
ODNOSI S JAVNOSTIMA

Izvorni znanstveni članak
UDK 659.4:004.738.5(457.5-35 SPLIT)
Primljeno: 25. 10. 2013.

*Meri Maretić, Josipa Caktaš, Zvonimir Mimica**

Komunikacijski aspekti službenih web stranica gradova Splitsko- dalmatinske županije

Sažetak

U radu su analizirane službene web stranice svih 16 gradova Splitsko-dalmatinske županije. Istraženi su informativni i interaktivni aspekti komuniciranja, posebice mogućnost uključivanja građana i utjecaj na donošenje odluka važnih za lokalnu zajednicu. Gradske uprave na otocima, obali i unutrašnjosti Splitsko-dalmatinske županije različito komuniciraju s ciljnim javnostima i ovisno o specifičnosti i razini urbanog razvoja sredine koriste se prednostima web stranica. Globalna javna sfera kroz društvene mreže pruža priliku za otvaranje komunikacijskih kanala i predstavljanje svojih potencijala svima koji su prepoznali komunikacijski prostor. Snaga društvenih mreža usmjerena na otvaranje komunikacije s građanima cilj je kojem treba težiti na što upozoravaju i rezultati provedenog istraživanja.

Ključne riječi: komunikacija, društveni mediji, sudjelovanje građana, web stranice gradova, lokalna zajednica

* Autorica Meri Maretić je doktorica znanosti i savjetnica za kulturu Splitsko-dalmatinske županije, meri.maretic@hi.htnet.hr; Josipa Caktaš je magistrica znanosti i profesorica u osnovnim školama, josipa.caktas@gmail.com, a Zvonimir Mimica je voditelj protokola Splitsko-dalmatinske županije, zvonimir.mimica@gmail.com

PUBLIC RELATIONS

Original scientific paper
UDK 659.4:004.738.5(457.5-35 SPLIT)
Received: October 25th, 2013

*Meri Maretić, Josipa Caktaš, Zvonimir Mimica**

Communication Aspects of Split-Dalmatia County Official Web Sites

Summary

This paper analyses official web sites of all 16 cities of Split-Dalmatia County. Informative and interactive aspects of communication have been researched, particularly the possibility of involving citizens and influencing important decision making for local community. City Administrations on islands, on the coast and in the inland of Split-Dalmatia County communicate differently with target audiences and, depending on the specificity and the level of urban development of a community, they use advantages of web sites. Global public sphere, through social networks, gives a chance for opening communication channels and presenting its potentials to all who have recognized the communication space. The goal which should be aimed is the power of social networks focused on opening communication with citizens as pointed out by the results of this research.

Key words: communication, social media, citizen participation, cities' web sites, local community

* Author Meri Maretić has PhD and works as Advisor for Culture and information in Split-Dalmatia County, meri.maretic@hi.htnet.hr, author Josipa Caktaš has M.S. and she is a teacher, josipa.caktas@gmail.com, and author Zvonimir Mimica is Head of Department for Protocol in Split-Dalmatia County, zvonimir.mimica@gmail.com

Uvod

Prema Zakonu o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi grad je svako mjesto koje ima više od deset tisuća stanovnika, a predstavlja urbanu, povijesnu, prirodnu, gospodarsku i društvenu cjelinu. U sustav grada kao jedinice lokalne samouprave mogu biti uključena i prigradska naselja koja s gradskim naseljem čine gospodarsku i društvenu cjelinu te su s njim povezana dnevnim migracijskim kretanjima i svakodnevnim potrebama stanovništva. Jedinice lokalne samouprave u svojem djelokrugu obavljaju poslove lokalnog značaja kojima se neposredno ostvaruju potrebe građana, koji nisu Ustavom ili zakonom dodijeljeni državnim tijelima i to osobito poslove koji se odnose na uređenje naselja i stanovanje, prostorno i urbanističko planiranje, komunalno gospodarstvo, brigu o djeci, socijalnu skrb, primarnu zdravstvenu zaštitu, odgoj i osnovno obrazovanje; kulturu, sport, zaštitu potrošača, zaštitu i unaprjeđenje prirodnog okoliša, protupožarnu i civilnu zaštitu, promet na svojem području kao i provedbu akтова prostornog uređenja. (www.nn.129/2005).

Nakon zakonskog definiranja gradova kao jedinica lokalne samouprave postavlja se pitanje sudjelovanja građana u procesu odlučivanja o pitanjima važnim za demokratski razvoj zajednice. „Kao odlike nedemokratskih društava ističu se: nepostojanje mogućnosti da građani budu informirani o bitnim odlukama vlasti na lokalnoj ili nacionalnoj razini te nepostojanje stalnih oblika komunikacije između građana i predstavnika vlasti.“ (Chmura, Karzen, Kuzmanović, 2005: 44). Utjecaj građana na rješavanje problema u zajednici trebao bi povećati mogućnost nadzora postupaka izabranih čelnika kroz transparentnost rada. „Načelo transparentnosti u radu uprave osobito afirmira neka od slijedećih prava građana: pravo na upravu, pravo na razumijevanje, pravo na saslušanje, pravo na kritiku. Posebna je pozornost posvećena pravu na informaciju, kao bitnom preduvjetu interakcije uprave i građana i osnovi za bilo kakvo postupanje, bilo uprave prema građanima, bilo građana prema upravi u ostvarivanju svojih zakonom uređenih prava ili ispunjavanja nametnutih obveza.“ (Lozina, Klarić, 2003: 156). Poboljšanje sudjelovanja građana u donošenju odluka važan je čimbenik komunikacijskih aktivnosti za čije su ostvarenje preduvjet otvoreni i građanima dostupni komunikacijski kanali. „Vremena u kojima živimo obilježena su rastućom promocijom. Današnje države, korporacije kao i različite interesne skupine

te novi društveni pokreti, pokušavaju odaslati svoje poruke putem medija u potrazi za nespojivim interesima organizacija, ciljevima zajednica i javnom legitimnošću.“ (Cottle, 2009: 3). Osiguravanje medijskog prostora predstavlja nerješivi problem koji mnogim lokalnim upravama otežava komuniciranje s građanima. Odnosi s javnošću zauzimaju posebno mjesto u kulturi dijaloga razvijajući se u platformu za stvaranje komunikacije. „Interakcijska komunikacija podrazumijeva da su svi sudionici komunikacijskog procesa istovremeno kreatori informacija i da u procesu komuniciranja mogu mijenjati svoja polazna stajališta ali i svojih sugovornika.“ (Perinić, 2008: 21).

Istraživanje

U cilju kvalitetne dvosmjerne komunikacije potrebno je otvoriti komunikacijske kanale i omogućiti razmjenu informacija. Utjecaj građana na donošenje odluka i provedbu projekata važnih za razvoj lokalne samouprave predstavlja ključni cilj komunikacijskog procesa. Kako bi jednosmjerno davanje informacija preraslo u učinkovitu suradnju između građana i lokalnih čelnika neophodno je koristiti komunikacijske alate. Uz izravne kontakte, održavanje sastanaka, javne tribine, prezentacije i medijske aktivnosti posebnu ulogu zauzima komuniciranje putem web stranica. Kako to izgleda na primjeru gradova najveće hrvatske županije (poslije Grada Zagreba koji ima status županije) istraženo je analizom službenih web stranica svih 16 gradova prostorno smještenih u Splitsko-dalmatinskoj županiji, koja se sastoji od 55 jedinica lokalne samouprave. Od navedenog broja šest gradova se nalazi na obalnom području, pet na otocima i pet u zaobalnom dijelu Županije. Kako je navedeno u Zakonu o pravu na pristup informacijama (članak 10.): „Tijela javne vlasti obvezna su omogućiti pristup informacijama pravodobnim objavljivanjem o svojem radu na primjeren i dostupan način, odnosno na web stranicama tijela javne vlasti ili u javnom glasilu, radi upoznavanja javnosti.“ (www.nn.144/2010). O pravima na pristup informacijama i informiranosti građana o zakonskim mogućnostima rade se istraživanja i objavljuju rezultati u cilju podizanja razine svjesnosti u široj javnosti. Udruga „Gong“ (nestranačka udruga utemeljena radi poticanja građana na aktivnije sudjelovanje u političkim procesima) na službenim je stranicama objavila rezultate istraživanja o transparentnosti u radu jedinica lokalne

samouprave: „Lotus 2011/12 je drugo sustavno istraživanje u Republici Hrvatskoj provedeno u svim gradovima, općinama i županijama s ciljem analize aktualnog stanja te usporedbe napretka (...) u radu jedinica lokalne i regionalne samouprave, s obzirom na izmjenju zakonskog okvira i direktan izbor gradonačelnika i župana.“ (www.gong.hr)

Aktivnosti usmjerene na bolje upoznavanje građana o pravu na pristup informacijama o radu upravljačkih tijela gradskih uprava provodi i Transparency International koji je u Splitu organizirao akciju pod nazivom „Imamo pravo znati“, sa zaključkom: „Premda je Zakon o pravu na pristup informacijama na snazi u Hrvatskoj već punih devet godina, manje od 50% stanovništva zna za njega.“ (Budimir, 2012: 20). U suvremenim demokratskim procesima javne se informacije nastoje učiniti dostupnima građanima u cilju transparentnijeg rada što omogućava utjecaj građana na rad i rezultate uprave: „Ipak, nisu sve javne informacije u posjedu uprave dostupne građanima slobodno i neograničeno.“ (Lozina, Klarić, 2003: 111). Razmišljanja o novim medijima i njihovu korištenju pri komuniciranju u gradskim cjelinama važno je iz niza razloga, koji uključuju i vanjske korisnike. „Na interaktivan medij poput Interneta teško je primijeniti osnovni komunikološki koncept između pošiljaoca i primaoca poruke jer su 'uloge' izmjenjive: upravo interaktivna komunikacija čini primaoca potencijalnim pošiljaocem, odnosno kreatorom nove informacije.“ (Shields, 2001: 10). Novi mediji ruše granice otvarajući nove komunikacijske prostore za nebrojene korisnike što svjedoči o ubrzanom protoku informacija: „Sada se svi sa zajedničkim ciljem ili interesom mogu međusobno pronaći brzinom svjetlosti.“ (Nyguen, Alexander u Shields, 2001: 147).

Na lokalnim je razinama prethodnih godina provedeno više europskih projekata kojima je cilj bio jačanje lokalne demokracije uz poticanje interesa građana za njihovo aktivnije sudjelovanje u reformama lokalne samouprave. „Uz pomoć moderne tehnologije sve su odluke vlasti u trenutku dostupne javnosti. Javnost ima pravo utjecati na njih i uključiti se u raspravu o nečemu u bilo kojem trenutku, jer rasprava, primjerice, o GUP-u može biti i internetska (...). Istraživanja su pokazala da je samo 10% građana do sada iskoristilo svoja prava i postavilo pitanje na pravome mjestu.“ (Budimir, 2012: 20). Najvažnije u razvoju informacijske i komunikacijske tehnologije je upravo olakšavanje pristupa informacijama, korištenju i razmjeni. „E – government (elektronska vlada) predstavlja primjenu komunikacijske i informacijske tehnologije kako bi se osigurala efikasna, efektivna, transparentna i pouzdana interakcija između vlada na

međunarodnoj razini, između vlade i vladinih agencija na federalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini (...).“ (Lozina, Klarić, 2003: 115). Jačanje elektronske uprave ujedno znači i jačanje javnog servisa i procesa osnaživanja usluge u cilju demokratskog sudjelovanja građana. „Web prisutnost i početna transparentnost se oblikovala i širila prilično brzo pod međusobnim utjecajem uprava. Sama prisutnost iako često vizualno efektivna s priličnom količinom korisnih informacija, temeljila se na stručnom posredovanju, a ne na direktnoj komunikaciji.“ (Šmit u Obradović, 2005: 56).

Uključenost građana u komunikacijske procese na svim razinama, kao i gradskih uprava, ključno je pitanje za budućnost razvoja lokalnih sredina. „Razvoj sudjelovanja građana u lokalnoj upravi bitan je za lokalne vlasti ako žele obaviti svoj osnovni zadatak – ispuniti očekivanja birača. Treba naglasiti da lokalne samouprave ne bi to trebale shvatiti kao slušanje što građani imaju reći, nego kao mogućnost dijaloga o određivanju prioriteta pri uporabi oskudnih javnih resursa.“ (Rosensweig, F., Wekselberg, V. 2006: 17). Navedeno spada u osnovne ciljeve koji su usmjereni na uspostavu dvosmjerne komunikacije kako bi gradske uprave bile upoznate s očekivanjima građana, što je vidljivo kroz javno i otvoreno donošenje odluka. Sudjelovanje građana u odlučivanju u lokalnim sredinama važno je i zbog utjecaja na ključne projekte zajednice kojoj pripadaju. Dijalog gradske uprave i građana utječe na jačanje međusobnog povjerenja: „Povjerenje se inicira transparentnim pružanjem informacija uz mogućnost rasprave (...).“ (Rosensweig, F., Wekselberg, V., 2006: 18). Uključenost građana, povjerenje u izabrane čelnike i jasnoća komuniciranja u brojnim su lokalnim zajednicama rezultirali poboljšanjem uvjeta življenja i prepoznatljivošću – stvaranjem nove slike u široj javnosti. „Veliki broj autora uspio je dokazati kako države, regije i gradovi moraju postati brendovi, poput onih komercijalnih, kako bi se uspjeli izboriti za svoje političke, komercijalne i druge ciljeve na globaliziranom tržištu. Pritom, koriste iskustva iz ekonomije, odnosno marketinga i prilagođavaju ih novim potrebama i okolnostima.“ (Skoko, Vukasović, 2009: 138). Istraživanje komunikacijskih aspekata službenih web stranica kao legitimnih osobnih iskaznica gradova koje oblikuju informacije i uspostavljaju odnose s korisnicima, pokazuje kako i koliko se uprave koriste web stranicama za ostvarivanje niza mogućnosti globalnog komunikološkog prostora. „Autor ističe kako, osim klasičnih znanja poput poznavanja jezika i pisanja naslova, urednici moraju znati raditi u konvergentnom okruženju, i pritom moraju voditi računa o dizajnu online

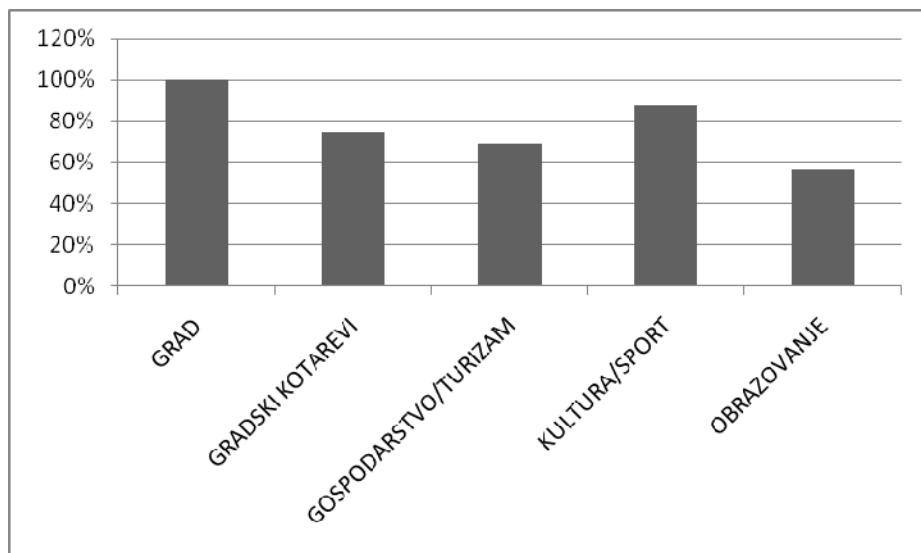
medija i poticanju interaktivnosti. Osim toga, moraju voditi računa o stilu, tonu i standardima koje nameće online okruženje.“ (Brautović, 2008: 170)

Rezultati

Provedeno istraživanje potvrđuje da svi gradovi na području Splitsko-dalmatinske županije imaju službenu web stranicu. O pomaku u razvoju komunikacijskih kanala govori podatak da 2009. godine 88% gradova istraženog područja nije imalo aktivnu i ažuriranu web stranicu. (Maretić, 2009: 97). Web stranice gradova imaju zajedničke karakteristike koje su prepoznatljive po objavljivanju osnovnih podataka, informacija o gradskim kotarima, podatke o gospodarskim aktivnostima, kulturi, sportu i obrazovanju. Sve analizirane službene web stranice gradova Splitsko-dalmatinske županije imaju istaknute osnovne podatke koji sadrže ime gradonačelnika, zamjenika i telefonske brojeve službi, najavljujući time mogućnost otvaranja komunikacijskih kanala. Podatke o gradskim kotarima ima 75% gradova i oni uključuju temeljne informacije. Na ostalim stranicama ne spominju se nikakve aktivnosti vezane za gradski kotar niti prostorna obilježja. Prepoznatljivost i identitet važan su element na gradskim stranicama i nije zanemariva mogućnost korištenja uporišta identiteta kao preduvjeta brendiranja grada. Prema provedenom istraživanju svi gradovi na službenim stranicama imaju kulturno – povijesnu odrednicu u kojoj se nazire mogućnost iščitavanja prepoznatljivog identiteta.

Osnovne podatke o gospodarstvu i turizmu ima 68,75% gradova, što znači da na web stranicama pet gradova nema nikakvih informacija koje upućuju na mogućnosti vezane za ta područja razvoja. Zanimljivo je da se uglavnom radi o gradovima u unutrašnjosti Splitsko-dalmatinske županije. Podatke o kulturi i događanjima vezanim za kulturne programe sadrži 87,50% web stranica gradova. Manji broj gradova ima dnevno ažurirane podatke dok se u mnogih primjećuje statičnost informacija. Osnovne podatke o obrazovanju na svojim web stranicama objavljuje 56,25% gradova. Isti broj gradskih web stranica (56,25%) objavljuje informacije o sportskim i kulturnim aktivnostima. Dva grada nemaju nikakve podatke o sportskim i kulturnim događanjima, kao ni najave spomenutih mogućnosti iz tih djelokruga interesa na svojem području.

Na pojedinim se službenim web stranicama uočava posebno detaljno praćenje sportskih aktivnosti što upućuje na specifične sklonosti autora tekstova ili urednika web stranice. Uz sportske vijesti službene stranice jednog grada intenzivno objavljuju i aktivnosti gradske knjižnice kao kreatora kulturnih događanja grada. Gradovi smješteni na obalnom području županije i otocima na svojim su web stranicama naglasili mogućnosti razvoja kroz turizam i gospodarstvo iako nema vidljivih i konkretnih poziva. Vijesti na web stranicama imaju svih 16 gradova i one uključuju informacije iz različitih područja koje bi mogle služiti građanima. Uočava se i prenošenje informacija iz drugih medija, što je posebno naznačeno zbog vijesti važnih za određeno gradsko područje. Osnovni podaci na web stranicama 16 gradova Splitsko-dalmatinske županije grafički su oblikovani u Slici 1.

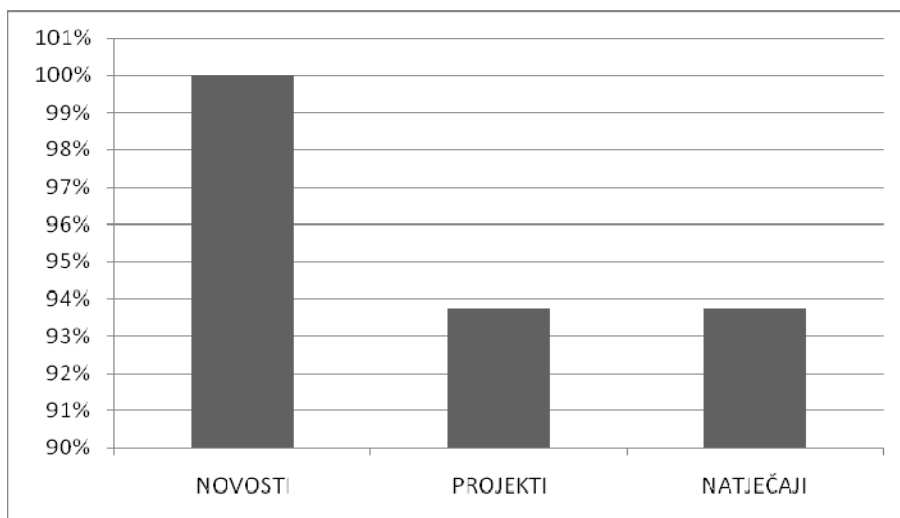


Slika 1. Analiza službenih web stranica 16 gradova Splitsko-dalmatinske županije; Aspekt informativnosti – Osnovni podaci (osobno istraživanje autora 2012.)

U internetskom projektu „Lokalna Hrvatska“ koji omogućava razmjenu vijesti hrvatskim gradovima sudjeluje 75% gradova Splitsko-dalmatinske županije, dok jedan grad koristi uslugu kataloga koji objavljuje osnovne informacije. Na nacionalnoj razini 77 hrvatskih gradova razmjenjuje vijesti (dva grada, od kojih jedan s istraživanog područja sudjeluje u katalogu što znači objavu osnovnih vijesti). Navedeni podaci

upućuju na zaključak da nezavisni projekt marketinškog stručnjaka Željka Ercega iz Splita, ima veliku ulogu po pitanju komuniciranja u lokalnim sredinama. Svojevrsan nacionalni servis vijesti lokalne samouprave omogućio je korisnicima dnevne informacije zastupljene od najmanjih sredina, preko općina, gradova i županija što je preduvjet otvaranju drugih komunikacijskih kanala s ciljem pokretanja različitih razvojnih aktivnosti iz svih područja.

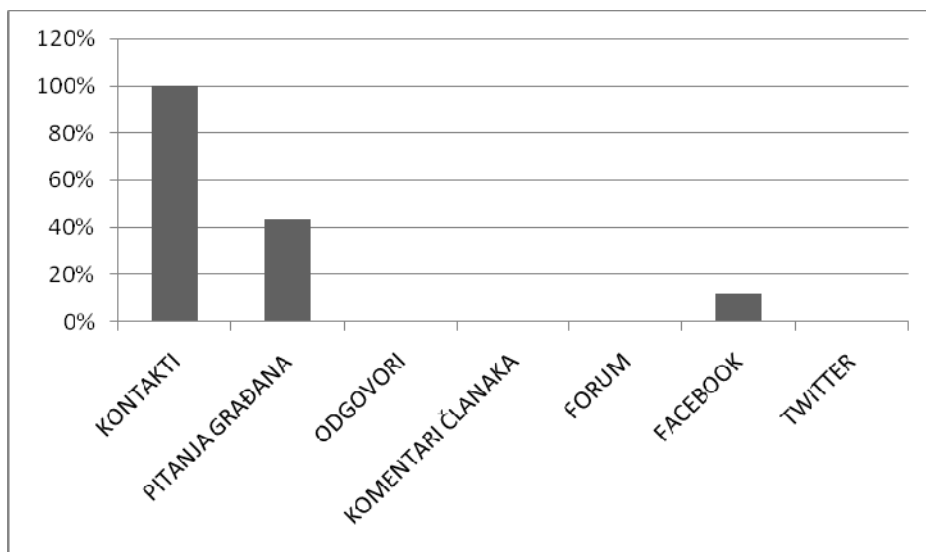
Kroz službene novosti, obavijest o provedenim projektima ima 93,75% gradova. Objavljene natječaje iz različitih područja djelovanja ima 93,75% službenih web stranica gradova. Podaci o novostima, projektima i natječajima na web stranicama 16 gradova Splitsko-dalmatinske županije grafički su oblikovani u Slici 2.



Slika 2. Analiza službenih web stranica 16 gradova Splitsko-dalmatinske županije; Aspekt informativnosti – Novosti, projekti, natječaji (osobno istraživanje autora 2012.)

Interaktivnost na službenim web stranicama istraživana je kroz postojanje kategorija: kontakti, pitanja građana, objavljeni odgovori, mogućnost komentiranja članaka, postojanje foruma, stranih jezika te poveznica na Facebook i Twiter. Kao što je spomenuto kontakt, kroz samo postojanje službene web stranice ima 100% gradova. Mogućnost postavljanja pitanja građana postoji na 43,75% službenih web stranica. Ono što je posebno zanimljivo je da mogućnost objave odgovora gradske

uprave građanima ne koristi niti jedan istraženi subjekt. Isto tako je s komentarima na objavljene članke, jer je izostalo objavljivanje poruka građana. Što se tiče foruma i mogućnosti korištenja razmjene mišljenja na gradskim stranicama – značenje te uloge socijalnih mreža nije dovoljno prepoznato. Poveznicu na Facebook imaju dva grada dok poveznicu na Twitter nema niti jedna službena web stranica gradova Splitsko-dalmatinske županije. Podaci o interaktivnim rubrikama web stranica 16 gradova Splitsko-dalmatinske županije, za komunikaciju na hrvatskom jeziku, grafički su oblikovani u Slici 3.

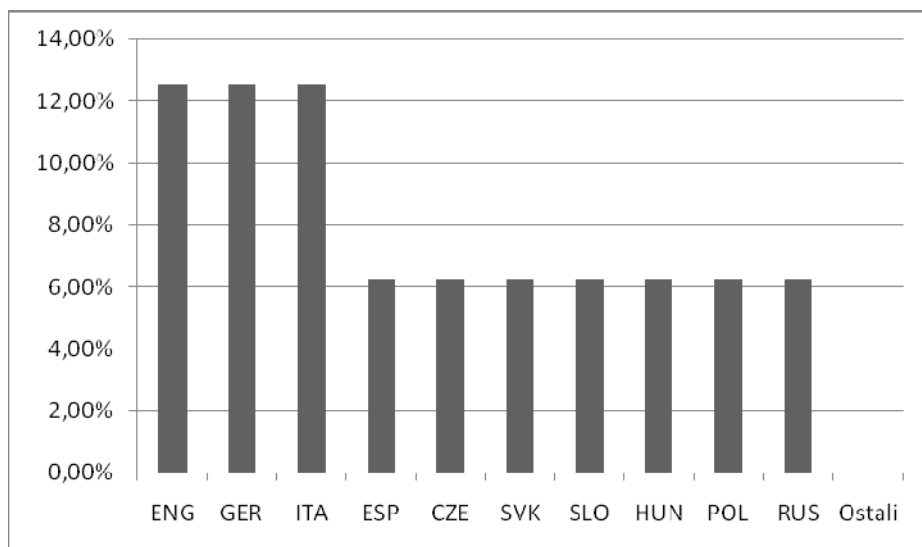


Slika 3. Analiza službenih web stranica 16 gradova Splitsko-dalmatinske županije; Aspekt interaktivnosti – hrvatski jezik (osobno istraživanje autora 2012.)

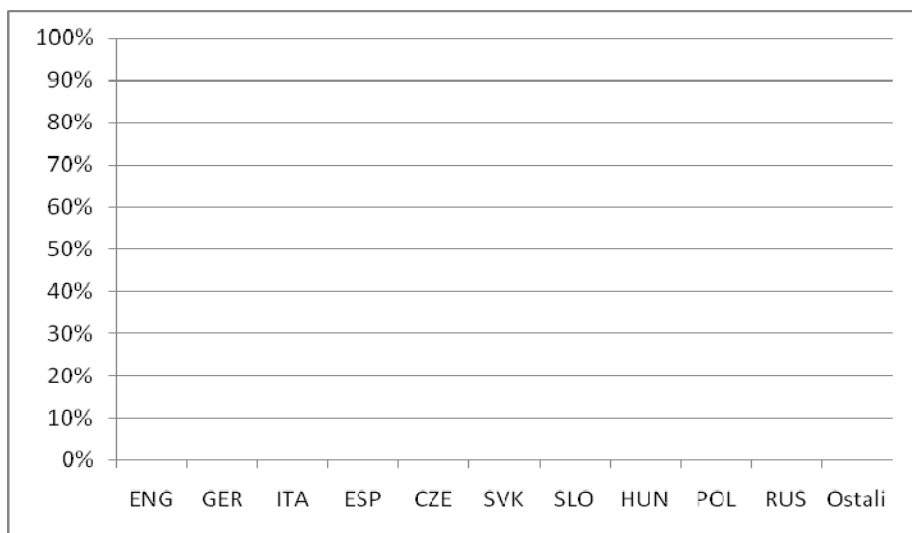
Tijekom istraživanja uočena je razlika između vijesti grada Splita, županijskog sjedišta i najvećeg grada Splitsko-dalmatinske županije u odnosu prema ostalim gradovima. Prednost gradova koji imaju dnevno glasilo, radio i televizijske postaje je što informacije različitim kanalima dolaze do primatelja. U manjim gradskim sredinama potrebna je veća informativnost i učestalost objave vijesti jer je mnogim građanima to jedini izvor informacija. Specifičnost službenih web stranica vidljiva je i po aktualnosti objavljenih vijesti. Pojedini gradovi izvješća objavljuju nekoliko dana nakon događanja, što nakon objave u sredstvima javnog priopćavanja postaju stare vijesti i samim time gube na aktualnosti. Primjerice, u jednom

od gradova iz unutrašnjosti tijekom elementarne nepogode svi su mediji objavili vijesti o stanju na terenu osim službenih stranica grada na čijem se području sve događalo. Na stranici jednog od najpoznatijih turističkih središta dvosmjerna komunikacija omogućena je samo s gradonačelnikom (ne i nadležnim službama). To, u pozitivnom smislu, može značiti gradonačelnikovu otvorenost, ali i pobuditi sumnje u svojevrsni nadzor informacija.

Rezultati istraživanja upozoravaju i na različite profile osoba zaduženih za pisanje informacija jer se uočava nedosljednost i nedostatak profesionalizma. U brojnim gradovima nema posebnih djelatnika obrazovanih za taj posao, nego se uređivanje web stranica i pisanje vijesti povjerava kao dodatni posao zaposlenicima kojima to nije primarna obveza ili vanjskim suradnicima. Vidljiva je razlika između stručnjaka za informatičke procese i onih koji su stručni za pisanje tekstova, što se lako prepoznaje od strane korisnika i građana. Pojedine gradske uprave ne ulažu dostatno u službene stranice i ograničavaju se na klasični način informiranja isključivo onih tema koje su njima od promidžbenog interesa, zanemarujući pritom šire interese građana. Unatoč činjenici da se radi o županiji u kojoj je turizam jedna od okosnica razvoja, nisu dostatno iskorištene mogućnosti objava na stranim jezicima. Niti jedna službena web stranica gradova na području Splitsko-dalmatinske županije nije iskoristila mogućnost interaktivnog komuniciranja na stranim jezicima, a samo dvije pružaju osnovne informacije na barem jednoim stranom jeziku. Podaci o osnovnim informacijama koje web stranice 16 gradova Splitsko-dalmatinske županije pružaju na stranim jezicima grafički su oblikovani u Slici 4. (informativni aspekt), a podaci o mogućnostima komunikacije građana s gradskim upravama na stranim jezicima grafički su oblikovani u Slici 5. (interaktivni aspekt).



Slika 4. Analiza službenih web stranica 16 gradova Splitsko-dalmatinske županije; Aspekt informativnosti – strani jezici (osobno istraživanje autora 2012.)



Slika 5. Analiza službenih web stranica 16 gradova Splitsko-dalmatinske županije; Aspekt interaktivnosti – strani jezici (osobno istraživanje autora 2012.)

Uz službene web stranice grada postoje i različiti nezavisni portali koji upotpunjavaju nedostatak informativnosti i proaktivnosti na službenim stranicama.

Europska povelja o lokalnoj samoupravi u uvodnom dijelu (preambuli) ističe lokalne jedinice kao jedan od glavnih temelja svakog demokratskog sustava. Smatraju da je pravo građana na sudjelovanje u upravljanju javnim poslovima jedno od demokratskih načela koja su zajednička svim državama članicama; uvjereni da je pravo ostvarivanja tog prava moguće najneposrednije na lokalnoj razini; da postojanje lokalnih jedinica koje su zbiljski odgovorne omogućuje upravu koja je učinkovita i bliska građanima (prema: Lozina, 2004: 186). „Dok je brendiranje nekada bilo luksuz ili dodatna vrijednost, taj proces posljednjih godina postaje nužnost. Silovita konkurencija za sredstva, ulaganja, posjetitelje, pa i stanovnike, činjenica je s kojom su suočeni svi gradovi i regije. Dok su ljudi, kapital i poduzeća sve više lokacijski nepovezani, pojedine županije i gradovi moraju na svim tim područjima osigurati okolinu koja, ne samo da je sposobna privući nove aktivnosti već možda najvažnije, očuvati zadovoljstvo sadašnjih domaćih i stranih korisnika ponude nekog kraja.“ (Skoko, Vukasović, 2009: 92).

Obilježja lokalnih sredina gradskim upravama pružaju neslućene mogućnosti sudjelovanja na globalnoj komunikacijskoj sceni. U današnjem visoko globaliziranom i informacijski usmjerenom svijetu web stranice zauzimaju poziciju moderne mrežne osobne iskaznice subjekata: „World Wide Web omogućava svakome tko ima pristup Internetu da svoje podatke predoči drugima na zanimljiv i oku ugodan način ili da na jednostavan način pristupi podacima koje netko drugi nudi.“ (Meter et al., 1995: 295).

Korisnici web stranica gradova su građani zainteresirani za učinkovitost u okviru djelokruga rada, poslovni subjekti zainteresirani za raspisane natječaje i suradnju na projektima od gradskih interesa, javni sektor koji je svakodnevno upućen na komunikaciju s gradskom upravom, kao i turisti i drugi posjetitelji koji iz različitih pobuda planiraju posjet tom području. Web stranice gradova su potrebne za pružanje sadržajne i pravodobne informacije, kao i za osiguranje kvalitetne interakcije s korisnicima. Kroz zahtjeve „koji se postavljaju na distributivne i interaktivne multimedijske usluge sa stajališta korisnika usluge“, primjerice „atraktivnost forme i sadržaja“, „potpora različitim vrstama medija (tekst, slika, grafika, video, zvuk)“ ili „mogućnost uporabe različitih vrsta

pretraživanja“ te „educiranje širokih slojeva korisnika“ (Kovačić, Vrdoljak, 1999: 237), mogu se iščitati veliki potencijali koje web stranice kao platforma za moderan oblik komunikacije posjeduje.

Zaključak

Na temelju analize službenih web stranica gradova Splitsko-dalmatinske županije dolazi se do zaključka o nedostatno iskorištenim komunikacijskim mogućnostima s građanima i ostalom javnošću. Rezultati istraživanja pokazuju nedostatno ulaganje gradskih uprava u modernizaciju službenih stranica. Uočeno je ograničavanje na klasični način informiranja isključivo onih tema koje su od promidžbenog interesa gradskim vlastima. Interaktivnost i dvosmjerna komunikacija nije omogućena na suvremen način. Web stranice gradova imaju zajedničke karakteristike koje su prepoznatljive po objavljivanju osnovnih podataka, informacija o gradskim kotarima, podatke o gospodarskim aktivnostima, kulturi, sportu i obrazovanju dok manji broj omogućuje postavljanje pitanja upravama. Analize pokazuju i različite profile osoba zaduženih za pisanje informacija, jer se na većini službenih web stranica uočava nedosljednost i nedostatak profesionalnosti. Nijedna službena web stranica gradova na području Splitsko-dalmatinske županije nije iskoristila mogućnost interaktivnog komuniciranja na stranim jezicima. Zaključno se nameće potreba za educiranjem nadležnih čelnika i službi o važnosti službenih web stranica gradova u lokalnim i globalnim okvirima.

Literatura

Brautović, M (2008.) „Brze promjene uzrokuju zastarijevanje“ u Malović, S (ur.) *Medianali međunarodni znanstveni časopis za pitanje medija, novinarstva, masovne komunikacije i odnosa s javnošću*, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik.

Budimir, M. (2012.) „Akcija članova Transparency Internationala - Građani, imate pravo tražiti informaciju“, Split, *Slobodna Dalmacija*, 14. rujna 2012., str. 20.

Chmura, K., Karzen, M., Kuzmanović M. (2005.) „Građani i poboljšanje upravljačke učinkovitosti lokalnih samouprava“ u Obradović, S. (ur.) *Lokalna samouprava pred reformskim izazovima – vodič kroz lokalnu demokraciju*, Stina, Split.

Cottle, S., (2009.) „Informacije, odnosi s javnošću i moć“, Zagreb, Medijska istraživanja.

Kovačić, D., Vrdoljak, M. (1999.) „Pregled usluga i korisničkih terminala“, u: Begušić, D., Rožić, N., Vrdoljak, M., Afrić, W. (ur.) *Nove komunikacijske tehnologije: osnovni koncepti, stanje u svijetu i Hrvatskoj, mogućnost uvođenja*, Split: FESB-Split, str. 233-268.

Lozina, D., Klarić, M. (2003.) „Nova javna uprava“ Sveučilište u Splitu - Pravni fakultet.

Lozina, D. (2004.) „*Lokalna samouprava*“ Split, Sveučilište u Splitu - Pravni fakultet.

Perinić, J. (2008.) „Paradigma poslovne komunikacije“ Sveučilišna knjižara d.o.o., Zagreb.

Skoko, B., Vukasović, I. (2009.) „Uloga istraživanja uporišta identiteta lokalne zajednice kao prvi korak u brendiranju gradova na primjeru grada Samobora “ , u: Krpan, T., Sušac, V. (ur) *Mediji i turizam, zbornik radova s međunarodnog znanstvenog skupa*, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti Sveučilišta u Zadru, Zadar.

Nguyen, D., Alexander, J. (2001.) „Dolazak kiberprostorvremena i kraj političkog poretka“, u Shields, R. (ur.) *Kulture Interneta*, Zagreb, Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo.

Maretić; M. (2009.) „*Političari, mediji, građani*“, Split-Solin, Bibliotheca Salonitana.

Meter, D., Sušanjan, D., Breyer, H., Čečuk, A. (1995.) *Internet@HR - kako na mrežu iz Hrvatske*, Zagreb, Znak.

Petak, Z., Kasapović, M., Lalić, D. (2004.) „*Lokalna politika u Hrvatskoj*“, Zagreb, Politička misao

Podolnjak, R. (2005.) „*Neposredan izbor (grado)načelnika i župana*“, Varaždin, Stanek d.o.o.

Rosensweig, F., Wekselberg, V. (2006.) Priručnik za organizacijski razvoj u lokalnoj samoupravi, Zagreb, The Urban Institute.

Razvojna strategija Splitsko-dalmatinske županije 2011-2013, (2012), Split, Rerasd – Javna ustanova.

Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj)samoupravi
<http://www.nn.129/2005>

Zakon o pravu na pristup informacijama <http://www.nn.144/2010>

Internetski izvori

<http://www.gong.hr>

<http://www.hvar.hr>

<http://www.imotski.hr>

<http://www.kastela.hr>

<http://www.komiza.hr>

<http://www.lokalnahravska.hr>

<http://makarska.hr>

<http://www.nn.hr>

<http://www.omis.hr>

<http://www.sinj.hr>

<http://www.solin.hr>

<http://www.split.hr>

<http://www.stari-grad.hr>

<http://grad.supetar.hr>

<http://www.transparency.hr>

<http://www.trilj.hr>

<http://www.trogir.hr>

<http://www.gradvis.hr>

<http://www.vrgorac.hr>

<http://vrljika.hr>