

ПРОЦЕС ОДНОСА СА ЈАВНОШЋУ У СИСТЕМУ ОДБРАНЕ

Милош М. Стошић*
Генералштаб Војске Србије,
Ваздухопловни завод „Мома Станојловић”

Систем одбране као државна институција има јасно дефинисану уставну улогу у друштву. Као један од захтева који се поставља пред Министарство одбране и Војску Србије (у наставку текста МО и ВС) јесте демократска и цивилна контрола која обухвата више елемената, међу којима је и обавештавање јавности о стању припремљености Министарства одбране и Војске Србије.

Односи с јавношћу система одбране представљају сложен процес који садржи бројне аспекте. Он обухвата истраживање и анализу, формирање политике, програмирање, комуникацију и повратну спрегу од бројних врста публике.

Да би се тај процес испунио, неопходно је дефинисати и у пракси спровести односе с јавношћу на начин који ће у јавном интересу подстицати разумевање, јачати поверење у систем одбране и развити хармоничне односе између Министарства одбране и Војске Србије, са једне стране, и јавности са којом комуницира, са друге стране.

Кључне речи: односи с јавношћу, систем одбране, фазе процеса односа с јавношћу, јавност, окружење, комуникација

Увод

Односи са јавношћу представљају релативно младу научну област. Посматрањем односа с јавношћу на глобалном нивоу може се приметити да постоји интелектуални раскорак у развоју односа с јавношћу као научне области у развијеним земљама са појединим неразвијеним подручјима света. Тај раскорак доводи до проблема у дефинисању, разумевању материје и имплементацији знања.

У систему одбране Републике Србије односи с јавношћу се још увек нису афирмисали у потпуности као стручно подручје, па се најчешће доживљавају као специфична вештина, која се најчешће учи кроз праксу.

У савременим условима рада неборива је чињеница да успешна организација мора имати системски вођену функцију комуницирања. Односи с јавношћу су од виталног значаја за систем одбране који треба непрестано да надограђује успостављене комуникацијске канале које има са екстерним и интерним јавностима, да пружа значајне информације о својим активностима, али и да добија правовремене и тачне повратне инфор-

* milos.stosic@vzms.vipvo.rs

мације, битне за њено функционисање. Углед и имиџ система одбране, као битни фактори за функционисање система, увелико зависе од успешности односа с јавношћу.

Правилно дефинисање фаза процеса односа с јавношћу омогућује правилну имплементацију тактика у пракси, које граде жељени имиџ и друштвену признатост система одбране.

Истраживање

Односи с јавношћу у систему одбране представљају процес који се састоји од четири фазе. Прва фаза тог процеса подразумева истраживање окружења (интерног и екстерног) система одбране као организације.

Да би се створила основа за успешан процес одлучивања и утврђивање стратегије комуникације у систему одбране потребне су информације и подаци. Управо спровођењем истраживања окружења система одбране они се прикупљају и интерпретирају. Истраживање окружења система одбране одговара војном обавештајном раду. За прикупљање потребних информација, систем одбране као организација може користити различите врсте истраживања, у зависности од тога шта је предмет истраживања, колико је расположиво време и колика су средства, као и колики је значај догађаја и процењена ситуација у окружењу.

У односима с јавношћу истраживачке технике се користе за прикупљање података и информација. Најчешће навођена техника је проналазак литературе и претрага база података. Ова техника назива се *секундарним истраживањем*, јер се користе постојеће информације из књига, чланака и часописа, електронских база података и сл. Њој супротна техника је *примарно истраживање* у којем се добијају нове и оригиналне информације. Примери такве технике су: *опсежни интервјуи, фокус групе, анкете и истраживање јавног мњења* (Вилкокс и сар. 2006, 131).

Истраживање се може поделити на квалитативно и квантитативно. Разлике између ове две врсте истраживања приказане су у табели 1.

Табела 1 – Разлике између квалитативног и квантитативног истраживања

Квалитативно	Квантитативно
<ul style="list-style-type: none"> – „Меки“ подаци – Обично се оставља могућност дописивања одговора, није структурирано – „Експлоративно“, засновано на испробавању и наслућивању – Обично „валидно“, али не и поуздано – Ретко се може „пројектовати“ на шири аудиторијум – По правилу се користе неслучајни узорци 	<ul style="list-style-type: none"> – „Тврди“ подаци – Обично су одговори већ понуђени, принудни избор, веома структурирано – „Дескриптивно“ или „интерпретативно“ – Обично „валидно“ и поуздано – Обично се може „пројектовати“ на шири аудиторијум – По правилу се користе случајни узорци
П р и м е р и	П р и м е р и
<ul style="list-style-type: none"> – Фокус групе – Индивидуални, дубински интервјуи – Посматрање, учешће, студије играња улога – Погодно анкетирање 	<ul style="list-style-type: none"> – Телефонске анкете – Анкете поштом – Пресретачки интервјуи у шопинг центрима – Индивидуални интервјуи – Студије с поделом трошкова или омнибус студије – Панел студије

(Извор: Вилкокс и сар. 2006, 131).

Коришћењем истраживачких техника неопходно је сагледати политичке, правне, економске, социјалне и техничко-технолошке елементе окружења система одбране. За добијање потребних информација за планирање стратегије односа с јавношћу у систему одбране могу се користити следеће четири истраживачке технике:

– истраживање архивских података. Овом техником истражују се изјаве и говори званичника МО и ВС, подаци за запослене из часописа „Одбрана”, делови из новина (дневних и периодичних) који се односе на систем одбране, подаци о организованим догађајима система одбране и сл. То је почетно истраживање којим се утврђује како систем одбране комуницира са својим окружењем;

– истраживање научних и стручних радова. Овом техником истражују се оригинални научни радови, научне критике, стручни радови, коментари, референтне књиге које се односе на систем одбране. У примени ове технике могуће је користити сервис КоБСОН** који пружа домаће и међународне научне информације;

– истраживање интернет података. Овом техником истражују се доступне базе података, подаци са друштвених мрежа, подаци са форума, коментари чланака електронских новина, подаци са вебинара и др., који се односе на конкретне теме везане за систем одбране. Квантитативним и квалитативним разврставањем и анализом добијених података могуће је утврдити потребе за додатним улагањем напора када је реч о односима с јавношћу система одбране;

– истраживање путем индивидуалних и групних интервјуа. Овом техником врши се истраживање помоћу кратких интервјуа стручне и остале јавности, како би се добили подаци о ставовима, идејама, мотивима и сугестијама које се могу применити у будућим стратегијама односа с јавношћу система одбране. Због специфичности система одбране и задатака које извршава, неопходно је да циљна публика разуме садржај интервјуа. Такође, за успешност интервјуа потребно је прецизно одредити узорак. Најбољи резултати добијају се случајним узорком и великим бројем интервјуисаних.

Планирање програма

Друга фаза у процесу односа с јавношћу је планирање програма. Планирање односа с јавношћу мора да буде стратешко. Стратешко планирање је од кључног значаја кад одређујете где желите да будете у будућности (циљ) и како тамо да стигнете (стратегије). Планирањем се активно утврђује правац деловања организације и избегавају лутања и рутинска понављања активности (Вилкокс и сар. 2006, 148).

Планирање програма односа с јавношћу у систему одбране мора бити засновано на резултатима истраживања. Планирањем се остварује задатак прилажења циљној јавности.

Системски прилаз у планирању односа с јавношћу обухвата неколико фаза (Филиповић и Костић-Станковић 2011, 230). То су:

1. Анализа и дијагноза ситуације.
2. Утврђивање циљева и стратегија.
3. Утврђивање потребних средстава (буџета) за спровођење програма односа с јавношћу.

** Конзорцијум библиотека Србије за обједињену набавку.

4. Утврђивање програма односа с јавношћу.
5. Дефинисање тактика за реализацију програма односа с јавношћу.
6. Процена и праћење остварених резултата и мерење постигнутих ефеката.

Анализа и дијагноза ситуације подразумева јасно разумевање и процењивање ситуације у којој систем одбране комуницира са окружењем. Са познатом ситуацијом могу се поставити достижни циљеви односа с јавношћу система одбране. Најчешће ситуације у којима систем одбране комуницира са окружењем, а које утичу на планирање програма односа с јавношћу су:

- спровођење специјалног догађаја за систем одбране (војна парада, аероми-тинг, отворени дани и сл.),
- спровођење конкретног пројекта (реформе, измене закона у систему одбране, увођења у употребу НВО и сл.),
- спровођење програма односа с јавношћу за очување имиџа и репутације у јавности,
- спровођење програма односа с јавношћу ради превазилажења кризе који негативно утиче на јавност.

Утврђивање циљева и стратегија. Приликом дефинисања циљева односа с јавношћу у систему одбране неопходно их је посматрати као резултат којем се тежи. Комплементарност циљева односа с јавношћу система одбране и циљева система одбране као целине је неопходна да би планирање програма било рационално. Утврђивање стратегије система одбране подразумева дефинисање начина остваривања циљева и пружање смерница са јасним порукама и темама које ће се константно понављати у комуникацији са окружењем.

Утврђивање потребних средстава (буџета) за спровођење програма односа с јавношћу у фази планирања врши се на основу искуства или износа који систем одбране може да обезбеди. Полазећи од износа расположивих средстава, врши се утврђивање и даља разрада плана програма односа с јавношћу система одбране.

Утврђивање програма односа с јавношћу у систему одбране мора да обухвати временску и хронолошку димензију за спровођење активности програма односа с јавношћу. Прецизно дефинисање времена спровођења, редоследа корака у кампањи и листе активности кључ је успешне комуникације са циљном јавношћу.

Дефинисање тактика за реализацију програма односа с јавношћу у фази планирања подразумева прецизан и јасан опис активности за реализацију стратегија, као и инструмената комуникације система одбране са циљном јавношћу.

Процена и праћење остварених резултата и мерење постигнутих ефеката у фази планирања подразумева утврђивање мерљивих циљева и одређивање начина на који ће се извршити евалуација остварених циљева.

Планирање односа с јавношћу у систему одбране Републике Србије обухваћено је Стратегијом комуникације, које представља стратешко планирање. Стратегија комуникације је полазни и обавезујући оквир за деловање и наступе у јавности руководиоца МО и ВС, свих запослених у МО и припадника ВС и има за циљ да омогући разумевање и подршку јавности у реализацији активности МО и ВС (Смернице 2008, 7).

Стратегија комуникације садржи ставове и смернице у складу са којима се комуникација система одбране реализује. Разрада стратегије захтева израду планова комуникације, који представљају тактично планирање. У случају значајних промена у окружењу система одбране потребно је размотрити прилагођеност стратегије и извршити евентуалне измене елемената (циљева, циљних јавности, кључних порука и др.).

Стратегија комуникације система одбране мора бити у складу са позитивним законским нормама Републике Србије. Кључни елемент комуникације који се поставља пред стратегију односа с јавношћу система одбране јесте информисање појединаца и јавности о стању функционалне и оперативне способности система одбране.

Комуникација

Комуникацијом се врши примена и спровођење програма односа с јавношћу. Успешном комуникацијом система одбране са интерном и екстерном јавношћу остварују се њени циљеви, а то су информисање јавности и узајамно разумевање.

Пре упућивања поруке комуникацијским каналом неопходно је тестирати поруку. На тај начин проверава се да ли је она одговарајућа, разумљива и уверљива за примаоца.

Да би била успешна, поруку мора да *прими* изабрани појединац или публика. Она мора да привуче *лажњу* публике, да буде *схваћена*, *уверљива* и *запамћена*. И, коначно, мора да представља подстицај да се на неки начин *делује*. Ако се не испуни *било који* од ових задатака, цела порука биће неуспешна (Вилкокс и сар. 2006, 170).

Комуникацијом система одбране са циљном јавношћу остварују се циљеви комуникације. Могући циљеви комуникације у систему одбране су:

- успостављање односа са окружењем,
- међусобна перцепција порука и ставова,
- промена мишљења и понашања примаоца поруке.

Приликом реализације комуникације систем одбране мора је засновати на следећим кључним принципима, како би била загарантована њена успешност:

- отвореност – сви комуникацијски канали морају бити отворени и интерактивни,
- офанзивност – активна комуникација и
- јединственост – кључне поруке морају бити јединствене.

Доследном применом принципа комуникације систем одбране први дистрибуира информације у вези са питањима из надлежности одбране, шаље јасне поруке циљној јавности и спречава могућност пласирања нетачних информација.

Фаза комуникације система одбране и јавности мора се одвијати двосмерно. Систем одбране као пошилалац упућује кључне поруке преко комуникацијских канала одређеним примаоцима. Једносмерном комуникацијом само се пласирају поруке, што је чини мање успешном. За успешну комуникацију неопходан је дијалог, који обезбеђује двосмерно кретање информација и повратну спрегу између система одбране и окружења са којим комуницира. Успостављањем повратне спреге стварају се услови за утицај на евентуалне промене ставова, мишљења и понашања примаоца поруке.

Кризно комуницирање

Криза у односима с јавношћу система одбране може настати у различитим облицима. Неопходно је правити разлику између кризног догађаја и кризне ситуације.

Кризна ситуација састоји се од једног или више неочекиваних догађаја који могу угрозити остваривање циљева комуникације.

Криза у односима с јавношћу система одбране може настати услед:

– кризних догађаја (*ванредни догађаји: смрт, убиство, самоубиство припадника, несреће у раду, еколошки и епидемиолошки инциденти, природне непогоде, афере везане за припаднике и друге малверзације*),

– кризних ситуација (*ванредно стање, непосредна ратна опасност и ратно стање*).

Криза у односима с јавношћу система одбране може нарушити имиџ система одбране. Непланирана је и нежељена, а на њено трајање може се само делимично утицати.

У кризним догађајима и ситуацијама постоји велики притисак на систем одбране да што брже реагује тачним, потпуним и јасним информацијама.

КРИЗА = ОПАСНОСТ + ПРИЛИКА

Начин реаговања система одбране у првих 24 часа често условљава да ли ће ситуација остати на нивоу инцидента или прерасти у праву кризу. Реакција система одбране на кризну ситуацију или догађај треба да буде офанзивна и да се креће у сусрет кризи.

Врсте стратегија комуникације у кризи које систем одбране може да примени су (Вилкокс и сар. 2006, 188):

1. *Напад на оног који вас оптужује* – супротстављате се страни која тврди да постоји криза и тврдите да су њена логика и чињенице погрешне.

2. *Порицање* – организација објашњава да не постоји криза.

3. *Изговор* – организација минимизира своју одговорност за кризу. Демантује се свака намера да се почини штета, а организација изјављује да није имала контролу над догађајима који су изазвали кризу. Ова стратегија се користи у случају природних катастрофа.

4. *Ново оправдање* – криза се минимизира изјавом да не постоји озбиљна штета или повреда. Понекад се кривица сваљује на жртве. То се често чини приликом погрешне употребе производа или несрећног случаја у организацији.

5. *Удовољавање* – чини се покушај да се умири заинтересована јавност. Организација даје донацију у добротворне сврхе и сл.

6. *Корективни поступак* – предузимају се мере да се исправи штета начињена у кризи и спречи њено понављање.

7. *Извињење* – организације преузимају одговорност и траже опроштај.

Не постоји стратегија кризних комуникација која је прикладна за све ситуације. Систем одбране је посебно осетљив на негативне појаве и због тога треба да тежи офанзивном представљању својих мисија и задатака. Дефанзивне тактике које подразумевају демантовање нетачних информација и ублажавање настале кризе, када је у јавност дистрибуирана информација која негативно утиче на имиџ система одбране, постепено воде ка негативним ставовима публике. Треба имати у виду да је негативни догађај покретач вести.

Да би се правремено и правилно реаговало на кризну ситуацију у систему одбране неопходно је стално радити на едуковању и обуци запослених који се баве односима с јавношћу, као и представника система одбране који иступају у јавности.

Неопходно је навести да су односи с јавношћу у кризним ситуацијама различити када се систем одбране ангажује у оквиру граница Републике Србије (нпр. одбрамбени рат) или на територији друге државе (нпр. мировне операције).

Евалуација

Четврта фаза у процесу односа с јавношћу је евалуација. Она представља мерење резултата у односу на циљеве постављене током процеса планирања. Реч је о прецизној евалуацији нашег напретка у постизању конкретних циљева из плана односа с јавношћу. На основу евалуације сазнајемо шта смо урадили добро, шта лоше, колики напредак смо остварили и, што је најважније, како следећи пут можемо бити још бољи (Вилкокс и сар. 2006, 196).

Евалуација треба да покаже да ли су уложени ресурси у односе с јавношћу система одбране допринели остварењу унапред постављених циљева. При том, веома је битно да се евалуација спроводи у току трајања самог програма односа с јавношћу, са почетком још у фази планирања. Она захтева утврђивање мерљивих критеријума на основу којих ће се евалуирати успешност постизања почетних циљева.

Достизање циљева комуникације система одбране могуће је уколико се фаза евалуације правилно спроведе. У фази евалуације неопходно је праћење промена у окружењу, ставова јавности и испуњења циљева и активности дефинисаних плановима.

Приликом спровођења евалуације потребно је комбиновати технике евалуације како би се извршило целисходније вредновање.

Иначе, постоје бар три нивоа мерења и евалуације. На *најосновнијем нивоу* налази се комбинација дистрибуирања поруке и њеног публицитета у медијима. *Други ниво*, који изискује савременије технике, односи се на мерење свести код публике, њено разумевање и задржавање поруке. *Највиши ниво* је мерење промена ставова, мишљења и понашања (Вилкокс и сар. 2006, 197).

Најчешће коришћене методе евалуације програма односа с јавношћу су (Вилкокс и сар. 2006, 198-209):

– *мерење продукције* – овом методом добијају се подаци о продуктивности и резултатима рада практичара односа с јавношћу;

– *мерење изложености поруци* – изложеност поруци може се мерити на основу неколико критеријума, као што су сакупљање исечака из новина и ТВ емисија у којима је организација споменута, медијских утисака или допирања до потенцијалне публике, број посета на одређеној интернет страни, огласне противвредности, која се рачуна тако што се чланци у новинама рачунају као трошак упоредив с оним који бисмо имали када би плаћали огласни простор, систематско праћење компјутерских база података, захтеве за додатним информацијама често путем бесплатног броја телефона и посећеност специјалних догађаја;

– *мерење свести публике* – овом методом процењује се да ли је публика разумела упућену поруку и постала свесна њеног постојања. Свест публике може се мерити анкетним истраживањем;

– *мерење ставова публике* – промене у ставовима публике могу се евалуирати кроз бејзлајн или бенчмарк студије, којима се мери свест и мишљења пре, за време и након кампање односа с јавношћу;

– *мерење поступака публике* – кампање односа с јавношћу евалуирају се на основу тога у којој мери су помогле остварењу циљева организације кроз промене у понашању публике;

– *мерење додатних активности* – неопходно је да се периодично спроведе преглед комуникација и утврди да ли су све циљне групе примиле намењене поруке. Посећеност специјалним догађајима може да се измери на основу броја и понашања посетилаца, што је показатељ да ли су прихватили поруку.

Етика и професионализам

Етика представља систем вредности помоћу којег се одређени поступци и понашања категоришу као исправни или погрешни, праведни или неправедни. Понашање припадника система одбране мора да буде друштвено прихватљиво. Да би неко понашање било етично неопходно је да постоји поштовање према људима. То понашање укључује поштовање туђих мишљења, права, имовине и сл.

Понашање појединца не одређује само његова савест, већ и извесне норме прихватљивости које су друштвено, професионално или организационо утврђене. Тешкоће при утврђивању да ли је нешто морално произилазе из чињенице да појединци имају различите стандарде и схватања онога што је „добро“ и онога што је „лоше“. Стручњаци за односе с јавношћу имају дилему, јер морају да доносе одлуке које задовољавају јавни интерес, интерес послодавца, етички кодекс организације у којој су запослени и лични систем вредности. У идеалном свету ове четири ставке не би биле противречне, али је у стварности то чест случај (Вилкокс и сар. 2006, 60).

У систему одбране постоји прописан етички кодекс понашања припадника. То је документ којим се успостављају прихватљиве норме понашања свих припадника. Етички кодекс је обавезан за све, а посебно обавезујући за припаднике система одбране који су у процесу односа с јавношћу.

Војничка част стара је колико и сама војска. За разлику од других професија, кодекс професионалног понашања припадника система одбране има своју посебност, чија је суштина у општим етичким нормама и вредностима које одражавају посебност војне професије. Војничка етика темељи се на поставкама које захтевају посебне и више захтеве према човеку, као што су: тачност, прецизност, одговорност, истрајност, часност, храброст, издржљивост и лојалност (Вељковић 2006, 119).

„Част је официру звезда водилца у свакој прилици и у животу. Она је поуздан компас, који увек показује часност, те га тако упућује на пут ван искушења и хаоса у који би могао доћи.“

Војвода Живојин Мишић
(Вељковић 2006, 119)

Част свих припадника система одбране представља снагу и водилу, која упозорава да се дужност савесно и професионално обавља и да се не чине поступци који би могли да наруше углед припадника и имиџ система одбране као целине.

Закључак

Позната је чињеница да у савременом друштву владају информације. Ниједан догађај, било да је повољан или неповољан за систем одбране, не може се сакрити од јавности.

Управо односи с јавношћу, као процес, доприносе социјализацији и интеграцији система одбране у целокупан систем Републике Србије. Формирањем позитивног става у јавности о систему одбране чине овај систем друштвено признатијим.

Одувек је постојала заинтересованост јавности за активности система одбране. Пре свега, интересовање јавности усмерено је на задатке и активности које систем одбране спроводи, али и на афере, контраверзна питања и сензационалистичке вести. Због тога је константно грађење и одржавање добрих односа с јавношћу стални задатак. Да би се тај задатак могао успешно остварити неопходно је: стварати специјализоване структуре и хијерархијски јасну организацију за односе с јавношћу, вршити сталну едукацију запослених за реализацију савременог концепта односа с јавношћу, развијати материјалне капацитете, формирати свеобухватан процес односа с јавношћу и сл. На овај начин систем одбране показао би да, поштујући традицију, прихвата савремене, глобалне тенденције и да има ресурсе за прилагођавање неминовним променама у окружењу.

Односи с јавношћу у систему одбране нису луксуз, већ само предуслов за успешно одговарање свим захтевима који се постављају пред Министарство одбране и Војску Србије.

Литература

- [1] Блек, Сем. 1997. *Односи с јавношћу*. Београд: Библиотека Маркетинг.
- [2] Вељковић, Видимир. 2006. *Основи морала војске*. Београд: Министарство одбране.
- [3] Филиповић, Винка, и Костић-Станковић, Милица. 2011. *Односи с јавношћу*. Београд: Факултет организационих наука.
- [4] Вилкокс, Денис Л., Камерон, Глен Т., Олт, Филип Х., Ејџи, Ворен К. 2006. *Односи с јавношћу*. Београд: Економски факултет.
- [5] Петровић, Д., Михаиловић Д., Михаић М., Жаркић-Јоксимовић Н., Јашко, О., Филиповић, В., Обрадовић, В. 2011. *Менаџмент-савремени концепти и примена*. Београд: Факултет организационих наука.
- [6] Филиповић, В., Илић, Б., Јашко, О., Милићевић, В., Петровић, Д., Чуданов, М., Дамјановић, В., Кнежевић, С., Михаић, М., Обрадовић, В., Јевтић, М. 2012. *Менаџмент и организација*. Београд: Факултет организационих наука.
- [7] *Смернице за стратегију комуникације Министарства одбране и Војске Србије*. Београд: Министарство одбране. 2008.
- [8] *Приручник за односе с јавношћу*. Подгорица: Влада Републике Црне Горе. 2006.
- [9] *Закон о Војсци Србије*. Београд: Влада Републике Србије. 2007.
- [10] *Public Affairs Operations*. Washington: Department of the Army. 1997.