

Drago Martinović, ODNOSI S JAVNOŠĆU U JEDINICAMA LOKALNE SAMOUPRAVE, Hrvatska udruga za odnose s javnošću, Savez općina i gradova Federacije BiH, Zagreb/Sarajevo, 2023., str. 264.

Knjiga Odnosi s javnošću u jedinicama lokalne samouprave autora dr. sc. Drage Martinovića napisana je na 264 stranice i uz predgovor sadrži 10 poglavlja.

Odnosi s javnošću, profesija koja je na našim prostorima posljednjih tridesetak godina zadobila nezamjenjivu ulogu kako u gospodarstvu, tako i politici, teži sve većoj specijalizaciji, kako bi na strateškoj, ali i operativnoj razini mogla odgovoriti specifičnim izazovima i potrebama pojedinih područja.

Odnosi s javnošću u lokalnoj samoupravi donedavno je bilo prilično neistraženo područje, a pojedini komunikacijski stručnjaci vođeni profesionalnim i etičkim načelima utirali su put razvoja odnosa s javnošću na tom području, definirali pravila i običaje dobre prakse. Svoja znanja su dijelili s drugima i tako pridonosili kredibilitetu discipline. Često je to bio naporan put, jer se stručnjak za odnose s javnošću nalazi u dvojakoj ulozi, između svojih poslodavca, uglavnom ljudi koji su ovisni o svojoj popularnosti, stranačkim rejtinzima i sferama moći, te građana, koji žele što kvalitetniji život u lokalnoj zajednici, a time i funkcionalnu vlast, podložnu željama i potrebama onih koji su ih birali. Dok bi prvi ponekad dvosmjernu komunikaciju s građanima, koju nalažu suvremeni odnosi s javnošću, radije zamijenili spinom, prikrivanjem ili obrtanjem činjenica, ovi drugi očekuju transparentnost, iskrenost i predanost. Zato je uloga komunikacijskih stručnjaka u političkoj sferi iznimno zahtjevna, podložna kompleksnim procjenama te različitim očekivanjima. Od njih se očekuje da pomire privatni i javni interes, stranački interes i interes građana, očekivanja svojih šefova i želje novinara, a da pritom ostanu svoji i očuvaju svoj kredibilitet, kao ključnu monetu na tržištu. To iziskuje, uz profesionalni pristup i visoke etičke i moralne odlike, kako ne bi postajali „potrošni igrači“ sa svakom promjenom političke garniture.

S druge strane, odnosi s javnošću u jedinicama lokalne samouprave imaju niz specifičnosti koji traže upućenost u mnoštvo područja – od poznavanja procedura donošenja odluka, preko nijansiranih odnosa s pojedinim ciljnim javnostima, do oblikovanja javne svijesti, rada za opće dobro, pridobivanja javnosti u ostvarenju često kratkoročno nerazumljivih, a dugoročno korisnih ciljeva i poteza.

Dobar dio komunikacijskih stručnjaka na ovom području bivši su novinari, koji su ulagali u sebe, usavršavali se i razvijali, kako bi mogli odgovoriti na izazove koje donosi novo radno mjesto. A očekivanja, kao i prakse su se brzo razvijale, nastojeći uzeti ono najbolje iz zapadnih iskustava i prilagoditi ga domaćim potrebama.

Autor ove knjige također je stasao iz prakse, gdje je ostavio iznimno zapažen utisak, razvijao se i usavršavao, nastojeći pratiti globalne trendove u ovom području i dijeliti ih s kolegama, doguravši do pozicije docenta na sveučilištu. Zato je ova knjiga metodološki dobro postavljena, sadržajna i sveobuhvatna, a istodobno pitka za čitanje i razumijevanje problematike. Njezina posebna vrijednost leži u činjenici da daje koristan teorijski pregled i istodobno praktični uvid, s posebnim fokusom na prakse lokalne samouprave u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini.

Tako u prvom poglavlju analizira funkcioniranje lokalne samouprave, njezinu svrhu i financiranje, daje uvid u ulogu odnosa s javnošću u suvremenom svijetu, kao i mogućnosti osposobljavanja za ovu sve traženiju profesiju. Drugo poglavlje je posvećeno specifičnosti poslova službenika za odnose s javnošću u jedinicama lokalne samouprave. Treće poglavlje govori o internoj komunikaciji, kao jednom od najvažnijih područja odnosa s javnošću, koje podrazumijeva komunikaciju unutar organizacija i sustava, a čija je svrha ne samo informiranje ili delegiranje, već i međusobno razumijevanje, dijalog, motivacija, ali i stvaranje organizacijske kulture. Strateško komuniciranje je tema četvrtog poglavlja, koje detaljno analizira procedure i prakse u upravljanju komuniciranjem – od analize, preko planiranja i provedbe do realizacije. Poglavlje donosi i rezultate istraživanja o posjedovanju komunikacijskih strategija i

strategija kriznog komuniciranja u jedinicama lokalne samouprave u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini, iz kojih vidimo goleme mogućnosti i potrebe, budući da razina strateškog komuniciranja još nije dovoljno osviještena. Sljedeće poglavlje je posvećeno kriznom komuniciranju kao jednom od najizazovnijih područja komunikacijskog djelovanja. Krizama nažalost svjedočimo svakodnevno i vidimo kako ju one organizacije koje su osposobljene i spremne, uistinu pretvaraju u priliku, dok onima koje to nisu nanosi nepopravljivu štetu, koja može rezultirati i političkom odgovornošću. Šesto poglavlje je posvećeno operativnom dijelu odnosa s javnošću – odnosima s medijima, na koje djelatnici i službenici za odnose s javnošću u lokalnoj samoupravi vjerojatno troše najviše vremena. Stoga, donosi detaljan uvid u alate i taktike koje imamo na raspolaganju. Sedmo poglavlje je posvećeno Internetu i odnosima s javnošću, te mogućnostima koje pruža sve digitalnije posredovanim odnosima s javnošću. Na to poglavlje se nadovezuje i sljedeće – osmo, koje se bavi mrežnim stranicama jedinica lokalne samouprave. Uz važnost tog područja i mogućnosti korištenja, autor donosi i analizu mrežnih stranica jedinice lokalne uprave u dvije susjedne države, odnosno razinu njihove kvalitete, sadržajnosti, ažuriranosti i sl.

Posljednja dva poglavlja donekle izlaze iz sfere odnosa s javnošću i na iznimno koristan način nas uvode u politologiju i sferu brendiranja. Naime,

deveto poglavlje se bavi utjecajem medija na razvoj i promociju participativne demokracije u jedinicama lokalne samouprave, a zadnje – načinima stvaranja imidža grada i mogućnostima njegova upravljanja, odnosno brendiranja destinacija. U sklopu zadnjeg poglavlja, autor uzima slobodu i predstavlja potencijale i mogućnosti svog rodnog Širokog Brijega kao brenda, kroz prigodno istraživanje.

Sva poglavlja su uređena na način kako bi odgovarala potrebama udžbenika, pa uz preporučenu literaturu donose i pitanja za provjeru znanja.

Knjiga je iznimno korisna, informativna i sadržajna, pisana razumljivim i jasnim stilom, pa će nedvojbeno pronaći svoju publiku – ne samo među studentima i onima koji se bave odnosima s javnošću u lokalnoj samoupravi, već i među političarima općenito, kako bi postali svjesniji moći komuniciranja, kao i široj javnosti koja je sve svjesnija svoje moći utjecanja na političke odluke i oblikovanje svoje budućnosti.

U Zagrebu 30. travnja 2023.

prof. dr. sc. Božo Skoko

redoviti profesor na Odsjeku za strateško komuniciranje Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska