

PREDGOVOR

U današnje vrijeme suočeni smo s izazovima razvoja i provođenja učinkovitih mjera za otklanjanje dosadašnje štete u životnoj sredini i sprečavanja budućih prijetnji javnom zdravlju. Za ostvarivanje postavljenih razvojnih ciljeva i zadataka bitne su mnoge promjene u socijalnom, privrednom i kulturnom smislu te stavljanje duhovne intelektualne kreativne i radne obnove pojedinaca u žarište interesa. Imajući pri tome na umu temeljna ljudska prava: pravo na zdravu životnu sredinu, pravo na informaciju te pravo učešća u odlučivanju, ciljevi će biti lakše i brže postignuti, ako javnost bude edukovana, informisana i podstaknuta na učešće u pitanjima u zaštiti životne sredine.

Rad s javnošću, stoga, podrazumjeva komunikaciju s raznim društvenim grupama s ciljem rješavanja problema životne sredine u kontekstu savremenog poslovanja. Posebno je važno da skupine zainteresovane za probleme, koje često imaju suprotstavljene interese, ekološkim pregovaranjem postignu sporazum. Da bi ga postigle moraju s jedne strane težiti istini (objektivnoj stvarnosti), težnji za istinom i istinitosti (tačnosti podataka) dok s druge strane, trebaju znati komunicirati. Pri tom se podrazumjeva da sve strane žele riješiti problem.

Stoga, treba omogućiti da informacije o zaštiti životne sredine postanu na djelotvoran način dostupne široj javnosti. Potrebne podatke i informacije treba iskazati u obliku prilagođenom masovnim komunikacijama kako bi se osiguralo da javnost dobije pouzdane informacije.

Posebno je važno osigurati dostupnost informacija o opasnim djelatnostima i faktorima, neizbježnim rizicima industrijskih i drugih nezgoda te o mjerama pripravnosti i sigurnosti koje su preduzete u slučaju neke potencijalne nezgode. Povjerenje javnosti je moguće dobiti samo ako ona od početka bude tačno, potpuno i pravovremeno informisana, te ako u svakom trenutku može nadzirati odvijanje projekata / programa u smislu dobijanja podataka o uticaju na životnu sredinu.

Javnost je najveći resurs za razvoj i provođenje ekoloških zakona i politika.

Uključenost javnosti je odlučna za izgradnju i provođenje pravednog i djelotvornog sistema / koncepta zaštite životne sredine, a koristi od tog učešća mogu imati sve društvene grupe (npr. pojedinac, industrija, grad i dr.), odnosno društvo u cjelini.

Kako učešće javnosti pridonosi svakom od ovih posebnih područja, ukupna vrijednost može biti veća od samog zbira raznih posebnih koristi.

Prihvatanje javnosti kao partnera u procesima odlučivanja zasigurno će poticati saradnju između državne uprave, lokalne uprave i samouprave, privrede, organizacija i dr., što je odlučno za uspješno funkcionisanje sistema.

Stalno treba imati na umu da područje u oblasti zaštite životne sredine nije suočeno samo s tehničkim, nego najprije s ljudskim problemom. Da bi se postigli ciljevi i ostvarili zadatci u zaštiti životne sredine u sklopu održivog razvoja, osnovni je preduslov lična promjena.

Magistarski rad se sastoji iz 12 poglavlja:

1. poglavlje – Uvod

U ovom poglavlju dat je predmet istraživanja, svha i cilj istraživanja, naučne metode, kompozicija rada, naučna novina, i praktična primjena rezultata istraživanja.

2. poglavlje – Pregled modela komunikacije

U drugom poglavlju dat je pregled modela Šennona i Vivera, model Vilijama Šrama, model Norberta Vinera, model Davida Berla, model Jurija Borocofa, model Teodora Njukomba, model Yestli Mak Lina, model G. Malacke, model Elizabet Andersa, Lorin Staca i Roberta Bostroma, model L. Bejkera, model Frenk Denisa, model Rodžersa, i model Počepca kao i pregled socioloških, psiholoških, kulturoloških, konfesionalnih i semantičkih modela komunikacije.

3. poglavlje – Dat je pregled zakona o zaštiti životne sredine kao i Aarhunska konvencija o pristupu informacijama, učešću javnosti u odlučivanju i pristupu pravdi u materiji vezanoj za životnu sredinu.

4. poglavlje – Rezultati kontent – analize (ankete)

U ovom poglavlju prikazani su rezultati anketiranja učenika, njihovih roditelja, starijih osoba i radnika Instituta zaštite na radu, ekologije i informatike Banja Luka.

5. poglavlje – Analiza modela komunikacije

U ovom poglavlju je izvršena analiza modela Šennona i Vivera, modela Vilijama Šrama i modela Rodžersa na osnovu rezultata ankete o načinu komuniciranja u pogledu zaštite životne sredine sa datom starosnom grupom.

6. poglavlje – Komunikacijska strategija

U šestom poglavlju data je: Suština strategije, Strateški ciljevi, Ključna strategija, Definisane uzoraka i posljedice, Komunikacijski plan, Izgled komunikacijskog plana, Postepena izrada strateškog komunikacijskog plana, Definisane troškova u svrhu određivanja vrijednosti, Ocjenjivanje radne uspješnosti, Swot analiza, Osposobljavanje ne – komunikatora, Uzroci stateških komunikacijskih planova, Proces komunikacije, Vrijednost

korporativnih kultura, Razvijanje strateškog mentalnog sklopa, Javnost / Publike / Interesno – uticajne grupe i Dugoročni i kratkoročni komunikacijski ciljevi.

7. poglavlje – Interakcija biznisa i životne sredine

U ovom poglavlju dat je prikaz interakcije biznisa i životne sredine i to: Kako ostvariti dobit primjenom principa zaštite okoline i sigurnosti, Razvoj preduzeća i okolinsko upravljanje, „Okolinsko upravljanje“ – ključ ka profitabilnosti preko okoliša, Okolinsko upravljanje, globalni trend koji će imati uticaja na vaš biznis, Smanjenje troškova poslovanja povećanjem efikasnosti, Povećanje tržišta pomoću okolinskog upravljanja i Čistija proizvodnja - tehnika za smanjenje troškova i povećanje prihoda.

8. poglavlje – Edukacija u oblasti zaštite životne sredine

U ovom poglavlju navedena je: Edukacija djece u predškolskim ustanovama, Edukacija putem medija (televizije, radija, novina), Edukacija putem javnih tribina i okruglih stolova, Edukacija stanovništva putem promotivnog materijala, Edukacija stanovništva putem telefona, Edukacija stanovništva putem interneta, Edukacija stanovništva putem oglasne ploče, Edukacija stanovništva putem e- mail, Edukacija stanovništva putem prijema, Edukacija stanovništva putem press konferencija, Saopštenja za štampu (press release), Edukacija stanovništva putem web stranice opštine, Edukacija stanovništva putem zborova građana i javnih rasprava, Edukacija stanovništva putem reklamiranja, Edukacija stanovništva putem udruženja građana i nevladinih organizacija, Viši nivoi vlasti, Info pult, šalteri i službe.

9. poglavlje – Zaključak

10. poglavlje – Bibliografija

11. poglavlje – Prilog

S obzirom da se po prvi put na ovaj način izučava problematika komunikacije u oblasti životne sredine u kontekstu savremenog poslovanja i da nema dovoljno literature, u toku izrade rada sam se suočila sa brojnim problemima koji su na kraju uspješno riješeni.