South Eastern European Journal of Communication
University of Mostar / Volume 8, No. 1, Summer 2026

Znanstveni osvrt
UDK: 659.4:316.77
DOI 10.47960/2712-0457.2026.1.8.158

ĐORĐE OBRADOVIĆ*

PARADIGMATSKO PREMJEŠTANJE ODNOSA S JAVNOŠĆU U INTERPRETATIVNO SREDIŠTE ORGANIZACIJSKOGA DJELOVANJA

Znanstveni osvrt na koncept Zorana Tomića osmišljen u izvornome znanstvenome radu The Manager of Meaning in Contemporary Public Relations (SEEJC, Vol. 7, No. 2, 2025)

SAŽETAK

Ovaj znanstveni osvrt analizira teorijski doprinos izvornoga znanstvenoga rada Zorana Tomića Menadžer značenja u suvremenim odnosima s javnošću u kontekstu suvremene transformacije teorije odnosa s javnošću. Polazi se od teze da rad predstavlja paradigmatski pomak u razumijevanju discipline, premještajući njezino težište s komunikacijsko-instrumentalne razine na interpretativno-stratešku dimenziju organizacijskoga djelovanja. Koncept menadžera značenja interpretira se kao teorijska inovacija koja integrira semiotičku koncepciju značenja, organizacijsku teoriju sensemakinga, institucionalne pristupe legitimnosti te kulturnu analizu simboličke moći u koherentan model upravljanja interpretacijama. Osvrt pokazuje kako autor artikulira odnose s javnošću kao organizacijsku sposobnost stabilizacije značenja u uvjetima interpretativne višeznačnosti, digitalne fragmentacije i algoritamskoga posredovanja. Posebna se pozornost posvećuje poveznicama s teorijom komunikativnoga djelovanja (Habermas), sistemskom teorijom (Luhmann) i teorijom simboličkoga kapitala (Bourdieu), čime se konceptualna dubina rada smješta u širi teorijski horizont društvenih znanosti. Zaključno se argumentira da rad predstavlja teorijski zreo i metodološki poticajan doprinos razvoju odnosa s javnošću kao samosvjesne i konceptualno utemeljene discipline.

Ključne riječi: Zoran Tomić; upravljanje značenjem; menadžer značenja; interpretativna višeznačnost; legitimnost; sensemaking; javna sfera; simbolički kapital; organizacijska komunikacija.

* University of Dubrovnik, Dubrovnik, Croatia, dorde.obradovic@unidu.hr

UVOD: POTREBA ZA REINTERPRETACIJOM DISCIPLINE

Odnosi s javnošću kao disciplina razvijali su se u različitim teorijskim fazama: od propagandnih i publicističkih modela, preko funkcionalističkih i simetričnih koncepcija, do suvremenih relacijskih i institucionalnih pristupa (Grunig & Hunt, 1984). Ipak, ubrzana transformacija javne sfere – obilježena digitalizacijom, algoritamskim filtriranjem i participativnom kulturom – otvorila je pitanje dostatnosti postojećih teorijskih okvira.

U suvremenim uvjetima organizacijsko djelovanje ne ulazi u javnost kao stabilna činjenica, nego kao simbolički čin podložan konkurentnim interpretacijama. Značenje postaje promjenjiva i pregovarana kategorija. Upravo u tome kontekstu rad Zorana Tomića *Menadžer značenja u suvremenim odnosima s javnošću* predstavlja teorijski odgovor na potrebu za reinterpretacijom discipline.

Autor polazi od teze da odnosi s javnošću više ne mogu biti shvaćeni kao funkcija prijenosa informacija, nego kao organizacijska sposobnost upravljanja značenjem. Ova tvrdnja ima duboke ontološke implikacije: predmet discipline pomiče se s poruke na interpretaciju, s komunikacijskoga kanala na kulturni okvir, s informiranja na stabilizaciju značenja.

Takav pomak ima obilježja paradigme u kuhnovskome smislu jer redefinira temeljna pitanja discipline i kriterije njezine relevantnosti (Kuhn, 1962).

TEORIJSKA ARHITEKTURA: INTEGRACIJA SEMIOTIKE, ORGANIZACIJSKE TEORIJE I DRUŠTVENE MISLI

Teorijska snaga rada proizlazi iz njegove integrativne arhitekture. Polazeći od semiotičke koncepcije značenja (Ogden & Richards, 1923), autor pokazuje da značenje nije inherentno organizacijskomu djelovanju, nego nastaje u relacijskome procesu između organizacije i njezinih javnosti. Time se uspostavlja interpretativna ontologija kao temelj discipline.

Weickova teorija sensemakinga (1995) dodatno produbljuje ovu poziciju naglašavajući da organizacije kontinuirano proizvode smisao u uvjetima nesigurnosti. Sensemaking i sensegiving (Gioia & Chittipeddi, 1991) omogućuju precizno razlikovanje internih i eksternih interpretativnih procesa.

U širemu teorijskome okviru rad je moguće povezati s Habermasovom teorijom komunikativnoga djelovanja. Habermas (1984) legitimnost vidi kao rezultat racionalnoga diskurzivnoga procesa u javnoj sferi. Tomićev koncept menadžera značenja može se interpretirati kao organizacijski akter koji sudjeluje u tome diskurzivnome prostoru, pokušavajući uskladiti organizacijske namjere s normativnim očekivanjima javnosti.

S druge strane, Luhmannova sistemska teorija (1995) naglašava autonomiju komunikacijskih sustava i njihovu operativnu zatvorenost. U tome kontekstu upravljanje značenjem ne može značiti kontrolu, nego koordinaciju komunikacijskih procesa

unutar diferenciranih društvenih sustava.

Bourdieuova teorija simboličkoga kapitala (1991) omogućuje dodatno razumijevanje reputacije kao akumuliranoga simboličkoga resursa. Interpretativna stabilnost može se promatrati kao proces očuvanja i reprodukcije simboličkoga kapitala organizacije.

Ova teorijska umreženost pokazuje dubinu i zrelost rada.

MENADŽER ZNAČENJA KAO NOVA ORGANIZACIJSKA FIGURA

Koncept menadžera značenja predstavlja središnju inovaciju rada Zorana Tomića jer uvodi novu teorijsku figuru unutar organizacijskoga sustava. Ova figura nije samo proširenje postojećeg profesionalnog identiteta komunikacijskog stručnjaka nego promjena njegove strukturne pozicije.

U tradicionalnim modelima odnosa s javnošću komunikacijski stručnjak djeluje u fazi post factum — nakon što je odluka donesena, zadatak je oblikovati njezinu prezentaciju. U konceptu menadžera značenja komunikacijski akter sudjeluje u ranoj fazi odlučivanja, anticipirajući interpretativne implikacije organizacijskoga djelovanja. Time komunikacija prestaje biti sekundarna funkcija i postaje integralni dio strategijskoga procesa.

Ova promjena može se tumačiti kroz Bourdieuov pojam simboličkoga kapitala (Bourdieu, 1991). Organizacija raspolaže ne samo ekonomskim i društvenim kapitalom nego i simboličkim – akumuliranim povjerenjem, reputacijom i legitimnošću. Menadžer značenja postaje čuvar i akumulator toga simboličkoga kapitala, jer kroz interpretativne prakse utječe na njegovu reprodukciju ili eroziju.

Istodobno, u svjetlu Luhmannove sistemske teorije (1995), organizacija se može razumjeti kao komunikacijski sustav koji proizvodi i reproducira vlastite komunikacije. Menadžer značenja tada djeluje kao akter koji koordinira komunikacijske tokove između sustava organizacije i njezina okružja. Budući da su sustavi operativno zatvoreni, upravljanje značenjem ne može značiti izravnu kontrolu javnosti, nego upravljanje uvjetima komunikacije.

Habermasova teorija komunikativnoga djelovanja (1984) dodatno obogaćuje ovu interpretaciju. Organizacija djeluje u javnoj sferi u kojoj legitimnost proizlazi iz diskurzivne prihvatljivosti. Menadžer značenja stoga sudjeluje u procesu oblikovanja argumentacijskih okvira koji omogućuju racionalnu prihvatljivost organizacijskoga djelovanja. U tome smislu profesionalna uloga prelazi granice retoričke učinkovitosti i zadobiva normativnu dimenziju.

Time se koncept menadžera značenja Zorana Tomića pokazuje kao teorijski hibrid koji povezuje organizacijsku strategiju, simboličku moć i javnu legitimnost.

INTERPRETATIVNA VIŠEZNAČNOST I STABILNOST

Interpretativna višeznačnost predstavlja analitičku kategoriju koja zahvaća temeljni izazov suvremenih organizacija. U pluralnome i medijski fragmentiranome društvu

organizacijski čin proizvodi višestruke interpretacije. Ova pluralnost nije anomalija, nego strukturna značajka suvremene javne sfere.

Digitalne platforme dodatno radikaliziraju ovu višeznačnost. Algoritamsko posredovanje redistribuira vidljivost interpretacija, često privilegirajući konfliktne i polarizirajuće narative (Tufekci, 2017). Time se interpretativni rizik povećava, jer organizacija gubi monopol nad vlastitim narativom.

U tome kontekstu interpretativna stabilnost postaje ključan analitički cilj. Stabilnost ne podrazumijeva potpun konsenzus, nego relativnu konvergenciju interpretacija koja omogućuje organizacijsko djelovanje bez stalnoga reputacijskoga poremećaja. Ona je procesualna i dinamična kategorija, a ne statična činjenica.

Suchmanova (1995) koncepcija legitimnosti kao percepcije prikladnosti može se reinterpretirati kroz ovu prizmu. Legitimnost se pojavljuje kada se interpretacije stabiliziraju unutar dominantnih kulturnih okvira. U tome smislu upravljanje značenjem postaje proces stabilizacije kulturnih kodova koji organizaciju čine razumljivom i prihvatljivom.

Ova perspektiva otvara prostor za empirijska istraživanja interpretativnih ciklusa: kako se značenja formiraju, destabiliziraju i ponovno stabiliziraju u različitim fazama organizacijskoga djelovanja.

NORMATIVNA DIMENZIJA I ETIČKI OKVIR

Uvođenje normativne dimenzije jedan je od najvažnijih aspekata rada. Zoran Tomić ističe da se upravljanje značenjem ne može reducirati na instrumentalnu manipulaciju percepcijama. Takav redukcionizam bio bi teorijski plitak i normativno problematičan.

Habermasova distinkcija između komunikativnoga i strateškoga djelovanja (1984) korisna je za razjašnjenje ove dimenzije. Komunikativno djelovanje usmjereno je na postizanje razumijevanja, dok je strateško usmjereno na uspjeh. Menadžer značenja nalazi se na napetoj granici između ova dva oblika djelovanja. Dugoročna legitimnost može se postići samo ako interpretativne prakse zadrže komunikativnu racionalnost, odnosno ako uvažavaju pluralnost perspektiva.

Bourdieuov koncept simboličke moći dodatno upozorava na rizik dominacije kroz diskurs (Bourdieu, 1991). Upravljanje značenjem stoga mora biti svjesno vlastitoga potencijala simboličke dominacije i ograničeno etičkim principima.

Rad pokazuje teorijsku samosvijest u tome pogledu, jer jasno razlikuje koordinaciju interpretacija od njihove kontrole. Ova distinkcija čini teoriju normativno održivom.

DOPRINOS RAZVOJU DISCIPLINE I IMPLIKACIJE

Doprinos rada može se sistematizirati na nekoliko razina.

Na teorijskoj razini Zoran Tomić redefinira predmet discipline: odnosi s javnošću više nisu prvenstveno

komunikacijski alati, nego organizacijska sposobnost upravljanja značenjem.

Na metodološkoj razini rad potiče razvoj interpretativnih i diskurzivnih metoda istraživanja. Analiza narativa, kulturnih kodova i digitalnih interpretativnih mreža postaje legitimno istraživačko polje.

Na profesionalnoj razini redefinira se identitet komunikacijskih stručnjaka. Strateška uključenost u procese odlučivanja postaje nužan uvjet učinkovite prakse.

U širemu akademskome kontekstu rad pridonosi konsolidaciji odnosa s javnošću kao interdisciplinarne discipline koja povezuje organizacijsku teoriju, sociologiju komunikacije i kulturne studije.

ZAKLJUČAK

Izvorni znanstveni rad Zorana Tomića Menadžer značenja u suvremenim odnosima s javnošću predstavlja teorijski zreo doprinos koji disciplinu smješta u interpretativno središte organizacijskoga djelovanja. Integracijom semiotičke ontologije, organizacijskoga sensemakinga i normativne teorije javne sfere, autor uspostavlja konceptualni okvir sposoban objasniti suvremene izazove legitimnosti i reputacije.

Paradigmatski karakter rada ogleda se u redefiniciji temeljne funkcije odnosa s javnošću: stabilizacija značenja postaje njihov primarni cilj. Time se disciplina emancipira od instrumentalne percepcije i afirmira kao strateška organizacijska sposobnost.

Ova teorijska pozicija otvara mogućnost daljnjega razvoja empirijskih istraživanja, posebno u području digitalnih interpretativnih dinamika, krizne komunikacije i upravljanja simboličkim kapitalom.

U konačnici, rad ne predstavlja samo teorijski doprinos nego i konceptualni okvir za buduću generaciju istraživača i praktičara, potvrđujući zrelost discipline i njezinu sposobnost samorefleksije.

OSNOVNA LITERATURA - PREDMET OSVRTA

- Tomić, Z. (2025), The Manager of Meaning in Contemporary Public Relations, South East European Journal of Communication, 7(2), 7-22

DOPUNSKA LITERATURA

- Bourdieu, P. (1991). Language and symbolic power. Harvard University Press.
- Gioia, D. A., & Chittipeddi, K. (1991). Sensemaking and sensegiving in strategic change. Strategic Management Journal, 12(6), 433–448.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing public relations. Holt, Rinehart and Winston.
- Habermas, J. (1984). The theory of communicative action (Vol. 1). Beacon Press.
- Kuhn, T. S. (1962). The structure of scientific revolutions. University of Chicago Press.
- Luhmann, N. (1995). Social systems. Stanford University Press.
- Ogden, C. K., & Richards, I. A. (1923). The meaning of meaning. Routledge.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. Academy

of Management Review, 20(3), 571–610.

- Tufekci, Z. (2017). Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest. Yale University Press.
- Weick, K. E. (1995). Sensemaking in organizations. Sage.