

UVOD

Svaka organizacija kojoj je stalo do mišljenja javnosti i koja ima svoj stav u kakvom će se svjetlu prikazati pred javnošću mora da zaposli najmanje jednu osobu za odnose s javnošću, a samim tim ljudi koji se bave odnosima s javnošću smatraju slugama preduzeća. Velike korporacije posjeduju posebna odeljenja za odnose s javnošću. Preduzeća koja se bave trgovinom, vladine organizacije i neprofitne organizacije sami obavljaju aktivnosti koje su povezane za odnose s javnošću.

Odnosi s javnošću čine važan segment svake promocije. Odnosi s javnošću imaju važan uticaj na široku javnost i obuhvataju poseban dio promotivnog miksa koji obuhvata cijelokupno okruženje i kupce sa medijima, konkurencijom, sa državom i sa svim interesnim grupama.

U bilo kojoj organizaciji odnose s javnošću trebalo bi gledati kao na funkciju marketinga. Efektna komunikacija koja je planirana za neku organizaciju je napravljena na takav način da komunicira s publikom (bilo da se radi o spoljnoj ili unutrašnjoj) i s porukama koje proizilaze iz ciljeva neke organizacije i teže da zadovolje zajedničke interese kada god je to češće moguće.

Odnosi sa javnošću predstavljaju multidisciplinarnu oblast i počinju da se razvijaju zadnjih 30 do 40 godina. Sama pojava i razvoj i značaj elektronskih medija u oblikovanju javnog mnjenja čine prelomni momenat u samom razvoju metodologija komunikacije s javnošću. Treba da se osvrnemo i na to da je sam povratak višestranačke demokratije u našoj zemlji povećao značaj komunikacije sa javnošću a samim tim i funkcionisanje svih sektora javne administracije. Sama reforma i harmonizacija zahtjeva ažuran i strateški usmjeren pristup javnosti kroz masovne medije i direktnu komunikaciju. Kroz sam proces stabilizacije principi transparentnosti i javne odgovornosti se aktivno afirmišu, a samim tim su i razlog zbog kojih je skup metodologija imenovan kao odnosi sa javnošću (Public Relations ili samo kratko PR) i od vitalnog je značaja za funkcionisanje javnog života i javne uprave u Republici Srpskoj.

Menadžment svake uspješne kompanije, javne institucije ili nevladine organizacije, podrazumjeva i menadžment komunikacija same organizacije, time dokazuje postojanje strateški osmišljenog programa odnosa sa javnošću (PR-a).

U ovom radu oblast odnosa sa javnošću biće prikazana kroz teorijska i praktična zapažanja, sam odnos prema ovoj oblasti je samim tim takav, da se radi o zanatu koji se proučava kroz praksu, nego o specijalističkom ili akademskom znanju. Potrebno je napraviti razliku između odnosa sa javnošću koji su uključeni u sastavni dio državne administracije od modernog koncepta odnosa sa javnošću kao discipline menadžmenta.

Informacije koje se nalaze u oblasti odnosa sa javnošću govore nam da pored samih generalnih tendencija u okviru struke odnosa sa javnošću nalaze se i sama usmjerenja kod obrazovnih institucija kao što su fakulteti, srednje škole, koledži, specijalizacije i dr.

Ako bi se u aktuelnim tranzicionim uslovima opredeljivali za jednu od najmanje poznatih a tako potrebnih naučnih disciplina, onda bi odnosi s javnošću ušli u najuži izbor. Osnovna filozofija odnosa s javnošću je veoma jednostavna - ciljevi se mnogo lakše ostvaruju uz podršku i razumijevanje javnosti, nego kada je javnost suprotstavljena ili ravnodušna. Odnosi s javnošću, bez obzira da li se koriste u sferama poslovnog života, u društvenim odnosima, u političkoj areni, u dobrotvorne svrhe, pri prikupljanju pomoći ili u drugim situacijama, imaju istu suštinu ciljeva.

Do društvenih promjena u evropskim demokratijama dovode same sociodemografske i promjene političkih sistema koje su dio društvene evolucije. Politika kao društveni sistem mora da kreira procese u svojoj funkciji usmjeravanja i upoređivanja društvenog sistema a samim tim i da vrši komunikaciju o njima. Uporedo s društveno-političkom promjenom, mijenjaju se i zahtevi koji se postavljaju pred političku komunikaciju. Svi ti procesi su poslednjih godina odigrali značajnu ulogu u stvaranju mnogobrojnih strategija za djelovanje same politike, medija, privrede i interesnih grupa koje zajedno čine pojam menadžment političke komunikacije.

Razradom ovog rada nastojaću upravo, da pored predavljanja osnovnih elemenata odnosa s javnošću, kažem nešto i o stanju odnosa s javnošću u javnom sektoru, i organizacijama.