

**Goran Pavelin, *Arhiv, mediji, odnosi s javnošću, Zadar: Sveučilište u Zadru, 2016., 291 str.***

Sveučilište u Zadru tiskalo je 2016. godine knjigu autora Gorana Pavelina *Arhiv, mediji, odnosi s javnošću*. Knjiga se sastoji od pet poglavlja, od kojih se svako bavi užim pitanjima odnosa arhiva, s jedne, te medija i javnosti s druge strane. Svako od poglavlja sastoji se od nekoliko cjelina, od kojih se svaka dalje dijeli na usko razmatranje određene teme, izuzev 4. poglavlja koje sadrži jednu cjelinu. Nakon svakoga poglavlja autor daje popis literature (izvora u tiskanom obliku): knjiga, radova u zbornicima, poglavlja u knjizi, članaka i ostalih tiskanih izvora, kao i onih elektroničkih. Uz navedeno, knjiga sadrži predgovor i pogovor te, a na kraju se nalazi popis priloga.

**1. Poglavlje:** »Teorijske premise o integriranju odnosa s javnošću u arhive« (str. 13 – 82) sadrži sljedeće cjeline: 1. »Čemu arhivi«, 2. »Arhivi i mediji«, 3. »Mediji kao integralne sastavnice suvremenih društava«, 4. »Odnosi s medijima u službi odnosa s javnošću arhiva«.

Autor polazi od definiranja pojma arhiva i njegove uloge u društvu, koji bez obzira na karakter ili tip pohranjenoga gradiva, tradicionalno ima ugled institucije s autoritetom, neovisno o tome je li u pitanju državni, pokrajinski, gradski arhiv, specijalizirani javni arhiv, npr. gospodarski, ili privatni. Tradicija arhiviranja, odnosno čovjekova potreba za bilježenjem ili prenošenjem usmene tradicije u pisanu formu s ciljem zaštite prava i interesa vladajućih struktura, kako navodi autor prisutna je još u drevnim civilizacijama te je potreba za sigurnom pohranom zapisa, kao nositelja važnih informacija, njegovana tijekom povijesti. U pravilu se najčešće radi o imovinsko-pravnim pitanjima, vojnim potrebama, zakonima itd. Pohrana zapisa, dokumenata unutar nekoga javnog prostora koji je sam po sebi autoritativan, pohranjenim dokumentima daje još viši stupanj kredibiliteta i autentičnosti. Autor dalje govori o srednjovjekovnoj tradiciji komunalnih općinskih arhiva u svezi s prikupljanjem pravnih dokumenata s primarnim ciljem obrane tadašnjih interesa pučanstva, a što je s vremenom postalo neprocjenjivo vrelo povijesnih činjenica. Nakon Francuske revolucije arhivsko gradivo postaje dostupno javnosti za različite istraživačke potrebe kao primaran izvor informacija. Pojavom i napretkom komunikacijskih i informacijskih tehnologija arhivi su dovedeni u poziciju pružanja brze, jasne i točne informacije današnjem tipu istraživača arhivskoga gradiva.

Skrenuta je pozornost na nedovoljne spoznaje o načinima na koje javnost percipira arhiv. Iako arhivsko gradivo jest namijenjeno javnosti, sukladno *Zakonu o arhivskom gradivu i arhivima u Hrvatskoj*, pohranjeno javno arhivsko gradivo dostupno je za korištenje 30 godina od nastanka, odnosno postoji mogućnost i ranijega korištenja uz suglasnost stvaratelja. Sama ograničenost zakonskim odredbama također utječe na percepciju javnosti o arhivima kao javnim ustanovama. Autor dalje navodi promjene u arhivskoj praksi prisutne zadnjih desetljeća, posebice u američkim arhivima gdje se smatra da je došlo vrijeme za odmak od ustaljene prakse i akademskoga okružja, dakle, relativno sigurne pozicije i uvjeta, te je potrebna jača interakcija s korisnicima arhivskoga gradiva. Radi se o ljudima

koji za raznovrsne istraživačke potrebe dolaze i koriste arhivsko gradivo, npr. arhitekti, inženjeri, lokalni povjesničari, a upravo potreba i sposobnost zadovoljavanja korisničkih potreba i zahtjeva dovodi do promjene percepcije arhiva u javnosti, od znanstvenih ustanova (imidž zatvorene ustanove) do otvorenih ustanova prepoznatih od šarolike korisničke javnosti.

Kvalitetan je protok brzih i točnih informacija temeljni zahtjev današnjega vremena te se uspjeh na području bilo koje djelatnosti prema autoru gradi upravo na tome. Moderno doba informaciju tretira kao robu koja ima ekonomsku vrijednost, kao i svaka druga roba, a na arhivima je da se tom izazovu prilagode. Autor dalje naglašava potrebu preispitivanja arhivske djelatnosti gdje je upravo korištenje arhivskoga gradiva kao vrela podataka, uz primarno identificiranje i njegovo fizičko očuvanje, u konačnici svrha postojanja arhiva. Nadalje, kako autor tvrdi, nerazumijevanje javnosti za arhive potječe iz nedovoljne svijesti o arhivima općenito, njihovoj djelatnosti i potrebi uporabe arhivskoga gradiva kao važnoga, vjerodostojnog izvora podataka. Taj je problem, ili bolje rečeno činjenica, još uvijek prisutan i u razvijenijim državama, npr. SAD-u i Australiji, neovisno o svim značajnim ulaganjima i naporima arhivske struke u vlastito obrazovanje, napredovanje, profesionalizam, radno iskustvo itd. Nadalje, ukazala se potreba za preispitivanjem prioriteta u svakidašnjoj djelatnosti te je promicanje institucionalnih aktivnosti putem tiskanih i ostalih medija postalo sredstvom zadobivanja potrebnoga publiciteta. Većina inozemnih arhiva ima specijalizirane odjele za odnose s javnošću, što je izravno promicanje djelatnosti, samoga gradiva arhiva te podizanja razine svijesti zajednice o arhivima. Prema rezultatima ankete pod nazivom »Odnos novinara i javnih arhiva«, provedene u Republici Hrvatskoj i Republici Sloveniji, u kojoj je sudjelovalo 25 % slovenskih i 21,7 % hrvatskih novinara – ispitanika, sadržaji sporednih tema, poput područja sporta, kulture (glazba, film), crne kronike i sl., bude veće zanimanje javnosti od arhivskih tema, ma koliko ove ozbiljne i značajne bile. S obzirom na moć koju imaju kao javno dobro, mediji su najvažniji izvor informacija, baš poput arhiva, te u tom pogledu moraju biti javno odgovorni. Distribucijom informacija pružaju mogućnost javnosti slobodan pristup informacijama, osiguravaju demokratski stav itd. Navodi se i utjecaj gospodarskih subjekata na medijske sadržaje što je posebice vidljivo zadnjih desetljeća u marketinškim aktivnostima gdje se u okolnostima izražene financijske ovisnosti o prihodima od oglašavanja utječe na neovisnost medija te na takav način marketinški interesi potiskuju javnu ulogu medija u društvu.

**2. Poglavlje:** »Planiranje odnosa arhiva s medijima« (87 – 130) sadrži sljedeće cjeline: 5. »Planiranje odnosa s medijima«, 6. »Odabir alata odnosa s javnošću za odnose i medije«, 7. »Informacijski izvori o potrebnim medijima za arhiviste«.

Autor polazi od toga da svako odrađivanje promidžbenih aktivnosti arhiva prema javnosti uvijek prvenstveno teži podizanju svijesti javnosti o postojanju arhiva kao institucije u njezinu okruženju, potom o njegovoj djelatnosti, pohranjenom gradivu, što bi u konačnici trebalo dovesti do povećanoga zanimanja za korištenje gradiva određenog arhiva, a time i za sam arhiv. Promidžbene aktivnosti podižu svijest o mogućnosti uporabe arhivskoga gradiva u različite istraživačke svrhe i potrebe širega društvenog interesa ili pak zado-

voljavanje usko individualnih i privatnih potreba korisnika. Promidžba u pravilu rezultira povećanjem broja korisnika gradiva, kao i posjetitelja posebnih arhivskih događanja, bilo da se radi o predstavljanju nove izložbe, predstavljanju izdanja arhiva, predavanjima, filmskim projekcijama i sl., pritjecanjem, odnosno prihvatom novoga gradiva od mogućih donatora te prilivom uvećanih financijskih sredstava. Približavanje arhiva medijima nije jednostavan zadatak, a na arhivima je da pokušaju iz pozicije potencijalnoga urednika nekog glasila procijeniti i odlučiti je li određena arhivska priča dovoljno zanimljiva, ima li potencijala, je li relevantna za određenu publiku i slično. Naime, ono što je zanimljivo arhivistima, ne mora nužno kao zanimljivost prepoznati i urednik javnoga glasila ili bilo kojega drugog medija. Autor upozorava da komunikacija između arhiva i medija kreće od pretpostavke kako arhivi unaprijed znaju kome se obraćaju, odnosno imaju ciljanu publiku unutar javnosti, a cilj je željenom informacijom doprijeti do ciljane publike.

Komunikacijske tehnike i alati obuhvaćaju pisane, govorne i vizualne tehnike te nove tehnologije, a njihov odabir ovisi o željenim ciljevima i javnosti s kojom se komunicira. Dalje se navode instrumenti koji arhivima pomažu u planiranju, ostvarivanju i mjerenju učinka komunikacijskih aktivnosti u kontaktu s medijima, novinarima te se govori o izradi liste medija, sugovornika, informativnim materijalima, objavama za medije, konferencijama, novinarskim mapama, praćenju i analizi medijskih objava. Istaknuta je važnost promidžbenih alata *press kits* (zbirke materijala za odnose s javnošću i kompleta za medije) s podacima o arhivu, aktivnostima, zaposlenicima itd. Autor skreće pozornost na različite načine prikupljanja podataka o potencijalnim medijima s kojima djelatnici zaduženi za odnose s javnošću ostvaruju kontakte, poput novinskih agencija koje informacije odašilju nacionalnim, regionalnim, ili lokalnim medijima. Istaknuta je činjenica da tiskovni mediji i dalje ostaju vodeće sredstvo javnoga informiranja. Navode se nadalje opći i specijalizirani časopisi, različiti medijski priručnici kao raspoložive mogućnosti za inozemne arhiviste, a također se navode i domaće tiskovine i časopisi, kako nacionalni, tako i oni regionalni. Posebno se skreće pozornost na dugu tradiciju emitiranja radijskoga programa u Hrvatskoj, a koja datira iz 1926. godine. Model je javnoga radija određen prema načelima koje je definirao prvi direktor BBC-a, a uloga je radija informirati, poučavati i zabaviti slušatelje te su u tom smislu arhivistima radijske postaje nezaobilazni audiomediji preko kojih se može pobuditi interes javnosti za njihovom djelatnošću. Hrvatskim arhivistima na raspolaganju također stoje znanstveni i znanstveno-stručni časopisi namijenjeni arhivima kao informacijskim ustanovama.

**3. Poglavlje:** »Ostvarivanje odnosa arhiva s medijima« (133 – 198) sadrži sljedeće cjeline: 8. »Ostvarivanje odnosa s medijima«, 9. »Tehnike odnosa arhivskih institucija s medijima«, 10. »Runde pozivanja novinara«, 11. »Konferencije za novinare«, 12. »Nove tehnologije kao promotivna sredstva odnosa s javnošću«, 13. »Web. 2.0 i odnosi s javnošću«.

U ovom se poglavlju autor bavi odnosom arhiva i medija te ukazuje na činjenicu da ostvarivanje kvalitetnoga odnosa s medijima podrazumijeva stvaranje, održavanje i zaštitu ugleda arhiva, odnosno pokazivanje ustanove u pozitivnom i pristupačnijem svjetlu korištenjem različitih metoda djelovanja. U tom se smislu navode mogući načini stvaranja

pozitivnoga dojma o arhivskoj ustanovi, poput objave obavijesnih pomagala, isticanjem činjenice o kvalitetnom i kompetentnom stručnom kadru ustanove, razgovorima s različitim zainteresiranim skupinama i pojedincima o samoj instituciji, arhivskom gradivu te stvaranjem i održavanjem dokumentacije o vanjski usmjerenim aktivnostima arhiva s ciljem predstavljanja doprinosa arhiva široj društvenoj zajednici. Komunikacija između arhiva i medija odvija se preko osoblja zaduženoga za takvu vrstu poslova, bilo putem posebno organizirane službe, bilo putem vodećih osoba ustanove, a sve s ciljem pružanja kvalitetne i pouzdane informacije u kratkom roku. Predstavljanje arhiva u medijima podrazumijeva objektivno informiranje o arhivskim novostima, educiranje javnosti te zalaganje za javni interes. Autor govori o tome da rad s medijima znači iznošenje informacija jezikom medija, sukladno standardima medijske industrije. Navedene su i sugestije drugih autora za održavanje dobrih odnosa s tiskovnim medijima. Priopćenja za medije odašilju se putem vijesti, koje su najstariji novinski žanr, a pružanje informacije u tom obliku mora odgovoriti na pet ključnih pitanja: tko, što, kada, gdje i zašto. Autor dalje govori o priopćenjima za masovne medije – za tisak i radio te za objave u elektroničkim medijima, o uporabi drugih žanrova navodeći smjernice i naputke za rad. Arhivi s javnošću komuniciraju na poseban način preko svojih mrežnih stranica koje su jedan od najvažnijih i najjačih alata u predstavljanju povijesti institucije, njena rada i arhivskoga fundusa te najrazličitijih aktivnosti ustanove. Blogovi su navedeni kao moderna sredstva komuniciranja s javnošću te autor daje osvrt na uporabu blogova i iskustva inozemnih arhiva na tom polju aktivnosti.

**4. Poglavlje:** »Vrjednovanje odnosa s javnošću s osvrtom na odnose arhiva s medijima« (201 – 224) čini, kako je i spomenuto, jednu cjelinu: 14. »Vrjednovanje odnosa s javnošću s osvrtom na odnose arhiva s medijima«.

U ovom je poglavlju interes autora usmjeren na odnos arhiva s medijima s ciljem utvrđivanja isplativosti ulaganja i mogućih propusta u postizanju učinka. Samo prikupljanje i prebrojavanje novinskih priloga o arhivu predstavlja jednostavno vrednovanje kvalitete odnosa između arhiva i medija. Inače, odnos se arhiva i medija te ocjena toga odnosa promatra kao odnos s drugim skupinama dionika u postupku ostvarenja cilja, a to je dopiranje do javnosti, odnosno pružanje informacije. Arhivi su upućeni na medije i moraju koristiti njihove usluge da bi došli do javnosti, prenijeli poruku čitateljima, slušateljima, gledateljima. Objava nekoga priloga u medijima znači da je on obznanjen, da je neka informacija, poruka ođaslanā javnosti, međutim, ostaje nepoznanica na koji je način prihvaćen u javnosti, koliko, kako i je li uopće bio zamijećen ili je ostao utopljen u moru drugih priloga odnosno informacija koje se svakodnevno plasiraju. Uspjeh je odnosa s medijima uvjetovan krajnjim ciljem institucije koji zapravo ona želi postići u komunikaciji s javnošću u određenom trenutku, a sukladno trenutačnoj potrebi i načinu na koji su mediji tome doprinijeli te je li željena poruka prenesena na pravi, željeni način. Radi se o tome je li krajnji cilj samo informirati ili se primatelja informacije želi uvjeriti u nešto, navesti ga da formira mišljenje na određeni način, odnosno je li cilj raspravljati, pregovarati, ispričati se itd. Arhivi mogu analizirati medijske objave o sebi, prebrojavati ih tijekom određenoga vremenskog razdoblja te raditi usporedbu prema postavljenim kriterijima o kvaliteti, količini, angažiranom ljudstvu, utrošenim sredstvima, prema drugim arhivima na istoj razini i prema najboljim

organizacijama u pogledu uporabe određenih instrumenata. Autor nadalje napominje da arhivi mogu analizom medija pratiti ne samo broj nego i duljinu medijskih priloga, analizirati medije po vrstama, autorima, učestalosti informiranja o instituciji, stavu koji općenito imaju prema arhivu i sl., a tako prikupljeni podaci mogu se još i dodatno analizirati. Potreba uspostave kvalitetnoga odnosa s medijima, odnosno urednicima i novinarima, temelji se na međusobnom povjerenju. Na arhivima je da pružaju pouzdane informacije i materijale s ciljem stjecanja povjerenja kod medija i ne mogu si dopustiti propuste u tom smislu.

**5. Poglavlje:** »Krizе u kontekstu odnosa s javnošću na primjeru arhiva« (225 – 291) sadrži sljedeće cjeline: 15. »O krizama općenito«, 16. »Prirode kriza i njihov utjecaj na arhivske institucije«, 17. »Procjena fizičkog postrojenja arhivskih institucija«, 18. »Procjena ljudskog faktora«, 19. »Procjena odnosa arhiva s medijima«, 20. »Procjena utjecaja posebnih događanja«, 21. »Predviđanje kriza«, 22. »Komuniciranje arhiva za vrijeme krize«, 23. »Komuniciranje arhiva nakon kriza«, 24. »Sažeti prijedlog kriznoga komunikacijskog plana za arhive«.

U zadnjem se poglavlju autor bavi krizama i odnosima s javnošću u slučaju arhiva. Krize se mogu pojaviti na različite načine u brojnim situacijama te, naravno, ni arhivi nisu imuni na tu činjenicu. Karakterizira ih nagla, iznenadna pojava koja traži brzu reakciju, a izazivaju stres, nesigurnost, stvaraju osjećaj ugroženosti ugleda ustanove, postaju predmetom iznenadna i pojačana zanimanja medija, odnosno javnosti, kao i detaljnih i ponekad dugotrajnih istraga te svakako trajno mijenjaju organizaciju. Radi se o nimalo ugodnim situacijama koje predstavljaju izazov kako ih predvidjeti, prevenirati i postupati dalje, ako ipak do njih dođe. Bez obzira na sva nastojanja, nikako nije moguće predvidjeti kada i kako će se dogoditi. Krenuvši od pretpostavke da se nekakva krizna situacija ipak dogodila, arhiv može umanjiti negativan publicitet, koji nužno prati takve situacije, prepoznavanjem uzroka loših vijesti. Kako se u knjizi navodi, utjecaj je loših vijesti moguće smanjiti pažljivim upravljanjem informacijama te kvalitetnom pripremom i razumijevanjem kriznih mjera. Arhivist mora moći odgovoriti na teška, neugodna pitanja te se nositi s neočekivanim situacijama brzim, iskrenim i izravnim pristupom. Umijeće predviđanja budućih negativnih scenarija primjer je kvalitetnoga pristupa gdje se stvaranjem više mogućih ishoda, ako do stvarne krize i dođe, arhivist može osloniti na ranija iskustva. Pritom nije potrebno predviđati samu konkretnu situaciju sa svim detaljima, ali treba predvidjeti mogućnost da do toga može doći. Krize mogu biti raznovrsne, ovisno o uzrocima nastanka: prirodne, tehnološke, posljedice ratnih sukoba, krize uzrokovane zlonamjernošću, krize uzrokovane iskrivljenim vrijednostima upravljanja, obmanama, poslovnim i ekonomskim krizama itd. Nadalje, prema duljini trajanja mogu biti: trajne krize, koje ne posustaju kako vrijeme odmiče, krize u nastajanju ili »tinjajuća vatra«, odnosno krize koje buknu nakon dugotrajna tinjanja problema o kojima se nije vodilo računa, ili iznenadne, trenutačne krize tipa prirodne katastrofe, zrakoplovne nesreće i sl. Potrebno je razlikovati upravljanje problemima od upravljanja krizom. Prvo znači fokusiranje na potencijalni problem, prije negoli se nešto dogodi što predstavlja proaktivno djelovanje, dok je upravljanje krizom reakcija nakon što se nešto dogodilo, odnosno reaktivno djelovanje.

Upravljanje problemima odnosa s javnošću u slučaju arhiva jest prevencija krize, i to kvalitetnim promišljanjem o svim mogućnostima koje mogu krenuti u neželjenom smjeru. U tom smislu arhivi trebaju identificirati one elemente koji predstavljaju potencijalne probleme, potom postaviti prioritete temeljem procjene o ranjivosti, hitnosti i vjerojatnosti, razraditi detalje dviju najvažnijih zadaća: što činiti i što reći u nekoliko prvih presudnih sati po izbijanju krize, razraditi strategiju obuzdavanja i kontriranja, nereagirana i odgovaranja te se usredotočiti na komunikaciju nakon krize. Fizički pregled arhivskih objekata u arhivima morala bi biti redovita praksa koja uključuje ne samo samostalan pregled zgrade nego i angažiranje odgovarajućih stručnjaka i inženjera. Navedene su preporuke u svezi sa standardima i smjernicama za održavanje i očuvanje arhivskih objekata GRASP (Guidelines and Resources for Archival Strategic Planning) u izdanju NAGARA-e (National Association for Government and Records Administrators), a radi se o američkom modelu planiranja samoprocjene. U EU se intenzivnije razmišlja o spomenutim strategijama od 2003. godine gdje se u dokumentu *Izješće o arhivima u proširenoj Europskoj uniji* uočava potreba uspostave interdisciplinarnе grupe arhivista, arhitekata, inženjera, geologa te naravno arhivista s ciljem izrade standarda i specifikacija građevinskih konstrukcija novih arhiva. Navedene su i hrvatske smjernice arhivista J. Ivanovića o kriterijima kojima mora udovoljiti arhivski objekt, uz zaključak da većina arhiva ne udovoljava tim zahtjevima ili udovoljava djelomice. Procjena je mogućih opasnosti i rizika relativno lako izvediva. Po obavljenom pregledu zgrade i postrojenja potrebno je izraditi popis potencijalnih kvarova, problema koje treba prevenirati. Upravljanje problemima uključuje četiri glavne funkcije: anticipiranje i analiza problema, donošenje organizacijskih stavova o problemima, identificiranje ključne javnosti, čija je podrška nužna za problem javne politike, i identificiranje poželjnih ponašanja ključnih javnosti. Kvalitetnim se kriznim menadžmentom negativne posljedice krize mogu umanjiti što doprinosi kvalitetnijem nadzoru nastale situacije. Definiranjem i analiziranjem problema arhiv mora biti spreman za moguće krizne situacije što uključuje kvalitetan akcijski plan postupanja. O kakvoj se god krizi radi, i ma koliko dugo ona trajala, nakon nje slijedi povratak uobičajenim aktivnostima, a ugled arhiva nakon kriznoga incidenta realno bi mogao biti čak i bolji s obzirom na pokazanu uspješnost u nošenju sa situacijom. Autor dalje skreće pozornost na važnu činjenicu da se mogućnost pojave negativnoga publiciteta ipak ne može u potpunosti isključiti. U slučaju pojave negativne kritike poželjno je da arhiv predstavi svoju djelatnost putem većeg broja medijskih kanala (npr. izložbu), da radi na povećanju pozitivnih odnosa s novinarima, izbjegava davanje odgovora preko tiskovnih medija jer to, u pravilu, produžuje negativan publicitet. Ako postoje činjenične pogreške, potrebno je kontaktirati urednika i razjasniti ih te tražiti ispravak, pratiti daljnji rad novinara, a u slučaju nastavka negativnosti treba s urednikom i novinarom razjasniti u čemu je problem i biti spreman za pojačano zanimanje za arhiv u svakom pogledu jer negativan publicitet izaziva takav efekt povećanoga zanimanja. Na kraju knjige autor daje prijedlog kriznoga komunikacijskog plana za arhive u deset koraka kako bi se lakše prebrodile posljedice krize.

Umijeće je komuniciranja i plasiranje informacija u javnost putem medija nametnuto kao potreba današnjega vremena. Moderno poslovno okruženje u stalnoj je komunikacij-

skoj interakciji s javnošću pa ni arhivi, od javnosti uobičajeno doživljavani kao tradicionalno zatvorene institucije, nisu u tom pogledu imuni. Odnos s javnošću, informiranje o sebi, vlastitim postignućima, uspjesima, pa čak i neuspjesima, vještine su nužne za kvalitetno poslovanje te se knjiga autora Gorana Pavelina tom tematikom bavi iz perspektive arhivskih ustanova dajući svoj doprinos boljem osvješćivanju ovoga pitanja u arhivima.

Jasna Mrkonjić