

# 1. UVOD

Oblast odnosa sa javnošću koja je predmet ovog rada biće prikazana kroz teorijska i praktična zapažanja, jer i odnos prema ovoj oblasti je prije svega takav, da se više radi o zanatu koji se uči kroz praksu, nego o specijalističkom ili akademskom znanju. Naravno, da inicijalno treba praviti razliku između odnosa sa javnošću koji su bili sastavni dio državne administracije, što je ova oblast bila ranije, od modernog koncepta odnosa sa javnošću kao discipline menadžmenta.

Informacije koje postoje u oblasti odnosa sa javnošću, ukazuju da pored generalnih tendencija u okviru struke odnosa sa javnošću postoje i specifična usmjerenja kod pojedinih obrazovnih institucija (fakultet, srednja škola, koledži, specijalizacije), kao i u pojedinim državama.

Odnosi s javnošću su multidisciplinarna oblast koje je doživjela razvoj u zadnjih 30 do 40 godina. Pojava i razvoj elektronskih medija (u prvom redu televizije) i njihov značaj za oblikovanje javnog mnjenja, predstavljaju prelomne momente u razvoju metodologija komunikacije s javnošću. Takođe, ne smijemo zaboraviti da je povratak višestranačke demokratije u našu zemlju uvećao značaj komunikacije s javnošću za funkcionisanje svih sektora javne administracije. Proces reformi i harmonizacije zahtijeva ažuran, ali i strateški usmjeren pristup javnosti bilo kroz masovne medije, bilo kroz direktnu komunikaciju. Principi transparentnosti i javne odgovornosti koji se aktivno afirmišu kroz proces stabilizacije su samo još jedan od niza razloga zbog kojih je skup metodologija imenovan kao odnosi s javnošću (Public Relation ili samo kratko PR) od vitalnog značaja za funkcionisanje svih segmenata javnog života, a pogotovu javne uprave u Republici Srpskoj.

U današnje vrijeme menadžment svake uspješne kompanije, javne institucije ili nevladine organizacije, podrazumjeva i menadžment komunikacija same orgaizacije, odnosno postojanje strateški osmišljenog programa odnosa sa savnošću (PR-a).

Zašto je komunikacijski menadžment i PR toliko dobio na značenju u savremenom svijetu i zašto više sebi ne smijemo priuštiti da zanemarimo odnose sa javnošću? Šta su odnosi sa javnošću i šta su sve aktivnosti PR-a? Kroz razjašnjavanje osnovnih pojmova, tehnika i metoda, na primjerima iz prakse, ovaj rad ukazat će vam na vrijednost i svrhu odnosa sa javnošću (PR-a) i uputiti vas u osnove rada u toj oblasti. Rad je namjenjen onima koji tek počinju raditi u oblasti odnosa sa javnošću, a veoma je koristan za one koji žele steći generalan uvid u osnove ove djelatnosti.

Ovaj rad predstavlja pokušaj da se kroz koncizan i didaktički pristup predstave osnove PR-a: njegov značaj, metode koji se koriste u komunikaciji s javnošću, prioritete i strategije usmjeravanja informacija (uključujući i upravljanje kriznim situacijama), metode istraživanja javnog mnjenja, studije slučajeva, kao i najvažnije bibliografske reference iz date oblasti.

Podsjećam da su Odnosi s javnošću oblast koja konstantno evoluirala i koja po svojoj suštini predstavlja skup praktičnih iskustava. Bilo bi pogrešno vjerovati u mogućnost da se PR dovede na nivo egzaktne nauke u kojoj se traga za principima i načelima koja bi bila uvijek ispravna i primjenjiva na sve slučajeve. Neophodno je razumjeti potrebe koje Vaša organizacija, tj. institucija ima u domenu odnosa sa javnošću, te na pragmatičan i strateški način postaviti sistem komunikacije putem medija i putem direktne međuljudske interakcije sa predstavnicima Vama relevantnih ciljnih grupa.

