

## **Odnosi sa javnostima i novinarstvo: Informatori sa različitim ciljevima, autora Radenka Udovičića**

### **PR U BIH – IZNIKAO IZ NOVINARSTVA**

Najil Kurtić

#### *Uvod*

Knjiga «Odnosi sa javnostima i novinarstvo: INFORMATORI SA RAZLIČITIM CILJEVIMA» sadrži 242 strane» formata 23 x 15 cm. Knjiga je organizirana u šest poglavlja, koja se nalaze u koherentnoj sadržajnoj vezi utemeljenoj na jedinstvenoj poruci o komunikacijskoj prirodi odnosa sa javnostima.

Već u uvodu autor obećava interesantno štivo. Uvjerljivo argumentira aktuelnost teme i istraživačkog problema i najavljuje originalan uvid u bosansko-hercegovačku situaciju dodira dvije preovlađujuće profesije javnog komuniciranja; novinarstva i odnosa s javnostima.

#### *1. Pregled i interpretacija rada*

U prvom poglavlju autor je, odgovarajući na pitanje: Šta su odnosi s javnostima ?, načinio sveobuhvatan pregled najznačajnijih i najfrekventnijih definicija, vodeći se više nastojanjem da prodre do diferencirajuće prirode ove vrste javne komunikacije nego opisom sadržine i efekata PR profesije. Usmjeravanje na pitanje Zašto ?, umjesto na uobičajeni pristup vođen pitanjima Šta ? i Kako ? autor čini logičan iskorak u područje naučnog zasnivanja i objašnjenja Odnosa s javnostima. Uvodeći u razmatranja recentne autore i njihova teorijska stajališta, prvenstveno komunikološke provenijencije, Udovičić se i sam svrstava u istraživače i teoretičare koji u odnosima s javnostima vide posebnu vrstu javne komunikacije čije je naučno objašnjenje primarno u granicama komunikologije.

U drugom poglavlju, razmotreni su svi relevantni aspekti masovnih medija. Oslanjajući se na vodeće svjetske komunikologe autor efektno prezentira prirodu i sadržinu uloge i utjecaja masovnih medija u savremenom društvu, upućenom više nego ikada na posredno spoznavanje kompleksne stvarnosti. U spoznajni odnos masovne publike i stvarnosti, koji je klasično determiniran masovnim medijima, autor smiješta Odnose s javnostima. Mislim da je to ključna tačka cijelog rukopisa i razmatranja, koja je omogućila da se cijeli kompleks odnosa novinarstva i PR profesije razmotri više konceptualno i strateški a manje operativno i tehnički, odnosno da se izoštri glavno pitanje savremenih odnosa s javnostima: u kojoj mjeri i pod kojim društvenim i profesionalnim uslovima odnosi s javnostima, služeći se pretežno masovnim medijima, humaniziraju odnose moćnih društvenih institucija (struktura) i javnosti a tako i ukupne društvene odnose? Iz te perspektive Udovičić prepoznaje ogromne potencijale Interneta i savremenih digitalnih (interaktivnih) komunikacijskih tehnologija a za glavni kriterij „kritike“ svih ostalih masovnih medija usvaja njihovu interaktivnost.

U Trećem poglavlju autor nas uvodi u praktičnu dimenziju odnosa s javnostima. Inventurišući znanja i vještine potrebne profesionalcima i prezentirajući nam mnoštvo

iskustvenih zaključaka, autora praktičnih priručnika i poznatih praktičara, Udovičić postiže najmanje tri efekta: prvo, omogućava nam detaljan uvid u profesionalni profil savremenog pi-arovca koji je određen prije svega znanjima i vještinama simbolizacije, drugo; posredno nam otkriva da u savremenim odnosima s javnostima, nažalost, još uvijek preovladava model jednosmjernе komunikacije, kroz čije kanale savremene organizacije svakodnevno manifestiraju suštinsku premoć nad građanima (javnošću) i treće, dokazuje primarnu relevantnost žurnalističkih vještina i tehnika u aktuelnim odnosima s javnostima. Možda bi, bilo dobro da je autor u ovom smislu i izveo konačne zaključke ovog poglavlja iz, inače veoma detaljno prezentiranih, premisa koje nedvosmisleno na to upućuju.

U petom i šestom poglavlju autor iscrpno istražuje PR žanrove, upoređuje ih sa elementarnim novinarskim žanrovima, kako sa stajališta efikasnog savladavanja medijskih „čuvara kapija“, tako i sa stajališta pribavljanja PR produktima osnovnih vrijednosti vijesti i očekivanih standardnih kvaliteta istinitosti, objektivnosti, aktuelnosti, vjerodostojnosti i sl.

U empirijskom istraživanju autor se fokusira na PR saopštenja, objavljena u BH dnevnim novinama. Korektnim metodološkim postupkom, koristeći se statističkim metodom i metodom analize sadržaja utvrdio je, generalno visok stupanj otvorenosti BH medija za saopštenja koja dolaze naročito iz političkih i privrednih organizacija, kao i žanrovsku korespondenciju tih saopštenja sa profilom vijesti. Posebnu vrijednost ovog rukopisa čini iscrpna bibliografija koja sadrži 126 recentna naslova, relevantna za glavnu temu i glavni problem razmatranja.

### *3. Zaključak i preporuka*

Knjiga «Odnosi sa javnostima i novinarstvo: INFORMATORI SA RAZLIČITIM CILJEVIMA », autora Mr. Radenka Udovičića po svim elementima koje sadrži čini originalno djelo. Ujedinjuje svojstva koja ga uzdižu na nivo naučne eksplikacije; prije svega zasnovanost na korektno citiranim recentnim relevantnim izvorima i originalno empirijsko istraživanje.

Rukopis se ističe i u jezičko - stilskom smislu. Autor uspijeva izložiti kompleksne ideje na interesantan način, koristeći se često, ali u pravoj mjeri, anegdotalnim pristupom. Objavljivanjem ovog rukopisa (knjige) mnogobrojni PR profesionalci u Bosni i Hercegovini, naročito oni koji u profesiju nisu ušli iz komunikološkog background-a imat će priliku upotpuniti značajne praznine u znanju i pravilno se orjentisati u području u koje su zagazili. U tom smislu ova knjiga će biti korisna i mnogobrojnim studentima, naročito ekonomskih fakulteta, koji u Odnose sa javnostima ulaze iz perspektive marketinškog miksa, ispuštajući na taj način veoma bitne aspekte ovog koncepta komuniciranja organizacija sa okruženjem.

Iskreno preporučujem čitanje ove knjige.

*Prof. Dr. Najil Kurtić je predavač teorije informacija na Odsjeku žurnalistike Filozofskog fakulteta u Tuzli*