Univerzitet u Crnoj Gori, Fakultet političkih nauka,
Podgorica, Crna Gora

DOI 10.5937/kultura1339314R
UDK 659.3/.4:352(497.16)"2013"
316.774(497.16)

originalan naučni rad

UTICAJ SLUŽBI ZA ODNOSE SA JAVNOŠĆU LOKALNIH UPRAVA NA UREĐIVAČKU POLITIKU ONLINE IZDANJA LOKALNIH JAVNIH EMITERA

STUDIJE SLUČAJA: RADIO BIJELO POLJE I RADIO TIVAT

Sažetak: U radu se istražuje u kojoj mjeri službe za odnose s javnošću lokalnih uprava utiču na uređivačku politiku online izdanja lokalnih javnih emitera tj. dvije radio stanice: Radio Bijelo Polje i Radio Tivat. Za potrebe ovog rada formiran je poseban kodni list sa kategorijama čija će analiza pokazati na koji način odnosi s javnošću utiču na uređivačku politiku pomenutih medija. Analiza se odnosi na period od 1. do 31. maja 2013. godine. Koristićemo se kvantitativno-kvalitativnom metodom, potom metodom analize sadržaja i komparativnom metodom. Posebno ćemo istražiti na koji način ovi mediji tretiraju saopštenja ili izjave za medije i sl. koji se distribuiraju iz lokalne uprave. Takođe ćemo istražiti ko su izvori informisanja ovih medija, da li im lokalna uprava plasira samo formalne sadržaje, odnosno da li se može otkriti

prikriveni uticaj iste na medije. Lokalne uprave Bijelo Polje i Tivat su identično strukturirane, tako da će u radu biti objašnjeno na koji način one funkcionišu, a potom i na koji način koriste lokalne medije. Kako obje lokalne uprave imaju službe zadužene za odnose s javnošću, istražićemo opseg njihovog djelovanja i nadležnosti koje su im date opštinskim propisima.

Ključne riječi: *službe za odnose s javnošću, uređivačka politika, Radio Bijelo Polje, Radio Tivat*

Uvodne napomene

U radu su predstavljeni rezultati istraživanja, sprovedenog u periodu od mjesec dana (maj 2013. godine), koja se odnose na onilne izdanja dva lokalna javna emitera i to na Radio Bijelo Polje i Radio Tivat, a tiču se uticaja službi za odnose s javnošću lokalnih uprava na uređivačke politike pomenutih medija.

Uzorkovani su tekstovi iz ova dva medija s namjerom da se teritorijalno pokrije lokalna uprava i medij sa sjevera Crne Gore (opština Bijelo Polje i Radio Bijelo Polje) i lokalna uprava i medij sa juga Crne Gore (opština Tivat i Radio Tivat). Izabrani mediji su, po vlasničkoj strukturi, lokalni javni emiteri, a njihova komparacija će pokazati u kojoj mjeri na uređivačku politiku istih utiču organi lokalne uprave.

Osnovni cilj ovog istraživanja jeste da utvrdi i analizira načine na koji lokalne uprave, putem službi za odnose s javnošću, utiču na uređivačku politiku online medija.

Posebni ciljevi su: analiza medijskih tekstova o lokalnoj upravi uključujući pitanja:

Kako je informacija plasirana mediju?

Šta je poslužilo kao osnova za objavljeni tekst?

Ko su subjekti tekstova o lokalnoj upravi?

Takođe, jedan od posebnih ciljeva jeste komparativna analiza medijskih tekstova o temi lokalne uprave.

Jedinicu analize činio je tekst, koji u online medijima ostaje vidljiv i poslije objavljivanja i arhiviran u prostoru medija. Tekst je konačan u prostoru i vremenu, osim u slučaju da autor teksta ili urednik ne odluči da to bude promijenjeno. Osnovni termini koji su korišćeni u istraživanju su lokalna uprava i službe za odnose s javnošću.¹

¹ Prema Zakonu o lokalnoj samoupravi (Sl.RCG 3/2010) navedeno je (u čl. 19) da su "organi lokalne samouprave" skupština i predsjednik opštine, dok su "organi lokalne uprave" - lokalni organi koji obavljaju prvenstveno upravne poslove (sekretarijati, direkcije, uprave). Mi ćemo za potrebe ovog rada kao

Opštine Bijelo Polje i Tivat su skoro identično struktuirane, pa ćemo, ukratko, navesti upravo tu strukturu, jer iz nje i potiču potencijalni uticaji na lokalne medije.

Lokalnu (samo)upravu Bijelog Polja čine: Skupština opštine, predsjednik, potpredsjednici, glavni administrator, organi lokalne uprave i javne ustanove i preduzeća. Organe lokalne uprave čine menadžer i pet Sekretarijata (za preduzetništvo i ekonomski razvoj, za finansije, za uređenje prostora i održivi razvoj, za stambeno-komunalne poslove i saobraćaj, za opšte, upravne poslove i društvene djelatnosti). Ostali organi lokalne uprave su: Komunalna policija, Služba za zajedničke poslove, Direkcija za imovinu i zaštitu prava Opštine, Direkcija za izgradnju i investicije, Uprava javnih prihoda, Centar za informacioni sistem, Služba zaštite, Služba za protokolarne poslove i Služba za unutrašnju reviziju. Javne ustanove i preuzeća su: JP Komunalno "Lim", JU Centar za djelatnosti kulture, JU centar za sport i rekreaciju, JU Centar za podršku djeci i porodici, JP Vodovod "Bistrica", JU Dnevni centar "Tisa" i JU Ratkovićeve večeri poezije.

Za ovaj rad su od značaja djelatnosti Službe za protokolarne poslove i Centra za informacioni sistem. Služba za protokolarne poslove značajna je zbog toga što, između ostalog, "obezbjeduje materijale i preko Centra za informacioni sistem - Biroa za odnose sa javnošću, organizuje saradnju sa novinarima u vezi sa obavještavanjem javnosti o radu predsjednika i organa i službi lokalne uprave"². Dok je Centar za informacioni sistem značajan, što između ostalog, "...obavještava o organizovanju tribina, okruglih stolova, objavljuje izvještaje o rezultatima javne rasprave, izvještaje sa sjednica Skupštine Opštine i donijetim odlukama i drugim aktima, aktivnostima koje preduzimaju organi Opštine i dr³."

Lokalna (samo)uprava Tivat je struktuirana na skoro identičan način kao i ona u Bijelom Polju. Sastoji se od Skupštine, predsjednika, potpredsjednika, glavnog administratora i organa lokalne uprave - tačnije sekretarijata, direkcija i službi za vršenje specifičnih poslova. Jedna od tih službi je i Služba predsjednika opštine, koja između ostalog ima u opisu posla"...

poseban subjekat uzeti predsjednike opština i, kao drugi važan subjekat, organe lokalne uprave, te se nećemo strogo pridržavati terminologije iz ovog Zakona.

- 2 Služba za protokolarne poslove opštine Bijelo Polje, dostupno na: <http://www.bijelopolje.co.me/index.php/lokalna-uprava/organi-lokalne-uprave/ostali-organi/služba-za-protokolarne-poslove>, posjećeno 20. 6. 2013. godine.
- 3 Centar za informacioni sistem opštine Bijelo Polje, dostupno na: <http://www.bijelopolje.co.me/index.php/lokalna-uprava/organi-lokalne-uprave/ostali-organi/centar-za-informacioni-sistem>, posjećeno 20. 6. 2013. godine

obezbjedjivanje materijala i organizovanje saradnje sa novinarima u vezi sa obavješćavanjem javnosti o radu Predsjednika i organa lokalne uprave i javnih službi; vršenje i drugih poslova radi obezbjeđivanja javnosti rada Predsjednika i službe u saradnji sa nadležnim sekretarijatom - informacionim centrom.”⁴

Zadatak svih opština, pa i ove dvije možda se najbolje iskazuje u sledećem opažanju: “Promjene u globalnom društvu, promjene društvenog sistema i njegovih institucija, kao i promjene grada kao globalnog oblika društvenog života, imaju smisla ako dovode do promjena u svakodnevnom životu, tj. ako doprinose njegovoj humanizaciji ili smanjenju njegove alijenacije i reifikacije.”⁵

Osim lokalne uprave, drugi ključni termin jesu odnosi s javnošću. Kako Kljajić primjećuje ”Veoma je teško precizno, jasno i sveobuhvatno definisati odnose sa javnošću i većina, ako ne i sve definicije predstavljaju prije opise efekata odnosa sa javnošću, nego potpune definicije”.⁶ Za ovaj rad je adekvatnija definicija da ”Odnosi s javnošću predstavljaju funkciju upravljanja čiji je zadatak da uspostavlja i njeguje uzajamno korisne veze između organizacije i različitih javnosti koje je okružuju, i od kojih zavisi uspjeh ili neuspjeh pomenute organizacije.”⁷

Rezultati istraživanja za Radio Bijelo Polje - online izdanje

Tokom trideset i jednog dana u maju mjesecu 2013. godine, u online izdanju Radija Bijelo Polje, je objavljeno ukupno 18 tekstova koji se odnose isključivo na temu lokalne uprave. Interesantan je podatak da je tema lokalne uprave u ovom online izdanju u identičnim procentima (po 39%) u glavnom fokusu i jedna od više tema, dok se kao sporedna tema pojavljuje u 22% tekstova (tabela 1).

Gledano po danima, u online izdanju Radija Bijelo Polje najviše je tekstova objavljeno 29. maja 2013. godine i to četiri.

4 Služba predsjednika Opštine Tivat, dostupno na: <http://opstinativat.com/component/content/article/926.html>, posjećeno 20.6.2013. godine

5 Vujović, S. Urbana svakodnevica devedestih godina, u: *Javna i kulturna politika*, priredila Dragičević Šešić, M. (2002), Beograd, str. 31.

6 Kljajić, V. (2012) *Intervju u štampi, u online magazinima, na Internetu*, Beograd, str. 138.

7 Katlip, S. M., Senter A. H. i Brum G. M. (2006) *Uspješni odnosi s javnošću*, Beograd, str.11.

TEMA LOKALNE UPRAVE	Ukupno	%
1. U glavnom fokusu	7	39%
2. U sporednom fokusu	4	22%
3. Jedna od više tema	7	39%
UKUPNO	18	100%

Tabela 1 Tema lokalne uprave u tekstovima online izdanja Radija Bijelo Polje (ukupan broj tekstova i %)

Kada posmatramo kategorije na koje se odnose tekstovi o lokalnoj upravi, najviše su se objavljivali tekstovi koji se odnose na društvo (22%), dok se isti procenat (po 17%), odnosi na organe lokalne uprave, Evropu, EU, obrazovanje, ekonomiju i privredu (*Grafikon 01*). Manji broj tekstova se odnosio na kategorije lokalne uprave – konkretno predsjednika, i kulturu (po 5%) .

Grafikon 1 Najčešće identifikovane kategorije na koje se odnose tekstovi o lokalnoj upravi

U online izdanju Radija Bijelo Polje dominiraju tekstovi o lokalnoj upravi koji su inicirani upravo od ove radio stanice. Čak deset od osamnaest tekstova je medijski inicirano, što je više od polovine objavljenih (odnosno 56%). Na drugom su mjestu saopštenja za javnost, kojih je bilo ukupno pet (ili 28%), dva hibridna žanra i jedan javni poziv (*Tabela 02*). Ako bismo uzeli u obzir samo ove rezultate online izdanja Radija Bijelo Polje, mogli bismo zaključiti da je uređivačka politika u izuzetno visokom procentu samostalna u kreiranju svakodnevnog sadržaja u odnosu na lokalnu upravu.

Interesan je podatak da u posmatranom periodu nijedan tekst za osnovu nije imao konferenciju za medije, izjavu ili javni poziv.

Osnova za tekst objavljen u mediju	Ukupno	%
1. Javni poziv	0	0%
2. Izjava	1	6%
3. Sopštenje za javnost	5	28%
4. Konferencija za medije	0	0%
5. Intervju	0	0%
6. Hibridni žanr	2	11%
7. Medij je inicijator teksta	10	56%
UKUPNO	18	100%

Tabela 2 Osnova za tekstove na temu lokalne uprave na Radiju Bijelo Polje (ukupan broj tekstova i %)

O lokalnoj upravi najviše govore upravo organi lokalne uprave i javne ustanove i preduzeća, u više od polovine tekstova (odnosno 59%). Posle njih, u identičnim procentima se kao subjekti pojavljuju predsjednik opštine, NVO i kompanije (po 9%). U ulozi subjekta se u najmanjoj mjeri pojavljuju građani, javne ličnosti i državni organi EU i zemalja Zapadnog Balkana (grafikon 2). S druge strane kao objekti, dakle kao oni o kojima se govori dominiraju građani, u čak 82% tekstova. Organi lokalne uprave i državni organi EU su takođe oni o kojima se govori, procentualno u 12%, odnosno 6 %.

Grafikon 2 Subjekti tekstova o lokalnoj upravi u online izdanju Radija Bijelo Polje

Rezultati istraživanja za Radio Tivat - online izdanje

U online izdanju Radio Tivta je objavljeno ukupno 23 teksta na temu lokalne uprave u periodu od 1. do 31. maja 2013. godine. Tema lokalne uprave je u skoro 2/3 tekstova u glavnom fokusu, što govori o značajnoj zastupljenosti teme u ovom online izdanju. Kao sporedna tema se lokalna uprava nalazi u 26% tekstova, dok nije evidentirana kao jedna od više tema (tabela 3).

Najviše informacija po danu, tj. po tri teksta objavljena su 13, 24, i 31. maja 2013. godine. Ostalim danima su objavljivani po jedan ili dva teksta o lokalnoj upravi.

TEMA LOKALNE UPRAVE	Ukupno	%
1. U glavnom fokusu	17	74%
2. U sporednom fokusu	6	26%
3. Jedna od više tema	0	0%
UKUPNO	23	100%

Tabela 3 Tema lokalne uprave u tekstovima online izdanja Radio Tivta (ukupan broj tekstova i %)

Kategorije na koje se odnose tekstovi su veoma koncentrisani na lokalnu upravu. Naime, 79% tekstova se odnosi na predsjednika opštine Tivat i organe lokalne uprave (grafikon 3), dok se ostali tekstovi odnose na državne organe, društvo i ekonomiju/privredu (sve tri kategorije 21%).

Grafikon 3 Najčešće identifikovane kategorije na koje se odnose tekstovi o lokalnoj upravi

Kao osnove za tekstove, objavljene u online izdanju Radio Tivta, u najvećem procentu se nalaze saopštenja za javnost (70%) ili 16 od ukupno 23 objavljenja teksta. Sa po 9% zastupljeni su javni pozivi, izjave, medijski inicirani tekstovi, dok je u 4% tekstova zabilježen hibridni žanr. U analiziranom periodu nije bilo niti jedne konferencije za medije ili intervju koji je poslužio kao osnova za tekst objavljen u online izdanju. (tabela 4)

Osnova za tekst objavljen u mediju	Ukupno	%
1. Javni poziv	2	9%
2. Izjava	2	9%
3. Saopštenje za javnost	16	70%
4. Konferencija za medije	0	0%
5. Intervju	0	0%
6. Hibridni žanr	1	4%
7. Medij je inicijator teksta	2	9%
UKUPNO	23	100%

Tabela 4 Osnova za tekstove na temu lokalne uprave na Radio Tivtu (ukupan broj tekstova i %)

Kao subjekti, dakle, kao oni koji govore o lokalnoj upravi su veoma koncentrisani na predsjednika opštine Tivat, organe lokalne uprave i državne organe (grafikon 4). U više od polovine tekstova se kao subjekti javljaju organi lokalne uprave (57% tekstova), poslije njih je predsjednik u 26% tekstova i državni organi u 17% tekstova. Gledano prema broju tekstova, u trinaest od dvadeset i tri teksta subjekti su organi lokalne uprave.

S druge strane, kao objekti, takođe, dominiraju organi lokalne uprave (u 57% tekstova), dok se predsjednik opštine Tivat kao objekt javlja u 4% tekstova. U kategoriji objekata identifikovani su građani u 39% tekstova, što navodi na zaključak da se lokalna uprava u prilično visokom procentu intezivno bavi pitanjima od najšireg interesa. Prema broju tekstova posmatrano, u 13 tekstova su objekti organi lokalne uprave, u devet građani i u jednom predsjednik (grafikon 4).

Grafikon 4 Subjekti tekstova o lokalnoj upravi u online izdanju Radio Tivta (prema broju tekstova)

*Objedinjeni rezultati istraživanja za Radio Bijelo
Polje i Radio Tivat - online izdanja*

U objedinjenim rezultatima istraživanja analiziraćemo najvažnije kategorije iz kodnog lista i to: temu lokalne uprave, kategoriju na koju se tekst odnosi, povod, potom osnovu koja je poslužila za objavljivanje teksta u medijima, prezentaciju teksta, vrstu naslova, autorstvo, veličinu teksta, žanr, subjekat i objekat, kao i vrednosni odnos subjekta, ali i novinara prema temi.

Radio Bijelo Polje i Radio Tivat (u online izdanjima) objavili su ukupno četrdeset i jedan tekst koji se odnosi isključivo na temu lokalne uprave, za period od 1. do 31. maja 2013. godine.

Maj je mjesec u kome se obilježavalo nekoliko važnih datuma koji su praćeni u medijima. Ti datumi su:

- 5. maj – Vaskrs – vjerski praznik (protokolarne čestitke oba predsjednika opština upućene su građanima povodom praznika);
- 9. maj – Dan Evrope i
- 31. maj – Svjetski dan borbe protiv pušenja.

Oba medija u glavnom fokusu imaju temu lokalne uprave u više od polovine tekstova (u 59%), dok se ona kao sporedna tema nalazi u 26%, odnosno jedna od više tema u 18% tekstova.

Najvećim dijelom, tekstovi su se odnosili na kategorije - organi lokalne uprave (39%), za kojima slijede predsjednici opština (15%), pa tek onda na državne organe i organe EU. Dakle, skoro polovina tekstova ova dva medija je fokusirana na organe koji su faktori upravljanja na lokalnom nivou.

Bitna odrednica angažovanosti medija u obavljanju svakodnevnog posla jeste i povod koji je poslužio za objavljivanje teksta. Objedinjeni rezultati pokazuju da su oba medija imala kao povod aktuelan događaj u 85% tekstova, dok je 15% tekstova medijski inicirano. U ovom periodu nije bilo ni jednog teksta koji je kao povod imao konferenciju za medije.

Objedinjeni rezultati pokazuju da su osnova za objavljivanje tekstova saopštenja za javnost (54%). Mediji kao inicijatori tekstova o lokalnoj upravi identifikovani su u 25% tekstova, dok se u po 5% tekstova kao osnova nalaze javni pozivi i izjave, a najmanje ima hibridnih žanrova (3%).

Ovaj rezultat nas navodi na zaključak da lokalne uprave imaju u visokom procentu uticaja na uređivačku politiku online izdanja ova dva medija, posebno što su medijski inicirani tekstovi dvostruko manje zastupljeni u odnosu na saopštenja za javnost koja

plasiraju Služba za protokolarnе poslove opštine Bijelo Polje i Služba predsjednika opštine Tivat.

Tekstovi u oba medija su ilustrovani fotografijama u 63% objavljenog sadržaja, dok je 25% sadržaja objavljeno samo kao tekst. Tekstovi se prezentuju i kombinovanjem teksta, fotografija, video zapisa u čemu prednjači Radio Bijelo Polje. Kada bismo analizirali u kojoj mjeri je tekst ilustrovan odgovarajućom fotografijom, mogli bi da zaključimo da Radio Bijelo Polje ima kvalitetnije i reprezentativnije fotografije, usko povezane sa temom na koju se odnose.

Kako online mediji imaju mogućnost “neograničenog” prostora za objavljivanje sadržaja, logično je i što dominiraju veliki tekstovi (duži od polovine jedne stranice) i njih ima 44%. Prilično ujednačen je procenat kratkih (nekoliko rečenica) i srednjih tekstova (do polovine stranice) i to 29%, odnosno 27%.

Što se tiče naslova tekstova, oni su skoro apsolutno informativni i to u čak 98% tekstova, dok su samo u 2% tekstova zabilježeni metaforički naslovi. Nije zabilježen ni jedan senzacionalistički naslov, što govori u prilog uređivačkim politikama ova dva medija. Uloga naslova u online medijima je velika i kako tvrdi Faust „...cilj naslova u online medijima je da pruži čitaocu pogled na priču i privuče ga da pročita ostatak priče”⁸

I Radio Bijelo Polje i Radio Tivat u pogledu autorstva tekstova imaju negativne rezultate. Naime, svi tekstovi iz oba medija (njih 41) nemaju naznačeno autorstvo. Tekstovi nisu potpisani niti punim imenom i prezimenom autora/novinar, niti inicijalima. Takođe, ni u jednom tekstu kao autori nisu navedene agencije ili da je autor/novinar iz drugog medija. Implicitno bi se moglo zaključiti čitanjem tekstova, posebno kada su oni medijski inicirani, da autor jeste iz toga medija, ali konačan potpis autora nedostaje. Jedno od objašnjenja jeste da se podrazumjeva da kada su tekstovi već objavljeni u online izdanjima da su i autori iz određenog medija, ali to nije dovoljno za profesionalno urađen tekst.

Gledano po žanrovima, dominiraju faktografski žanrovi, posebno vijesti i to 46%, potom izvještaji 29%, intervjui (pitanje-odgovor) sa 2%. Od analitičkih žanrova, zabilježeno je 12% članaka. Iz ovih rezultata proizilazi da je i logično da je odnos autora, dakle onih koji su kreirali tekstove apsolutno neutralan, što takođe govori o uređivačkoj politici oba medija.

8 Foust, J. C. (2011) *Online journalism: principles and practices of news for the web*, Arizona, p.186.

Ako analiziramo kategoriju subjekat za oba medija, dolazimo do rezultata po kome su organi lokalne uprave i predsjednik subjekti u 62% tekstova o lokalnoj upravi, nakon njih su sa 13% zastupljene javne ustanove i preduzeća, državni organi sa 9%. U nešto manjem procentu sa 4% i manje javljaju se kompanije, preduzeća, NVO, javne ličnosti i građani.

S druge strane, kao objekti u više od polovine tekstova su zabilježeni građani (58%), dok se organi lokalne uprave i predsjednik identifikuju kao objekti u 41% tekstova, a u najmanjem procentu se javljaju državni organi.

I na kraju, vrednosni odnos subjekta prema temi lokalne uprave je u svim tekstovima neutralan. Nije bilo ni pozitivnog, ni negativnog odnosa subjekta prema temi.

Zaključak

Da postoji uticaj lokalnih uprava na ova dva lokalna medija - Radio Bijelo Polje i Radio Tivat, najbolje ilustruje podatak da je kao osnova za objavljivanje teksta u istim poslužilo čak 54% saopštenja za javnost, plasiranih upravo iz lokalnih uprava. Ako povežemo ove rezultate sa rezultatima koji se tiču žanra, a koji je isključivo faktografski u 77% tekstova, onda to pokazuje priličnu neangažovanost medija da temama pristupe uz drugačijeg ugla ili da se urade dublje analize dešavanja na lokalnom nivou.

I Radio Bijelo Polje i Radio Tivat imaju nekoliko istovjetnih rezultata ovog istraživanja, koji pokazuju da ovi mediji imaju uređivačku politiku koja se drži osnovnih pravila profesije. Npr, veoma važan podatak do kojeg se došlo jeste da je u svim tekstovima odnos novinara prema temi bio neutralan (100%). Dakle, nije bilo pozitivnog, ni negativnog stava novinara prema temi, što se donekle može objasniti time što su tekstovi uglavnom zasnovani na faktografiji.

Takođe, skoro svi naslovi (98%) su informativnog tipa, što dovoljno govori o uređivačkoj politici oba medija, s obzirom na činjenicu da mediji u Crnoj Gori generalno klize ka senzacionalizmu, zarad čitanosti, slušanosti, gledanosti.

Posebnu pažnju obje lokalne uprave i oba medija treba da posвете građanima. Istraživanje je pokazalo da se građani kao subjekti javljaju u samo 2% tekstova, dok se kao objekti javljaju u 58% tekstova. Dakle, vidljiva je pasivna uloga građana u javnom životu na lokalnom nivou. Implicitno se može zaključiti da građani nijesu uključeni u procese gdje se donose značajne odluke na lokalnom nivou, ali s druge strane oni jesu, u velikoj mjeri, predmet interesovanja lokalne uprave.

Online mediji generalno su u prednosti nad ostalim medijima zbog mogućnosti koje su donijele upravo nove tehnologije, a ogledaju se prije svega u multimedijalnom izvještavanju. Rajan Thornburg (Ryan M. Thornburg) objašnjava suštinu tog izvještavanja na sledeći način: „Najbolje multimedijalne priče dozvoljavaju da tekst ‘ispriča’ najbolji dio priče – analize, trendove, motive, dok audio i video prikazuju djelove priče koje oni mogu najbolje ispričati: ljudske emocije, sukobe i okruženje u kome se priča smješta”⁹. Upravo ovu prednost online medija mogu da iskoriste lokalni mediji i da sva dešavanja na lokalnom nivou približe građanima i da istovremeno imaju u potpunosti autentične sadržaje, a ne one (kako je istraživanje za ovaj rad pokazalo) koji se ne baziraju na saopštenjima za javnost iz lokalnih uprava.

Zavod za statistiku Crne Gore (*Montstat*), 2012. godine je sproveo istraživanje o upotrebi informaciono-komunikacionih tehnologija u Crnoj Gori. Cilj istraživanja bio je da se dobiju podaci o zastupljenosti i korišćenju informaciono-komunikacionih tehnologija u domaćinstvima, kod pojedinaca i preduzeća. Pomenuto istraživanje je obuhvatilo domaćinstva sa najmanje jednim članom koji ima između 16 i 74 godine starosti, kao i pojedince iste starosti.

U saopštenju¹⁰ koje je *Montstat* objavio nakon istraživanja, identifikovano je da 51,3% domaćinstava ima pristup računaru, što je za 4,7% više nego u 2011. godini. Što se tiče upotrebe Interneta 56,8% lica je izjavilo da je koristilo Internet u poslednja 3 meseca, pri čemu 80,8% njih je koristilo Internet svakog dana ili skoro svakog dana. Takođe se u odnosu na 2011. godinu procenat lica koja su koristila Internet u poslednja 3 meseca povećao za 10,3%.

Gledano prema starosnoj dobi, Internet svakog dana ili skoro svakog dana koristi 80,8% lica između 16 i 24 godina, dok su lica između 65 i 74 godina koristila Internet svakog dana 65%.

Prema polu analizirano, nalazimo da su, prilično ujednačeno, koristili Internet i muškarci i žene, tačnije 80,6% muškarci u odnosu na 82,3% - koliko su žene koristile Internet. Ovi se podaci odnose na lica koja su koristila Internet u poslednja tri meseca.

Za ovaj rad važan je rezultat pomenutog istraživanja koji se odnosi na aktivnosti koja su lica preduzimala preko Interneta u

9 Thornburg, R. M. (2011) *Producing online news: digital skills, stronger stories*, Washington, p. 194.

10 Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Crnoj Gori u 2012. godini, dostupno na, <http://www.monstat.org/userfiles/file/ICT/IKT%20U%20DOMACINSTVIMA%202012%20PDF.pdf>, posjećeno 1.6.2013. godine

poslednja 3 mjeseca. Na prvom mjestu je čitanje ili preuzimanje online novina ili časopisa sa 82,7%, na drugom mjestu je slanje poruka preko društvenih mreža sa 77,1%. Ispitanicima nije bilo postavljeno pitanje o svim vrstama medija koje prate putem Interneta, već su isti generalizovani kao online novine ili časopisi. Podaci bi bili potpuniji da su mediji klasifikovani kao online izdanja radio i TV stanica, a ne samo novina.

Prema ovim podacima, značajan procenat crnogorske populacije se svakodnevno koristi Internetom. Postojanje online izdanja omogućava da tradicionalni mediji, kakav je radio, iskoristi sve prednosti Interneta i objavljuje informacije i brže i opširnije, nego što je to moguće na radiju. Sa napomenom da ovdje ne govorimo o kvalitetu, tačnosti i pouzdanosti informacije, objavljene po svaku cijenu u što kraćem roku.

U ovakvim, novim okolnostima, lokalne uprave su, u najvećoj mogućoj mjeri, iskoristile prednosti online medija za obavještanje javnosti o temama kojima se oni i bave.

LITERATURA:

Katlip, S. M., Senter A. H. i Brum G. M. (2006) *Uspešni odnosi s javnošću*, Beograd

Kljajić, V. (2012) *Intervju u štampi, u online magazinima, na Internetu*, Beograd

Thornburg, R. M. (2011) *Producing online news: digital skills, stronger stories*, Washington

Foust, J. C. (2011) *Online journalism: principles and practices of news for the web*, Arizona

Dokumenta:

Zakon o lokalnoj samoupravi – Sl. RCG 3/2010

Webografija:

Centar za informacioni sistem opštine Bijelo Polje, dostupno na: <http://www.bijelopolje.co.me/index.php/lokalna-uprava/organi-lokalne-uprave/ostali-organi/centar-za-informacioni-sistem>, posjećeno 20.6.2013. godine

Služba predsjednika Opštine Tivat, dostupno na: <http://opstinativat.com/component/content/article/926.html>, posjećeno 20.6.2013. godine

Služba za protokolarne poslove opštine Bijelo Polje, dostupno na: <http://www.bijelopolje.co.me/index.php/lokalna-uprava/organi-lokalne-uprave/ostali-organi/sluzba-za-protokolarne-poslove>, posjećeno 20.6.2013. godine.

Andrijana Rabrenović

University of Montenegro, Faculty of Political Science Podgorica, Montenegro

INFLUENCE OF THE PR SERVICES OF LOCAL
GOVERNMENTS ON THE EDITORIAL POLICY
OF ONLINE EDITIONS OF LOCAL PUBLIC
BROADCASTERS

CASE STUDIES: RADIO BIJELO POLJE AND RADIO TIVAT

Abstract

The paper explores the extent of influence of the services for public relations of local governments on the editorial policy of the online editions of local public broadcasters, namely the two radio stations of Radio Bijelo Polje and Radio Tivat. For this paper we set up a special code sheet with categories whose analysis will show how public relations affect the editorial policy of the mentioned media. The analysis refers to the period from the May 1st to May 31st, 2013. We have used a quantitative and qualitative method, the content analysis method and the comparative method. We have also explored how these media handle the press or media releases distributed by the local government. Also, we have explored the sources of information of these media, if the local governments had just placed a formal content, and whether any concealed impact of local governments on the local media was detected. The local governments of Bijelo Polje and Tivat are identically structured so the paper explains how they work and how they use the local media. Knowing that both local authorities have services for public relations, we have explored the scope of their activities and responsibilities accorded to them by the municipal regulations.

Key words: *service for public relations, editorial policy, Radio Bijelo Polje, Radio Tivat*