

1. Uvod

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 kao i u pojedinim državama.

Odnosi sa javnošću su multidisciplinarna oblast koja je preživjela razvoj u zadnjih 30 do 40 god.

Pojava i razvoj elektronskih medija i njihov značaj za oblikovanje javnog mjenja, predstavljaju prelomne momente u razvoju metodologija komunikacije sa javnošću.

1.1. Istorijski razvoj odnosa sa javnošću

Sigurnost je da je oblast odnosa sa javnošću postojala ranije, tj. da nije proizvod XX vijeka. Ako posmatramo odnose sa javnošću kao sredstvo uticaja najavno mjenje i ponašanje ljudi, onda se može zaključiti da su stari koliko i civilizacija.

Prve tragove možemo primjetiti u komunikacijama kod starih naroda-Sumera, Persijanaca, Egipćana, a zatim u staroj antičkoj Grčkoj i Rimu.

Možemo se prisjetiti čuvenih poruka, narodu, kroz koje se vršio uticaj, kao i u obrnutom smjeru („Vox populi-Voh Dei“-„Veni, vidi, vici.“-„Alea jacta est“). Još u doba francuske revolucije (1789-1799) koristio se pojam javnog mjenja-kroz pamfete, novine, knjige, frizure, kokarde.

Posebna pažnja u razvoju oblasti sa javnošću bila je formiranje instituta i specijalizovanih škola, koje kroz standardizovan proces edukacije nastoje da ovu struku postave na mjesto koje joj zaista pripada. Formiranje međunarodnog udruženja za odnose sa javnošću, IPRA, maja 1955. godine, potpomoglo je razvoju ove oblasti u svjetskim razmjerama. Globalni ciljevi ovog udruženja su ne samo da unapređuje obrazovanje i istraživanje, etiku već i da doprinose da odnosi sa javnošću budu tretirani kao disciplina menadžmenta.

1.2. Definicija pojma odnosa sa javnošću

Kako nastojimo da prikažemo suštinu odnosa sa javnošću, onda to najčešće činimo kroz definicije. Svaka od sljedećih definicija naglašava određene aspekte ove oblasti, kome je usmjerena, što se njom poboljšava i kakvi njeni prioriteti:

-odnosi sa javnošću su pozitivno predstavljanje organizacije njenoj sveukupnoj javnosti.

-Praksa odnosa sa javnošću je umjetnost i društvena nauka analiziranja trendova, predviđanja njihovih posledica, savjetovanja rukovodstva organizacije i primjena planiranih programa aktivnosti koji će služiti interesima kako organizacije tako i javnosti (Meksička izjava).

2. Ciljevi odeljenja za odnose sa javnošću u javnoj upravi

Iskustvo u oblast odnosa sa javnošću pokazuje i da je moguće globalne ciljeve PR-a u javnoj i državnoj upravi možemo na sljedeće segmente:

1. sistematično, kontinuirano, pravovremeno i tačno informisanje javnosti (da putem medija / ili drugih sredstava) o relativnim aktivnostima institucija.

2. promocija opšte slike (imidž) institucije i njenog ugleda i prestiža u građanstvu.

...

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com