Mivel a folyamatok felülvizsgálata több idő, ezért csak néhány példával lehet érzékeltetni, miben lesz szükség igazításokra.

Mindenképp javítani kell a lakossági panaszbejelentés kommunikációját. Ez kell legyen az első terület, ahol végig kell vinni a folyamat-felülvizsgálatot. Azt, hogy milyen csatornán és hogyan tehet panaszt, észrevételt a lakosság, állandó elemként kell kommunikálni az újságban, ahogy azt is, hogyan kezeli ezeket a bejelentéseket az önkormányzat. Ezzel együtt a panaszkezelést is kommunikálni kell, akár havi összesítések közreadásával, hogy mit és hogyan oldott meg az önkormányzat, vagyis e téren az eredményes munkát is be kell mutatni.

Érdemes megállapítani az önkormányzati munkában mérőszámokat, amelyek jól kommunikálhatók. Például hány ügyben jár el havonta a hivatal, hány munkaóra fordítódik közterület-fenntartásra, vagy bármi egyéb. Ennek lényege, hogy a lakosság érzéketesebben tájékozódhasson arról, hogy több területen is nagy munkát végez az önkormányzat. Ilyen mérőszámok esetlegesen a polgármester és a képviselők esetében is megállapíthatók és kommunikálhatók. Itt is az a cél, hogy a számok – például heti összes munkaóra – érzékeltesék a lakossággal a polgármesteri és képviselői munka súlyát.

Szintén hasznos lehet összeállítani a tervezett beruházások listáját, rövid magyarázatokkal, egyfajta ütemterv szerint. Fontos, hogy minden fejlesztés legalább becslés szintjén be legyen árazva. A lista arra szolgálhat, hogy közvetítse, miben és hogyan halad az önkormányzat, miben és miért nem tud előrelépni, és mi, mibe kerül.

Fontos, hogy a társadalmi munkacsoportok megismerjék a költségvetési kereteket és a felelős gazdálkodás szemléletmódját. Ezért számukra olyan anyagokat kell összeállítani, amelyek leegyszerűsített formában, de megjelenítik ezeket az információkat. A munkacsoportoktól lehetőség szerint mindig úgy szabad javaslatokat befogadni, hogy már a csoportban állítsák össze a költségvetési vonatkozásait egy-egy tervnek.

Egy megújított közéleti kommunikációban fontos szerep juthat a rendszeres beszámolóknak. Ide tartoznak a társadalmi munkacsoportok vezetőinek beszámolói, az intézményvezetői, képviselői és polgármesteri beszámolók. Mind a munkacsoport-vezetők, mind a képviselők kommunikációja közös, önkormányzati csatornákon kell zajlódjon elsődlegesen.

Ki kell dolgozni a közérdekű információk és a meglévő önkormányzati szolgáltatások kommunikációjának új rendjét. Hiába elérhető ugyanis jóformán minden információ a község honlapján, a lakosság jelentős része nincs tisztában számos lehetőséggel vagy kötelezettséggel.

A közéleti kommunikáció erősítésének részeként új kommunikációs csatornákra is szükség van. Ezek jellemzően új Facebook csoportok, a belső kommunikációban Messenger csoportok lehetnek. Ezeket a kommunikációs stratégiáról szóló fejezet részletezi. A fő cél az lehet, hogy az önkormányzat szegmentáltan is eljusson és aktívabban jelen legyen főbb lakossági csoportok mindennapjaiban. Emellett elő kell segíteni a civil szervezetek és kisközösségek aktívabb kommunikációját, hogy ezekhez kapcsolódva az önkormányzat pozitív megítélése is erősödhesen.

Fontos új eleme lehet a közéleti kommunikációnak a rendszeres lakossági konzultációk bevezetése. Ezek – a nemzeti konzultációhoz hasonlóan, ám jóval értelmesebb formában – a lakosság rendszeres vélemény-nyilvánításának a módját jelenthetik. Fő céljuk az, hogy a lakosság úgy érezhesse, fontos ügyekben meghallgatják a véleményét, és így az önkormányzat megítélése is javulhasson.

A választási ígéretekkel összefüggésben máris van három téma, amire kiterjeszthető a konzultáció: a közbiztonság, a sportprogramok és a települési rendezvények témaköre. Ezek esetében részletes kérdéssor összeállítása szükséges, kisebb részben eldöntendő kérdésekkel, nagyobb arányban kifejtő választ kívánó kérdésekkel. A kérdések irányítottasága csak annyiban fontos, hogy lehetőség szerint szűrje a megvalósíthatatlan javaslatokat, megjelenítve költségvetési és szakmai szempontokat is.

A jelenleg aktuális három témakörben már az ősszel érdemes, akár összevont konzultációt tartani, később évente szükséges az aktualitásokhoz igazítva levezényelni egy ilyen felmérő akciót. A lebonyolításban nehézséget jelent, hogy csak online a konzultációk nem megvalósíthatók, mivel a teljes lakosság nem használja az internetet, illetve az, hogy kipostázni ilyen kérdőíveket a lakosságnak igen drága mulatság. Ezért a legcélravezetőbb az a módszer lehet, hogy az önkormányzat egyszerre biztosítja az online kitöltés lehetőségét, illetve a kérdőívet – repülőlapokként – a Balástyai Újsággal együtt juttatja el a lakosságnak. A külterületen a lakosság segítségét is kérve lehet eljuttatni az újságot és a kérdőíveket. Ez egyfajta összefogás-tesztként is működhet.

A konzultációkat a megadott határidő lejártával összesíteni szükséges, és az eredményeket áttekinthetően kommunikálni, illetve a jó javaslatokat, amint az lehetséges, meg is kell valósítani. Ami felvetődött, de nem megvalósítható, vagy csak később, azt is világosan kommunikálni kell.

Balástyai Közéleti Klub és közéletformálás

Hasznos kiegészítője lehet a közéleti megújulásnak a választási kampányban bejelentett Balástyai Közéleti Klub elindítása és működtetése. Ez lehet a bázisa – a társadalmi munkacsoportok mellett – a helyi közéleti utánpótlás-képzésnek. Azok, akik érdeklődnek közügyeink iránt, így mélyebb betekintést kaphatnak az önkormányzat működésébe, felkészültebbek, képzettebbek lehetnek, különösen a Balástyára váró gazdaságfejlesztési lehetőségek küszöbén és a közösségfejlesztési kihívásokat tekintve. Egy ilyen klub keretében vendégnek elhívhatóak településfejlesztési szakemberek, egyetemi oktatók, polgármesterek, kormánypárti és ellenzéki helyi politikusok, az önkormányzat vezető munkatársait. Egy ilyen klubban a polgármester is átadhatja több évtizedes településvezetői tapasztalatait. A klub tagsága könnyebben lesz verbuválható a társadalmi munkacsoportok tagjainak körében, illetve a volt képviselőjelöltek közül.

Részben a Balástyai Közéleti Klub kezdeményezése lehet majd a következő önkormányzati választások előtt egy előzetes választási charta összeállítása, amelyet a jelöltek aláírhatnak. Ebben lehet rögzíteni a jelöltekkel szembeni legfontosabb elvi elvárásokat, a választások íratlan szabályait. A majdani jelölteknek emellett – még a jelöltté válásuk előtt – egy előzetes workshopot, egyfajta önkormányzatisági alapképzést is szervezhet a klub, átadva azon a felelős önkormányzati működés legfontosabb tudnivalóit. Mind a chartával, mind az ilyen képzés biztosításával is mérsékelhetők lehetnek azok a negatív jelenségek, amelyek a mostani választási kampányban megmutatkoztak.

KÖZÖSSÉGFEJLESZTÉSI STRATÉGIA

Ha közösségfejlesztésről beszélünk, valójában öt különböző, egymással összefüggő terület stratégiai megújítása lehet együttesen célravezető. A közösségszervezés, a közösségi programszervezés, a közösségformálás, illetve a rendezvényszervezés és a közösségi szolgáltatásfejlesztés mind olyan terület, ahol sokat lehet tenni az önkormányzati munka jobb megítélése és a társadalmi környezet javítása, gyógyítása érdekében.

Egy ilyen átfogó, több területet érintő fejlesztési koncepció megragadásához először egy közösségfejlesztési víziót és küldetést érdemes világosan meghatározni. Ezek egymásból következnek, és egyszerűségükben adhatnak valódi vonalvezetést és fejlesztési keretet mindegyik terület megújításának. A helyzetértékelésből és a meghatározott célokból eredően a vízió egy elfogadóbb, együttműködőbb egészségesebb faluközösség megteremtése lehet.

Ha megnézzük, hogy mi lehet az az egyszerű közösségformáló erő, ami minderre hatást gyakorolhat, az a jókedv. A jókedvű ember ugyanis elfogadóbb, együttműködőbb és a lelkülete is egészségesebb. Egy faluközösség szintű közösségformáló munka ennél mélyebbre nemigen mehet, mélyrehatóbb személyes változásokat kisközösségekben és egyénileg lehetne csak várni. Ugyanakkor a jókedv gerjesztése rengeteg pozitív, alkotó energiát szabadíthat fel, aminek számos területen meglehet a pozitív társadalmi és személyes hatása.

A jókedv közösségfejlesztési fókuszba állítása ráadásul rímel a Himnusz soraira is: „Isten, áldd meg a magyart, jókedvvel, bőséggel...” Így lényegében ebből is levezethető az önkormányzat víziója és küldetése: a településfejlesztésben a faluvezetés azon dolgozik, hogy legyen bőség, a közösségfejlesztésben pedig azért, hogy legyen minél többször jókedve az embereknek. Mindebből következik, hogy

küldetésként a fejlesztéseknek a Jókedvű Balástya! program adhat keretet!

Ez ugyan csak egy belső elnevezés, ám a jókedv fókuszba állítása meghatározhatja a közösségépítésben a folyamatos tervező és szervező munkát, a programok és események összeállításában visszatérő sorvezető lehet, és a kommunikáció megújításában is lényeges alapot adhat.

Ha kibontjuk, mi terelhet bennünket a jókedv felé, akkor egyfajta hatástervezés az, amire szükség lesz. Vagyis érdemes meghatározni, milyen érzelmi alaphelyzetek erősíthetik a jókedvet. Ez lesz valójában a közösségfejlesztés érzelmi fókusza:

- pozitív közösségi élményeket adni és szórakoztatni, nevetetni
- erősíteni az emberi kapcsolódásokat, a párbeszédet és a személyes beszélgetések lehetőségeit
- több lehetőséget adni a faluközösség tagjainak a megbecsülésére
- erősíteni a közösségi és a személyes büszkeséget
- erősíteni a kreativitást, az önállóságot és a kezdeményezőkészséget

Ha a meghatározott küldetés és az érzelmi fókusz érvényesül a közösségfejlesztés tervezésében és a megvalósításában, az garantálhatja, hogy azok a pozitív hatások, amelyeket célként lehet azonosítani, nagyobb eséllyel teljesüljenek. Ezeket az egyszerű elveket tehát fontos megjeleníteni valamennyi stratégiai terület megújításában, és akkor az összeadódó hatások valóban érezhető közösségi szintű fejlődést eredményezhetnek.

Közösségszervezés

Szorosan véve a közösségszervezés alatt a különböző, lényegében önállóan működő kisközösségek támogatását és szervezését lehet érteni. Tágabban értelmezve ugyanakkor ilyen tevékenységnek minősülhet a közösségi programszervezés, a rendezényszervezés is, illetve a közösségformálás ezen a téren is érvényesül. Azért érdemes különválasztva tárgyalni ezt a fejlesztendő területet, mert így jobban láthatóvá válik, miért és mire lehet szükség, és milyen hatásai lehetnek a közösségszervező tevékenységnek.

Ahhoz, hogy látható legyen, milyen lehetőségek vannak a közösségszervezésben, fontos röviden értékelni a jelenlegi helyzetet. Balástyán most is van számos közösség. Egy részük civil szervezetekbe tömörülve, mások szakkörök, klubok keretében működik. Hiába mondható már most, hogy színes közösségi élete van a falunak, valójában a lakosság egyáltalán nem érzi, hogy ezen a területen aktív lenne az önkormányzat, sokan a közösségek nagy részéről egyáltalán nem is tudnak, és az is igaz lehet, hogy a közösségek sem érzékelik eléggé az önkormányzati figyelmet és gondoskodást.

Ez több okra is visszavezethető. Hiába támogat ugyanis az önkormányzat bármely civil kezdeményezést, az a lakosság érzete szempontjából kevésbé jelenik meg a települési kommunikációban, ráadásul a lakosok nem látják aktív szerepben az önkormányzatot a közösségszervezésben. Ez azért is van így, mert a közösségeket normális esetben a civil önszerveződés hozná létre, viszont ez a képesség rendkívül gyenge a faluközösségen belül.

Ezért van szükség a közösségszervezésben új megközelítésre! Ennek a lényege, hogy

- az önkormányzat lépjen fel kezdeményező szerepben, aktívan és rendszeresen a közösségszervezésben
- mentor szerepben segítse a kisközösségek működését, tagtoborzását
- segítse elő, várja el a kisközösségek életéről a rendszeres híradásokat és közösségi média kommunikációt

Fontos látni, hogy a kisközösségek szervezése és működésük segítése egyaránt hasznos az önkormányzat jobb megítélésében és az egészségesebb, jókedvűbb társadalmi környezet kialakításában, ráadásul kommunikációs szempontból bármilyen közösség jobban elérhető, jobban formálható, mint az egyén vagy a teljes faluközösség. Megjegyzendő, ez a kisközösségi szintű aktív közösségszervezés kívánja a legkevesebb befektetést!

Az önkormányzati kezdeményező szerep lényegében azt jelenti, hogy részben lakossági igényfelmérés, részben saját elhatározás nyomán az önkormányzat maga kezdeményezze különféle lakossági csoportok, kisközösségek megalakulását.

A szervezési modell úgy működhet, hogy a közösségszervező munkatársak elindítják a toborzást az önkormányzati kommunikációs felületeken és a lakossági szóbeszéd szintjén, majd ha összejött egy alap tagság, akkor vezetőt választanak, egyfajta mentorként felkészítik a csoportot a hatékony, önálló működésre, majd onnantól kezdve csak segítik, támogatják a működést, ha ez szükséges. Vagyis a cél, hogy minimális önkormányzati segítséggel (helyszínbiztosítás, időközönként esetleg közösségi képzés, tárgyi eszközök biztosítása) a kisközösségek önállóan, de hatékony mentori felügyelet mellett működjenek. A toborzó munkában a társadalmi csoportok is jelentős segítséget nyújthatnak. (A meglévő civil szervezetek esetében főleg a kommunikáció megújítására van szükség.)

Elsődlegesen a közösségszervezők feladata lehet a kisközösségek működésének, tagtoborzásának a segítése. Ők felügyelhetik szakmai mentorként a közösségi dinamika szempontjából a csoportokat, mikor és hogyan lehet szükségük megújulásra, milyen eszközökkel biztosítható új tagok bevonása, milyen működtetési, kommunikációs módszertanok alkalmazásával segíthető elő, hogy a kisközösség hosszabb távon is megmaradjon. Ennek a munkának a része lehet az is, hogy mentorként a közösségszervező időről-időre elgondolkodtató beszédtemákat adjon a kisközösségeknek, például olyan formában, hogy közvetíti feléjük a társadalmi munkacsoportok által megvitatandó kérdéseket is. Vagyis az önkormányzat részéről a kisközösségek esetében folyamatos párbeszéd és szakmai felügyelet működjön, és a közösségszervező tanítaná meg a közösségeket arra, hogyan működjenek hatékonyabban és fenntarthatóbban. A küldetesként meghatározott jókedv generálása valójában ezen a kapcsolódáson keresztül, a közösségszervező által, a jó gyakorlatok átadásával valósulhat meg. Ezt a támogató munkát a meglévő civil szervezetekre és közösségekre is ki kell terjeszteni. Szintén ehhez munkához tartozik hozzá, hogy az önkormányzat gyűjtse össze, és tartsa számon folyamatosan a civil szervezeteket és kisközösségeket, átláthatóbban és jobban bemutatva őket a község honlapján, megjelölve mindig a közösségek támogatásának, és a hozzájuk való csatlakozásnak lehetőségeit is. Ez lényegében egy jól megtervezett, közösségeket bemutató aloldal lehet az önkormányzati honlapon, és ezt az aloldalt visszatérően, mindig más-más közösség bemutatásával, tagtoborzásával összekötve kell promótni a közösségi médiában.

Rendkívül fontos, hogy legyenek megteremtve a feltételei a kisközösségek rendszeres kommunikációjának! Ugyanis, ha a közösségek folyamatosan megjelennek tartalmakkal az önkormányzati csatornákon, azzal egyfelől önmagukat erősíthetik, másfelől közvetve az önkormányzati munkát. A gyakorlatban ez azt jelentheti, hogy meglévő civil szervezetek esetében az ígért támogatás-növelés legyen összekötve az önálló, rendszeres közösségi média megjelenésekkel. Ehhez képviselőik kapjanak segítséget, képzést. A kisebb, informális közösségek esetében a közösségszervező munkatárs feladata lehet folyamatosan tartalmakat, fotókat, videókat, rövid szöveges beszámolókat bekérni a csoportok vezetőitől. Ha a civil szervezetek és kisközösségek így rendszeresen megjelennek tartalmakkal a helyi médiacsatornákon, már önmagában hatalmas lépést tett az önkormányzat azért, hogy a lakosság úgy érezhesse, aktív és színes közösségi élet van Balástyán, és mindenki könnyebben megtalálja azt a közösséget, ami őt érdekli.

Milyen kisközösségek legyenek még Balástyán? Bármilyenek, csak legyenek! Az fontos, hogy az önkormányzat kezdeményező szerepben tűnjön fel (minden évben dedikáltan legyen egy hónap, amikor új közösségeket toboroz az önkormányzat), az önkormányzati közösség-szervező személyében legyen egy élő kapocs az önkormányzat és a kisközösségek közt, illetve hatékony támogatást kapjanak működésükhöz a közösségek, valamint legyen biztosított a folyamatos belső és külső kommunikáció. Ha úgy vesszük, valójában egy Balástya szintű faluközösségben akár 50-60 féle civil csoport is gond nélkül működhet egy ilyen gondoskodóbb modellben!

Kisközösségnek számíthat minden meglévő és létrehozandó csoportosulás. A civil szervezetek éppúgy, mint a szakkörök és klubok. A közösség-szervezés szempontjából az a fontos, hogy legyen aktív tagságuk, végezzenek rendszeres tevékenységet, arról rendszeresen kommunikáljanak, foglalják el méltó helyüket a faluközösségben, legyen meghatározott belső és külső kommunikációjuk, illetve évente egyszer lehetőség szerint mutassák meg magukat jobban a faluközösségnek. Ezek lehetnek éves versenyek, fellépések, bemutatók, nyílt napok, bármi.

Új kisközösségek lehetnek például:

- társasjátékos klub, kártyaklubok (bridzs, ulti, póker) – éves nyílt versenyekkel
- sakk kör – éves nyílt versenyekkel
- különféle sportolási lehetőségek mentén szerveződő csoportok – biciklis klub, tenisz klub, tollaslabda klub, futó kör
- különféle tudásmegszerzésre épülő klubok – önfejlesztő klub (vendégek hívásával rendszeresen rendezvényeket szervezhet, kommunikációs és marketing klub, de ide tartozhat egy vállalkozói klub, vagy egy formálódó gazdakör, kiskertész klub
- kikapcsolódáshoz kötődő csoportok – kirándulók klubja, természetjáró klub
- szabadidős tevékenységekhez kapcsolódó csoportok – különféle gyűjtők klubjai, barkács klub, kézműves klub, fotós klub, helytörténeti klub, tánccsoportok
- csoportosulások korosztályosan is működhetnek – ilyenek lehetnek például az iskolai szakkörök (ezeket is érdemes bevonni rendszerszinten egy ilyen közösségi működési modellbe), ifjúságot, családokat, nyugdíjasokat összefogó klubok
- speciális közösség lehet a vállalkozókat, gazdálkodókat, esetleg az önkormányzatot és az intézményeket összefogó Balástyai Beszerzési Közösség – ennek lényege, hogy a piacon a beszállítóknál – a csoportos beszerzés miatt – árkedvezményeket lehessen kiharcolni a résztvevőknek
- elszármazott balástyaiak online közössége – egy ilyen Facebook csoport próbálhatná meg összegyűjteni azokat, akik valaha Balástyához kötődtek; nekik a csoportban hírszolgáltatást lehet biztosítani, rendezvényekre lehet hívni őket, vagy éppen segítséget kérni tőlük megoldandó helyi ügyekben és a kapcsolatépítésekben

Lényeges, hogy a közösség-szervezés igyekezzen a meglévő és új közösségekbe minél szélesebb lakossági köröket bevonni bel- és külterületen egyaránt, illetve helyezzen külön hangsúlyt az olyan csoportokra, amelyek tagjai elszigeteltebben léteznek, így például az új betelepülők, szociálisan hátrányos helyzetűek vagy a vendégmunkások. Ahogy mélyül a közösségépítés, egyre nagyobb szerepet kell kapjon a lakosság körében a személyes meggyőzés abban, hogy tényleg a lakosság túlnyomó többsége legyen tagja valamilyen kisközösségnek, és rendszeresen mozduljon ki otthonról.

Az új közösségi fejlesztésnek fontos része, hogy világosan legyen meghatározva és rendszeresen kommunikálva, hogy aki új közösséget akar létrehozni, az pontosan kihez forduljon, és milyen segítséget kaphat. Természetesen nem szabad csak ingyenes részvételre épülő közösségekben gondolkodni, tagdíjas rendszert, ahol lehet és kell, be kell vezetni.

Ha a közösségi működésről beszélünk, hasznos lenne – a társadalmi munkacsoportokkal és a kisközösségekkel egyeztetve, akár kampányt építve erre – összeállítani a közösségi együttélés offline és online szabályait és ajánlásait. Ha ez minél szélesebb körben jóváhagyást kap, az erősítheti a faluközösséget. A gyűjteményt a települési honlapon lehetne közzétenni, és időről-időre promótálni, emlékeztetni rá a lakosságot, esetleg frissíteni is.

Fontos, a gyakorlati működést segítő elem lehet, ha a kisközösségeknek az önkormányzat segít létrehozni Facebook oldalakat, Facebook- és Messenger csoportokat, ahová akár a közösségszervező is meghívást kaphat. Ugyanis a kisközösségek szervezésében az egyik legfontosabb a kommunikáció, és ha ezt az önkormányzat részéről – akár csak erre felkészítő képzéssel – szakmailag hozzáértő szakember segíti, akkor egyfelől jelentősen növelhető a kisközösségek működési hatékonysága, másfelől könnyebben lesz követhető a kisközösségek élete.

Ha megújul a közösségszervezés, lényeges lesz a belső közösségek fejlesztése is. Ide tartozhatnak a polgármesteri hivatal és az intézmények munkaközösségei, a közmunkások. Érdemes közösségfejlesztési szempontokból megnézni, hogyan erősíthetők ezek a közösségek akár a közösségek működésében, akár a belső programszervezés szintjén. Azt is át kell tekinteni, hogy ezekből a közösségi aktivitásokból mi az, ami kommunikálható. A közmunkások esetében például egy őket elismerő, a falu felé is megjelenített Közmunkás nap sokat tehet azért, hogy megbecsültebbnek érezzék magukat.

Látni kell a közösségszervezés megújítása szempontjából, hogy jelenleg korlátozottan állnak rendelkezésre a személyi feltételek (ez munkaerő-fejlesztéssel orvosolható), illetve a kívánt eredmények szempontjából kompetenciafejlesztésre és szakemberek rendszeres tanácsadói bevonására is szükség lehet.

Továbbképzéseket érdemes tartani a közösségszervező munkatársaknak, civil szervezeti és közösségi vezetőknek a közösségszervezési módszertanokról, a hatékony közösségmenedzsmentről és a kommunikációról. Vagyis szakmailag is meg kell alapozni azt a teljesítményt, ami elvárható kell legyen a közösségszervezésben. Szintén képzést kell tartani a közösségi média használatáról, főleg a civil vezetőknek, segíteni kell létrehozni a saját kommunikációs csatornáikat.

Érdemes időről-időre meghívni vendégnek sikeres közösségszervezőket, közösségszervező szakembereket, pszichológusokat, szociológusokat, hogy a jó gyakorlatok megismerésével és átvételével gazdagítani lehessen a közösségszervező munkát. Az ilyen eseményeket, vagy képzéseket – fizetős modellben – járási, esetleg vármegyei szinten is megszervezheti Balástya.

Közösségi programszervezés

Közösségi programszervezés alatt értendő minden olyan esemény, ami kisebb közösségi szinten, interaktív módon hoz össze embereket. Vagyis ide tartoznak a kisközösségi, családi és gyermekprogramok, de például a nagyrendezvények, kulturális események szorosan véve már nem. A közösségi programszervezésnek két fő területe lehet, az egyik a közösségek programszervezésének a támogatása, a másik a települési szintű közösségi programok szervezése.

Azért kiemelten fontos a közösségi programszervezés területe, mert a legélményszerűbben ezeken keresztül érvényesíthető a közösségformálás, gerjeszthető direkter módon a jókedv a faluközösségen belül. Vagyis a szórakoztatás és az élményszerűség, a közösségi összefogás ezek által tapasztalható meg a leginkább! Ezért kell hangsúlyosnak lennie a kreativitásnak és a változatosságnak, a folyamatos megújulásnak ezen a területen. Az is lényeges, hogy az ilyen közösségi programszervezésben az önkormányzat tudatosabban építsen segítő civil bázist akár a rendezvények lebonyolításának segítségével, akár a résztvevők toborzásában.

Kiemelt feladat lesz a közösségi programok szervezésében alapelvek és fontos szempontok részletes rögzítése, már a közösségszervezők és vezető munkatársak bevonásával. Ezeket szintén a „Jókedvű Balástya”, mint meghatározott küldetésből lehet levezetni, és ez fontos segédanyaga lehet a közösségszervezői gondolkodásnak, a programmegvalósításnak is. Előzetesen csak néhány alapelv is szempont emelhető ki.

Szakmai alapelvek és szempontok a közösségi programok szervezésében:

Minél több, minél sokrétűbb élményszerű, játékos, emlékeztető közösségi programra van szükség, minél szélesebb lakossági körök bevonásával. A programszervezés fókuszában a találkozások, a beszélgetések és az ismerkedések, a közös játék, a nevetések elősegítésének kell állnia, erősítve a már meglévő társas kapcsolódásokat, és kialakítva újakat.

Fontos értékteremtő közösségi programok lehetnek a gasztronómiai és sportesemények, a kisközösségi ismeretterjesztő rendezvények, és a fizikai, mentális egészséggel összefüggő kezdeményezések, valamint a különféle képzések, ezért ezeket is kiemelten kell kezelni a közösségi programszervezésben.

Szintén hangsúlyos terület a különféle programtípusokon belül a helyi egyéni és csapatversenyek szervezése akár komolyabb, akár vidám, vicces vetélkedőkről, versenyekről legyen szó. Ezek adhatnak ugyanis nyilvános formában sok lakosnak szórakozást, sikerélményt, megbecsülést, új élményt, ezért ilyen eseményeket sokkal gyakrabban és sokrétűbben kell szervezni.

Ahhoz, hogy a közösségi programszervezés eredményes legyen, meg kell határozni és meg kell ismerni jobban a célközönséget! Ennek része úgynevezett „lakos profilok” meghatározása, vagyis annak összegyűjtése, hogy milyen jellemzők mentén csoportosítható a programokkal megcélzott lakosság.

Erre azért van szükség, mert így azonosíthatók jobban az igényeik, és így lehet valóban a legkülönbébb lakossági csoportok számára is értékes eseményeket szervezni.

A közösségi programok szervezésében ugyanúgy érvényesíteni kell a szervezők mentorszerepét, mint a közösségszervezésben. Meg kell tanulniuk a közösségi programok megszervezésének leghatékonyabb módszertanait, a közösség összefogásának, a szervező munkának a jó gyakorlatait, és ezeket meg is kell osztaniuk a működő közösségekkel, hogy a kisközösségeken belüli programok szervezése is erősödjön.

El kell sajátítaniuk a közösségi programok szervezőinek az élménytervezés fogásait. Ez azt jelenti, hogy a programok, események megtervezésében, forgatókönyveinek összeállításában tudatosan kell meghatározniuk olyan érzetet befolyásoló elemeket, amelyek jobban garantálhatják a résztvevők számára az együttlét pozitív élményét.

Akár a programok szervezésében, akár a lebonyolításában kiemelten kell kezelni az interaktivitást, a cselekvő részvételt. Vagyis olyan programelemeket kell beépíteni a közösségi eseményekbe, amelyek nagyobb interaktivitást biztosíthatnak, jobban összehozhatnak résztvevő kisebb közösségeket, és – új közösségi kapcsolódások kialakítása érdekében – olyan embereket is, akik nem, vagy nem elég jól ismerik egymást.

Elvi és gyakorlati szempontból is fontos, hogy a közösségi programszervezésnek a közösségszervezők alakítsák ki a segítői bázisát. Szólítsák meg, vonják be, fogják össze azokat az embereket, akik civilként képesek lehetnek bármilyen módon segíteni a közösségi rendezvényeket.

Sajnos a közösségi programok szervezésében is a legnagyobb nehézség a lakosság passzivitása lehet. Ezért a résztvevők meghívását, toborzását nem lesz elég pusztán a kommunikációs csatornákon intézni, hanem alkalmazni kell a személyes meghívások rendszerét is. Ez egyfajta riadóláncok kiépítését jelentheti. Vagyis a közösségszervezőknek ki kell alakítaniuk, majd folyamatosan mélyíteniük egy olyan informális hálózatot a lakosság körében, ami lehetővé teszi a gyors, személyes információ átadást. Úgy is mondhatjuk, hogy a cél az, hogy mindig legyen valaki egy-egy program esetében, aki személyesen hívhatja meg a lakost az eseményre.

Kiemelten kell kezelni a közösségi programszervezésben a gyerekek és az ifjúság igényeit és szempontjait, illetve szerepüket a közösségépítésben. Ez nemcsak azt jelenti, hogy kifejezetten nekik szóló programokra is szükség van, hanem azt, hogy akár a résztvevők toborzásában, akár a felnőttek „tanításában”, megszólításában feladatokat kell nekik adni. Számos élményszerű eseménybe, tevékenységbe, újszerű dologba ugyanis a felnőttek maguktól kevésbé vágnak bele, ám ha a „hívás” a gyerekeken keresztül történik, nagyobb esély van olyan lakossági csoportok aktivizálódására is, amelyek eddig alig vettek részt a falu közösségi életében.

Nem szabad megfeledkezni arról, hogy a közösségi programok esetében a résztvevők etetése, itatása hagyománnyá vált Balástyán, erre a közösségi programok szervezésében továbbra is tekintettel kell lenni, vagyis megoldani a résztvevők ellátását, illetve gasztronómiai programokat szervezni.

Ki kell alakítani a közösségi programszervezésben a kommunikációs protokollokat, vagyis azt, mit, hogyan, milyen csatornákon, milyen tartalmi és vizuális tálalással és üzenetekkel kommunikáljanak a közösségszervezők a programokról. Ugyanis hatékony külső és belső kommunikáció nélkül nem lehet sikeres a közösségi programszervezés.

Közösségek programszervezésének a támogatása

Ahhoz, hogy a közösségi élet vonzóbb legyen a különféle lakossági csoportoknak, nem szabad magukra hagyni a közösségeket a programjaik szervezésében sem. Ahogyan a közösségszervezésben, úgy a programszervezésben is érvényesülnie kell, hogy egyfajta mentor szerepet lát el a települési közösségszervező. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy elsősorban módszertani, élménytervezési segítséget nyújt a közösségeknek programjaik megtervezésében és lebonyolításában az esetleges fizikai segítség (helyszín és tárgyi eszközök biztosítása) mellett. Fontos feladata lehet ezen a téren a közösségszervezőnek, hogy meglátásaival, javaslataival generáljon új közösségi programokat a közösségen belül. Például egy Sakk körnek vesse fel, hogy induljanak települési főzőversenyen. Mindemellett a közösségszervező ugyanúgy kapocs a közösség és az önkormányzat között, így nemcsak a közösségszervezésben, hanem a közösségi programokban is megteremthető a hatékony és ellenőrzöttebb működés, a megfelelő visszacsatolás.

Települési szintű közösségi programok szervezése

Részletes és átfogó közösségi programkonceptió megalkotására van szükség, és olyan éves, folyamatosan frissülő települési eseménynaptár összeállítására, amely tartalmazza a közösségek saját rendezvényeit is. A koncepciónak igazodnia kell a stratégiai tervekhez, a lakossági igényekhez, az önkormányzat lehetőségeihez és elvárásaihoz, a szezonálitáshoz, valamint jól kell gazdálkodnia valamennyi lehetséges programhelyszínnel. Előzetesen csak ennek a munkának egyfajta vázlata állítható össze, megjelenítve fontos szempontokat.

Főbb területekre bontva a közösségi programok ötféle nagyobb csoportra oszthatók. Ezek egyfajta erősrendet is mutatnak a súlyozás szempontjából:

- szórakoztató/kikapcsolódást biztosító programok
- gasztronómiai programok
- sportprogramok
- ismeretterjesztő programok
- fizikai és mentális egészséget támogató programok
- közösségi és szakmai képzések

Szórakoztató/kikapcsolódást biztosító programok – ezek jellemzően családi programok, egyszerre önálló rendezvények és programelemek is, amelyek nagyrendezvényekhez, más kisközösségi programokhoz kapcsolódhatnak. Sok esetben animátori közreműködést feltételeznek, játékos feladatok megoldására épülhetnek. Ilyen most például a gyermeknap vagy a kocsma kvíz, de ilyen lehet például egy települési szintű, nyári nagy vízipisztoly csata a rendezvénytéren. A szórakoztató/kikapcsolódást biztosító programoknak kell lenniük a közösségi programszervezés gerincének! Ez azt jelenti, hogy havonta minimum egy ilyen meg kell szervezni, igazodva a szezonálitáshoz is. Fontos, hogy a meglévő programok megmaradva beépüljenek egy ilyen éves eseménynaptárba, de mindig valamilyen újítást alkalmazva, és legyenek olyan családi szórakoztató programok is a naptárban, amelyek évről évre mindig változnak.

Gasztronómiai programok – ezek is lehetnek önálló események és más rendezvények részeként megvalósuló programok. Ezek jellemzően közösségi főzések-sütések lehetnek, vagy főzőversenyek, illetve olyan programelemek, amikor az önkormányzat biztosítja az ételeket, akár önkéntes felajánlásokkal. Ilyen most például a zsírégető parti, de ilyen lehet egy közös grillező nap szervezése.

Sportprogramok – ezek is lehetnek önálló események, de kapcsolódhatnak más nagyobb rendezvényekhez is. Ezek főként versenyek, bemutatók, közös sportolási lehetőségek, éves sportágválasztó események lehetnek. Ilyen most például a fesztiválfutás vagy a biciklitúrák, de ilyen lehet egy kispályás labdarúgó torna, egy kifejezetten külterületi pontokat érintő terepfutó verseny, súlyemelő, íjász verseny, sakkturna. Fontos, hogy a sportprogramok a sportolási lehetőségek kiszélesítésével együtt szorosan illeszkedjenek a Mozogj, Balástya! koncepcióba.

Ismeretterjesztő programok – ezek megvalósulhatnak kisközösségi téren és nagyobb települési rendezvények szintjén is. Ezek lényege lehet, hogy országosan ismert és elismert szakembereket, színházi és televíziós személyiségeket, művészeket hívjon Balástya előadásokat, foglalkozásokat tartani. Ennek régen megvolt a hagyománya, ezt újra lehet éleszteni. Népszerűbb programok szintjén fizetős eseményeket érdemes szervezni, térségi szinten beharangozva azokat, kisközösségi szinten pedig jobban az igényekhez igazodva. A kisközösségi ismeretterjesztő program lehet a vállalkozói és gazdafórum folytatása, önismereti, önfejlesztő foglalkozások meghirdetése szakemberekkel, vagy éppen szegedi egyetemi oktatókkal változatos témákban egy előadássorozat. Érdemes azt is számba venni, hogy ezen a téren külön is meg kell megszólítani a fiatalokat, például csak nekik szóló önismereti programokkal, vagy zenészek, művészek előadásaival. Mert például egy Azariah koncertet Balástya nem tud megfinanszírozni, de lehet, hogy egy közösségi beszélgetésre már elhívható.

Fizikai és mentális egészséget támogató programok – ezek részben a sportprogramokon és az ismeretterjesztő eseményeken keresztül is működhetnek, de fontos, hogy a koncepció alkotásban külön területet is képviseljenek. Ide sorolható az egészségkép, amit fejleszteni érdemes, de ilyen lehet például egy dietetikus és személyi edző által vezetett életmód klub, vagy éppen önismereti körök felnőtteknek és fiataloknak, illetve további egészségügyi szűrések.

Közösségi és szakmai képzések – ez a terület mindenképp újdonság lehet, de nagyon fontos a közösségi működés szakmai fejlesztésében is. Ide sorolhatók a közösségsszervezői szakmai képzések, a kifejezetten animátori képzések (az animátorok valójában közösségi programok lebonyolítói, akiknek az eszköztárában számos kreatív, játékos módszer, játék és programelem megtalálható, a közösségi média és tartalomgyártó képzések (grafikai, fotós és videós feladatok), illetve bármilyen területen, a lakossági igények felmérése alapján indíthatók kisebb továbbképzések, workshopok mezőgazdasági, vállalkozói témáktól kezdve az önfejlesztésen át a kihelyezett autóvezetés képzésekig. Ezek jellemzően fizetős képzések, tanfolyamok lehetnek, és térségi szinten is meghirdethetők.

Versenyek és vetélkedők – nem önmagában fő terület, de többhöz szorosan kapcsolódnak a különféle versenyek és játékos vetélkedők. Hogy milyen témákban lehessen ilyeneket szervezni, az a közösségi programkonceptió kidolgozásakor mutatkozhat meg. Fontosságuk viszont mindenképp indokolja, hogy kiemelt figyelmet kapjon ez a terület, hiszen ezek az egyéni és közösségi sikerélményeket táplálják. Ilyenek lehetnek a sportversenyek, műveltségi vetélkedők, játékos versenyek. Ez utóbbi kategóriában egy nagyobb rendezvény is létrehozható önállóan, vagy nagyrendezvényhez kapcsolódva: ez a Balimpia lehet, ami kifejezetten vicces, szórakoztató, egész napos vetélkedő lehet, vicces „sportágakkal” és vicces díjazásokkal.

Egyéb programok – természetesen közösségi programok nem csak a fő területekhez kapcsolódva szervezhetők. Számos olyan kezdeményezés lehet, ami sehová sem besorolható, mégis hasznos lehet, vagy a PR értéke magas. Ilyen lehet például egy házi rétes-készítő tanfolyam, ahol öregek adják át a rétestészta készítésének fortélyait a fiataloknak, vagy például egy íjkészítő workshop, vagy bármi más.

Lokális programok – a közösségi programszervezésben lényeges szemléletváltást jelenthet, hogy nemcsak településszintű, hanem kifejezetten lokális programokban is kell gondolkodni. Ide sorolhatók például a külterületeken megrendezett családi napok sorozata, vagy az utcapartik rendszere. Az előbbi esetében legalább félévente kell rendezni minden nagyobb külterületi részen gasztronómiai és játékos, kreatív programokkal színesített napokat, míg az utcák, utcacsoportok esetében havonta váltakozva lehet kisebb szabadtéri programokat szervezni. Ezek esetében is lehet közös főzés, játékos vetélkedő, kézműves foglalkozás. Mindkét lokális programtípus esetében a cél, hogy az adott terület, utca lakosai úgy érezzék, van program, ami kifejezetten nekik szól.

Látni kell a közösségi programszervezés megújítása szempontjából is, hogy a kívánt eredményeket tekintve szükség van kompetenciafejlesztésre és szakemberek rendszeres tanácsadói bevonására is.

Ezen a területen elsősorban animátorképzést érdemes tartani a közösségsszervező munkatársaknak, civil szervezeti és közösségi vezetőknek, valamint a lakosságnak. Ez a képzés teheti lehetővé, hogy minél többen elsajátítsák a kreatív, játékos, elgondolkodtató, vagy éppen vicces programlehetőségek módszertani alapjait, azok megvalósításának gyakorlati tudnivalóit. A cél az lehet, hogy legalább 30-40, különböző korosztályú animátora legyen a faluközösségnek. Az ő szakmai munkájuk teheti ugyanis színesebbé a települési és csoportszintű közösségi programokat, valamint a társadalmi munkacsoportok működését is.

Érdemes időről-időre meghívni vendégnek közösségsszervező és rendezényszervező szakembereket, pszichológusokat, szociológusokat, hogy a jó gyakorlatok megismerésével és átvételével gazdagítani lehessen a közösségi programszervező munkát. Akár az ilyen eseményeket, vagy a képzéseket – fizetős modellben – járási, esetleg vármegyei szinten is megszervezheti Balástya.

Közösségformálás

Közösségformálás alatt azokat az erőfeszítéseket és tevékenységeket, illetve módszertani eszközöket lehet érteni, amelyek hozzájárulhatnak egyéni, kisközösségi és faluközösségi szinten a pozitív szemléletformáláshoz, a helyesebb magatartás minták elsajátításához, a közösségi képességek fejlesztéséhez, a mindennapi jókedv erősítéséhez, és mérsékelhetik számos negatív társadalmi jelenség hatását. Így a közösségformálás nem önálló terület, hanem a maga stratégiáját képviselve folyamatosan jelen van a közéleti és közösségi működésekben, a közösségi programszervezésben, illetve a települési kommunikációban kifejezetten közösségformálónak szánt tartalmakkal. Ahhoz, hogy a közösségformálás valóban érezhető eredményeket érjen el, mind a négy területen, összehangoltan és egymásra építve van szükség a közösségformáló aktivitásokra.

Minden közösségformáló aktivitás valójában nagyon egyszerű alapelvekre épülhet, ezek nyomán alakíthatók ki azok az új eszközök és gyakorlatok, amelyek megfelelnek a közösségformálás céljainak.

Alapelvek lehetnek:

- a „Kell, hogy fontos legyek valahol!” gondolat mentén erősíteni és formálni a közösségi igényeket
- a nevettetésen és a közös játékokon keresztül formálni a közösséget
- a pozitív emberi kapcsolódásokon keresztül formálni a közösséget
- az elgondolkodtatáson és az ismeretterjesztésen keresztül formálni a közösséget
- a pozitív kommunikációs tartalmakon és média kampányokon keresztül formálni a közösséget

Önálló célok lehetnek a közösségformálásban:

- a közösségi részvétel erősítése
- az egyéni és közösségi önállóság erősítése
- az egyéni és közösségi kezdeményezőkészség erősítése
- az egyéni és közösségi kreativitás erősítése
- a közösségi összefogás erősítése
- a szakmaiság és a hozzáértés elfogadottságának erősítése

Hogyan nyilvánul meg a közösségformálás?

Közéleti működésben lényegében a társadalmi munkacsoportok létrehozásával, illetve azzal, hogy a csoportok összejöveteleit, gyakorlati működését élménytervezési szempontokat érvényesítve animátor segítheti közösségi, játékos feladatokkal.

Közösségi működésben azzal, hogy a csoportok működését közösségszervező segítheti mentorként, aki élménytervezési szempontokat érvényesítve feladatokat, felvetéseket kínál, valamint közösségi, játékos feladatokat.

Közösségi programszervezésben a programok és rendezvények egyéni részvételt, kapcsolódásokat, ismerkedést biztosító formáin és a közös játékokon keresztül.

Kommunikációban a közéleti és közösségi területekről szóló rendszeres híradásokon, beszámolókon és kifejezetten közösségformáló tartalmak közreadásán keresztül.

Míg az első három terület a közösségszervezők hatáskörébe tartozik, és az ő megfelelő felkészítésükkel, a munkájuk protokollszerű leírásával, és a közösségi játéklehetőségek különböző formáinak tudatos gyűjtésével viszonylag könnyen működtethető, addig a kommunikációban egy új közösségi médiamenedzser foghatja össze az önkormányzati, civil, és lakossági közösségformáló tartalomgyártást, végezheti a tartalmak közreadását, szintén protokollszerű leírások alapján. Bár a közösségformáló kommunikációt ez az egy szakember koordinálja, a területen a feladat sokrétűbb: szükség lesz komoly kompetenciafejlesztésre, illetve a megfelelő minőségi tartalmak előállításába széles támogató bázist kell bevonni. A közösségformáló kommunikációról a kommunikációfejlesztési stratégiában vannak részletek.

Fontos feladatokat kell adni!

Embereket és közösségeket kevésbé a közös beszédtemák, hanem a közös tevékenységek kötnek össze. Ezért a közösségformálásnak az egyik legfőbb kulcsa, hogy kisközösségi és faluközösségi szinten is a lakosság megfelelő feladatokat találjon, azokat magáénak érezve vegye ki a részét a közösségi tevékenységekből. Úgy is lehet fogalmazni, hogy az offline és online folyamatos közösségformálás az alap, de a feladatok és az azokhoz kapcsolható közösségi célok jelenthetik igazán a közösségi mozgósítás szintjét. A részvételiség és a feladatok megtalálása három fő szinten működhet:

- amikor az egyén részt vesz és bevonódik közösségi aktivitásokba: tagja lesz egy kisközösségnek és/vagy rendszeresen részt vesz közösségi programokon (ebben az esetben a kisközösségek hétköznapi működésében és a közösségi rendezvényeken megjelenve kap az egyén feladatokat)
- amikor az egyén nemcsak részt vesz, hanem külön feladatokat is vállal a közösségi munkákban (ide tartozhatnak a társadalmi munkák, a társadalmi munkacsoportokban való részvétel, a segítő szerepek a közösségi programokban, illetve minden olyan közösségi tevékenység, ami kívül esik az egyén vagy közössége határain)
- amikor faluközösségi célok mentén vesz részt és vállal feladatokat az egyén azok megvalósításában (ezek olyan célok, amiket a faluvezetés tűzhet ki egyebek mellett a lakossági konzultációk nyomán)

Ebből kiemelkedik a faluközösségi célok meghatározása. Az, hogy az önkormányzat a lakossággal együttműködésben folyamatosan célokat állítson a faluközösség elé, döntő fontosságú! Ugyanis a jól megválasztott célok, és az azokhoz rendelt közösségformáló kampányok és aktivitások mozgósíthatják elsősorban feladatok, ügyek mentén a lakosságot, és ezeknek komoly közösségformáló hatása lehet. Vagyis nem elég feladatokat ajánlani kisközösségi szinteken a lakosságnak, fontosak lesznek a faluközösségi szintű, mozgósítást lehetővé tevő aktivitások is.

Faluközösségi célokat több szinten lehet kitűzni. Ezek részben összekapcsolhatók a lakossági konzultációkkal, de fontos, hogy az önkormányzat a társadalmi munkacsoportokkal egyeztetve maga is kitűzzön a faluközösség számára elérendő célokat. Ezek a célok lehetnek éves vagy eseti nagy célok, évente időszakokat érintő célok, folyamatos célok és eseti, rövidtávon megvalósítható kisebb célok. A célokat úgy érdemes megválasztani, hogy azokkal, azok elérésével egyetértsen a lakosság többsége, illetve képes lehessen a cél érdekében minél több embert mozgósítani. Ezekhez a célokhoz és elérésükhöz elsősorban online, de offline is működő közösségformáló kommunikációs kampányokat kell rendelni.

Nagy célok

Az első ilyen nagy cél maga a közéleti megújítás a társadalmi csoportok rendszerével és a lakossági konzultációk elindításával. Ez az idei őszi nagy közös programja. A társadalmi munkacsoportoknak meg kell alakulnia legkésőbb ősszel, hogy a 2025-ös költségvetés tervezéséhez, már konkrét javaslatokat tudjanak kidolgozni. Szintén az őszi feladata lehet – összevontan – lefolytatni lakossági konzultációt a közbiztonsági és közlekedési kérdésekről, a sportolási igényekről és a rendezvényszervezés megújításáról. Fontos, hogy ezeknek legyenek olyan lakossági kommunikációs kampányai, amelyek a munkacsoportokba történő tagtoborzást, illetve a konzultációk kitöltését népszerűsítik.

A következő nagy cél lehet 2025-re a Mozogj, Balástya! program elindítása és működtetése, vagyis ez egy egész évet átfogó cél. A program részleteit a sporttal összefüggő lakossági konzultáció alapján, a közösség-szervezés addigra megújult csapatával az év végén ki kell dolgozni. A kampányban elhangzott választási ígéret egyelőre csak egy ötletet fogalmazott meg. Ennek lényege, hogy rendszerbe foglalja a meglévő és kialakítandó sportolási lehetőségeket. A Mozogj, Balástya! program egyfajta éves lakossági pontgyűjtő akció. Bárki, bármit sportol, pontokat gyűjthet vele, és minél több pontot gyűjt az évben valaki, annál nagyobb jutalmat kaphat, de nyereménysorsolással is összeköthető ez a kezdeményezés. A rá következő évben kellően kreatív tálalással egy éves fogyókúra kampány indítható alapvetően a Mozogj, Balástya! programra alapozva. Ez is egy egész éven áthúzódó cél lehet.

Természetesen az ilyen éves nagy kampányszerű célokból is lehet több évente, de inkább maximum csak egy rövidebb időszakra szólót és egy egész éven átívelőt érdemes kijelölni. Az mindenképp fontos, hogy minden évben legyenek ilyen nagy célok, változatosan. Nagyobb, időszaki közösségi célként számításba jöhet valamilyen nagyobb építménynek a közösségi létrehozása erős társadalmi munkás részvétellel, vagy éppen egy új falujelkép megtalálása ötletpályázattal.

Megjegyzés. Balástyának, mint a legtöbb hasonló falunak valójában nincs egyedi, kézzelfogható, települési szintű jelképe (a címer települési jelkép, de más kategória) sem közösségi téren, sem akár településmarketingben. Ezért ennek kialakítása, megalkotása egy nagyobb célja lehet az önkormányzatnak és a faluközösségnek. Ha ilyen típusú jelképről gondolkozunk, akkor valójában kevés helyszín és választható alternatíva jöhet szóba. A településnek – jelenleg – egy igazi központja van, ami az átutazóknak is központot jelent, a templom és a templomkert. Ma is ez számít Balástya jelképének, ha valaki illusztrálni akarja a községet, de ez a településkép más falvakra is jellemző, önmagában nem ad semmi egyedit és pluszt a faluközösségnek, és településmarketing szempontokból sem nem kiemelkedő, sem nem emlékezetes.

Így ezért elvileg elsősorban ezen a helyszínen nyílna lehetőség egy új jelkép megalkotására. Például az útkereszteződésben lévő keresztet lehetne áthelyezni a templom főút felőli oldalához, és a helyén felállítani egy olyan, széttárt kezű, életnagyságnál kicsivel nagyobb, jellegzetes és szerethető Jézus szobrot, ami hasonlít a brazil Rio de Janeiro Jézus szobrára. A balástyai változat esetében a Jézus figura mellett gyerekeket lehet ábrázolni, akik integetve, ölelkezve veszik körbe a főalakot és hívogatják oda a szoborcsoportot nézőket. Egy ilyen alkotás úgy tenné egyedibbé a balástyai jelképet, hogy a tér tartalmi mondanivalója, a hit és a keresztény értékek nem sérülnének, miközben erős települési jelkép lehetne településmarketing szempontokból, és a közösségi víziót is, illetve a balástyai faluközösség formálásának a célját is megjeleníti. A javaslat biztosan megosztó, de érdemes lehet ilyet felvetni.

Időszakokat érintő célok

Ide sorolhatók például a Balástyai Civileket Segítő Program elemei. Szintén választási ígéret volt ennek a programnak a megalkotása. Ennek része a tagtoborzás elősegítése például nagyobb helyi rendezvényekhez kapcsolódva, vagy kifejezetten a civilek érdekében indított éves adománygyűjtési akció. Ugyanígy ebbe a kategóriába tartozhat az „Egy kis jó” adománygyűjtő kezdeményezés. Ezek a célok és kampányok minden évben azonos időszakokat érinthetnek. Ilyen típusú célokból legfeljebb negyedévente lehet egy-egyét kitűzni.

Folyamatos célok

Ezek alatt azokat a célokat lehet meghatározni, amelyeket folyamatosan el kell érni és az eredményeket megújuló formákban fenntartani. Ilyen lehet például a nagyrendezvények megújításával összefüggő, lakossági részvételt is feltételező közös munka, az ifjúság rendszeres mozgósítása közösségi programok és közösségi összefogások mentén, illetve az ifjúság és a gyerekek által megalkotott közösségi kommunikációs kampányok, az önkormányzat által szervezett képzések promóciója, vagy éppen az egészséghét és a véradások kampányszerű helyi népszerűsítése, az egészségügyi szűréseken való részvétel promóciója. Szintén ehhez a területhez sorolható a Balástyai Akcióhősök Közösségének létrehozása és működtetése. Ez egy társadalmi munkacsoport által irányított civil közösség, amely társadalmi munkákat koordinál és végez.

Például szemétszedési akciók lehetnek a külterületi utak, bicikliutak mentén, de ide sorolhatók a buszmegállók renoválása, a rászoruló idősök lakhatási és életkörülményeinek javítása. Havonta jellemzően egy-egy ilyen feladatot végezhetnének el a civil akcióhősök, és a Facebook-on mindig meg lehetne szavazni előre, mely munka elvégzése legyen soron. Az ilyen folyamatos célok esetében rendszeres mini kommunikációs kampányok működtetése szükséges.

Eseti célok

Ide tartozhatnak a későbbi lakossági konzultációk, a rendkívüli adománygyűjtések és eseti közadakozások, vagy, hogy többen járjanak a sportkör mérkőzéseire, de lényegében bármilyen olyan célkitűzés, ami nem fér bele a többi kategóriába. Ilyen eseti célokból évente néhány tűzhető ki, ezek is kapnak mini kommunikációs kampányokat.

Fontos megjegyezni, hogy bár a választási kampányban a településfejlesztés területén többen hiányolták a stratégiai építkezést, valójában itt célok ilyen rendszerű meghatározása nem lehetséges, mert hiába van Balástyának stratégiai fejlesztési terve, a pályázati kiírások ahhoz nem igazodnak. Ezért van, hogy ilyen célmeghatározó munka és ahhoz kapcsolódó tevékenység csak a közösségfejlesztésben elképzelhető.

A közösségformálás kiemelt stratégiai területei

Univerzálisan a közösségformálás a faluközösség és kisközösségek szintjén zajlik offline és online, ám van néhány fontos terület, amelyre érdemes külön stratégiákat megalkotni, hogy hatékonyabb lehessen a közösségformálás, a közösségi működés és a programszervezés. Ezeknek a külön stratégiáknak a jellemzője, hogy valójában a releváns lakossági felmérések végeztével, a munkacsoportok javaslatainak begyűjtésével és megfelelő szakemberek bevonásával lehet véglegesíteni, és a stratégiák alapján új megvalósítási koncepciókat kidolgozni. Épp ezért előzetesen csak néhány stratégiai elképzelés fogalmazható meg az egyes területeken.

Lelki egészségfejlesztési stratégia

Tapasztalva a negatív társadalmi folyamatokat, döntő fontosságú, hogy a közösségi aktivitások és a közösségformáló kommunikáció tekintettel legyen a mentális fejlesztési igényekre, és egyfajta közösséggyógyító szerep legyen végezhető. Ezért a stratégiai tervezési folyamatba pszichológiához értő szakembereket (pszichológus, mediátor) mindenképp tanácsos lesz bevonni. Annyi látszik előzetesen, hogy a játékos, bevonó közösségi programok, és a közösségekhez való csatlakozás mellett hangsúlyos szerep hárul ebben a munkában bármilyen önfejlesztő, önismereti programsorozatra és eseményekre, illetve olyan online tartalmakat is szükséges gyártani, amelyek direkt és indirekt módon szolgálják a lelki egészség javítását.

Sportstratégia

Kapcsolódhat a lelki egészség témaköréhez is, hogy a sportolás, a rendszeres testmozgás kiemelt szerepet kapjon a közösségfejlesztési stratégiában. Ez a Mozogj, Balástya! program elindításával és működtetésével javarészt megoldottnak tekinthető, ám az egészséges életmódhoz kapcsolódó online közösségformáló kommunikációt és kampányokat is fontos eszköznek kell tekinteni ezen a téren.

Ifjúsági stratégia

Több szempontból is kiemelten kell kezelni a közösségfejlesztésben a gyermekeket és az ifjúságot. Ez egyrészt a nevelő-fejlesztő munka szempontjából fontos, ami nemcsak családi, hanem közösségi felelősség is lehet, másfelől pont a fiatalok lehetnek azok, akik direkt és indirekt módokon maguk formálhatnák pozitív módon saját közösségeiket és a faluközösséget. Ezért fontos náluk a közösségformálást, a közösségépítést, a közösségi programok szervezését kiemelten kezelni, és aktívan bevonni őket a közösségi életbe.

A gyermekek esetében – 10-14 éves kor között – szorosabb együttműködésre van szükség az általános iskolával a közösségi ügyekben. Egyfelől hasznos lenne, ha az iskola is megismerné Balástya közösségfejlesztési stratégiáját, igazodna a maga eszközeivel a közösségfejlesztési erőfeszítésekhez. Például aktívabban jelenítsen meg az iskola a mindennapi oktató-nevelő munkában közösség- és szemléletformáló aktivitásokat, üzeneteket, ezek adott esetben legyenek összehangolva a települési szintű tevékenységekkel, illetve az önkormányzattal közösen alakítsanak ki újabb közösségi elfoglaltságokat, programokat a gyerekeknek. Ilyeneket az iskola ugyan most is szervez, ám ezekre az önkormányzatnak sok esetben egyáltalán nincs mélységi rálátása, és így ezek az aktivitások nem is kapcsolódhatnak települési szintű közösségi munkához.

Az iskolában hasznos lenne dedikáltan egy közösség-szervezőt megnevezni, aki egyszerre fogja össze és koordinálja az intézmény belső aktivitásait, és jelenthet kapcsolatot az önkormányzati közösség-szervezőkkel. Az iskola esetében érdemes lenne megalapítani egy diákönkormányzatot, és azt helyi közösség-szervezői segítséggel hatékonyabban működtetni, és az önkormányzat részéről valódi partnerként tekinteni. A gyermekek csoportbázisa emellett azért is fontos, mert a maguk eszközeivel hatékonyan vehetnek részt – akár médiaszakkör keretein belül – a pozitív online közösségformáló kommunikációban, illetve ők lehetnek azok, akik rendszeres pozitív üzeneteikkel a felnőttek előtt jobban képviselhetik a szemléletformálást, jobban rávehetik őket közösségi aktivitásokra.

Az ifjúsági korosztályok esetében – 15-25 évesek – a fő cél a közösségekbe való szervezésük lehet. Lehetnek más közösségek tagjai is, de lényeges, hogy korosztályi csoportosulásaik is legyenek, hogy hatékonyabb lehessen a fiatalok összefogása és mozgósítása. Ilyen lehet például egy ifjúsági programszervező csoport, ami a fiataloknak szervez saját maga – közösség-szervezői támogatással – ismeretterjesztő programokat, szakköröket, klubokat, bulikat.

Ugyanígy meg lehetne szervezni egy ifjúsági társadalmi munkás, közösségi szolgálatos csoportot, amely önállóan is szervezhetne és végezhetne társadalmi munkákat a Balástyai Akcióhősök Közossége mentorálásával. Külön ifjúsági csoportosulások hozhatók még létre sporttevékenységek és kreatív foglalkozások mentén is. Szintén hasznos lenne megalakítani és folyamatos képzésekkel is megtámogatni egy minőségi online tartalomgyártó csoportot (fotózás, videózás, közösségi médiakampányok), ami kivehetné a részét a települési szintű közösségformáló tartalomgyártásból.

Ebben a stratégiai megközelítésben fontos eszköz lesz, hogy a közösségszervezés valamennyi fiataalt ténylegesen is név szerint tartson számon, hogy jobban leehessen mozgósítani, motiválni őket. Az igényfelmérést esetükben nem lesz elég elvégezni egy kérdőívezéssel, fókuszcsoportos beszélgetésekre is szükség van. Ha az ifjúsági igények körvonalazódnak, akkor lehet a társadalmi munkacsoportok és szakemberek bevonásával megalkotni a gyermek- és ifjúsági stratégiát.

Látni kell a közösségformálás igényei szempontjából is, hogy a kívánt eredményeket tekintve szükség van kompetenciafejlesztésre és szakemberek rendszeres tanácsadói bevonására.

Ezen a területen is elsősorban animátorképzést és közösségi médiás képzéseket érdemes tartani a közösségszervező és kommunikációs munkatársaknak, civil szervezeti és közösségi vezetőknek, valamint a lakosságnak, különös tekintettel a fiatalokra.

Érdemes időről-időre meghívni vendégnek különböző közösségszervező szakembereket, ifjúságkutatókat és ifjúsági szervezőket, pszichológusokat, mediátorokat, kreatív marketing szakembereket, hogy a jó gyakorlatok megismerésével és átvételével gazdagítani lehessen a közösségformáló munkát. Akár az ilyen eseményeket, vagy a képzéseket – fizetős modellben – járási, esetleg vármegyei szinten is megszervezheti Balástya.

Rendezvényszervezés

Ide tartozhat minden olyan esemény, amely nem sorolható be a közösségi programok közé. A rendezvényszervezési stratégia így jellemzően a nagyrendezvényeket és a megújulás előtt álló Művelődési ház nagyterében megvalósuló rendezvényeket, a sportcsarnokban tartott programokat, valamint új szabadtéri eseményeket érinthet. Ezek megszervezésének, a rendezvények megújításának stratégiáját és koncepcióját szakemberek, a társadalmi munkacsoportok és a lakosság bevonásával az új művelődés- és közösségszervezési vezető állíthatja össze. Ugyan kell lakossági konzultációt tartani a rendezvények ügyében, ám jó eséllyel ez kevés, valóban használható javaslatot hoz majd felszínre, ezért lesz nagyobb súlya a szakemberek véleményének és az önkormányzati elvárásoknak, lehetőségeknek az új rendezvénykonceptió kidolgozásában. Előzetesen így csak néhány stratégiai elképzelés és elvárás fogalmazható meg a rendezvényszervezés területén.

Látni kell, hogy a rendezvényszervezésnek sajátos szerepe van a közösségfejlesztésen belül. Más elvárások és lakossági igények azok, amelyek formálhatják ezeket az eseményeket.

Míg a közösségi programokban a közösségi élmény megragadása a kulcs, ezeknél a rendezvényeknél sokkal inkább a közösségi büszkeség lehet a domináns tényező a lakosság megítélésében. Ezt jól megmutatta a választási kampány, amikor a falunapok megvalósítását bírálták többen, vagy amikor hiányoltak ifjúságot megszólító programokat, kulturális és művészeti eseményeket.

Ha a vélemények mögé nézünk, akkor elsősorban nem markáns kulturális fogyasztási igény rajzolódik ki, hanem sokkal inkább az, hogy ezen a téren a balástyaiak szeretnének büszkékké lenni a falu teljesítményére. Ez abban is megmutatkozik, hogy valójában konkrét javaslatok nemigen fogalmazódtak meg a kampányidőszakban sem, sokkal inkább érződött valamilyen „nagy durranás” hiányolása. Vagyis a helyi rendezvényszervezés – főleg a zöltség- és virágkiállítás elmaradásával – lényegében kiesett a lakosság által egyértelműen érezhető „bezzeg, Balástya” képből. Ez azt is megmutatja, hogy nagyobb települési rendezvények szervezésében kiemelt szempontnak kell lennie főleg a falunapok rendezésében, de más nagyobb helyi programoknál is a lokálpatrióta büszkeségnek. A rendezvényszervezésben fontos alapelvek és szempontok lehetnek:

- a nagyrendezvények adjanak okot a büszkeségre a balástyaiak szemében
- legyen évente legalább egy olyan program vagy programelem, ami a balástyaiak szemében ténylegesen „nagy durranásként” érzékelhető
- a nagyrendezvények és a közművelődési programok lehetőleg minél szélesebb közönséget szólítsanak meg
- legyenek összehangolva a településmarketing szempontokkal a nagyrendezvények és a kiemelt közművelődési programok, legyenek ezek szélesebb körben és hatékonyabban meghirdetve
- feleljenek meg a nagyrendezvények és a közművelődési programok a szezonális kívánalmainak, vagyis egész évben többször, legalább évszakonként, éves naptárba rendezetten legyenek tömegrendezvények, a naptár legyen összehangolva a közösségi programokkal
 - o jelenleg nagyrendezvénynek számít a Falunapok, ami szeptemberi esemény, illetve a Böllérfesztivál, ami novemberi; ezek mellé nyári nagyrendezvénné fejleszthető a búcsú, és májusra szervezhető nagyrendezvényként egy új gasztronómiai fesztivál vagy ifjúsági zenei fesztivál
- minden nagyrendezvény évről évre egyszerre vigye tovább a hagyományokat és hozzon újszerű elemeket
- a nagyrendezvényeket lehetőség szerint kísérje lakossági részről még nagyobb aktív feladatvállalás
- a rendezvénytervezésbe a nagyrendezvények esetén legyenek bevonva tanácsadás, vagy akár közreműködés szintjén a hasonló eseményeket sikeresen szervező cégek, szakemberek
- ahol lehet, a nagyrendezvények esetében erősödjön a gasztronómiai vonal, ebben érdemes rendezvényszervező cégek tanácsát is kikérni abban, hogy hogyan szervezhetőek hatékonyan gasztronómiai fesztiválok
- szükség lehet egy kifejezetten fiataloknak szóló nagyrendezvény, zenei fesztivál és/vagy szabadtéri buli életre hívására; ebben is érdemes rendezvényszervező cégek tanácsait kikérni
- legyenek bővebbek és változatosabbak és folyton megújulók a nagyrendezvények kísérő programjai

- legyen előzetes lakossági szavazás a nagyrendezvények sztárfellépőiről
- legyen jól kihasználva a megújult Művelődési ház nagyterme, legyen legalább havi két olyan alkalom, amikor megtölthető közönséggel a nagyterem
 - o legyenek kulturális, művészeti, beszélgetős, szórakoztató, ismeretterjesztő programok országosan ismert arcokkal, legalább kéthavi szinten
 - o legyen legalább negyedéves szinten a Művelődési ház nagytermét megtöltő színházi előadás, ugyanígy koncert, táncest, stand up est; a lényeg, hogy legalább legyen havonta egy olyan rendezvény Balástyán, ami képes megtölteni fizető közönséggel a nagytermet
 - o a rendezvénytervezés intenzívebben számoljon Balástya, Szeged és a kisteleki járás potenciális előadóival, fellépőivel, szakembereivel; rájuk építve szintén olyan művelődési házi nagytermi programokat lehet kéthavi szinten szervezni, amelyek ingyenesek, de jó eséllyel megtöltik helyi és környékbeli nézőkkel a nagytermet
 - o a rendezvényszervezés mögött legyen folyamatos intenzív háttérkutatás, legyenek sokrétűbbek az ajánlatkérések
- ne csak önkormányzati finanszírozású, ingyenes programokban, programelemekben gondolkodjon a rendezvényszervezés, legyen több fizetős esemény
- a rendezvényszervezésbe aktívabban vonódjon be a Vadásztanya vendéglő a szolgáltatásaival, az ellátásnak biztosításával, illetve rendezvény helyszínként, akár felhasználva az étterem környezetét is, például zenei események alkalmával
- lehetőség szerint az önkormányzat mind szakmai kompetenciafejlesztésben, mind eszközfejlesztésben alakítson ki olyan saját programszervezési potenciált, amely alkalmas lehet arra, hogy járási szinten, bérelhető szolgáltatásként értékesíteni lehessen programszervezési kapacitást és eszközöket

Ha megújul a rendezvénytervezés és -szervezés, kiemelten fontos lesz, hogy azzal párhuzamosan legyen kidolgozva egy új településmarketing stratégia és koncepció is, amelynek kiemelt része kell legyen a nagyrendezvények és közművelődési programok hatékony promóciója akár vármegyei szinten, megfelelő sajtókommunikációs aktivitással és online marketing tevékenységgel. Szintén szükség van arra, hogy megújuljon a Vadásztanya vendéglő marketingje, hogy hatékonyabban profitálhasson az önkormányzat a rendezvény-fejlesztéssel a saját cégével is.

Közösségi szolgáltatásfejlesztés

Ennek a területnek két ága lehet: a közművelődési intézmények és az önkormányzat lakosság által igénybe vehető szolgáltatásainak a fejlesztése, illetve a közösségfejlesztési és programfejlesztési munkára alapozva új, kisebb önkormányzati vállalkozási projektek indítása. Ezeknek a fő szerepe a bevételszerzésben van, a cél az lehet, hogy a különböző fejlesztéseket kihasználva új bevételi forrásokat találjon az önkormányzat, és így csökkentse a közösségfejlesztésre fordított, emelkedő kiadásokat.

A lakossági szolgáltatások esetében alapvetően egy felülvizsgálatra és piackutatásra lehet szükség. Ez mutathatja meg, hogy milyen lakossági igények mentén lehet kisebb, fizetős szolgáltatásokat beindítani Balástyán. Ez a munka lényegében a könyvtár és a teleház szolgáltatásainak a fejlesztésére irányulhat.

Új elem lehet például az animátorközvetítés. Ha kialakul ilyen szakemberekből egy helyi bázis, ők kiközvetíthetők lehetnek helyi családi, baráti rendezvényekre, illetve a környező települések önkormányzati rendezvényeire, valamint magán programokra.

Igény esetén, a vállalkozói társadalmi munkacsoport szervezésében jöhet létre valamilyen formában kommunikációs és marketingoktatás a helyi kisvállalkozásoknak. Ez egy olyan kisebb workshop lehet, ahol kifejezetten rájuk szabva tanulhatnak az őket érintő legalapvetőbb tudnivalókról, így a közösségi média megjelenésekről és hirdetésekről, a szórólapozásról és reklámújságokról, illetve az arculat, a megállító táblák és cégek sajátosságairól. A képzés nyomán összeállhat egy kisvállalkozási kommunikációs anyag, amit minden érintett megkaphat később is, ami letölthető az önkormányzat honlapjáról.

Új önkormányzati vállalkozási projektet alapozhatnak meg a különböző, közösség-szervezést, a lakossági és önkormányzati kompetenciákat érintő képzések. Azzal, hogy a helyi közösségfejlesztésben igény mutatkozik ezekre, olyan kapcsolatrendszer, tudásbázis és tapasztalat gyűlhet össze rövid idő alatt, ami térségi, vármegyei, vagy akár országos szinten is releváns lehet. Ez megalapozhat egy olyan önkormányzati rendezvényszervező céget, amely eredményesen működhet. Egyfelől kinyitva a lakossági képzéseket járási szintre, elérhet fizető közönséget toborozhat ezekre, másfelől létrehozva egy Falusi Önkormányzati Akadémiát, kifejezetten önkormányzatoknak biztosíthat különféle képzéseket a közéleti, közösségfejlesztési tapasztalatokra támaszkodva.

Szintén egy ilyen önkormányzati cég közvetíthet vagy biztosíthat szolgáltatásokat a rendezvényszervező potenciálhoz kapcsoltan. Ennek egyik része szakemberek és eszközök bérelhető szolgáltatásként való biztosítása, a másik a vármegyei előadók és fellépők közvetítése. Ugyanis nemcsak Balástyán, de vármegyei szinten is gond a helyi rendezvények színesítése, mégisincs olyan online felület, ami bemutatná és közvetítené ezeket a helyi előadókat és fellépőket. Így ennek a cégnek lehet egy olyan projektje, amely létrehoz ilyen közvetítő, a regisztrált fellépőktől, előadóktól ajánlatkérés lehetőségét biztosító weboldalt. Ehhez alaposan fel kell mérni a piacot, és szolgáltatásként értékesíteni a művészek felé a megjelenés lehetőségét. Ha 1000 fellépő csak évente 5000 forintos díjat fizet, az máris 5 millióforintos bevételt jelenthet úgy, hogy valójában minimális kiadása van egy ilyen közvetítő oldalnak. Kapcsolatrendszerénél fogva az önkormányzat ráadásul más önkormányzatok, rendezvényszervezők felé hatékonyan és olcsón tudja népszerűsíteni a honlapot.

Ez az új önkormányzati cég felelhet a településmarketingért is, mivel ennek égisze alatt gyűjthető össze a megfelelő tudásbázis és kompetencia. A településmarketing fontos része lehet a különböző képzésekhez, szakmai fórumokhoz kapcsolható konferenciaturizmus megalapozása. Vagyis olyan képzéseket, szakmai rendezvényeket is igyekezzen szervezni ez a projektcég, ami járási, vármegyei, esetleg országos szinten is rendszeresen idevonzhat szakembereket, fizetős szolgáltatásként biztosítva nemcsak a képzéseket, hanem az ellátást és a szállást is szükség esetén. Szintén ez a cég felelhet fizetős nyári táborok szervezéséért is. Természetesen a településmarketing sokrétűbb feladat, mint a rendezvényszervezés, a teendőket, lehetőségeket ezen a területen egy új stratégia és koncepció összegezheti.

KOMMUNIKÁCIÓFEJLESZTÉSI STRATÉGIA

Nem lehet sikeres sem a közelet megújítása, sem a közösség-szervezés a kommunikáció radikális megújítása nélkül. Mivel a közeleti és a közösségi fejlesztés alapvetően befolyásolja a lakosság érzetét az önkormányzati és faluközösségi munkával összefüggésben, ezeknek a területeknek a kommunikációját mindenképpen jól meg kell alapozni, de azt is látni kell, hogy a kommunikáció önmagában is olyan terület, ami jelentős pozitív hatásokat érhet el. Szükség van ezért a települési hír- és közszolgálati tartalomszolgáltatás fejlesztésére, illetve az úgynevezett közösségformáló kommunikáció és tartalomszolgáltatás elindítására és folyamatos fejlesztésére. Csak a két kommunikációs terület összehangolt fejlesztésétől várható jelentős eredmény, mivel más-más funkciót töltenek be. Míg a hír- és közszolgálati tartalomszolgáltatás javarészt információ alapú, addig a közösségformáló kommunikáció és tartalomszolgáltatás emóció alapú. A hatékony kommunikáció megteremtéséhez ezért kell mindkét oldal magas szintű működtetése.

Jelenleg az önkormányzat csak hírkommunikációt tart fenn. Ugyan a Balástyai Újság és a honlap hír- és közszolgálati kommunikációja a maga kialakult szakmai gyakorlatával kiemelkedő más kistelepülésekkel összehasonlítva, ám az ahhoz kapcsolódó közösségi médiakommunikáció már nem túl erős, lényegében kimerül a honlapra feltett hírek megosztásában, miközben ennek nincs saját vizuális, tartalmi arculata. (Ráadásul az újságíró-váltással ez a minőségi munka is egyelőre bizonytalan.) Szintén jellemzője most a települési kommunikációnak, hogy a fő kommunikátor az önkormányzat, amely ugyan széleskörűen és tárgyyszerűen kommunikál, ám az intézmények, a civil szervezetek és közösségek kommunikációja az önkormányzati csatornákon a legszűkebb közölnivalókra szorítkozik, miközben saját közösségi média kommunikációval csak egy-egy szervezet rendelkezik. Azzal, hogy se önkormányzati, se intézményi szinten nincs valós közösségi médiatartalom-szolgáltatás a maga fontos szerepét nélkülözve, a megváltozott lakossági információ-fogyasztási igényektől messze került az önkormányzat, számos érték nincs jelen a lakosság tudatában, a korlátozott határfokú jelenlét pedig a közösségi médiában nem teszi lehetővé a faluközösség építését.

Ha a kommunikációfejlesztési stratégiában foglaltak megvalósulnak, az azzal is jár, hogy legalább 50-60 ember vehet majd részt valamilyen formában a települési kommunikáció működtetésében. Olyan kommunikációs csapat, szervezeti és szakmai protokoll szükséges, amely képes egy ilyen rendszert hatékonyan működtetni és koordinálni. Ez a modell a közösség-szervezési és kommunikációs terület szoros napi együttműködését feltételezi, a hatékonyság kulcsa pedig a munkafolyamatok megtervezése és a feladatok világos megosztása lehet. Ebből következik, hogy össze kell állítani a települési kommunikáció új szervezeti felépítését, a meghatározott stratégiából eredően a terület átfogó, kódex-szerű összefoglalását a tartalomszolgáltatási alapelvek rögzítésétől a konkrét működés leírásán keresztül a kommunikációban részt vevők feladatainak pontos összeállításáig.

HÍR- ÉS KÖZSZOLGÁLATI TARTALOMSZOLGÁLTATÁS-FEJLESZTÉS

Ide tartozik minden olyan információalapú kommunikációs aktivitás, ami a település fontos, hasznos vagy érdekes eseményeit, történéseit jeleníti meg, illetve az egyéni, közösségi teljesítményeket mutatja be. A jelenlegi működés jó alapot jelent, ezen a téren leginkább a hírszolgáltatás elmélyítésére, a hírforrásként értelmezhető szervezetek, helyi közösségek nagyobb kommunikációs aktivitására, és az erősebb, tudatosabb online tartalomszolgáltatás kialakítására van szükség.

Önkormányzati és intézményi kommunikáció fejlesztése

Mind az önkormányzat és intézményei, mind a települési, de nem önkormányzati fenntartású intézmények esetében érdemes felülvizsgálni a kommunikációt. Ez egyszerre kell jelentsen szervezeti és tartalmi felülvizsgálatot. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy meg kell vizsgálni, milyen további események, történések, adatok, szakmai háttértudás az, ami beemelhető a kommunikációba. Ugyanis a polgármesteri hivatalnál és az intézményeknél képződik a legnagyobb szakmai teljesítmény, és ez jelenleg csak a hírszolgáltatásban és ott is csak a legfontosabb információkra szorítkozva jelenik meg.

Ha mélységében azonosíthatók témák a hivatal és a különböző intézmények működésében, és azok rendszeresen megjelennek főként a hír- és közszolgálati tartalomszolgáltatásban, illetve a közösségformáló kommunikációban is, akkor ezek a teljesítmények sokkal jobban érzékelhetővé válnak a lakosság szemében, így ezen a téren a felülvizsgálat és a fejlesztés döntő jelentőségű. Így ez az alapelv jelöli ki lényegében azt, hogy milyen új témákat segítsen feldolgozni a kommunikáció: minden jöhet, ami a teljesítményhez, a jó működéshez, az abba való betekintést lehetővé tevő, bizalomépítésre alkalmas információ. Ezeket megfelelő tálalással több önkormányzati csatornán is meg kell jeleníteni, de jellemzően a témabővülés a közösségi médiás megjelenéseket színesítené.

Ezt a felülvizsgálati folyamatot a kommunikációs rendszer önkormányzati vezetőjének – az alpolgármesternek kell elvégeznie előre meghatározott szempontok szerint az intézmények vezetőivel közösen, még akkor is, ha nem saját szervezetekről van szó. Ugyanis munkájuk jobb megítélése az ő érdekük is, épp ezért ha segítséget kapnak a kommunikációban, jobban elvárható az együttműködés is ezen a téren. A felülvizsgálat kiterjed: a polgármesteri hivatalra, az Integrált Szociális Intézményre, a Csudavilág Óvoda és Bölcsődére, a Munkácsy Mihály Katolikus Általános Iskolára, a Védőnői Szolgálatra, a háziorvosokra.

A Csudavilág Óvoda és Bölcsőde és a Munkácsy Mihály Katolikus Általános Iskola esetében saját Facebook oldal elindítása is szükséges lenne, de lényegében minden bejegyzésüket az önkormányzati csatornák is megosztanák. A hatékony kommunikációjuk tervezésében az önkormányzat adna segítséget a közösségi média menedzser közreműködésével. Ami fontos az iskola és az óvoda-bölcsőde esetében, az az, hogy legyen egy belső, az intézményi kommunikációt dedikáltan összefogó munkatárs, aki megfelelő felkészítést kaphat. Tőle lenne elvárható, más esetekben az intézményvezetőktől, hogy tartsák a kapcsolatot a kommunikációs és közösség szervező munkatársakkal. Így az intézményi kommunikáció mélyebb és sokrétűbb lenne, és szervesebb részét alkotná az önkormányzati kommunikációnak.

Ki kell terjednie a felülvizsgálatnak az egyelőre önállóan nem létező közművelődési kommunikációra, illetve a Gémes Eszter Községi Könyvtárera. Míg a Művelődési ház esetében, ha befejeződik a felújítás, és újrakezdődik az intézmény működése, a kommunikációs folyamatok letisztázása mellett saját Facebook oldal létrehozása lehet a cél, addig a könyvtár esetében a folyamatok leírása mellett meg kell szüntetni azt az anomáliát, hogy két könyvtári Facebook oldal van. Mindkét kulturális intézmény közösségi média kommunikációja nem szorítkozhat pusztán programok online meghirdetésére, saját arculattal rendelkező közösségi csatornát kell kiépíteni.

Bár nem tartozik szorosan véve az önkormányzati intézményekhez a Vadásztanya vendéglő, annak a kommunikációját is érdemes közösségi szempontokból felülvizsgálni. Azonosítani szükséges, melyek azok a programok, üzleti ajánlatok, amelyeket meg kell jeleníteni az önkormányzati csatornákon. Ezzel együtt a Vadásztanya vendéglő esetében egy átfogó marketingstratégiai felülvizsgálat is szükséges, a honlap, a közösségi média és a hirdetési stratégia megújításával, új megállító táblák kihelyezésével.

Civil szervezetek és közösségek kommunikációjának fejlesztése

Ugyanolyan elveken alapulva, mint az önkormányzati és intézményi kommunikációfejlesztés, szükség van a civil szervezetek és civil közösségek (meglévők és újak) kommunikációjának radikális javítására is. Most lényegében a sportkör az egyetlen, amely rendelkezik saját Facebook oldallal és rendszeres közösségi kommunikációval. A civil szervezetek esetében így az önálló kommunikáció megteremtése, fejlesztése a cél. Ez jelenti egyfelől a kommunikációs felülvizsgálatot, a közösségi kommunikációjuk megtervezését, a saját Facebook oldaluk elindítását, kommunikációs képzésüket, a tartalomgyártási képességeik fejlesztését, az önkormányzati kommunikációval és a települési közösségsszervezőkkel való együttműködés meghatározását.

Lényeges, hogy a civil szervezeteknek is legyenek dedikált kommunikátorai, akik összefogják az adott civil szerveződés kommunikációját, illetve tartalomgyártását. Ha ilyet maguk közül nem tudnak kiállítani, akkor – díjazás fejében – igénybe vehetnék a települési közösségi média menedzser segítségét. Az elengedhetetlen, hogy a civil szervezetek esetében az önkormányzati támogatás feltétele legyen az önálló kommunikáció biztosítása, akármilyen alapszinten. Vagyis az életszerű igények és elvárások formálják ezt, ne teljesíthetetlen terheknek érezzék a kommunikációs feladatokat a civilek. Kisközösségek esetében a közösségsszervezők tervezhetik és szervezhetik az adott csoportosulások média- és közösségi média megjelenéseit.

Fontos, hogy a civil élet hírei, eseményei és tartalmai rendszeresen, az eddigieknél mélyebb szinten bekerüljenek az önkormányzati csatornába is. Ettől is várható, hogy a lakosság szívesebbnek, értékesebbnek ítélje a faluközösségi és az önkormányzati munkát, nem beszélve arról, hogy a rendszeres civil és kisközösségi tartalomszolgáltatás nagyban segíti ezen szerveződések munkáját, javítja megítélésüket, illetve a lakosságnak is könnyebb kapcsolódási pontokat teremt irányukban.

Honlap-fejlesztés

Balástya legfőbb és legfontosabb kommunikációs csatornája a község honlapja. Mint minden települési weboldalnak, ennek is egyszerre számos igényt kell kiszolgálnia. Be kell mutatnia az önkormányzatot, annak működését, a közéleti munkát, az intézményeket, azok működését, a hivatali ügyintézkést és lehetőségeket, a civil közösségeket, az önkormányzati szolgáltatásokat, meg kell feleljen a vállalkozói betelepítés és a településmarketing igényeinek, illetve meg kell jelenítenie a települési híreket. Ugyan a jelenlegi weboldal más falvak honlapjaival összehasonlítva még mindig elég jól átlátható, valójában informatikailag elavultabbnak számít, és a kommunikáció hatékonyságának növeléséhez a honlap teljeskörű megújítására van szükség.

Ebben a munkában a legfőbb feladat a kommunikációs célok, igények, eszközök, tartalmak újrarendszerezése, és a honlap tartalmi, szerkezeti újratervezése. Ez a közéleti, közösségi és kommunikációs fejlesztés első lépései után, azzal párhuzamosan válik lehetővé. Újra meg kell határozni a prioritásokat, a célcsoportokat, az információfogyasztási igényeiket, valamint rendszerezni kell az önkormányzat kommunikációs érdekeit, és ezekhez igazodóan kell megtervezni, milyen weboldal-rendszerre van szükség. Annyi már most látszik, hogy a közéleti, közösségi és kommunikációs fejlesztések a hírek esetében egy kifejezetten hírportál-szerű híroldalt tesznek szükségessé, illetve a honlaphoz egy új települési blognak is kapcsolódnia kell.

Szintén látszik már most, hogy a honlap tartalmi szerkezetének le kell követnie a megváltozott tartalomfogyasztási igényeket több területen is. Hiába elérhető ugyanis számos információ már most is a honlapon, azokat a felhasználók gyakran már másképp keresnék, például ügyek, témák szerint, egy helyre csoportosítva mindent. Ez a szemlélet jól keresőoptimalizált oldalak rendszerében is kifejezhető, ahol meghatározható célcsoportok minden szükséges információt elérhetnek. Így többféle honlap oldal, oldal-rendszer létrehozására lehet szükség:

- balástyai lakossági panaszkezelést ismertető oldal, ahol részletesen le van írva a lakossági észrevételek kezelése
- önkormányzati és intézményi lakossági szolgáltatásokat összegző oldal, ahol részletesen be lehet mutatni valamennyi ilyen szolgáltatást
- önkormányzati támogatási lehetőségeket és azok igénybe vételét összegző oldal, ahol részletesen be lehet mutatni a támogatási formákat
- a társadalmi munkacsoportokat és azok tagjait bemutató oldal, ahol megjeleníthetők a legfontosabb információk a testületekkel kapcsolatban
- balástyai civil szervezeteket és közösségeket bemutató oldal, feltüntetve bemutatkozásukat, elérhetőségeiket, a csatlakozási lehetőség módját hozzájuk, a támogatási lehetőségeiket
- balástyai közösségi programokat bemutató oldal, amely inkább a hírportálnak lehet majd külön része
- balástyai vállalkozókat és vállalkozóknak szóló önkormányzati szolgáltatásokat bemutató oldal, ahol szegmensenként szétválasztva, kereshetően jelenhetnek meg a vállalkozások, illetve összegezhetők a vállalkozóknak szóló lehetőségek

- vállalkozói betelepülést támogató oldal, ahol az érdeklődő vállalkozók számára elérhető minden fontos információ a hivatali ügyintézésről kezdve a lehetséges telephelyek bemutatásán át a helyi kapcsolódó szolgáltatások, vállalkozók bemutatásáig
- lakossági betelepülést támogató oldal, ahol a potenciálisan Balástyára költözők tájékozódhatnak minden, számukra fontos információról, akár eladó házakról, a helyi szolgáltatásokról; itt fontos, hogy a közösség-szervezők személyében legyen olyan helyi kapcsolat megjelölve, akin keresztül, és akinek a személyes segítségével (személyes bemutatások által) könnyebben kapcsolódhatnak a faluközösséghez a betelepülők
- balástyai településmarketing oldal, ahol mind az önkormányzati, mind a magán turisztikai szolgáltatások, illetve turisztikai lehetőségek bemutatása elérhető

Vagyis az első lépés a honlap megújításában egy tervező szakasz, ami önmagában 3-6 hónapig elhúzódhat, a tényleges webfejlesztői munka és a meglévő tartalmak áttelepítése ezután kezdődhet meg. A fejlesztést tekintve ugyanakkor nagyon nem mindegy, milyen új weboldal készül! Ugyan a megjelenítendő információk mennyiségre is soknak tűnhetnek, illetve a szerkezeti felépítés sem lesz egyszerű, valójában informatikai szempontból maga a honlap felépítése nem lesz bonyolult, ám az döntő lesz, hogyan kapcsolódhat más, tervezett fejlesztésekhez a honlap. Mert ne feledjük el, akár egy projekt- és feladatkezelő szoftver, akár egy lakossági mobilapplikáció sok szempontból támaszkodik a települési honlap háttér rendszerére.

Ez azt is jelenti, hogy olyan webfejlesztő közreműködése szükséges, amely képes legalább nagyjából előrelátni, tervezni mind a feladatkezelő szoftver, mind a mobilapplikáció igényei szempontjából. Vagyis a nulladik lépés egy webfejlesztő cég bevonásával az informatikai fejlesztési környezet meghatározása, a mobilapplikáció és a projektkezelő szoftver alapszintű megtervezése lesz, ezután jöhet a weboldal tartalmi újratervezése. Ha nem így jár el az önkormányzat, akkor azt kockáztatja, hogy ilyen további informatikai fejlesztések esetén a honlap ismételt újratervezésre szorulna, extra kiadásokat generálva. Magának a weboldalnak az újratervezése 2025 elején már megkezdhető.

Fontos kérdés az is, hogy a további informatikai fejlesztések milyen modellben valósuljanak meg. Először is látni kell, hogy egy projekt- és feladatkezelő szoftver bevezetése vagy egy lakossági mobilapplikáció fejlesztése nem önmagában nehéz kérdés – az informatikai fejlesztés záros határidőn belül megvan, ez lényegében csak pénzkérdés –, hanem az azokhoz szükséges folyamatok felülvizsgálata, kialakítása, a működési igények tisztázása számít hatalmas feladatnak. Ám ha ez a feladat a most tervezett fejlesztések folytatásában elvégezhető, akkor valójában az önkormányzatnak egy igen értékes tapasztalat-együttes áll majd a rendelkezésére, ami értékesíthető lehet az önkormányzati piacon, és ez meg is határozhat egy újfajta fejlesztési modellt.

A napi munkát, működést igen hatékonyan segíteni képes projekt- és feladatkezelő szoftverek esetében tudni kell, hogy számos ilyen van a piacon, többségük már havi néhány tízezer forintos havidíjért elérhető. Ezekkel alapvetően az a gond, hogy egyfelől nem az önkormányzatok és intézmények működésére szabták, hanem főként vállalkozásokra, másfelől egyedi igényeket sem tudnak minden esetben kiszolgálni.

(Hogy vannak-e kifejezetten önkormányzati működésre szabott ilyen szoftverek, annak azért nem árt utánanézni.) Ez a piaci helyzet így mutathat olyan irányt, ami egyedi szoftverfejlesztés megrendelésével járhat, ami viszont jóval költségesebb, annyi önmagában az előnye, hogy így a szoftver az önkormányzat tulajdona lehet.

Mindebből a következő megvalósítási modell rajzolódik ki. Kell találni egy olyan megbízható szoftverfejlesztő céget, amely rendelkezik saját projekt- és feladatkezelő szoftverrel, és képes azt az önkormányzati igényekre szabni. Olyan megállapodást kell kötni vele, amely lehetővé teszi, hogy az önkormányzatra egyedileg adaptált szoftvertermékek az önkormányzat tulajdonosa vagy résztulajdonosa lehessen. Ha ez megvan, akkor az önkormányzat értékesítheti a szoftvert más önkormányzatoknak, miközben a fejlesztő cég biztosítja az új szereplőknek is az informatikai háttértámogatást. A lényeg, hogy a piacon az önkormányzat saját maga jelenjen meg, és termeljen így önálló bevételt. Az önkormányzati piacon a cégekkel szemben az önkormányzatnak kimutatható versenyelőnye lesz, több szempontból is, ezek közül a legfőbb, hogy nem csak szoftverhasználati jogosultságot árulhat, hanem a már optimalizált működési folyamatok gyakorlatát is, amelyek egy hasonló településen könnyen adaptálhatók.

Ugyanez a megközelítés már a tervezési, fejlesztési időszakban érvényesíthető. Mivel pályázati forrás jó eséllyel nem lesz ilyen fejlesztésre, célszerű járási vagy vármegyei szinten több önkormányzattal összefogni, és a szoftverfejlesztést Balstya irányításával levezényelni. Ez azt jelenti, hogy a költségek megoszlanak, a folyamat-felülvizsgálati munkát pedig Balástya vezeti és koordinálja, és így minden önkormányzat saját magára szabva, egyedi szoftvert szerezhet jóval olcsóbban.

Ha azzal számolunk, hogy egy-egy önkormányzati szoftver-előfizető havonta 50-ezer forintot fizet, akkor 100 előfizető már évi 60 millió forintot termelhet, vagyis – ELVILEG – nemcsak a közösségfejlesztésben, de a kommunikációfejlesztésben is létezhet olyan kifutás, ami a tapasztalatok felhasználásával elviheti az önkormányzatot új bevételszerzési lehetőségekig. Ezek a legideálisabb esetben azt is lehetővé tehetik, hogy az önkormányzat a közéleti, közösségi és kommunikációs fejlesztésre fordított forrásait 4-5 éves távlatban akár elkezdje teljes egészében visszatéríteni! Ez a fejlesztési modell az új mobiltelefonos applikáció-fejlesztésre is jó eséllyel átvihető, vagyis az önkormányzat ott is értékesítői szerepet játszhat más önkormányzatok felé.

Hír- és közszolgálati tartalomszolgáltatási stratégia

Továbbra is a hír- és közszolgálati tartalomszolgáltatás legfőbb célja a lakosság korrekt, tényszerű tájékoztatása mind a nyomtatott, mind az online önkormányzati csatornákon. A megújulással ugyanakkor kimagasló szerepet kap az ilyen információ alapú tartalmak közösségi médiás menedzselése, immár jobb vizuális és emocionális tálalással, vagyis a hírszerű tartalmakat is közösségi médiára jobban optimalizáltan kell a jövőben közreadni.

Ezzel annyiban módosul ezen a területen a stratégia, hogy az intenzívebb és mélyebb hír- és közszolgálati tartalomszolgáltatás feladata a tájékoztatás mellett hangsúlyosabban az önkormányzat pozitívabb megítélésének és a faluközösség kohéziójának erősítése lesz.

Vagyis azzal, hogy az önkormányzati hírszolgáltatás részletesebben és sokrétűbben, illetve a közösségi médiában emocionálisabb tálalással jeleníti meg a hivatal, az intézmények és a civilek híreit, már önmagában jelentős lépést tesz azért, hogy a fejlesztési célok teljesüljenek. Ez persze nem jelenthet sem propagandisztikus, sem bulvárosító irányokat.

Szintén a hírszolgáltatás stratégiai célja marad a helyi, egyéni és közösségi értékek kiemelt bemutatása, a helytörténeti szemléletű tartalomszolgáltatás működtetése. Vagyis egyfajta küldetésjelleggel is működik az információs tartalomszolgáltatás: mélyebb szinteken tesz láthatóbbá értékeket, amikhez a faluközösség tagjai jobban kapcsolódhatnak érzelmileg is. Ezzel – áttételesen – a hír- és közszolgálati tartalomszolgáltatás maga is közösségformáló tényezővé válik.

Új eleme lehet ugyanakkor ennek a stratégiának a kommunikációfejlesztés közösségekre gyakorolt hatása. Azzal, hogy színesebb lesz a hírszolgáltatás, több közösség többet kommunikál, erősödhet a közösségek tagjainak fontosságtudata, erősíthető a különféle közösségekben az elismertség érzése, ami végső soron önmagában is elősegítheti a hatékonyabb közösségi működéseket.

Hír- és közszolgálati tartalomszolgáltatási alapelvek

Ez lehet az a szakmai keretrendszer, amely összefoglalja a napi munkavégzés vezérelveit és gyakorlati szakmai alapelveit az önkormányzati média és a kommunikáció területén. Ezt kódex-szerűen, részletesen szükséges összeállítani és így számon kérhetővé tenni, mert ez lesz az alapja a minőségi szakmai munkavégzésnek. Ilyen alapelvek lehetnek például:

- kiemelt szempont a lakosság korrekt, tényszerű tájékoztatása
- lényeges az önkormányzati és faluközösségi érdekek megfelelő képviselete
- fontos az egyéni és közösségi teljesítmények, a fontos közösségi értékek rendszeres megjelenítése
- kiemelt a lakossági igények kiszolgálása és érvényre juttatása
- meghatározó szempont helytörténeti igények kiszolgálása
- elengedhetetlen a megfelelő archiválás biztosítása

Ezek természetesen inkább vezérelvek, a szakmai gyakorlati alapelvek már a szerkesztési, újságírói és közösségi kommunikációs munkavégzésre vonatkozhatnak.

Hírek és események feldolgozásának tervezése

A legfontosabb alapfeladat a kommunikációs munka tervezésében egy települési belső eseménynaptár összeállítása és folyamatos frissítése lesz. Ez a közösségsszervező vezető feladata lehet, ő lehet, aki – akár más közösségsszervező közreműködésével – minden érintett szereplőtől, hírforrástól előre begyűjti a várható események fontos információit, és felvezeti a naptárba, amelyet egyszerre lát a polgármester, az alpolgármester, a képviselők, az intézményvezetők, valamint a szerkesztő-újságíró és a közösségi média menedzser.

A naptárban meg kell jeleníteni az önkormányzat, az intézmények (függetlenül a fenntartótól), a civil szervezetek és közösségek eseményeit is. Ezzel biztosítható, hogy események tekintetében előre tervezhető legyen a kommunikációs munka.

Folyamatosan követve az eseménynaptárt, válik tervezhetővé az események feldolgozása. Egyfelől az, ki dolgozza fel az adott történéseket, másfelől az, hogy milyen formában. Az elsődleges szempont a forma, vagyis, hogy az adott eseményről milyen beszámolóra van szükség: egyszerű hír elegendő (6-8 soros beszámoló), vagy tudósítás (1-2 oldal) kell. Ugyan az eseménynaptár nem tartalmaz valamennyi megszokott eseményt a közösségek tekintetében, de a közösségszervezőknek – mivel rálátnak a közösségek működésére – gyűjteniük és tervezniük kell az úgynevezett hírposzt lehetőségeket is (ezek fotók és 2-3 mondatos leírások), amiket jellemzően a közösségi oldalakon lehet megosztani.

Lényeges lesz a hatékony témafeldolgozást tekintve az, hogy rendszerbe kell foglalni a háttér információk összegyűjtését, gyakorlatilag felosztva, megosztva ezeket a feladatokat a kommunikációban részt vevők közt. Míg a szerkesztő-újságíró elsősorban közvetlenül a polgármesterrel és a képviselő-testület tagjaival, az önkormányzat vezető munkatársaival, az intézményvezetőkkel tart kapcsolatot, addig a civil szervezetek és közösségek esetében az információ begyűjtést a közösségszervezők végezhetik. A lakossági megkereséseket és felvetéseket egyszerre fogadhatja az önkormányzat, dedikáltan leginkább az alpolgármester, a szerkesztő-újságíró és a közösségszervezők. A közösségszervezők által begyűjtött információk egy része a közösségi média menedzserhez juthat el, aki így maga is részt vesz önállóan a közösségi hírszolgáltatás biztosításában.

Hírek és események feldolgozása

Ez egy olyan fejezet lehet egy majdani belső tartalomszolgáltatási kódexben, amely protokollszerűen rögzíti, hogy pontosan ki, kitől, hogyan, milyen rendszerességgel, milyen információkat gyűjtsön be, kivel ossza azt meg, és azt az információt a kommunikációban részt vevők hogyan dolgozzák fel. Vagyis a teljes hír-, esemény- és történés-feldolgozási folyamatot mélységében rögzíteni kell szakmai szempontokat megjelenítve és rögzítve a közreműködők pontos feladatait.

Általános témafeldolgozási szabályokként előzetesen a következők rögzíthetők:

- Bármilyen települési eseményről, történésről mihamarabb rövidhírnak kell születnie, és annak azonnal meg kell jelennie a község honlapján, illetve releváns közösségi médiafelületein.
- Ezután a tudósítás más felütéssel legfeljebb 72 órán belül kell megjelenjen a honlapon, illetve az önkormányzat releváns közösségi médiafelületein.
- Nem eseményjellegű híreknek és felhívásoknak mihamarabb meg kell jelenniük a honlapon, illetve az önkormányzat releváns közösségi médiafelületein.
- A hírek, felhívások és tudósítások közül a legfontosabbaknak – akár szűkebb formában – meg kell jelenniük a következő Balástyai Újságban.
- Interjúk a Balástyai Újságban és a települési honlapon lehetőség szerint változatlan formában jelennek meg, alapesetben az újságközlés elsődlegességével.

- Minden nagyobb települési rendezvényről a közösség szervezőknek hosszabb videós beszámolót kell készítenie és megvágnia, feliratoznia; ezeknek a videóknak a község Youtube csatornájára kell felkerülnie.
- Minden fontos, műfajilag cikként besorolható egyéb írásnak a Balástyai Újságból meg kell jelennie a honlapon, és indokolt esetekben, akár más formai közzététellel a releváns önkormányzati közösségi médiafelületeken.
- Úgynevezett közösségi médiás hírposztok jellemzően csak az önkormányzat közösségi médiafelületein jelennek meg, ám azok – háttér információkat hozzájuk adva – eredeti tartalomként felkerülhetnek a honlapra is.

Videós tartalomgyártás

Ez egy olyan tartalomgyártói terület, amelyben korlátozott lesz az előrelépés. Ennek oka egyszerűen az, hogy a minőségi videók gyártása erős szakértelmet és külön szakembert kíván. Ez a jelen fejlesztések keretében is már vállalhatatlan teher. Ezért részben az eddigi gyakorlatot kell megpróbálni folytatni, másfelől a közösségi médiára optimalizált videók esetében szükséges csak előrelépés.

Ez azt jelenti, hogy a továbbiakban a települési nagyrendezvényekről, fontosabb közösségi programokról, a falugyűlésekről és a kiemelt közéleti eseményekről a közösség szervezőknek kell videókat készíteni, részben tájékoztatási, részben helytörténeti céllal. Ezek megvágása, feliratozása, a község Youtube csatornájára való feltöltése szintén a feladatuk lenne. Erre fel kell készíteni őket. Ehhez a munkához csak alapszintű képrögzítési ismeretek, videóvágási és utómunka ismeretek szükségesek, így elvárható, hogy ezen az egyszerűbb szinten helyi erővel legyen megoldható ez a fajta videózás.

Mivel a videók mindig népszerű tartalmak lehetnek, ezzel együtt megkerülhetetlen, hogy a közösségi média szintjén rendszeresen készüljenek kisvideók. Ezeket részben a közösségi média menedzser, részben közösség szervező készítheti. Kisvideók alatt a félpercestől a 3 percre terjedő, kevés vágást és utómunkát igénylő mozgóképeket lehet érteni. Ilyen rövid videók készülhetnek közösségi eseményeken és települési programokon, jellegzetes, vagy szórakoztató, vicces, aranyos részleteket kiemelve, illetve ezek lehetnek rövid interjúk a településre érkező vendégekkel, valamint lehetnek úgynevezett beszélő fejes, bejelentéseket szolgáló videók.

Kisvideók készíthetők közösségi média kampányok keretében, azok kommunikációs üzenetéhez, tartalmához igazodva is. A videó gyártásban új kreatív szintet az jelenthet majd, ha összeállhat egy ifjúsági tartalomgyártói közösség, és megfelelő felkészítést, képzéseket kapva, ők egészíthetik ki aktívan a videós tartalomgyártást. Ha valamilyen okból, főként marketing céllal vagy a településmarketing részeként profi videónak kell készülnie, azokat az önkormányzatnak külső gyártásban kell megoldania profi szakemberekkel.

Interaktív kommunikáció és kommentfigyelés a közösségi médiában

Lényeges eleme lesz a települési online kommunikációnak, alapvetően hír- és közszolgálati tartalomszolgáltatáshoz kapcsolódóan, az interaktivitás biztosítása, az online csatornákon érkező esetleges lakossági megkeresések, üzenetek, illetve a kommentek, hozzászólások folyamatos figyelése és kezelése. Ezért elsődlegesen a közösségi média menedzser lehet felelős.

Feladata lehet az egyszerűbb lakossági kérdések megválaszolása, ha birtokában van a megfelelő információknak. Más esetekben értesítenie kell azt, aki releváns válasszal szolgálhat a megkeresésre. Ekkor vagy a tőle megszerzett információ birtokában maga a közösségi médiamenedzser válaszol, vagy felhívására az illetékes válaszadó. Hogy milyen ügyekben kikhez fordulhat a közösségi médiamenedzser, azt rögzíteni kell. Előzetesen annyi jegyezhető meg, hogy kiemelt ügyekben mindig a polgármesternek kell reagálnia, illetve, hogy ilyen esetekben azonnali megkeresésre van szükség és mielőbbi válaszára. Egyéb ügyekben 24 órán belüli válaszreakció lehet az irányadó.

Mivel ez a kommentfigyelés számos csatornát érint és lényegében 24 órás készenlétet, ezért ebben a minőségében a közösségi médiamenedzsert segíteni szükséges, elsősorban a közösségszervezők lehetnek azok, akik szintén igyekeznek figyelni a lakossági reakciókat, és elsődlegesen az ő feladatuk értesíteni a közösségi média menedzsert, aki majd jelzi az ügyet az illetékes felé. A közösségi média menedzsert feladata ezen területén szintén közösségszervező helyettesítheti.

Főleg a Figyeljünk egymásra! – balástyai információs csoportot érintheti, de a más közösségi önkormányzati médiacsatornákra is igaz, hogy szükség van új szabályok bevezetésére, ami rögzíti nemcsak az adott felület használatának a tudnivalóit, hanem az online viselkedési normákat is. A nem megfelelő online magatartást szankcionálni kell, első lépésben az adott felületen, végső esetben valamennyi önkormányzati média felületen. Ezt közösségformálási szempontok indokolják és a nem tolerálható lakossági online kommunikáció, a trollkodás visszaszorításának igénye. Községi normákat sértő magatartás lehet a rágalmazás, a hazug állítások terjesztése, a személyeskedő gyalázkodás, mások nevetségessé tétele kifejezetten gúnyos szándékkal, a trágár beszéd, illetve az egyéb közösségi szabályok sorozatos megsértése.

Enyhébb esetekben, első lépésként az adott Facebook csoport adminisztrátora vagy az oldal kezelője megfelelő modorban kommentben figyelmezteti a szabályok ellen vétőt. Súlyosabb esetben a szabálysértő kommentet törölni kell, majd kommentben vagy önálló bejegyzésben megírni a felhasználónak, hogy a hozzászólását azért törölték, mert vétett a rendelkezések ellen, egyben fel kell hívni a figyelmét, hogy mi a szankcionálás következő lépése. Ez Facebook csoportok esetében az 1 hétre szóló némítás lehet, amikor a felhasználó nem szólhat hozzá tartalmakhoz, csak elolvashatja azokat. Facebook oldalak esetében ismét a hozzászólás törlése a megoldás. Kirívó esetekben vagy folytatódó szabályszegéseknél a kitiltás a végső eszköz mind csoportok, mind Facebook oldalak esetében. Akire ilyen szankció szabható ki, a kitiltásnak valamennyi önkormányzati csatornán érvényesnek kell lennie. A kitiltásról az önkormányzatnak akár levélben is értesítenie kell a felhasználót, megjelölve a visszacsatlakozás lehetőségét.

Ezt az adott szabályszegő írásban kezdeményezheti, legkorábban 1 hónappal a szabályszegése után, megjelölve, miért kéri csoporttagsága, vagy Facebook oldalak esetében a kommentelési lehetősége helyreállítását. A kérvényről minden esetben a közösségfejlesztési társadalmi munkacsoport döntene.

Eszközfejlesztés

Ahhoz, hogy megfelelő legyen az önkormányzati kommunikáció, új technikai eszközökre is szükség van. Egy jó fényképezőgép és egy minőségi videók rögzítésére szolgáló kamera, illetve mikrofon és mikroport mihamarabbi beszerzése elengedhetetlen. A fényképezőgépet leginkább a szerkesztő-újságíró használja majd, a kamerát főként a közösség szervezők. Számos esetben akár a közösség szervezők, akár a civilek rákényszerülnek majd más eszközökkel, jellemzően okostelefonokkal fotózni és videózni – ezek is elég jó tartalmakat rögzíthetnek –, ám ilyen esetekben előzetesen fel kell készíteni a fotózás és a videózás alapvető szakmai fogásaira a közreműködőket. A szerkesztő-újságírónak emellett biztosítani lehetne egy megfelelően működő szolgálati laptopot, arra feltelepítve a munkájához szükséges minden programot.

KÖZÖSSÉGFORMÁLÓ TARTALOMSZOLGÁLTATÁS-FEJLESZTÉS

Egyszerre jelent a közösségformálás szemléletmódot, tartalomtervezési és -fejlesztési elvet, valamint meghatározott tartalmakat és tartalmakon alapuló médiakampányokat. Vagyis a közösségformáló tartalomszolgáltatásba minden olyan kommunikációs tevékenység és aktivitás besorolható, ami emocionális megközelítéssel pozitív hatásokat igyekszik kiváltani a faluközösség megerősítése, az egyének és közösségek mentális fejlesztése szempontjából.

A közösségformáló tartalomszolgáltatásnak is a jókedv gerjesztése van a fókuszában, és a stratégiai célrendszer alapján készülhetnek kifejezetten közösségformáló, jellemzően online és közösségi médiára optimalizált tartalmak, indulhatnak közösségformáló kampányok. Az emocionális megközelítésben a közösségformáló kommunikációnak a kívánt hatása van a fókuszban, az, hogy a tartalmakkal szórakoztatni, elgondolkodtatni, megbecsülést adni és gerjeszteni akar az önkormányzat, kiváltva pozitív érzéseket, és ezen keresztül erősíteni a faluközösségi kohéziót, a hasznosabb és pozitívabb emberi kapcsolódásokat.

Szervezeti modell és tartalomgyártás-fejlesztés

Magából a közösségformáló célrendszerből fakad, hogy ezt a feladatot az önkormányzat egyedül nem tudja elvégezni. Gyárthat ugyan rendszeresen közösségformáló tartalmakat a közösségi média menedzser, ám sokkal fontosabb célkitűzés lehet az, hogy minél többen vegyenek részt a közösségformáló kommunikációban, minél többen legyenek képesek közösségformáló médiatartalmakat előállítani. Ezért a közösségformálásban a képzésnek, a szervezetfejlesztésnek, a kommunikációs tervezésnek és az irányított tartalomgyártásnak komoly szerepe lesz. Vagyis a közösségi média menedzser koordinálásával és a települési közösség szervezők segítségével egy laza közösségformáló tartalomgyártói csoportosulást, érdemes létrehozni.

Egyik legfontosabb köre lehet a közösségformáló tartalomgyártásnak egy létrehozandó Balástya Blog köré kiépíthető szakmai közösség. A választási kampány azt is megmutatta, hogy a szakmaiság és a hozzáértés megítélése és megbecsültsége a faluközösség szintjén is sokat romlott, nem csak társadalmilag. Ezért a blog írásain keresztül, azok segítségével szükség van az önkormányzati működés, a közösségi élet, az egyén önfejlesztése területén olyan közösségformáló kommunikációra, amely egyszerre nyújthat a tartalmakon hasznos segítséget lakossági csoportoknak és javíthatja a hozzáértés közösségi megbecsülését. (A blog működéséről bővebben később lesz szó.) Mindazokból a helyi szakértőkből, akik képesek megfelelő szintű szakmai írásokat összeállítani alakítható meg egy laza szerzői gárda, amit egy szerkesztőbizottság foghat össze, és az koordinálhatja a szakmai tartalmak heti szintű közzétételét.

Szintén fontos tartalomgyártói kör alapítható meg a diákok és a fiatalok közreműködésével. A közösség-szervezők feladata lenne egy ilyen csoportosulást megszervezni, folyamatosan képezni a tagjait (közösségi média ismeretek, fotózás, videózás), és irányítottan akár rendszeresen feladatokat adni számukra. Ez a kör lehetne egyfelől egy kreatív közösség, amely a fiataloknak és a faluközösségnek talál ki, tervez meg aktivitásokat, illetve gyárthat maga is rendszeresen közösségformáló tartalmakat, tartalom-sorozatokot és szórakoztató vagy jótekonny célú közösségi média kampányokat, természetesen közösség-szervezői koordináció és a közösségi média menedzser vezetése, szakmai felügyelete mellett.

Számos olyan új ötlet adódhat folyamatosan a közösségformáló online kommunikációban és a tartalomgyártásban, amikor érdemes külső, lakossági vagy intézményi bázison alapuló közreműködőt bevonni a tartalomgyártásba. A társadalmi munkacsoportokon keresztül a folyamatos ötletelést népszerűsíteni is kell, és keresni a tartalomgyártásba bevonható megfelelő embereket. Most előzetesen annyi látszik, hogy például a helytörténet lehet egy olyan tématerület, ahonnan közösségformáló tartalmak jöhetnek. Ezt a fajta tartalomgyártást összefoghatja a könyvtár is, akár külsős helyi helytörténésszel együttműködve. Vagyis kifejezetten készülni kell arra, hogy a közösség-szervezők munkája nyomán, a közösségi média menedzser koordinálásával a tartalomgyártói csapat mindig szélesedhet, változhat.

Közösségformáló tartalom-szolgáltatási stratégia

Ennek a stratégiának a lényege, hogy a közösségformáló kommunikáció eszközeivel és tartalmaival olyan pozitív hatásokat váltson ki, amelyek képesek erősíteni a közösségi élményt, a faluközösség és a kisközösségek szintjén az összetartozás érzését, egymás és az emberi, közösségi értékek megbecsülését.

Ezt a küldetését a közösségformáló kommunikáció azzal teljesítheti be, ha legalább napi szinten, rendszeresen, sorozatjelleggel megjelenít – elsősorban a közösségi médiában – kifejezetten közösségformáló tartalmakat, és menedzser ott ilyen jellegű médiakampányokat.

A közösségformáló kommunikáció stratégiai célja emellett jelen lenni minél több balástyai életében a pozitív üzenetekkel, minél több lakost bevonni, pozitív online közösségi aktivitásokra rábírni. Vagyis kifejezetten cél a tartalmakkal minél több lájk és megosztás gyűjtése.

Szintén stratégiai célkitűzés lehet ezen a területen, hogy a közösségformáló kommunikáció maga is termeljen ki olyan teljesítményeket, amelyek erősítik a közösségi büszkeséget, a „bezzeg, Balástya” képet. Így áttételesen az ilyen kommunikációs tevékenységnek hatásokat kell generálnia a településmarketig területén is.

Közösségformáló tartalomszolgáltatási alapelvek

Ezeket a vezérelveket és szakmai gyakorlati alapelveket szintén részletesen szükséges lesz összefoglalni. A legfontosabb ezen a területen az, hogy mindent a kiváltani kívánt pozitív hatások szempontjaiból érdemes levezetni: vagyis minden olyan kreatív ötlet, tartalom megvalósítható lehet, amik ennek szolgáltatásban állhatnak, és semmi olyan, ami megoszthat, elbizonytalaníthat vagy akár rombolhat. Mivel a közösségformálásban a kreativitás és az újszerűség döntő, ezért fontos alapelvnek kell lennie a rugalmasságnak és az ilyen jellegű kommunikáció folyamatos megújításának.

Közösségformáló tartalmak tervezése

Kiindulásként meg kell határozni, hogy milyen napi szintű online közösségformáló tartalmak lehetnek célravezetők, és a terv alapján azokat a közösségi média menedzsernek kell legyártania az esetlegesen nyersanyagokat gyártó külsős szereplők, a közösség-szervezők közreműködésével. Annyi a fontos, hogy ezt a munkát naptárszerűen, előre tervezetten végezze a közösségi média menedzser.

A tervezőmunka így inkább időszaki, a szervezeti fejlődéssel és az új ötletekkel formálódhat folyamatosan, hogyan újulhat meg a közösségformáló tartalomszolgáltatás, milyen tartalom előállítására van szükség, azokban kik és hogyan közreműködhetnek. A tervezési folyamatot, az ötletek gyűjtését a közösségi média menedzser koordinálja, ő az, akinek a kreatív folyamatokat és a gyártás-előkészítő munkát is szerveznie kell.

Közösségformáló tartalmak gyártása

Kezdetben a tartalomgyártás – szövegezés, fotózás, videózás, képi utómunkák, videóvágás és feliratozás – szinte kizárólag a közösségi média menedzser feladata lesz, mivel ő lehet alkalmas megfelelő minőségű tartalmak gyártására. Ez azt jelenti, hogy külső szereplők jobbára nyersanyagot, képeket, videókat, szövegeket adnak a közösségi média menedzsernek, aki ezek felhasználásával állítja elő a már közzétehető tartalmakat. Később, megfelelő képzés után, külső szereplők is előállíthatnak olyan tartalmakat, amiket már csak fel kell töltenie a megfelelő oldalakra a közösségi média menedzsernek.

Közösségformáló tartalmak a közösségi megújulás első szakaszában

Kezdetben közösségformáló tartalmak a Balástya Blogon és az önkormányzat Facebook oldalán, valamint a Figyeljünk egymásra! – balástyai információs csoportban jelenhetnek meg.

Míg a blog jóval szegmentáltabban, főbb lakossági célcsoportok mentén végezhet közösségformáló kommunikációt, addig a csak Facebook-on közzétett tartalmak általános érvénnyel, a faluközösség egészét célozhatják, bár később fontos lehet, hogy főbb célcsoportok szerint szegmentáltabban a közösségi médiás tartalmakon keresztül is mélyebben megvalósuljon a közösségformáló kommunikáció. Kiemelt célcsoportjai lehetnek később a közösségformáló online kommunikációnak a fiatalok, az idősek, a családoso, a vállalkozók, a gazdálkodók, az elszármazott balástyaiak.

Balástya Blog

Ennek a blognak az alapvető célja, hogy főként a helyi szakemberekre támaszkodva számos témában közösségformáló írásokat jelenítsen meg, amelyek valamilyen szempontból mindig hasznosak lehetnek egyes lakossági csoportoknak, ismeretterjesztő funkciót betöltve segíthetik eligazodásukat bizonyos ügyekben, hozzájárulhatnak személyes fejlődésükhöz. A blogot így gyakorlatilag 20-25 helyi szakember írhatja. Köztük lehet a polgármester és az alpolgármester, a falugazdász, a jegyző, több önkormányzati szakember, több intézményvezető, de írhatnak cikkeket az orvosok, a védőnők, az iskolai és bölcsődei szakemberek, illetve akár külső szakértők, mint például a Szegedi Tudományegyetem oktatói.

Ezt a cikkírói kört egy ötfős szerkesztőbizottság foghatja össze. A testületben helyet kaphat a polgármester vagy az alpolgármester, az iskolaigazgató, az iskolai vagy külsős pszichológus, az óvodavezető, illetve a Balástyai Újság szerkesztő-újságírója. A szerkesztőbizottság feladata megkeresni és felkutatni közösségszervező munkatárs segítségével a lehetséges cikkírókat, témákat tervezni, témákat egyeztetni velük, majd az írásokat határidőre bekérni. A megjelenésről a szerkesztőbizottság dönt. Ha nem megfelelő minőségű az írás, akkor a szerzővel át kell dolgoztatni a cikket. Stilisztikailag a szerkesztő-újságíró feladata lehet a blogcikk átnézése és a korrektúrázás.

A Balástya Blog hetente frissülne új, minimum 1,5-2 oldalas írásokkal, a tématervezésnek mindig egy hónappal előbbre kell tartania a megjelenésekhez képest. Mivel a szerzői gárda szélesebb körű lehet, így még a legfontosabb témák szerzői is maximum negyedévente kerülnek sorra. A blog kiemelt témái lehetnek az egészségmegőrzés, a mentális egészség, a gyermeknevelés különböző korosztályok szerint, a társas kapcsolatok javítása. Ezeket egészíthetik ki a vállalkozásfejlesztés, a gazdálkodást és egyéb szakmai területeket képviselő írások. Ezek a témák azt is kijelölik, milyen szakembereket kell és lehet felkérni cikkírásra.

Közösségformáló média tartalmak a Facebook-on

Fontos, akár mintaként látni, milyen online tartalmakkal indíthatja el az önkormányzat a közösségformáló tartalomszolgáltatást a Facebook-on. Ezek napi szintű tartalmak lehetnek, és mindegyik más-más emocionális hatás kiváltására alkalmas.

Az ilyen tartalmak elsődlegesen a települési Facebook oldalon jelennek meg, hogy biztosítani lehessen a megoszthatóságot, ám valójában a legfőbb csatorna az ilyen tartalmak esetében a Figyeljünk egymásra! – balástyai információs csoport lesz, vagyis minden közösségformáló tartalmat oda is külön fel kell tölteni előre meghatározott napi idősávokban.

Hétindító üzenet – ez a „pozitív egyetértés” sorozata. Ez egy hétfő reggeli tartalmi sorozat lehet, egyszerű háttérképre írt pozitív közösségi üzenetekkel. Ezeket az iskola közreműködésével az alsós osztályok tanulói állítanák össze. Osztályfőnöki órákon, egy körbeadott füzetbe írnák meg a tanítók segítségével a kisdiákok azokat a gondolataikat, amelyek szerintük hasznos tanácsok lehetnek a felnőtteknek. Vagyis olyan mondatok összegyűjtése lehet a cél, amik a szeretet, a közösség témakörében lehetnek iránymutatóak. Erre a feladatra a pedagógusokat fel kell készíteni. Az üzenetek kíséző szövegében mindig meg kell jelölni, ki a szerző és melyik osztályba jár. Ez a sorozat egy évre szólhat, és a legjobb idézeteket kell beválogatni. A cél ezzel a tartalmi sorozattal, hogy a gyerekek tanítsák a jóra, a követendő példákra a felnőtteket.

Helytörténeti emlékmorzsa – ez a „pozitív emlékidézés és a nosztalgia” sorozata. Ez egy keddi kora esti tartalmi sorozat lehet. Egy balástyai múltbéli fotó megosztását jelenti, rövid, 4-6 soros kíséző emocionális tálalású kíséző szöveggel, ami felidézi, megmagyarázza, miért fontos a kép, mit látunk, kiket látunk rajta. A cél, hogy a múltidézésen keresztül lehessen jó érzéseket kelteni és erősíteni a lokálpatriotizmust, a helyi identitást.

Blogcikk-ajánló – ez a „szakmai értékek megmutatkozásának” sorozata. Ez egy szerda kora esti tartalmi sorozat lehet. Mindig az adott hét blogcikkjének megosztását jelenti, rövid ajánló szöveggel. A cél a szakmaiság és a szaktudás közvetítése a közösségnek, fontos lakossági célcsoportoknak.

Balástyai példaképek – ez a „megbecsülés és az elismertetés” sorozata. Ez egy csütörtök kora esti tartalmi sorozat lehet, együttműködésben a Vadásztanya vendéglővel. A sorozat lényege, hogy a valamilyen kimagasló közösségi vagy egyéni teljesítményt felmutatókat egy egyszemélyes vacsorameghívással hétről hétre megjutalmazza az önkormányzat. A felszolgáláskor a pincéreknek kell fotót készíteniük a megjutalmazotttról, és begyűjteni tőlük egy előre gyártott cetlin a megjutalmazottak faluközösségnek szóló pozitív, mottószerű üzenetét. A képet és az üzenetet felhasználva készülhet el a bejegyzés, megjelölve, hogy a megjutalmazott miért érdemelte ki a meghívást. Minden bejegyzésben kérni kell a lakosságot, hogy meghatározott email címre írva javasoljanak meghívásra érdemes személyeket. A cél, hogy az egyének nyilvános, gesztusszerű megbecsülése által erősödjön a valós teljesítmények tisztelete és elismerése a faluközösség szintjén. A tartalmi sorozat megjelenhet a Vadásztanya vendéglő Facebook oldalán is, állandó elemként.

Balástyai viccek – ez a „szórakoztatás és a helyi identitásformálás” sorozata. Ez egy péntek kora esti tartalmi sorozat lehet, aminek a lényege már meglévő viccek balástyaiasítása.

Vagyis a közösségi média menedzser olyan vicceket keres hétről hétre, amiket balástyaiasítva lehet közzétenni, és ezzel új szórakoztatási faktort adva az adott vicceknek. A cél egyértelműen a helyi büszkeség és identitás erősítése, vagyis nem mindegy, milyen viccek jelenhetnek meg ebben a sorozatban. Ha a balástyai viccszereplőre való szövegátfordítás az adott viccek esetében jól működik, akkor ez a sorozat igen erős pozitív közösségi összetartozást erősítő hatást válthat ki a szórakoztatáson keresztül. Ahhoz, hogy látható legyen, tényleg jól működik-e a sorozat, legalább 10 viccet kell balástyaiasítani, és az alapján dönteni a sorozatról. Ha nem működne ez az alapötlet, akkor is a péntekekre valamilyen szórakoztatóbb jellegű tartalmi sorozat szükséges.

Heti tanítás – ez a „pozitív tanítás” sorozata. Ez egy szombat reggeli tartalmi sorozat lehet. Ezt az új plébános írhatja hétről hétre. Ő választ egy bibliai idézetet, az kerül rá egy háttérképre, és kísérszövegnek az idézet magyarázatát írja meg a lelkész 6-8 sorban. Ez a bejegyzés egyben a vasárnapi mise beharangozó posztja is lenne. A cél a keresztény tanítást megjelenítve formálni pozitívan a faluközösséget. Ha az atyának van affinitása és ideje hozzá, akkor ez a sorozat videós verzióban is működhetne.

Lényeges szempont volt ezeknek a bejegyzés-típusoknak az összeállításában, hogy a közösségformáló tartalmak mögött javarészt hiteles szereplők álljanak! A gyerekek, helytörténész, szakemberek, példaképek, a plébános. Vagyis a közösségformálás területén az sem mindegy, kik azok, akik azt a kellő hitelességgel művelhetik.

Ezek a tartalmak természetesen változtathatók, és ha kezdetben jól működhetnek is, időről-időre ezeket a napi sorozatokat is meg kell újítani, ám az lényeges szempont kell legyen, hogy a választott érzelmek és érzelmi hatások mindig képviselve legyenek a napi szintű tartalmak előállításában. Természetesen további heti vagy havi szintű, esetlegesen időszakos vagy egyedi tartalmi sorozatok, tartalmak is működhetnek a közösségformálásban, de lényeges, hogy a napi sorozatok állandó jelleggel működjenek, mert ezek adják a közösségformáló online kommunikáció gerincét.

Átvett közösségformáló tartalmak

A közösségformáló kommunikációt színesíthetik és erősíthetik máshonnan átvett tartalmak is. Ezek például rendőrségi oktató, lakossági tájékoztató videók lehetnek, vagy egészség megőrzési témákban továbbosztott cikkek és videók, esetleg a lelkiiséget erősítő tartalmak, illetve a programszervezés által vendégnek hívott szakemberek és előadók tartalmak. Ezeket leginkább időszakosan, esetleg érdemes megosztani. Az a közösségi média menedzser feladata lehet, hogy keressen ilyen tartalmakat, figyeljen ilyen kommunikációs csatornákat és javaslatot tegyen ilyen tartalmak megosztására. A közzétételt minden esetben a kommunikációért felelős önkormányzati vezetőnek kell jóváhagynia.

A sportkör közösségformáló kommunikációjának fejlesztése

Nem kifejezetten a közösségformáló tartalomgyártáshoz tartozik maga a sportkör, de mivel közösségformáló hatásában más civil szervezetekhez viszonyítva kiemeltebb szerepe van az egyesületnek a faluközösség életében, ezért kiemelten kell kezelni a kommunikációja fejlesztését. A szurkoláshoz, az összetartozás érzéséhez ugyanis olyan pozitív érzések és élmények tartoznak, amelyeket fontos jobban megjeleníteni és generálni a faluközösség kohéziójának a megerősítése szempontjából.

Ez azt jelenti, hogy a hír- és közszolgálati tartalomszolgáltatás szempontjai mellett a közösségformáló kommunikáció alapelvei szerint is szükséges felülvizsgálni és fejleszteni a sportkör kommunikációját, és ebben a sportkör számára minden segítséget meg kell adnia az önkormányzatnak. Egyfelől elvárás lehet az, hogy általánosságban erősebb érzelmi, mozgósító kommunikációja legyen a sportkörnek, több tartalom készüljön, másfelől ezeknek a sportköri tartalmaknak jobban meg kell jelenniük az önkormányzati csatornákon.

A sportköri kommunikációs felülvizsgálat emellett kiterjedhet a szurkolói élmény jobb megtervezésére és a szurkolói toborzás erősítésére is. Ennek része lehet egy folyamatos promóció a lakosság felé, hogy járjanak meccsre, rendeljenek logózott szurkolói tárgyakat, ruházatot, illetve egy tábla kihelyezése a sportkörhöz, amin az arra haladóknak folyamatosan promózhatók a meccsek időpontjai. Ha lehetséges, azt is meg kell vizsgálni, hogy a meccsek közösségi programjellegét hogyan lehet erősíteni, milyen más programelemek tervezhetők, akár a Vadásztanya vendéglő bevonásával.

Közösségformáló kampányok

Közösségformáló kampányokat elsősorban a faluközösségi célok mentén lehet indítani és menedzselni, de önálló, csak az online térben működő, szórakoztatóbb jellegű kihívások, kampányok is indíthatók. A kampányok megtervezése, kivitelezése a közösségfejlesztésben részt vevő vezetők iránymutatásai mellett a közösségi média menedzser feladata lesz. A kampányok a gyakorlatban az adott témát többféleképpen megközelítő, többféle tartalommal is alátámasztott közösségi bejegyzések sorozata egy adott időszakban, ami kiegészülhet egyes tartalmak fizetett online hirdetéseivel is. Így a közösségi média menedzsernek nemcsak terveznie kell a kampányokat, tartalmaikat legyártani, hanem aktívan menedzselni is ezeket a közösségi médiában.

Célhoz rendelt közösségi médiakampányok lehetnek a játékonysági akciók online promóciói éppúgy, mint a veradások rendszeres előzetes felvezetései, vagy éppen a nagyobb célokhoz kötődő, akár éves kampányok rendszeres tartalmi sorozatai. Önálló, szórakoztatóbb kampányokra lehet példa egy online kihívás, amikor mondjuk az ifjúsági tartalomgyártói közösség készít egy menő táncvideót a balástyaiakkal – legalább 50-80 lakost levideózva külön, egy zenére, tánc közben –, és ezt megjelentetve kihívást intéz a járás települései felé, hogy mutassák meg ők is, ők táncolnak jobban, vagy a balástyaiak. Az ilyen egyszerűbb, közösségi médiára optimalizált mini kampányok virális, könnyen terjedő tartalmak lehetnek, és játékoságuknál, szórakoztató mivoltuknál fogva erősíthetik a faluközösséget.

Közösségi kampányok lényegében havonta jelentkezhetnek az önkormányzati közösségi médiacsatornákon. A kampányokat érdemes éves szinten előre is megtervezni, és arra tartalomgyártási és kommunikációs szempontból is felkészülni. Ha a közösségi kampány olyan nagyságrendű, akkor az aktivitást ki kell egészíteni a sajtókommunikációval.

Eszközfejlesztés

A közösségi média menedzsernek is szüksége van új technikai eszközökre. Ha fényképezőgépet és egy minőségi videók rögzítésére szolgáló kamerát beszerez az önkormányzat, akkor azokat a közösségi média menedzser is használhatja, leginkább egy megfelelően működő szolgálati laptopot lehet biztosítani számára, arra fellelepítve a munkájához szükséges minden programot.

KOMMUNIKÁCIÓS CSATORNÁK – FUNKCIÓJUK ÉS TARTALMI RENDJÜK

Kommunikációs szempontból az önkormányzat legfontosabb csatornája változatlanul a Balástyai Újság és a községi honlap, illetve az online hírszolgáltatás lesz, ugyanakkor a sokrétűbbé váló kommunikáció a meglévő közösségi média csatornák fejlesztését és új közösségi csatornák létrehozását is megkívánja. Elsősorban azért, hogy mélyebb közösségi szinteken, hatékonyabban lehessen jelen az önkormányzat a lakosság életében. Minden csatorna esetében kódex-szerűen rögzíteni kell a tartalmi rendet, a kommunikációval járó feladatokat és a felelősségi köröket, valamint a napi munkával járó belső kommunikáció szabályait. Ugyan a kommunikációfejlesztés már most láthatóvá teszi, milyen csatornákra, milyen céllal és funkcióval lehet szükség, ám később további csatornák létrehozása is indokolt lehet.

Önkormányzati kommunikációs csatornák

Balástyai Újság

Továbbra is ez a legfőbb, a „leghivatalosabb” csatornája az önkormányzatnak. A nyomtatott újság egyfajta rang, jelkép, nem melleleg fontos szerepet tölt be az olyanok elérésében, akik online nem megcélozhatók. A kommunikációs megújulással, a társadalmi munkacsoportok létrejöttével és híreivel ugyan több hír és információ termelődik, amit közre lehetne adni ezen a csatornán, és lehetnek új állandó kommunikálható elemek is, ám törekedni kell rá, hogy költségtakarékossági okokból lehetőség szerint megmaradjon az újság jelenlegi terjedelmi korlátja. Célként ugyanakkor az nem változna, hogy az újságba az önkormányzat és intézményei, illetve a faluközösség legfontosabb hírei, közérdekű információi kerülnek be, ám folyamatosan promótálni kell, hogy a szélesebb körű hírszolgáltatást a lakosok a honlapon és a közösségi média felületeken érhetik el. Fontos új elem lehet ugyanakkor az újság kommunikációjában, hogy évente egy alkalommal, amikor lakossági konzultációt tart az önkormányzat, akkor a külterületen is, címhelyek szerint megkapják a balástyaiak az újságot.

Balástya.hu tájékoztató felületei

Összefoglalólag így lehet nevezni akár már a mostani, de később a megújult honlap valamennyi olyan oldalát, ami rendszeres – heti vagy havi szintű – kommunikációt kíván a közösségi médiában. A kommunikációs felülvizsgálat keretében ezeket az oldalakat már most meg kell határozni, és ha sürgető új tájékoztató oldal, akkor azt létre kell hozni. Később egyes oldalak – például a településmarketing oldal-rendszere – időszaki hirdetési kampányokat is generálhat a különböző közösségi média csatornákon. Ezen jól keresőoptimalizált oldalak funkciója, különösen a honlap-fejlesztés lezárulta után az, hogy a célcsoportnak számító közönségek információs igényét jobban kielégítse.

Balástya.hu hírszolgáltatása

Ahogy a honlap-fejlesztésről szóló részben szerepel, érdemes immár hírportál-szerűen működtetni Balástya hírszolgáltatását a különféle lakossági és egyéb célcsoportok igényeihez igazítva. Egy ilyen új híroldalon jobban, szegmentáltabban mutathatók be a hírek, a programok és más fontos, állandó tartalmak. Érdemes megvizsgálni, hogy ez a hírportál átlinkelve az önkormányzati balastya.hu oldalról, önálló domain alatt működjön. Ez lehet a balastyaiujsag.hu vagy a balastyaihirek.hu. Különösen az új hírportálszerű működés esetében lesz igaz, hogy az online hírszolgáltatás funkciója a lehető legteljeskörűbb, színesebb hír- és közszolgálati. illetve kisebb részben közösségformáló tartalomszolgáltatás.

Balástya Blog

Ez a hírportálhoz, illetve most a községi honlaphoz kapcsolódó, egy blogmotor beépítésével üzemelő, a közösségformálásban kiemelkedő új médiafelület. A rendszeresen megjelenő tartalmak funkciója, hogy megerősítse a szakemberek és szakmaiság helyi pozitív megítélését.

Balástya Község Facebook oldal

Ez lesz az elsődleges közösségi média csatornája az önkormányzatnak mind a hír- és közszolgálati, mind a közösségformáló kommunikációban. Ez azt jelenti, hogy először ezen a csatornán kell közreadni valamennyi hírt, beszámolót, felhívást és közösségformáló tartalmat. Lényeges szempont, hogy ezen a csatornán „arcként” többen is főtűnjenek, ne csak adminisztrátori, névtelen posztok legyenek. Ez úgy tehető meg, ha az érintettekről jó minőségű portréképek készülnek, és azok felhasználásával vannak közzétéve hírszerű beszámolóik. Rendszeresen, ügyek mentén így kommunikálhat átlag havi 1-2 alkalommal a polgármester, az alpolgármester, a képviselők, illetve a társadalmi munkacsoportok vezetői. Szintén ilyen vizuális tálalással kommunikálhatnak időszakosan, ha indokolt, az önkormányzati szakemberek, valamint így érdemes közzétenni az intézményvezetők éves beszámolóit is. A polgármester esetében ilyen állandó tartalom lehet a Balástyai Újságban megjelenő polgármesteri hírek Facebook változata. Az ilyen megjelenéstípusokkal a falu vezetéséhez személyesebben lehet kapcsolódni, jobban közelebb lehet kerülni a lakossághoz.

A képviselőket kifejezetten kérni kell arra, hogy lehetőleg saját politikusi Facebook oldalt ne hozzanak létre, az önkormányzati csatornákon kommunikáljanak ilyen formában, magánprofiljukon továbbosztva saját tartalmukat. Ezzel a megoldással elkerülhető, hogy a kommunikációs térben valaki külön utakon járjon, még ha jó szándékkal is tenné azt. Az ilyen kommunikációra minden érintettet fel kell készíteni.

Fontos lesz, hogy a hírtartalmak és a közösségformáló tartalom-sorozatok is egységes, jól azonosítható és minőségi vizuális tálalást kapjanak, legyenek használva hashtag-ek, és indokolt esetekben emotikonok. Egyébként azért is ez az elsődleges közösségi csatorna, mert így válik megoszthatóvá minden tartalom. A csatorna funkciója, hogy egyfelől mennyiségileg dömpingszerűen árássa el tartalmakkal a helyi közösségi médiás teret, másfelől minőségileg is adjon olyan pluszt, amivel fokozatosan erősíthető a tartalmak elérése. Lényeges lenne, hogy a megtevéstző nevű Balástya Falu Facebook oldal törltetését elérje az önkormányzat, vagy ha ki lehet nyomozni, ki a gazdája, akkor vele törltetni.

Figyeljünk egymásra! – balástyai információs csoport

Ez lesz a legfontosabb közösségi csatornája az önkormányzatnak a közösségformáló kommunikációban, vagyis itt is közre kell adni minden közösségformáló tartalmat idősavok szerint, önállóan. Azt, hogy ez a faluközösség legfontosabb kommunikációs színtere, nyilvánosan és világosan ki kell majd mondani, és ehhez igazítani a csoport szabályait. A csoportban helye és fontos szerepe kell legyen a közéleti diskurzusnak, a lakossági véleményeknek, lakossági segítségkéréseknek, közérdekű közléseknek (elveszett kutyák, tárgyak, stb.). Sarkalni kell arra a civil szervezeteket, közösségeket, hogy ne csak a létrehozandó saját Facebook oldalakon vagy magán oldalakon kommunikáljanak, hanem a csoportban is. Vállalkozások hirdetései nem jelenhetnek meg a csoportban.

Kivételt ez alól a vállalkozások álláshirdetései és a vállalkozásokkal összefüggő közérdekű bejegyzések jelentenek, illetve a Balástyai Piac heti beharangozó posztja, az árusok ez alá kommentelhetnék be kereskedelmi felhívásaikat, de önálló bejegyzésben nem kommunikálhatnak. Szintén tiltott téma lenne az országos politika. A csoport szabályaiban rögzíteni kell a betartandó online viselkedési normákat is. Ha valaki ezt megszegi, lépcsőzetes szankciók után kitiltható lenne. A Figyeljünk egymásra! csoport borítóképe – közösségformáló szempontok miatt – havonta változna. Rajzpályázat útján balástyai gyerekek készíthetnének bedigitalizálható borítóképeket. A csoport funkciója egyfelől a közösségformálás, másfelől a pozitív irányba tolt tartalomszolgáltatással a faluközösség erősítése lenne.

Polgármesteri Facebook oldal

Fontos kiegészítő csatornája kell legyen az önkormányzati kommunikációnak a polgármesteri Facebook oldal. A rendszeres kommunikáció feladata és funkciója ezen a csatornán, hogy személyesen, vezetői szinten is hatékonyan hitelesítse a településfejlesztési és faluközösség-fejlesztési erőfeszítéseket, illetve erősítse a polgármester személyes márkájának a pozitív megítélését.

Ez azt is jelenti, hogy a polgármesteri kommunikációnak egyszerre kell megfelelnie a hír- és közszolgálati, valamint a közösségformáló települési kommunikáció céljainak. Ez a rendszeresen megosztott tartalmakban is kifejeződik. A tartalmi rend a polgármesteri Facebook oldalon ez lehet:

Fontos – ez egy hétfő reggeli tartalmi sorozat lehet. Emocionális szempontból az önkormányzati és faluközösségi munka értékes és aktuális eredményeire hívja fel a figyelmet. Hasonló vizualitásában és tartalmában is a kampányban bevett hasonló sorozathoz. A különbség, hogy a kiemelt képüzeneteket és a rövid kísérszövegeket az aktuális eseményekhez és tervekhez kell igazítani.

Miért – ez egy szerda délutáni tartalmi sorozat lehet. Emocionális szempontból a fő funkciója, hogy mindig egy kérdésből kiindulva, polgármesteri rövid háttérmagyarázatokon keresztül igyekezzen az önkormányzati munka iránt bizalmat építeni. A megválaszolandó kérdés kerül mindig a képre, amit legfeljebb 8-10 soros rövid magyarázó szöveg kísér.

Büszkeségposzt – ez egy péntek délutáni tartalmi sorozat lehet. Emocionális szempontból a megbecsülés fontosságára hívja fel a figyelmet, emelve a megbecsülést tolmácsolót, vagyis a polgármestert is. A sorozat lényege, hogy változó fotós, képi tartalommal a polgármester hétről-hétre más-más települési büszkeségre okot adó egyént, közösséget, helyi sajátosságot, folyamatot, aktuális eseményt mutasson be szubjektíven, rövid, 6-8 soros leírással.

Polgármesteri értékelés – ez egy olyan, minden hónap legelején megjelenő hosszabb véleménycikk lehet, amiben a polgármester inkább személyes hangvétellal összegzi az elmúlt hónapot alapvetően a közösségfejlesztésben megtett lépéseket értékelve, azokhoz kötődő ügyekről, előrehaladásról, problémákról beszámolva, kérdéseket felvetve. Ahogyan a polgármester hírei az újságban a hír- és közszolgálati vonalat képviselhetik, ezek az írások a közösségformálást. Vagyis ilyen szempontból a funkciójuk az, hogy a falu első számú vezetője e tekintetben is hangsúlyos mondanivalókkal, rendszeresen megnyilvánuljon.

Ezek lehetnek a polgármesteri közösségformáló kommunikáció alapjai, ezek adnak a rendszerességükkel gerincet az oldal tartalomszolgáltatásának. Emellett indokolt esetekben megjelenhetnek napi ügyekhez kötődő, rövidebb véleménycikkek, illetve, ha a polgármester a Balástya Blogba ír, akkor azoknak az írásoknak a megosztásai. A Facebook oldal átlagban legalább heti 2-3 alkalommal úgynevezett hírposztokat is közöl, amelyek a polgármester részvételével lezajlott eseményekről vagy kiemelt hírekről számolnak be. A bejegyzéseket kiegészíthetik még időközi polgármesteri felhívások, személyes eseménymeghívók is, valamint a polgármester nyilatkozatairól, médiaszerepléseiről szóló beszámolók.

Balástya Község Youtube csatorna

Ez a település videós tartalmainak tárhelye, hasznos szerepet betöltve a hírháttér-szolgáltatásban, a helytörténetiségben, és ez a funkciója meg is marad, de nemigen lesz eszköze a közösségformáló kommunikációnak. Ennek leginkább a további kiadások elkerülése az oka, ugyanis a minőségi videók gyártása elég drága. Ezzel együtt újra érdemes áttekinteni a község Youtube csatornájának működését, tisztázni az ide felkerülő anyagok gyártásának feladatait, tudnivalóit, a feltöltés rendjét.

Helló, Balástya! – községi Instagram oldal

A kommunikációs fejlesztésekkel egybekötve tanácsos létrehozni Balástya Instagram oldalát. Kezelése és feltöltése a közösségi média menedzser feladata lesz. Ide nem hírek valók, hanem elsődlegesen a közösségi életről, közösségi programokról szóló képes beszámolók, a példaképek portréképei, közösségek csoportképei, iskolai sikerek képes tudósításai. Ezt egészíthetik ki balástyai, minőségi természetfotók, régi képek, valamint a közösségi eseményeken készült, főleg a jó hangulatot megörökítő, rövid, maximum 1 perces kisvideók. A funkciója az oldalnak a fiatalabb korosztályokat is jobban célozva a helyi közösségi élet népszerűsítése.

Helló, Balástya! – községi Tik-Tok oldal

Ez is egy olyan létrehozandó oldal, amit a közösségi média menedzser kezelhet. Elsődlegesen ő gyárthat ide rövid, hangulatos, poénos kisvideókat a közösségi események egy-egy részletét megörökítve, ám később, ha lesz ifjúsági tartalomgyártói kör, az ő feladatuk lehet kreatív videós tartalmakkal megtölteni az oldalt. Fontos, hogy mielőtt az oldal elindul, legyen kidolgozva jobban egy tartalmi koncepció hozzá. A csatorna funkciója főként a fiatalok megcélzása és a tartalomgyártásba való bevonása lehet.

Intézményi Facebook oldalak

A Művelődési ház Facebook oldala

Ezt a Facebook oldalt akkor érdemes létrehozni, amikor befejeződik a Művelődési ház felújítása és nevet kap az intézmény. Elsődleges feladata ennek a Facebook oldalnak a programok és rendezvények kommunikációja, az azokról szóló képes, videós beszámolók közzététele, felhívások közreadása. Később lehetnek önálló közösségformáló tartalmak is az oldalon. Fontos alapelv kell legyen, hogy minden nagyobb rendezvényt, programot elsődlegesen a Művelődési ház kommunikáljon, és ezek beharangozása esetében indokolt esetben hirdetési kampányokat is menedzseljen. A majdani Facebook oldalt nem a közösségi média menedzser, hanem – akár szakmai segítségével – valamely közösség-szervező működtetné. Az oldal funkciója a közösség-szervezést és a programszervezést tekintve a lakosság hatékonyabb megcélzása.

A Gémes Eszter Községi Könyvtár Facebook oldala

Először is rendbe kell tenni a könyvtár Facebook kommunikációját. Ugyanis van hivatalos oldala a könyvtárnak, ám valamilyen okból nem az frissül, hanem egy magánprofilként, Könyvtár Balástyai néven létrehozott oldal kommunikálja a könyvtár eseményeit és híreit. Elengedhetetlen lenne üzleti profil alatt működtetni a könyvtár Facebook oldalát, hiszen adott esetben egyes programjaik esetében hirdetési kampányokat is kellene indítani. Vagyis utána kell nézni, feléleszthető-e a régi oldal, és a másikat törölni vagy töröltetni. A könyvtár Facebook oldalának funkciója és tartalmi rendje nem sokat változna, alapvetően a könyvtár szervezésében megvalósuló programokat, a könyvtári szolgáltatásokat, híreket, felhívásokat jelenítené meg. Ezeket az önkormányzati csatornák is átvennék szinte minden esetben. Annyi megjegyzendő, hogy ha kialakul a munkamegosztás a művelődési házzal a közösségszervezésben és a programszervezésben, akkor az alapján is érdemes lesz világosabb tartalmi koncepciót kialakítani a könyvtári Facebook oldalhoz. Ennek az intézménynek az esetében is a Facebook.os tartalomszolgáltatást a könyvtári munkatársak biztosítanák. Alapvető funkciója a közösségi média jelenlétnek ezen a vonalon, hogy a program- és közösségszervező kommunikációval az önkormányzat és a könyvtár is hatékonyabban jusson el híreivel és üzeneteivel a lakossághoz.

A Munkácsy Mihály Katolikus Általános Iskola Facebook oldala

Bár immár nem önkormányzati fenntartású intézmény az iskola, elengedhetetlen lenne, hogy a települési kommunikáció megújításában, mint a község legnagyobb intézménye, kivegye a részét. Erről megállapodást kell kötni az iskola igazgatójával, akinek mind a közösségszervezésben, mind a kommunikációban ki kell jelölnie belső felelősöket – ők lehetnek azok, akik operatív kapcsolatot jelenthetnek a közösségi média menedzserrel és a közösségszervezőkkel. Az iskolai kommunikációs felelős vagy – iskolai plusz havidíjért – az önkormányzati közösségi média menedzser vinné az iskola Facebook-kommunikációját. A létrehozandó iskolai oldalon az intézmény eseményeiről szóló képes beszámolók, a diákok eredményeiről, sikereiről szóló hírek és a szülőknek szóló felhívások jelennének meg, illetve a Balástya Blog azon írásai, melyek az iskola szakembereihez kötődnek. Egy második fejlesztési fázisban, akár önkormányzati képzési segítséggel, a diákok is gyárthatnának tartalmakat az iskola Facebook oldalára. Az ott megjelenő tartalmak egyes elemeit az önkormányzati közösségi média csatornák is átvennék. Az általános iskola rendszeres Facebook kommunikációja egyaránt fontos a faluközösség információs és közösségformáló igényei szempontjából is. A funkciója az intézmény életébe való mélyebb belevetés biztosítása pozitív tartalmakon keresztül és a szakmaiság presztízsének erősítése.

A Csudavilág Óvoda és Bölcsőde Facebook oldala

Ez is egy olyan Facebook oldal, amit létre kell hozni. Hasonló elvek, célok és funkciók szerint működne az óvoda és bölcsőde Facebook oldala, mint az iskoláé. Vagyis az oldalon az intézmény eseményeiről szóló képes beszámolók, az elvégzett munka eredményeiről szóló hírek és tudósítások, a szülőknek szóló felhívások jelennének meg, illetve a Balástya Blog azon írásai, melyek az itt dolgozó szakemberekhez kötődnek. Erre a fajta kommunikációra fel kell készíteni a munkatársakat, kijelölni közülük kommunikációs felelőst, aki biztosítja a Facebook kommunikációt.

A Vadásztanya vendéglő Facebook oldala

Értékesítési szempontokból kiemelten fontos, hogy mind vizuálisan, mind tartalmilag megújuljon a vendéglő közösségi média kommunikációja. Igaz ez az étterem honlapjára is. Egy új éttermi közösségi média koncepciót a Vadásztanya vendéglő átfogó marketingstratégiai felülvizsgálata részeként érdemes összeállítani, és annak alapján elindítani egy új tartalomszolgáltatási rendet. Előzetesen annyi jegyezhető meg, hogy mind az ajánlatok, mind a közösségformáló kommunikáció, mind a PR tartalmak esetében lenne hová fejlődni. Az étterem esetében természetesen egy hirdetési koncepció összeállítására is szükség van.

Az Integrált Szociális Intézménynek, a Védőnői Szolgálatnak, a háziorvosoknak nem lenne továbbra sem önálló Facebook oldala, kommunikációjuk az önkormányzati csatornákon keresztül, alapvetően a hírkommunikáció szintjén zajlana, ám az intézményvezető és munkatársai, illetve a védőnők és a háziorvosok rendszeresen írnának a Balástya Blogba, és az önkormányzati csatornákon arccal ők is megjelennének éves beszámolóikkal, vagy időközi írásaikkal.

Önkormányzati kisközösségi csatornák

Balástyai Piac – a helyi kisvállalkozók és termelők adok-veszek csoportja – nyílt Facebook csoport

Bár vannak balástyai adok-veszek csoportok, gyakorlati és PR szempontból is hasznos volna egy olyan települési, önkormányzat által működtetett Facebook csoport, ahol kifejezetten a kisvállalkozók célozhatják meg ajánlataikkal a lakosságot. Adok-veszek csoportokban sokszor a szolgáltatásokat nem lehet jól promótálni, ezért is lehet indokolt egy olyan helyi üzleti csatorna, ahol a termékeket árusítók és a szolgáltatásokat ajánlók is megfelelően megjelenhetnek. A Figyeljünk egymásra! csoportból az üzleti hirdetéseket ide kell áttérlni.

Önkormányzati részről itt is heti szinten megjelenne a Balástyai Piac promóciója, illetve a Vadásztanya vendéglő minden főbb ajánlata. Lényeges a csoport életképessége szempontjából, hogy rendszeresen promótálva legyen ez a fórum más önkormányzati csatornákon, hogy minél több lakos kövesse be az oldalt.

A vállalkozások és a kistermelők esetében tovább kell menni, számukra képzést kell biztosítani, ahol megtanulhatják, hogyan és mire használják a Facebook-ot és ezt a csatornát. Igény esetén ezeket a képzéseket meg kell ismételni, vagy egyes esetekben is segítséget biztosítani az önálló kommunikációhoz. A csoportot a közösségi média menedzser felügyelné, de mindenképp tagja lenne a vállalkozói társadalmi munkacsoport vezetője és a testületben dolgozó önkormányzati képviselő.

Balástyai Vállalkozók – zárt Facebook csoport

Ez a zárt csoport fogná össze a helyi vállalkozói közösséget. Ez egy kifejezetten belső információs csatorna lenne, a fő kommunikációs színtér a balástyai vállalkozók és az önkormányzat között. Csak azok csatlakozhatnának, akik vállalkozók, cégek vezető munkatársai, vagy a közeljövőben vállalkozást terveznek. A csoportban részben az önkormányzat, részben a vállalkozói társadalmi munkacsoport vezetője kommunikálna rendszeresen. Megosztott tartalmak lehetnek az önkormányzat oldaláról a vállalkozókat érintő hírek, felhívások, igényfelmérések, vélemény- és segítségkérések, fontos, helyi beruházásokhoz kapcsolódó információk, pályázati tanácsok és hírek, a Balástyai Beszerzési Közösség megszervezésével és működtetésével összefüggő kommunikációs aktivitások, illetve a vállalkozóknak szóló programok, képzések beharangozói. A vállalkozói társadalmi munkacsoport vezetője a testület munkájáról számolna be itt rendszeresen.

Sarkallni kell arra a tagságot, hogy maguk is osszanak meg felvetéseket, igényeket, kérdéseket, illetve a vállalkozótársaknak szóló hasznos, ismeretterjesztő tartalmakat. Ilyen cikkeket, videókat az önkormányzat nevében is meg lehet osztani viszonylagos rendszerességgel. A csoport funkciója, hogy összefogja a helyi vállalkozókat, és intenzív online kommunikációval segítsen jobban közösséggé is formálni őket, akár megalapozva egy balástyai vállalkozói klubot. A csoportot a kijelölt közösség-szervező felügyelné, önkormányzati tartalmakat ő osztana meg, de a tartalomgyártásban a közösségi média menedzser is részt venne. A csoportnak mindenképp tagja lenne a vállalkozói társadalmi munkacsoportban dolgozó önkormányzati képviselő is.

Balástyai Gazdálkodók – zárt Facebook csoport

Ez a zárt csoport fogná össze a helyi gazdálkodói közösséget. Ez is egy kifejezetten belső információs csatorna lenne, a fő kommunikációs kapcsolódás a balástyai gazdálkodók és az önkormányzat között. Csak azok csatlakozhatnának, akik gazdálkodók, vagy a közeljövőben termelővé válnának. A csoportban részben az önkormányzat, részben a gazdálkodók társadalmi munkacsoportjának a vezetője kommunikálna rendszeresen. Megosztott tartalmak lehetnek az önkormányzat oldaláról a gazdálkodókat érintő hírek, felhívások, igényfelmérések, vélemény- és segítségkérések, akárcsak a Balástyai Beszerzési Közösség megszervezésével és működtetésével összefüggő kommunikációs aktivitások, illetve a gazdálkodóknak szóló programok, képzések beharangozói. A gazdálkodói társadalmi munkacsoport vezetője a testület munkájáról számolna be itt rendszeresen.

Sarkallni kell arra a tagságot, hogy maguk is osszanak meg felvetéseket, igényeket, kérdéseket, illetve a gazdátársaknak szóló hasznos, ismeretterjesztő tartalmakat. Ilyen cikkeket, videókat az önkormányzat nevében is meg lehet osztani viszonylagos rendszerességgel. Ezt a falugazdász teheti meg, akinek rendszeresen posztolnia is kell a csoportban a legfrissebb hírekről, pályázatokról, határidőkről. A csoport funkciója, hogy összefogja a helyi gazdálkodókat, és intenzív online kommunikációval segítsen jobban közösséggé is formálni őket, akár megteremtve az alapot egy helyi gazdakör létrehozásának. A csoportot a kijelölt közösségsszervező felügyelné, önkormányzati tartalmakat ő és a falugazdász osztana meg, de a tartalomgyártásban a közösségi média menedzser is részt venne.

Balástyáról Elszármazottak Közössége – zárt Facebook csoport

Ez egy olyan Facebook csoport lenne, amely – a nevéből adódóan – kifejezetten a Balástyáról elszármazottakat próbálná összegyűjteni. Ennek a kezdeményezésnek több hasznos funkciója is lehet. Egyfelől a települési szintű gazdasági, kulturális, szakmai kapcsolatépítésben lehet fontos kiegészítő szerepe, másfelől a Balástyáról elszármazottak a településmarketingnek is egy kifejezetten jó célcsoportja, hiszen őket mindig könnyebben „haza” lehet hívni települési rendezvényekre, programokra, lényegében turistaként. Mindez jól ki is jelöli, hogy milyen típusú önkormányzati tartalomszolgáltatásra van szükség ebben a csoportban. Egyrészt azokat a települési híreket lehet itt is megosztani, amelyek valamilyen szempontból érdekesek lehetnek az elszármazottaknak, másrészt olyan felhívásokat, kérdéseket, vitatémákat, amelyek aktívabban becsatornázhatják az önkormányzati munkafolyamatokba és közösségi életbe az elszármazottak szaktudását, kompetenciáit, kapcsolati tőkéjét. Ebben a csoportban havonta legalább egyszer „arccal” is meg kell jelennie a polgármesternek, ez ugyanaz a poszt lehet, mint amit az önkormányzati Facebook oldal is megoszt. A csoportot a közösségi média menedzser felügyeli, tagja a csoportnak kötelezően a polgármester és valamennyi képviselő.

Balástyai Társadalmi Munkacsoportok – zárt Facebook csoport

Ez a zárt csoport az önkormányzat és a társadalmi munkacsoportok közti, illetve a munkacsoportok egymás közti kommunikációját segítheti. Csak a munkacsoportok önkormányzati és civil tagjai léphetnek be tagnak. Ebben a csoportban (is) meg lehet osztani felvetéseket, segítségkéréseket, javaslatokat, dokumentumokat, a csoport a színvonalasabb közéleti diskurzus belső csatornája lehet. A csoport munkájában a közösségsszervezők vesznek részt, ők felügyelik a csoportot, de a kommunikációt a Facebook csoportban kifejezetten a polgármester és az alpolgármester irányítja.

Mindenképp szükség lesz valamilyen formában egy ifjúságot, diákságot összefogó belső kommunikációs csatornára is. Ám, hogy ez legyen-e és milyen platformon, milyen céllal és tartalommal, arról mindenképpen szükséges egy felmérés a fiatalság körében. Ezt a csatornát lesz a legnehezebb létrehozni és hatékonyan működtetni, miközben a jövőépítés és a közösségformálás szempontjából valójában éppen ez lenne az egyik legfontosabb kommunikációs csatorna.

SAJTÓKOMMUNIKÁCIÓ FEJLESZTÉSE

Fejleszteni szükséges a rendszeres települési sajtóaktivitást is a kommunikációs fejlesztés keretében. A vármegyei szintű médiában Balástya eddig is viszonylag jól képviselte magát, ám a sajtókommunikáció tudatos előretervezése jobb és gyakoribb megjelenéseket tehet lehetővé. Erre főként a nagyobb rendezvények esetében és a helyi sztorik közvetítésében, illetve a gyakoribb rádiós híradások ügyében nyílhat mód.

A sajtókommunikáció kiemelt csatornái változatlanul a Délmagyarország, a kistelekjaras.hu, illetve a Rádió 7 és a Rádió 88 lehetnek. Míg a Délmagyar – nyomtatott és online – felületei főként eseménytudósítások, fontos hírek és helyi egyéniségek, közösségek teljesítményéhez is köthető sztorik megjelentetésére szolgálhat, addig a járási hírportál a jóval sokrétűbb hírátvételével járási szinten szolgálhatja leginkább a hír- és közszolgálati kommunikáció céljait. A két rádió esetében nyílna helyi szinten rendszeresebb megjelenésekre. Ez a tudatos háttérmunka elsősorban arra irányulhat, hogy a balástyai események gyakrabban kerüljenek be a hírek közé.

Ez önmagában is gerjeszthető a hírportálszerű helyi híroldal létrehozásával, de különösen fontos lesz a gyakoribb személyes kapcsolattartás is. A község sajtókapcsolati feladatait a szerkesztő-újságíró láthatja el. Ő küldhetné tovább azonnal a rádiós hírszerkesztőségeknek – előzetes személyes kapcsolatépítési körök után – legalább heti 2-3 alkalommal a legfontosabb helyi híreket. A Rádió 7 esetében mindenképp meg kell tartani a rendszeres megszólalás lehetőségét a Közös nevező című műsorában, ám esetenként a polgármester mellett más nyilatkozók is megszólalhatnak. A közösségsszervezők segítségével szintén a szerkesztő-újságíró gyűjtené be a helyi érdekes sztorikat, és élne témajavaslatokkal a szerkesztőségek felé.

Az már a programok tervezésekor és a várható közéleti eseményeket látva kijelölhető, mely történések kapjanak sajtókommunikációs megerősítést. Erről érdemes havonta egyeztetnie a polgármesternek, az alpolgármesternek, a közösségsszervezőknek, illetve a szerkesztő-újságírónak és a közösségi média menedzsernek. Ezeket a havi sajtókommunikációs egyeztetéseken azt is meg kell vizsgálni, várható-e olyan történet vagy van-e olyan sztori, ami az országos médiának is érdekes lehet. Ha igen, az országos szerkesztőségekkel is fel kell venni a kapcsolatot, hogy Balástya történéseit az országos híradások és televíziós magazinműsorok, online videós csatornák feldolgozzák.

Fontos sajtókommunikációs kötelezettség bizonyos időközönként a helyi beruházásokhoz kapcsolódó sajtókommunikáció biztosítása. Ilyen sajtóközleményekhez, sajtómeghívókhoz a háttéranyagot továbbra is a szakmai munkatársak biztosítanak, és a szerkesztő-újságíró feladata lenne a sajtóanyagok csiszolása véglegesítése, majd azokat mindig a polgármesteri titkárság küldené ki a polgármester vagy a település nevében. A vármegyei és országos sajtókommunikáció újratervezésekor tanácsos felülvizsgálni, majd folyamatosan frissíteni a sajtólistát.

KÜLSŐ TELEPÜLÉSI KAPCSOLATOK KOMMUNIKÁCIÓS FEJLESZTÉSE

Utolsóként a kommunikációs fejlesztésben, hasznos lehet újragondolni az önkormányzati kapcsolatépítést. Új lehetőségeket leginkább a közéleti és közösségi fejlesztések PR kommunikációja területén, illetve a településmarketingben létrehozható együttműködésekben lehetne megragadni. Az önkormányzatközi együttműködések és kommunikációs aktivitások részben a máshonnan érkező jó gyakorlatok befogadását szolgálhatják, részben pedig a képzések szervezéséhez kapcsolódó üzleti célokat. Ha a programszervezésben valóban vállalkozási projekt szintjére juthat el a település, akkor az önkormányzatok felé irányuló marketing kommunikáció mindenképp hangsúlyosabb kell legyen.

Ehhez a munkához hatékony terepet biztosíthat Farkas Sándor országgyűlési képviselő és az általa rendszeresen összehívott Polgármesterek klubja, a Települési Önkormányzatok Országos Szövetsége, a Szegeddel kialakítható szorosabb együttműködés fórumai, illetve a testvér települési kapcsolatok fejlesztése. A kommunikáció fő felelőse és arca ezen a területen elsődlegesen a polgármester, munkáját az alpolgármesternek, a szerkesztő-újságírónak és a közösségi média menedzsernek kell segítenie.

BELSŐ KOMMUNIKÁCIÓ FEJLESZTÉSE

Egy jól működő belső kommunikációs rendszer alapja az, ha világosan, számon kérhetően vannak rögzítve mind az elvárások, mind a felelősségi körök, mind pedig a munkaköri napi feladatok mindhárom fő fejlesztési területen munkát végzők esetében. Az alaptétel egyszerű: ha mindenki tudja a dolgát, a belső kommunikációban radikálisan lecsökken a problémák száma, és csak a legkritikább esetekben kell tüzet oltani. Ez azt is jelenti, hogy mindenkinek, mindig, mindent, megfelelő módon, a meghatározottak szerint kell kommunikálnia. Ezeket az elveket, szabályokat és információkat kódex-szerűen, protokollszerűen kell rögzíteni.

Ezeknek a protolloknak ki kell terjedniük a napi munkavégzés folyamatain túl a használt kommunikációs csatornákra is. Ezek jellemzően Messenger csoportok lehetnek, de a telefonos és email-es kapcsolódások szabályait is rögzíteni kell. Fontos, hogy a különféle rendelkezések ne csak írásban legyenek meg, a feladatokra fel kell készíteni, ki kell képezni a munkában résztvevőket, biztosítva a rendszeres ellenőrizhetőségüket is. A szabályok mellett rendkívül fontos a sikeres belső kommunikációban a jó munkakapcsolat és támogató légkör, a részt vevők folyamatos megbecsülése.

Hatékony eszköz lehet a belső kommunikációban, de más működési területeken is, ha a közösségsszervezők a munkájukhoz kapcsolódva elkezdnek összeállítani egyfajta Balástyai Ki Kicsodát. Ez a kereshetőséget biztosító adatbázis a valamilyen szempontból fontos, hasznos vagy érdekes tudások és képességek alapján gyűjtené egybe és rendszerezné a balástyai lakosokat. Sokszor ugyanis nem tudunk egymásról, vagy nem jut eszünkbe, ki mivel foglalkozik, kitől lehetne helyben tanácsot, segítséget kérni, vagy ki lenne megbízható egy adott feladattal. Ez a Balástyai Ki Kicsoda az önkormányzati település- és közösségfejlesztési erőfeszítéseket nagyban segítené. Ugyanis azzal, ha egyéni szinteken gyakrabban tudna az önkormányzat értékes embereket megszólítani és bevonni a közösségi teljesítményekbe, hosszú távon nagyon megerősítené az ázsióját.

ÖSSZEFOGLALÁS

Ez a stratégiai fejlesztési koncepció nem végleges. Ha alapjaiban támogatható is, mindenképp szükség van arra, hogy az önkormányzati politika szintje alaposan mérlegelje, szükség esetén igazítsa, bővítse a koncepciót. Ha a polgármester és a képviselő-testület jóváhagyása meg is van, akkor a közösségi és kommunikációs terület új szakembereivel szükséges leegyeztetni a koncepciót. Ha ez a kör is megtette az észrevételeit, javaslatait, és azok is beépültek a koncepcióba, ez a munkaanyag akkor tekinthető majd véglegesnek.

Annyi bizonyosan látszik a stratégiai koncepcióból, milyen sokrétű munkára van szükség, és mennyire épülhet egymásra a közéleti, a közösségi és a kommunikációs megújítás. Néhány konkrét ötlet csereszabatos, ám lényeges, hogy a kívánt hatások csak akkor érvényesülnek igazán, ha mindhárom terület szoros együttműködésben együtt fejlődik. Ha koncepcióban foglaltak megvalósulhatnak, azt is meg kell jegyezni, hogy akkor Balástya az eddigi gyengeségéből kovácsolhat a legnagyobb erényt, és ezen erőfeszítésekkel olyan eredményt érhet el, ami része lesz a „Bezzeg, Balástya!” életérzésnek.

Menetrendet még nem lehet felrajzolni a stratégiai koncepciókban foglaltak megvalósítására. Azt az egyeztetési folyamatok előrehaladtával lehet pontosabban meghatározni. Most annyi mondható ki, hogy a közéleti megújulásnak októberben el kell kezdődnie, ezután következhet novembertől a kommunikációs újítások első elemeinek a bevezetése, majd a közösségszervezés és a rendezvényszervezés megújításának a megalapozása. Nem szabad elfelejteni, hogy a koncepció alapján a konkrét megvalósítási tervek kidolgozása 2-3 hónapos folyamat, így ezzel is számolni kell a menetrend felvázolásakor.

Összefoglalva a koncepció fő üzenetét, az valójában nem más, mint a faluközösség tudatos gyógyítása. Megtapasztalva a választási kampány negatív jelenségeit és az egyébként is érezhető negatív társadalmi folyamatokat, ennek a koncepciónak a megvalósítása esélyt teremt arra, hogy a faluközösség magasabb szinten működjön, és tényleg otthonosabb, szerethetőbb legyen Balástya, amelyet egyre több jókedvű ember formálhat összefogva, új értéket teremtve. Modern fogalommal nem biztos, hogy ezek a XXI. századra és a helyi körülményekre optimalizált megoldások leírhatók, de egy múltbélivel igen, és az nem más, mint a **népművelés**.