

**ODNOSI S JAVNOŠĆU U JEDINICAMA LOKALNE
SAMOUPRAVE BOSNE I HERCEGOVINE SA POSEBNIM
OSVRTOM NA GRAD SARAJEVO**

**PUBLIC RELATIONS IN B-H LOCAL SELF-GOVERNING
UNITS WITH SPECIAL REFERENCE
TO THE CITY OF SARAJEVO**

Sažetak

Ovaj rad se bavi ispitivanjem mjesta i uloge koju odnosi s javnošću imaju u gradovima i općinama kao institucijama lokalne samouprave Bosne i Hercegovine s posebnim osvrtom na glavni grad BiH, zatim utvrđivanjem značaja koji imaju (ili bi trebali imati) odnosi s javnošću u postizanju pune transparentnosti i odgovornosti navedenih institucija prema građanima i drugim javnostima te kreiranju i razvijanju pozitivnog imidža grada ili općine. Provedena istraživanja na kojima se zasniva ovaj rad su pokazala kako su odnosi s javnošću u ovim institucijama posljednjih godina doživjeli određeni razvoj, ali još nisu dostigli razinu kakvu zahtijevaju standardi upravljanja gradom i općinom Evropske unije. U radu je, pored ostalog, dokazano da se institucije svih razina vlasti u BiH u ovom tranzicijskom periodu još nisu oslobodile ostataka modela jednosmjernog komuniciranja s javnošću, kakav je bio dominantan u vrijeme državnog etatizma u prethodnom sistemu.

Ključne riječi: *odnosi s javnošću, institucije vlasti, država, vlada, lokalna samouprava, javnost, građani, komunikacija, strategija, ugled, imidž.*

Summary

This paper is concerned with the place and the role that public relations play in the cities and municipalities as institutions of local self-government in Bosnia and Herzegovina, with special attention given to the capital of Bosnia and Herzegovina, and the defining of significance that public relations have (or they should) in achieving full institutional transparency and responsibility in question with regard to its citizens and the

public, as well as the creation and development of a positive image of the city or municipality. The research on which this study is based has shown that public relations in these institutions have reached certain level of development, but still have not met the EU standards of city and municipality government. The paper also shows that the institutions at all levels of B&H government in this transitional period have not yet liberated themselves from the remnants of the model of one-way communication with the media, which was dominant in the period of the previous system's stateism.

Key words: *public relations, governmental institutions, state, government, self government, public, citizens, communication, strategy, reputation, image.*

Uvod

Odnosi s javnošću u lokalnoj upravi veoma su važan dio demokratskog i transparentnog funkcioniranja lokalne uprave, kao administrativno-političke, ekonomske i socijalne cjeline, koja je strukturno veoma složena i kompleksna. Prema Brianu Harveyju, lokalne vlasti se razlikuju prema tome koliko važnosti pridaju profesionalnoj praksi odnosa s javnošću (Theaker, 2003:263). Demokracija je sama po sebi najbolji test za mjerenje razvijenosti odnosa s javnošću u institucijama lokalne i vlasti na svim razinama, jer se ne smije izgubiti iz vida činjenica da funkcionere koji dolaze uglavnom iz politike na to mjesto biraju građani (koji su ustvari javnost), sav njihov rad namijenjen je stanovništvu date lokalne zajednice (opet javnosti), njihov rad finansiraju poreski obveznici (javnost) te odgovaraju svojim vijećima, skupštinama i biračima (javnosti). Javnost je definitivno alfa i omega cijelog sistema funkcionisanja organa uprave, a odnos funkcionera s javnošću/javnostima je karika bez koje taj sistem naprosto ne može demokratski funkcionirati. Za razliku od ranije ukorijenjenih stajališta da javnost nema pravo baš sve znati o radu institucija vlasti, u savremenim uvjetima situacija se mijenja. Javno mnijenje dobiva na značaju unutar institucija vlasti i političke elite su svjesne da o svom radu, za koji su plaćene sredstvima građana, moraju svakodnevno informirati te iste građane. Drugim riječima kazano, u interesu je izabranih političkih funkcionera da građani kao biračko tijelo što bolje razumiju politiku koju oni provode i sve ono što oni u ime građana rade. Na taj način funkcioneri potvrđuju legitimitet koji su od birača dobili te nastoje ponovno dobiti njihovo povjerenje i glas na sljedećim

izborima. Prema S. Cutlipu i saradnicima (Katlip, Senter, Brum, 2006: 453), vladini programi za odnose s javnošću, a to su i programi lokalnih vlasti, imaju tri zajednička cilja:

1. informiranje biračkog tijela o djelatnostima državne ustanove, institucije,
2. osiguravanje aktivne saradnje u vladinim programima, programima institucija lokalne samouprave,
3. pridobivanje podrške građana za uhdan politiku i programe.

Jedinice lokalne samouprave jedan su od glavnih temelja svakog demokratskog društva, naglašava se u *Evropskoj povelji o lokalnoj samoupravi*

¹. „Lokalna samouprava podrazumijeva pravo i osposobljenost lokalnih vlasti da, u granicama zakona, reguliraju i rukovode znatnim dijelom javnih poslova, na osnovu vlastite odgovornosti i u interesu lokalnog stanovništva.”² Ovaj značajni akt Vijeća Evrope precizirao je da će ovo svoje pravo lokalne vlasti vršiti putem izabranih organa te decidno rekao kako ovo pravo ni u kom smislu neće derogirati oblike neposrednog učešća građana u odlučivanju³. S druge strane, u *Evropskoj gradskoj povelji* za građane se kaže da su osnova lokalne demokracije. „Oni su partneri izabranih predstavnika i funkcionera lokalne uprave, u planiranju i rukovođenju zajednicom. Da bi upražnjavali ove dužnosti, moraju biti informirani o svim glavnim planovima koje su zamislili njihovi izabrani predstavnici i funkcioneri.”⁴ U tom smislu osnovna je demokratska obaveza i zadatak izabranih predstavnika u organima institucija lokalne samouprave da konzistentno informiraju građane o svome radu i potiču ih na što veću participaciju u odlučivanju, u čemu im značajno mogu pomoći razni programi institucionalnih odnosa s javnošću, a sve s ciljem postizanja zadovoljavajuće razine razumijevanja i podrške između tih institucija i njezinih različitih javnosti. Napretkom društva građani sve više postaju zahtjevni potrošači na tržištu koji imaju i sve veća očekivanja od

¹ Donesena 1985. godine u Vijeću Evrope. BiH ju je ratificirala 21. 10. 1994. godine.

² Član 3.1. Evropske povelje o lokalnoj samoupravi.

³ Najčešći propisani oblici neposrednog učešća građana u odlučivanju kod nas su: javne rasprave, mjesni zborovi građana, inicijative, podnesci i pritužbe te referendum koji se u praksi, kako su pokazala određena istraživanja, najmanje provodi.

⁴ Evropska gradska povelja koju je usvojila Stalna konferencija lokalnih i regionalnih vlasti Evrope (CLRAE) 18. marta 1992, na sjednici održanoj tokom godišnje Plenarne skupštine CLRAE (17–19. marta 1992, Strazbur).

lokalne samouprave, a državni službenici i funkcioneri moraju osigurati stalno zadovoljenje tih potreba građana, među kojima su i potrebe za informacijama, putem odnosa s javnošću.

Odnosi s javnošću u institucijama lokalne samouprave u nezavisnoj i suverenoj državi, Bosni i Hercegovini, počinju se javljati u periodu od 1992. do 1995. godine, dakle u periodu agresije na BiH i u vrlo teškim prilikama za rad tih institucija. U nekim općinama tada su postojale osobe zadužene za informiranje javnosti, a u rijetkim su funkcionirale i službe kao organizacione jedinice za tu oblast. Međutim, ratne prilike podređivale su misiju i ulogu tih službi i njihovih institucija, kao i samu prirodu komuniciranja s javnošću, i nisu dozvoljavale da se provodi prava svrha PR-a. Intenzivniji razvoj odnosa s javnošću na lokalnom nivou vlasti bilježi se tek poslije 2000. godine demokratizacijom bosanskohercegovačkog društva, jačanjem uloge javnog mnijenja, osnivanjem brojnih medija i rastom njihovih komunikacijskih potreba, razvojem odnosa s javnošću na višim razinama vlasti i u međunarodnim institucijama te, što je vrlo važno, donošenjem propisa koji reguliraju ovu oblast⁵. Odnosi s javnošću i danas, deset godina poslije njihovog intenzivnijeg razvoja i afirmacije, u lokalnoj samoupravi prolaze kroz jedan dinamičan period.

Odnosi s javnošću u gradu Sarajevu i gradskim općinama

Da bismo ispitali mjesto i ulogu odnosa s javnošću u institucijama lokalne samouprave, značaj odnosa s javnošću u postizanju pune transparentnosti i odgovornosti navedenih institucija prema građanima te u konačnoj funkciji odnosa s javnošću u razvijanju pozitivnog imidža grada ili općine, proveli smo tri paralelna znanstvena istraživanja.⁶ Znanstvene metode koje su nam poslužile u svim fazama istraživanja bile su: metoda anketiranja, metoda studija slučaja te deskriptivna, komparativna i historijska metoda.

⁵ Bosna i Hercegovina je prva država u regiji koja je 2000. godine dobila Zakon o slobodi pristupa informacijama, prvo na nivou države a zatim 2001. godine i u oba entiteta. Zakon je stupio na snagu osam dana nakon objavljivanja, a njegova primjena je započela šest mjeseci kasnije: u Republici Srpskoj u novembru 2001. godine, a u Federaciji BiH 1. februara 2002. godine.

⁶ Nosilac istraživanja bio je autor ovog teksta u okviru pripreme doktorske disertacije. Istraživanja su provedena u periodu mart – juli 2010. godine.

Prvo istraživanje sastojalo se iz anketnog upitnika, sa 21 pitanjem zatvorenog tipa, namijenjenog građanima Sarajeva kojim su ispitani stavovi 400 građana iz četiri gradske općine (Stari Grad, Centar, Novo Sarajevo i Novi Grad). Cilj ovog istraživanja bio je da se utvrdi: postizanje *feedbacka* u komunikaciji institucija lokalne samouprave sa građanima kao najznačajnijom javnošću, mogućnosti participacije građana u odlučivanju na lokalnom nivou kroz komunikaciju sa lokalnim zvaničnicima i administracijom, stavovi građana spram odnosa medija kao komunikacijskih posrednika prema gradu i općini, ispitivanje stavova građana kroz tzv. kontrolna pitanja. Ovim istraživanjem došli smo do rezultata koji su pokazali da su anketirani građani u najvećem procentu nezadovoljni komunikacijom koju ostvaruju sa institucijama lokalne samouprave u gradu Sarajevu pa su iz tog razloga i vrlo nepovjerljivi prema njima, mada je kod mnogih ispitanika bio vidljiv animozitet na spomen institucija vlasti uopće. Ispitanici su u najvećem procentu na postavljena pitanja odgovorili: da nisu dobili pravovremeni odgovor kada su se upitom obraćali općini ili gradu ili se uopće nisu ni obraćali, da vijećnici ne slušaju njihov nego glas političkih stranaka koje su ih na to mjesto kandidirale, da najčešće nisu bili pitani za odluke koje se tiču sredine u kojoj žive a prije nego su donesene u vijeću te da nikada nisu bili uključeni u istraživanje javnog mnijenja koje je provodila općinska ili gradska administracija. Međutim, moramo kazati kako je s druge strane uočeno da ne postoji inicijativa i zainteresiranost kod samih građana. Inertan je odnos građana prema propisanim mogućnostima participacije u donošenju odluka koje se tiču zadovoljenja njihovih životnih potreba. Uzevši u obzir diferencijaciju američkih PR teoretičara Gruniga i Hunta, možemo na temelju ovog istraživanja konstatirati da su u gradu Sarajevu najzastupljenije nejavnosti, a najnezastupljenije aktivne javnosti.⁷ Stoga ostaje zadatak lokalnim vlastima da iznađu komunikacijske modalitete potpunog animiranja građana da im budu partneri, a ne pasivni posmatrači u odlučivanju.

⁷ **Nejavnosti** su one koje se ne suočavaju s problemom ili situacijom u kojoj učestvuju, kojom su pogođene. Razina njihove uključenosti je vrlo niska i neefikasna. **Aktivne javnosti** su one koje komuniciraju i koje se organiziraju da bi nešto poduzele u određenoj situaciji. Cit. pr.: James Grunig i Todd Hunt, „Managing Public Relations“, 1984.; 145. u knjizi Zorana Tomića „Odnosi s javnošću – teorija i praksa“, str. 80, Synopsis, Zagreb – Sarajevo.

Drugo paralelno istraživanje⁸ poslužilo je za analiziranje stavova predstavničkog tijela građana (Gradskog vijeća i općinskih vijeća) i izvršnog organa (gradonačelnika i načelnika općine) u institucijama lokalne samouprave u glavnom gradu Bosne i Hercegovine o komunikaciji institucija koje zastupaju i predstavljaju sa građanima kao jednoj od najvažnijih ciljnih javnosti u lokalnoj samoupravi te predsjednika savjeta mjesnih zajednica kao izvršnog tijela mjesne zajednice u kojima dolazi do neposrednog učestvovanja građana u odlučivanju o lokalnim poslovima i u kojima se ostvaruje mjesna samouprava i naučno poređenje tih stavova sa stavovima građana. To je poređenje pokazalo dijametralno suprotne stavove lokalnih zvaničnika i građana o međusobnoj komunikaciji i uvažavanju, što je osnovna premisa odnosa s javnošću, zatim suprotne stavove u pogledu mogućnosti demokratskog učešća građana u odlučivanju na lokalnom nivou. Podaci do kojih smo došli na temelju provedenog istraživanja govore u prilog činjenici da u institucijama lokalne samouprave grada Sarajeva nije ostvaren dvosmjerno-simetrični model odnosa s javnošću, budući da je istraživanje pokazalo kako u komunikaciji s javnošću nisu naglašene povratne (feedback) veze, stručnjaci za odnose s javnošću nisu prepoznati kao medijatori između institucije i njenih javnosti te nije ostvarena odgovarajuća razina razumijevanja između institucija lokalnih vlasti i građana kao i ostalih javnosti, koja bi trebala da karakteriše uspješno razvijene odnose s javnošću, a primjetno je da komunikaciju često prati i sama persuazija. Iz ovoga bi se mogao proizvesti zaključak da službe za odnose s javnošću nastavljaju praksu službi za informiranje iz socijalističkog perioda.

Nadalje je uočeno da institucije lokalne samouprave strateški ne koriste moć odnosa s javnošću, što gradovi i općine Zapada čine uspješno već nekoliko decenija u komunikaciji s ciljnim i drugim javnostima. Strategije komunikacije se vrlo malo ili uopće ne koriste u kriznim situacijama, gdje bi one trebale biti neizostavan alat. Zbog sve češćih kriznih situacija (poput ubistava, eksplozija, poplava, požara, štrajkova i protesta itd.), u kojima oni koji predstavljaju gradove i općine kao institucije dolaze u centar pažnje javnosti, prepoznate su tri faze u kojima se može strateški komunicirati: priprema za krizu

⁸ U ovom istraživanju korišten je upitnik sa 29 pitanja, otvorenog i zatvorenog tipa, kombinovano.

(preventiva), komuniciranje za vrijeme trajanja krize i oporavak i komunikacija nakon krize (saniranje posljedica). Stoga se u ovom radu sugerira priprema kriznih strategija i planova te formiranje kriznih timova koji bi trebali upravljati komunikacijom za vrijeme krizne situacije.

Strateški se moraju voditi i odnosi s medijima i to proaktivni odnosi uz neizostavne krizne i reaktivne odnose koji se uobičajeno vode s medijima. Mediji imaju ono što institucijama uprave treba, oni imaju milionski auditorij, a institucijama treba publicitet, uz to mediji imaju značajan i ponekad presudan utjecaj na ciljne javnosti. Mediji kao komunikacijski posrednici između lokalne samouprave i građana imaju integralnu ulogu u stvaranju javnog mišljenja. Ovo istraživanje je pokazalo da građani Sarajeva svoje potrebe za informacijama o radu općine ili grada najčešće zadovoljavaju putem medija. S druge strane, anketiranjem građana je utvrđeno da mediji u svom izvještavanju ne posvećuju dovoljno pažnje temama iz lokalne samouprave, a to su priznali i anketirani urednici iz medija. Stoga ostaje obaveza institucijama lokalne samouprave da kontinuirano vode proaktivne odnose s medijima i na taj način ostvaruju pravu svrhu PR-a, a to je poboljšanje ugleda institucije, u čemu mediji mogu mnogo pomoći. Odnosi s javnošću pružaju šansu da se njihovim planskim, organiziranim i sistemskim korištenjem ostvare izvanredni rezultati na polju kreiranja i razvijanja pozitivnog imidža grada u ostvarenju ekonomskih, komunikacijskih i drugih interesa. Kada je Sarajevo u pitanju, neki rezultati u brendiranju već su vidljivi posebno kada se uzmu u obzir neki kulturni *eventi* poput Sarajevo Film Festivala (SFF), ali na tome se još mnogo može uraditi dugoročno, sistemski i organizirano. Sarajevo se još 1984. godine dokazalo velikim PR uspjehom – do tada najboljom organizacijom 14. zimskih olimpijskih igara.

Na osnovu već iznesenih argumenata sugerira se svim institucijama lokalne samouprave da donesu strategiju odnosa s javnošću. Ona treba odražavati viziju sa jasno definiranim prioritetima i zadacima u komunikaciji sa ciljnim i ostalim javnostima. Strategija treba krenuti od analize trenutne komunikacije u gradu ili općini korištenjem SWOT analize (snage, slabosti, mogućnosti, prijetnje) i prijedlogom mjera za njeno unapređenje. Strategija mora utvrditi modele i procedure interne komunikacije unutar gradske ili općinske

uprave kao i eksterne komunikacije izvan institucije. Interna komunikacija mora obuhvatiti vertikalnu (komunikaciju naniže i komunikaciju naviše) i horizontalnu komunikaciju. Eksterna komunikacija mora obuhvatiti sve ciljne javnosti, odnosno grupe kojima se institucija obraća.⁹ Odnosi s javnošću u institucijama lokalne samouprave moraju imati svoje budžete srazmjerne komunikacijskim potrebama. Šta znače PR strategije i planovi ako nema finansijskih sredstava kojima će se strateške aktivnosti finansirati ili stručnih i kompetentnih PR djelatnika koji će na njima raditi.¹⁰ Stalno se treba imati na umu da se svako ulaganje u odnose s javnošću vraća višestruko. Također je vrlo važno pravilno pozicioniranje odnosa s javnošću u organizacionoj strukturi institucija lokalne samouprave te adekvatna kadrovska osposobljenost PR službi. One bi morale imati voditelja (ili šefa), glasnogovornika (glasnogovornike), službenike za odnose s medijima, službenike za odnose s građanima, službenike za internu i eksternu komunikaciju, odnosno službenike za ciljne javnosti, službenike za istraživanje i upravljanje u odnosima s javnošću, službenike za brendiranje općine ili grada, službenike za protokol, njihove asistente i tehničko, tj. pomoćno osoblje. Obim posla i brojnost uposlenih mogu utjecati na reorganiziranje PR službi na odjele.

Da bi jedinice lokalne samouprave ojačale svoje kapacitete a time i bile efikasne u službi građana, prvenstveno u domenu komunikacije i razmjene informacija, pristupaju uvođenju sistema kvaliteta ISO 9001:2000 u gradsku i općinsku upravu, a što je i jedna

⁹ Sastavni dijelovi strategije trebaju biti: kratak pregled nalaza revizije komunikacije, ključni prioriteti, jasni strateški ciljevi, ključne poruke, media plan, važni događaji za grad ili općinu, raspoloživa budžetska sredstva, komunikacioni alati, monitoring ili načini mjerenja uspjeha, evaluacija i operativni plan. Veoma je poželjno pored definiranih prioriteta i zadataka u strategiji odrediti i rokove kako bi i sam monitoring lakše bilo izvesti. Strategija treba predvidjeti provođenje kvalitativnih i kvantitativnih istraživanja, neophodnih za što preciznije definiranje strateških ciljeva i pravaca djelovanja. Strategija treba predstavljati „štiti radni dokument“, koji će se periodično moći unapređivati i ažurirati, a iza nje trebaju stajati najviši organi institucije lokalne samouprave.

¹⁰ U ovom kontekstu zanimljiv podatak je iz Gradske uprave Beča da se za odnose s javnošću u budžetu godišnje osigurava 47,4 miliona eura. Da ne bi zvučalo megalomanski, intencija nije bila da se porede Sarajevo i Beč, koji je uzgred daleko razvijeniji grad, a zatim i teritorijalno i po broju stanovnika znatno veći od Sarajeva, već da se primjerom ilustrira koliki značaj Gradska uprava ovog grada daje odnosima s javnošću i koliko je zbog toga u njih spremna ulagati.

od preporuka Evropske unije. Sa aspekta odnosa s javnošću, vrlo značajna obaveza u okviru ovog sistema jeste permanentno mjerenje zadovoljstva korisnika gradskih i općinskih usluga te evaluacija rezultata istraživanja i poduzimanje mjera za unapređenje komunikacije i uopće usluga građanima. Još jedan od vrlo važnih savremenih standarda koji se primjenjuju u upravi jeste korištenje informacionih i komunikacijskih tehnologija, odnosno uspostava e-uprave. Uz brojne prednosti ovog sistema u pružanju usluga građanima korištenjem savremenih IC tehnologija, omogućava se građanima da značajno unaprijede komunikaciju sa institucijama vlasti te ih se animira za uključenje u procese upravljanja i odlučivanja u gradu i općini (npr. sjednice Gradskog vijeća kao i akti koji se na njima usvajaju građanima mogu biti dostupni na internetu). Država i svi nivoi vlasti, međukojima je i lokalna samouprava, imaju obavezu i u okviru EU integracija da građanima omoguće e-usluge.

U trećem istraživanju¹¹, provedenom među urednicima medijskih kuća, a u kojem su obrađene tri fokusne grupe (televizijski urednici, radijski urednici i urednici dnevnih novina), došli smo do podatka kako većina urednika koji su intervjuirani priznaje da medij za koji rade ne posvećuje dovoljno pažnje temama iz lokalne samouprave. Također priznaju da u njihovom izvještavanju viši nivoi vlasti imaju primat u odnosu na lokalnu samoupravu iz nekih posebnih razloga, navodeći pritom: “Misli se da viši nivoi vlasti imaju i veću važnost (...), ograničenje prostora u informativnim emisijama (...), interes većeg broja gledatelja”, ali ne navodeći na koji način se utvrdio taj interes. Urednici u medijima u istraživanju su priznali kako misle da su građani kao recipijenti medijskih informacija više zainteresirani za realne životne probleme ljudi nego za politička pitanja pa smo se kritički zapitali otkuda onda toliki broj vijesti o političkim zbivanjima generalno u medijima ako njihovi urednici smatraju da građani nemaju interesa za takvim informacijama i kome su te vijesti namijenjene, odnosno da li moć da sama politika diktira proizvodnju tih informacija.

¹¹ U ovom istraživanju korišten je upitnik sa 22 pitanja, otvorenog i zatvorenog tipa, kombinovano.

Zaključak

Kada je riječ o institucijama lokalne samouprave grada Sarajeva, ova istraživanja su pokazala kako su odnosi s javnošću u njima posljednjih godina doživjeli određeni razvoj, ali još nisu dostigli nivo razvoja kakav zahtijevaju standardi upravljanja gradom i općinom Evropske unije. Zapravo, u tim institucijama još prevladava ono što Sam Black naziva *modelom ledenog brijega*.¹² Od pet tih institucija u Sarajevu samo jedna ima izrađenu strategiju komuniciranja, u nekim je ona u fazi izrade, a u nekima i ne postoji; odnosi s javnošću svode se uglavnom na odnose s medijima, PR djelatnici nisu vezani za vrh i ne raspolažu svim informacijama, bez obzira na njihovu stručnost ne učestvuju u donošenju strateških odluka pa i kada se one tiču javnosti. U sadašnjim uvjetima oni su samo puki izvršioc i odluka organa vlasti u domenu informiranja. To je u suprotnosti i sa načelima Strategije reforme javne uprave u Bosni i Hercegovini koja je PR djelatnicima dodijelila mjesto pri samom vrhu organizacione strukture institucije vlasti.¹³ Dakle, koncept odnosa s javnošću se različito tumači, a time i različito primjenjuje u praksi.

Komparativnim uvidom¹⁴ u razvoj odnosa s javnošću u ostalim jedinicama lokalne samouprave u našoj zemlji, kao i u institucijama na razinama višim od lokalne, zaključujemo da su odnosi s javnošću različito afirmirani od institucije do institucije, a nisu razvijeniji u

¹² Model ledenog brijega je karakterističan za one organizacije u kojima odnosi s javnošću imaju reaktivnu funkciju. U takvim organizacijama odnosi s javnošću imaju malu ili gotovo nikakvu ulogu u određivanju strategije (Blek, 1997: 10).

¹³ „Reforma zahtijeva unapređenje *institucionalnih odnosa* i stoga se preporučuje da osoblje zaduženo za institucionalnu komunikaciju bude pozicionirano pri vrhu organizacione strukture, čime bi se postiglo da imaju direktan pristup informacijama, da učestvuju u procesu donošenja odluka, posebno u slučajevima odluka koje trebaju promotivnu podršku.“ (Strategija reforme javne uprave u Bosni i Hercegovini, dostupna na: ecd1.ba/Strategija_reforme_javne_uprave.pdf).

¹⁴ Uvid je izvršen u istraživanja koja su od 2000. godine do danas provodile određene međunarodne i domaće nevladine organizacije te u određena publicirana pojedinačna i grupna znanstvena istraživanja. U tom smislu indikativni su rezultati istraživanja Mediacentra, koji je uz finansijsku podršku Fonda otvorenog društva BiH i INTERCOOPERATION Municipal Development Project u BiH u periodu od 1. marta 2003. godine do 1. maja 2004. provodio projekat „Odnosi s javnošću u službi lokalne uprave“. Šire o ovom projektu možete se pronaći na: www.soros.org.ba/docs_lokalna.../pr_finalni_izvjestaj-konacna.doc.

odnosu na lokalni nivo vlasti. Dakle, neujednačen je razvoj profesije odnosa s javnošću. On je zapravo, pored ostalog, determiniran sljedećim faktorima: nerazumijevanjem i nepoznavanjem značaja odnosa s javnošću, prije svega kod menadžmenta grada i općine, a potom i kod gradskih ili općinskih službi za upravu, vođenjem odnosa s javnošću bez neophodne strategije i taktike, pomanjkanjem demokratske tradicije kao i tradicije u razvoju odnosa s javnošću, odsustvom građanske inicijative, dominantnim utjecajem politike, neadekvatnim pozicioniranjem odnosa s javnošću u organizacionoj strukturi institucija lokalne samouprave, sklonošću birokratskim rješenjima, neadekvatnom i nedovoljnom kadrovskom osposobljenošću PR službi, vrlo uskim kompetencijama PR djelatnika, oskudnim znanjima i vještinama PR djelatnika, asimetričnim, dakle jednosmjernim i nerazvijenim odnosima s internom javnošću, ograničenim i skromnim budžetima za odnose s javnošću ili oni za ovu namjenu uopće ne postoje. Institucije lokalne samouprave grada Sarajeva ali i ostalih gradova i općina u BiH, a posebno institucije viših nivoa vlasti u BiH, u ovom tranzicijskom periodu moraju se osloboditi ostataka modela jednosmjernog komuniciranja sa javnošću, kakav je bio dominantan u vrijeme državnog etatizma u prethodnom sistemu. Bez uspješne komunikacije sa javnošću nema uspješne javne uprave, odnosno bez jačanja kapaciteta za odnose s javnošću u institucijama lokalne samouprave i razvijanja dvosmjerne komunikacije tih institucija sa različitim ciljnim i drugim javnostima nema ni povjerenja javnosti u te institucije, niti u njihov rad.

Komparativna istraživanja položaja i funkcije glavnog grada u evropskim zemljama uvjerljivo su pokazala da su kompetencije glavnih gradova u stalnom porastu, a sa tim kompetencijama rastu funkcije i obaveze prema javnosti. Sarajevo, nažalost, još zaostaje u tom procesu, budući da u njemu nije razriješeno pitanje raspodjele nadležnosti prema Zakonu o principima lokalne samouprave izmeću Kantona Sarajevo i jedinica lokalne samouprave – grada i općina. Samim time zaostaje se u obavezama i odgovornostima prema građanima i javnosti uopće svake od institucija kojima je ustav odredio osnovnu nadležnost. Dobro definirana podjela nadležnosti povećava mogućnosti uspješnog dijaloga. U vrijeme fragmentirane, parcijalizirane i podijeljene javnosti u Bosni i Hercegovini i gradu Sarajevu odnosi s javnošću mogu značajno pomoći u boljem razumijevanju izmeću institucija vlasti i građana, a time i doprinijeti efikasnijem funkcionisanju složenog

bosanskohercegovačkog društva. Uz činjenicu da se radi o jednoj relativnoj mladoj struci i naučnoj disciplini, očekuje se da njena geneza koja je u određenoj vezi i zavisnosti sa procesom tranzicije naše zemlje treba tek polučiti rezultate.

Literatura

1. Bjornlund, Lydia (2006) *Odnosi s medijima za predstavnike lokalne uprave: komuniciranjem do rezultata*, Hrvatska udruga za odnose s javnošću, PRint, Zagreb.
2. Black, Sam (1997) *Odnosi s javnošću*, Clio, Beograd.
3. Gregory, Anne (2006) *Odnosi s javnošću: planiranje i upravljanje kampanjama*, Hrvatska udruga za odnose s javnošću, Zagreb.
4. Katlip, M. Skot; Senter, H. Alen; Brum, M. Glen (2006) *Uspješni odnosi s javnošću* (deveto izdanje), JP Službeni glasnik, Beograd.
5. Kunczik, Michael (2006) *Odnosi s javnošću – koncepti i teorije*, Fakultet političkih znanosti, Zagreb.
6. Martinović, Drago (2010) *Komuniciranje jedinica lokalne samouprave s javnošću*, Media plan institut, Sarajevo.
7. Mediacentar, *Odnosi s javnošću u službi lokalne uprave* (projekat dostupan na: www.soros.org.ba/docs_lokalna.../pr_finalni_izvjestaj-konacna.doc).
8. Musabegović, Nijaz; Vočkić-Avdagić, Jelenka; Nuhanović, Asad (1999) *Lokalna samouprava – traganja i iskustva*, Centar za promociju civilnog društva, Sarajevo.
9. Spahić, Besim (2001) *Imidž grada: uvod u marketinško promišljanje grada kao proizvoda*, Međunarodni centar za mir, Sarajevo.
10. Street, John (2003) *Masovni mediji, politika i demokracija*, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.
11. Theaker, Alison (2003) *Priručnik za odnose s javnošću*, Hrvatska udruga za odnose s javnošću, PRint, Zagreb.
12. Tomić, Zoran (2008) *Odnosi s javnošću: teorija i praksa*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo.
13. Verčić, Dejan; Zavrl, Franci; Rijavec, Petja; Verčić, T. Ana; Laco, Kristina (2004) *Odnosi s medijima*, Masmedia, Zagreb.
14. Vilkoš, L. Denis; Kameron, T. Glen; Olt, H. Filip; Ejđić, K. Voren (2006) *Odnosi s javnošću – strategije i taktike*, Centar za izdavačku djelatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.
15. Zaimović, Denis (2011) *Uloga odnosa s javnošću u institucijama lokalne samouprave, studija slučaja: grad Sarajevo*, doktorska disertacija, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.