

**Goran Pavelin, *Odnosi s javnošću u funkciji potpore arhivskom menadžmentu i menadžmentu događanja* (Zagreb: Alinea, 2017), 425 str.**

Izdavačka kuća Alinea tiskala je 2017. godine knjigu autora Gorana Pavelina *Odnosi s javnošću u funkciji potpore arhivskom menadžmentu i menadžmentu događanja*. Shodno naslovu, knjiga je podijeljena na dva dijela. Prvi dio bavi se pitanjem odnosa s javnošću u funkciji potpore arhivskom menadžmentu. Drugi dio odnose s javnošću promatra u funkciji potpore menadžmentu arhivskih događanja. Svaki se navedeni dio sastoji od triju poglavlja, od kojih se svaki dalje dijeli na podcjeline i još uže podtematske cjeline. Uz navedeno, knjiga sadržava predgovor i pogovor te popis ilustracija, priloga i literature.

U prvom poglavlju *Mogućnosti primjene odnosa s javnošću u poslovanju suvremenih arhiva* (str. 23-100) autor polazi od povijesnoga razvoja i poimanja važnosti arhivskih ustanova i arhivskoga gradiva za društvo i korisnike. Poglavlje se nastavlja definiranjem arhivskoga menadžmenta i prikazom njegovih četiriju temeljnih područja: definiranje programa, planiranje i praćenje, organizacija i upravljanje resursima. Arhivski odnosi s javnošću, kao disciplina arhivskoga menadžmenta, definirani su kao složen komunikacijski proces koji bi, fokusiranjem na usklađivanje javnih i privatnih interesa, trebali biti u funkciji upravljanja imidžom arhiva te, ovisno o mogućnostima, podupirati njegove marketinške (oglašivačke) aktivnosti. Osobiti naglasak u ovom poglavlju stavljen je na publikacije, s obzirom na to da je riječ o dugoročnijoj i lakše mjerljivoj tehnici odnosa s javnošću. No, ovisno o utvrđenim prioritetima ciljanih skupina kojima se želi obratiti, u knjizi su analizirane druge tehnike i alati arhivskih odnosa s javnošću, primjerice: vlastita obavijesna pomagala, vodiči arhivskoga gradiva u tiskanom i digitalnom obliku, publikacije velikih razmjera i informativni materijal za medije.

U drugom poglavlju *Odnosi s javnošću arhiva s aspekta volonterskog menadžmenta* (str. 101-104) razmatrana je mogućnost rješavanja kroničnoga nedostatka stručnih arhivskih djelatnika uvođenjem volonterskoga menadžmenta. Poglavlje tako donosi iscrpnu evaluaciju postupka uključivanja volontera u organizaciju arhivskih programa, koji uključuje postupak planiranja uključivanja volontera, organiziranje volonterskoga menadžmenta, novačenje arhivskih volontera, supervizijske postupke i praćenje, upravljanje rizicima i nagrađivanje volontera.

U trećem poglavlju *Uloga savjetovanja arhivskih odnosa s javnošću u stjecanju financijske potpore* (str. 141-184) analizirani su postupci koji bi mogli doprinijeti pribavljanju financijske potpore arhivima. Po uzoru na američke archive ističe se mogućnost osnivanja *prijateljske skupine*, čija je glavna misija izravno pozivanje pojedinaca iz različitih sfera da podijele svoj entuzijizam i zahvalnost za arhiv te da na opipljiv način pridonesu njegovu rastu. Djelatnost prijateljske

skupine autor je prikazao kroz mogućnost osnivanja dvaju njezinih odbora: za razvoj i za evaluaciju, te u okviru predstavljanja arhiva na sajmovima knjiga.

Za razliku od prvoga dijela knjige, u kojem je na primjerima inozemnih arhiva razmatrao mogućnost uvođenja novih tehnika i raznih oblika pomoći domaćim arhivskim odnosima s javnošću s ciljem poboljšanja cjelokupnoga poslovanja, prepoznatljivosti u javnosti i povećanja potražnje za arhivskim gradivom, u drugom dijelu autor se više fokusirao na analizu i mogućnosti poboljšanja menadžmenta arhivskih događanja, koji je u hrvatskim državnim arhivima zastupljen u velikoj mjeri.

Četvrto poglavlje *Event management ili upravljanje događanjima* (str. 187-269) polazi od poimanja postupka planiranja i organiziranja događanja te njegove kategorizacije prema različitim vrstama i tipovima. Autor nadalje skreće pozornost na *event management* kao poželjne kompetencije odnosa s javnošću, zatim na njegov suodnos s marketingom, a na kraju iznosi sličnosti i razlike između znanstvenih grana marketinga i odnosa s javnošću te mogućnosti njihova povezivanja u integrirane marketinške komunikacije (IMC).

U istom poglavlju autor navodi temeljne aktivnosti u postupku planiranja događanja, koje je podijelio u šest faza: određivanje ciljeva planiranja i ciljanoga tržišta, odnosno publike; provođenje istraživanja o ključnom činitelju uspjeha; utvrđivanje vještina i resursa potrebnih za provedbu događanja; povezivanja vještina i resursa s kojima se raspolaze s ključnim činiteljem uspjeha; razvoj strategije; finaliziranje plana. Sam kraj poglavlja posvećen je pitanju evaluacije događanja, čiji bi smisao trebao biti u dobivanju povratnih informacija pomoću kojih bi se odredila ključna strategija organizacije budućih sličnih ili istih događanja.

U petom poglavlju *Integriranje događanja u plan arhivskih odnosa s javnošću* (str. 271-390) autor je približio teorijski okvir za planiranje arhivskih događanja i njegova ishodišta, što uključuje: stjecanje financijske potpore, edukaciju javnosti, osposobljavanje korisnika i planiranje komunikacijskoga programa usmjerenoga na javnost. Tako se u vidu edukativne misije arhiva mogu organizirati manja predavanja, razgledi, seminari i radionice. S ciljem stvaranja pozitivnoga arhivskog imidža u javnosti, poglavlje donosi postupak planiranja i organizacije znanstvenih konferencija u ingerenciji arhiva, a na isti način pokušava doprinijeti organizaciji arhivskih izložbi i obljetnica. U tom smislu autor donosi postupke koji omogućavaju uspješno upravljanje njihovom izvedbom, svim popratnim zbivanjima i protokolom.

Svakako je hvalevrijedno autorovo nastojanje da pomogne arhivistima u javnim nastupima, pripremi predavanja i menadžmentu seminara i radionica, a osobito je korisna podcjelina pod naslovom *Arhivisti i javno izlaganje*, koja uključuje definiranje, analizu i evaluaciju javnoga govora, elemenata komunikacij-

skoga procesa i javnosti te donosi smjernice za korištenje prikladnoga vokabulara u javnim govorima i upotrebu vizualnih pomagala (*PowerPoint* prezentacije).

U posljednjem, šestom poglavlju knjige *Istraživanje hrvatskih državnih arhiva o upravljanju organiziranih događanja* (str. 391-406) autor donosi rezultate istraživanja menadžmenta u hrvatskim državnim arhivima koje je proveo uspostavom kontakata i pokusnim razgovorima s pojedinim arhivima te slanjem elektroničkoga upitnika. Prikupljeni podatci objavljeni su prosuđivanjem, u pisanoj interpretaciji i uz tablično sistematiziranje i grafičko prikazivanje, što uvelike pridonosi identifikaciji trenutačnoga menadžmenta događanja u hrvatskim državnim arhivima te donošenju smjernice za njegovo unaprjeđenje.

Ovo dvostruko recenzirano izdanje (recenzenti prof. dr. Hrvoje Stančić i doc. dr. sc. Đorđe Obradović) autora dr. sc. Gorana Pavelina, znanstvenoga suradnika u Odjelu za turizam i komunikacijske znanosti Sveučilišta u Zadru, donosi iscrpnu analizu suvremenih trendova u arhivskim institucijama u kontekstu potpore odnosa s javnošću arhivskomu menadžmentu. Osobiti naglasak u knjizi stavljen je na planiranje i organizaciju arhivskih događanja, znanstveno istraživanje percepcije arhivskih ustanova u javnosti i stanja menadžmenta u hrvatskim državnim arhivima s ciljem poboljšanja cjelokupnoga poslovanja arhivskih ustanova i izgradnje pozitivnoga imidža u javnosti. S obzirom na to da većina hrvatskih državnih arhiva nema odjele ni stručne djelatnike za odnose s javnošću, knjiga može poslužiti kao priručnik za korištenje postojećih vještina i znanja samih djelatnika te integraciju vanjskih raspoloživih i dostupnih resursa s ciljem stvaranja baze na kojoj će se graditi novi arhivski programi.

Kako je navedeno u predgovoru, knjiga je prije svega namijenjena stručnim djelatnicima arhivskih ustanova koji se bave korisnicima i javnošću. Namijenjena je i studentima arhivistike te polaznicima drugih studijskih usmjerenja u okviru znanstveno-istraživačkih radova i projekata informacijskih i komunikacijskih znanosti. Na kraju, ovo izdanje namijenjeno je svekolikoj javnosti koja se želi informirati o poteškoćama u radu hrvatskih državnih arhiva.

U konačnici, osim u arhivskim ustanovama, knjiga može pridonijeti unaprjeđenju kvalitete odnosa s javnošću u drugim kulturnim institucijama (muzeji, knjižnice) s ciljem poboljšanja vlastitoga menadžmenta i ugleda u javnosti.

*Dijana Cenger*