

ПОЛИТИКА ОДНОСА СА ЈАВНОШЋУ У СИСТЕМУ ОДБРАНЕ

Срђан Благојевић*

Универзитет одбране у Београду

Михаило Зоговић**

Министарство одбране Републике Србије,

Управа за односе са јавношћу

Миливоје Пајовић***

Генералштаб Војске Србије, Центар за мировне операције

Политика, као процес организовања и усмеравања људског друштва, има кључну улогу у успостављању и развијању система одбране неке државе и један је од најзначајнијих чинилаца његовог функционисања. Због тога је важно да сваки систем одбране има развијену политику односа са јавношћу као засебну функцију која се умногоме разликује од уобичајеног комуницирања са новинским агенцијама и периодичног спровођења пропагандних делатности. У овом раду биће речи о битним чиниоцима политике односа са јавношћу у систему одбране, као сложенем подсистему система безбедности и политичког система уопште.

Кључне речи: *политика, јавност, односи са јавношћу, систем одбране, политички систем*

Увод

Чињеница да се човек од почетка свог организованог друштвеног живота и рада, све до данас, сретао са разним облицима и видовима угрожавања појединачна, друштвених група, држава и региона указује на разлоге због којих је развој система одбране земље прворазредни државни интерес. Због интересовања јавности за функцију одбране која је стара колико и држава и друштво односи са јавношћу препознати су као важна функција система одбране. Узимајући у обзир чињеницу да је политика уједно и извор и чинилац одбрамбене функције, недвосмислено се идентификује потреба за утврђивањем политике односа са јавношћу као важне делатности система одбране са јасно утврђеним интересима и циљевима, професионално обученим кадровима, прецизираним методама и средствима

* Мајор доц. др Срђан Благојевић, srdjan.blagojevic@mod.gov.rs

** Потпуковник доц. др Михаило Зоговић, mihailo.zogovic@mod.gov.rs

*** Пуковник мр Миливоје Пајовић је начелник Центра за мировне операције, milivoje.pajovic@mod.gov.rs

деловања и листом ефеката који се желе постићи. Односи са јавношћу представљају важан чинилац стратегијског управљања системом одбране и нужно доприносе његовом развоју.

Ни на овом степену развоја човеку није пошло за руком да изгради такав тип политичког организовања које би елиминисало разне облике угрожавања и тиме створио услове да одбрамбена функција не буде више једна од најзначајнијих функција политичког система. Због тога сваки облик организације власти, у основи свог постојања, претпоставља одређени систем одбране са својим одбрамбеним функцијама које обезбеђују одвраћање од угрожавања, као и супротстављање разним видовима и облицима угрожавања основних друштвених вредности. У смислу правилног и континуираног развоја система одбране потребно је перманентно развијати и усклађивати политику односа са јавношћу са политиком одбране једне земље.

Систем одбране као предмет интересовања јавности

Функција одбране је највиша политичка функција у политичком систему правних држава. У томе су веома слични политички системи Истока и Запада. Постојање одбрамбене функције у држави гарант је њене стабилности и независности у односу на друге државе и међународну заједницу. Одбрана произилази из друштвеног бића, укупних економских, политичких и правних односа државе. Без одбрамбене функције сваки облик организације власти био би неефикасан, нерационалан и кратког века. У том смислу, функција одбране је институција стара колико и само људско друштво.

Одбрана подразумева организовану контраакцију у смислу осујећивања, спречавањима и умањења ефеката напада који представља друштвену акцију на рушењу државе. Све државе су, кроз своју историју, тежиле да избегну положај жртве, па су због тога изграђивале и организовале своје одбрамбене функције у складу са карактером својих друштвено-политичких система. Сваки облик организације власти, у основи свог постојања, претпоставља одређену функцију одбране која значи његову способност да се супротстави разним облицима угрожавања његових основних вредности. У којој мери ће бити способан да одговори овом сложеном захтеву зависи од степена усклађености државне политике и система одбране.

Иако су одбрана и развој система одбране проистекли из политичког система неке државе, чињеница је да представљају саставне чиниоце његовог развоја и подсистем свеобухватног система остваривања политичких функција. У складу с тим, постоје бројни методски проблеми усклађивања политике и система одбране, јер су ова два феномена у вишеструкој међусобној узрочно-последичној вези. Од моћи и осталих карактеристика државе зависи какав ће систем одбране она развити, а од тог система одбране касније зависи да ли ће држава своју моћ задржати, увећати или смањити. Што је држава способнија да све проблеме усклађивања политике и система одбране препозна и што боље се са њима суочи утолико ће се боље супротставити бројним безбедносним изазовима.

Ако се узме у обзир да је усклађивање политике и система одбране процес који захтева извесно време, а да се способности система одбране не могу изградити за кратак период, често се у пракси догађа да поједине државе буду затечене развојем друштве-

но-политичке ситуације у земљи или региону. Дешава се да системи одбране појединих држава у одређеним ситуацијама немају изграђене способности да одговоре захтевима које политика пред њих постави и неспремно дочекују конкретан напад или други облик угрожавања који могу применити субјекти угрожавања. То представља манифестацију неусклађености која државу може коштати губљења неких од виталних интереса и слабљења њене укупне моћи, а понекад може довести и до њеног нестајања.

Усклађивање политике и система одбране је, према томе, од виталног значаја за сваку државу. Развој система одбране је, самим тим, приоритетан задатак сваке државне власти. Одређен је деловањем различитих чинилаца чији се обим и интензитет деловања не могу увек поуздано предвидети. Чиниоци који детерминишу развој система одбране свакако су политички, економски, материјално-енергетски, социјални и технолошки. На развој система одбране могу утицати и многи други чиниоци, али је утицај наведених примаран и одређује правце и динамику његовог развоја.

Међутим, систем одбране, који у првом реду чини војска државе са својим одређеним својствима, представља државни апарат који располаже извесном моћи. Као такав, он има своје интересе у миру и рату, иако је апарат државне власти. Није био редак случај кроз историју да „војна хунта преузме власт“. Управо и такав чин представља манифестацију неусклађености између политике и система одбране.

Наведене карактеристике система одбране проблем утврђивања и развоја политике односа са јавношћу у систему одбране издижу не само на ниво друштвеног проблема већ и на ниво научноистраживачког проблема политичких наука, комунологије, социологије и других друштвених наука. Узимајући у обзир наведене чињенице, није тешко утврдити због чега постоји широко интересовање јавности за систем одбране. Пре свега, то је природна потреба човека да се осећа сигурним. Због тога је једна од битних карактеристика савременог света трагање за новим садржајима и формама безбедности и сигурности, а тиме и трагање за успостављањем и изградњом најефикаснијих система одбране. Затим, то је потреба човека да сазна да ли су средства која је издавао за потребе система одбране утрошена на прави начин, односно да ли је политика одбране остварила планиране ефекте. У том смислу, битно је успоставити и развијати квалитетне и ефикасне односе са јавношћу, како би се створили повољни услови да систем одбране остварује своју предвиђену функцију. Развој односа са јавношћу у систему одбране је интерактиван друштвени процес, чија је снага и брзина условљена бројним чиниоцима.

Односи са јавношћу, појам и значај

Односи са јавношћу у савременом свету представљају важну друштвену потребу. Постоји општа тенденција да се у процесе друштвеног и политичког живота савремених држава укључи и најшира јавност, као њен важан чинилац, која би по природи ствари требало да тежи побољшању и развоју свих људских делатности. „Односи с јавношћу нису везани само за пословну политику и комерцијалу: они су подједнако важни и за управљање државом и политику.“¹

¹ Сем Блек, Односи с јавношћу, Библиотека Маркетинг, 1997. стр. 8.

Ради прецизнијег одређења односа са јавношћу потребно је објаснити појмове јавности, комуникације и информисања.

У доступној литератури постоје различита тумачења појма јавности. То указују на то да не постоји изражена сагласност када је у питању разумевање суштине овог појма. Тако се у српском књижевном и народном језику „јавно“ одређује као отворено, нескривено, а јавност као особина, стање онога што је јавно, али и као друштво, свет, публика. Академик Љубомир Тадић јавност види као простор на којем се преплићу приватна сфера друштва и јавна сила државе. Слично тумачење дао је и немачки филозоф Јирген Хабармас, који јавност види као слободне грађане окупљене у публику, чиме указује на неизбежно прожимање јавне и приватне сфере. Филип Котлери јавност види као сваку групу људи која има актуелни или потенцијални интерес, или утицај, на способност организације да оствари своје циљеве. Према његовом мишљењу јавност могу представљати појединци, групе људи или друштво у ширем смислу.² Са друге стране, Едвард Осредечки посматра јавност као свеукупно друштвено окружење, односно веће или мање организоване групе, углавном међусобно непознатих људи, који учествују у процесу понашања. Осредечки заступа став да сви појединци који чине јавност могу припадати различитим како културним, религијским и етичким заједницама, тако и народима.³

Реч комуникација потиче од латинске речи *communicare*, што значи учинити заједничким, сјединити, поделити. Према Великом речнику страних речи и израза комуникација представља споразумевање, општење, саопштавање.⁴ Такође, у свакодневном говору може подразумевати и активност и могући исход те активности размене неке поруке између предајника и пријемника. Током векова обликовали су је средства, односно медији који су јој служили као преносници, почев од гласина у старом веку, затим писама, преко штампе, филма, радија и телевизије, све до данашњих мултимедија. Средства комуникације омогућавају људима да размене поруке и изразе продукте свог мишљења.

Када је у питању појам информисања, једно од становишта јесте да оно представља објективно обавештавање јавности⁵, те да је та објективност основна разлика између информисања и пропаганде чији је циљ да на одређени специфичан начин утиче на свест људи. Информисањем се подразумева процес у којем извор информисања емитује – дистрибуира истине (релативне истине) једном субјекту или мноштву субјеката, остављајући њима на вољу како ће на основу њих да поступе, осим у случају наредбе, инструкције итд.⁶ Међутим, појам информисања у свом савременом значењу губи обележје објективности. Информација престаје да буде новост која се односи на актуелна збивања, елемент спознаје. Она сада чешће означава сређене, често и умножене податке који се односе на неку сферу

² Види шире Филип Котлер, Управљање маркетингом, Информатор, Загреб 1994.

³ Види шире: Едвард Осредечки, Односи с јавношћу - све што би сте требали знати о основама односа с јавношћу, Наклада Едо ДОО Загреб, 2002.

⁴ Иван Клајн, Милан Шипка, Велики речник страних речи и израза, Прометей, Нови Сад, 2008. стр. 644.

⁵ Мала политичка енциклопедија, Савремена администрација, Београд, 1966, стр. 380.

⁶ Џевад Термиз, Вера Арежина, Проблеми истраживања и научног проучавања комуникологије, Сарајево 2015. стр 50.

друштвеног живота.⁷ Ипак, информисање тако може изгубити и на квалитету и на истинитости. Информативна делатност, због превеликог броја информација од којих треба издвојити оне које ће се пласирати, може губити на својој објективности чак и онда када то не жели. Због тога је нужно да постоје утврђени критеријуми прибављања, селекције и обраде информација које ће се пласирати јавности. У том смислу, објективно извештавање, на основу којег могу да се заузму одређени ставови и донесу одлуке, данас је веома сложен друштвени процес.

Појам односа са јавношћу често је исказан скраћеницом ПР, од британског Public Relation. Иако се на први поглед може учинити да се ради о некој савременој појави, појму који карактерише неке нове функције и организације у савременим друштвеним процесима, истина је сасвим другачија. Може се рећи да појам односа са јавношћу (ПР) представља ново име за веома стару делатност.

У средишту јавности образује се јавно мњење око чијег тачног значења, такође не постоји општа сагласност.⁸ Јавно мњење је ужи појам од појма јавности. То је облик колективног расуђивања политичке јавности о актуелним друштвеним ситуацијама које попрамају вид проблема битног за живот и праксу социјалних заједница.⁹ Ипак, у доступној литератури постоји условна сагласност да оно представља преовлађујући став јавности према одређеном проблему.

Свака акција, било појединачна или групна, налази начина да утиче на јавно мњење, повољно или неповољно. Саму суштину односа са јавношћу чини реаговање ума оних којима је информација намењена. Овакво становиште можда помало и звучи филозофски, али ипак одражава саму суштину проблема. У суштини, крајње реакције које мотивишу људе да купују неки производ или да верују у некога, гласају за некога на изборима или учине онако како им је предложено, представљају производ корисног деловања односа са јавношћу. Жељени исход може се приписати комбинацији стручних вештина са тачном проценом оног ко се обраћа јавном мњењу. Због тога се може закључити да односе са јавношћу треба посматрати као вештину, засновану на постигнућима бројних друштвених наука којом се утиче на доношење одлука и делање јавности.

Свака тежња да се нешто позитивно представи свеукупној јавности, при чему се јавност посматра као публика, има за циљ придобијање наклоности. Ово се првенствено односи на организације и појединце чије деловање, или јавна функција, имају непосредан активан ефекат на интересе или свакодневни живот људи, који то јавно мњење и сачињавају. У том смислу, појам јавности обухвата све грађане, организације и удружења, као и групе који размишљају и делују у заједници у којој живе. Њихова размишљања и деловања производе некада критику и одбијања, некада предлагања и прихватања, иницијативе или, чак, пасивност.

⁷ Успон технике који омогућава директност у преношењу информације, брзина приступа информацији и свеprisутност не доводи до боље обавештености просечног човека, већ до његовог претрпавања бесконачним низом информација које нужно не осветљавају ниједно битно питање у вези са неким значајним проблемом. Чињеница је да током месец дана до становника развијене земље дође више информација него што је долазило средњовековном човеку за целог његовог живота. Али, чињеница је и то да многе од тих информација којима је данашњи човек обасут не доприносе његовом спознавању властите реалности, већ пре – избегавању суочавања са стварношћу.

⁸ Термин јавно мњење први пут је употребио Луј Себастијан Мерсије у осамнаестом веку.

⁹ Види шире: Тома Ђорџић, Политичко јавно мњење, Раднички универзитет „Радивој Ђирпанов“, Нови Сад, 1975.

За потребе овог рада односи са јавношћу (ПР) биће разматрани двојачко, и то: као одређени друштвени процес који се одвија у систему одбране и као одређена друштвена професија одређених субјеката система одбране, односно организационе целине које имају за циљ формирање и усмеравање јавног мњења у жељеном правцу. Односи са јавношћу, као процес, представљају скуп управљачких и других делатности чији је циљ да створе повољно мишљење о некој организацији у јавности. Функције овог процеса могу се огледати у мерењу ставова јавности о неком важном питању, креирању жељених ставова јавности, учвршћивању већ створених ставова јавности, као и њиховом мењању и кориговању. Односи са јавношћу као процес, у коначном, треба да буду у надлежности доносилаца одлука. Само добром проценом важности појединих активности и избором најбољих метода информисања јавности о њима може се максимално допринети изградњи позитивног става јавности о некој организацији. Није случајно што многе успешне националне и међународне организације и компаније посвећују велику пажњу овом важном друштвеном процесу.

Као организациона целина односи са јавношћу представљају важан подсистем неког система чије је деловање усмерено ка одређеним циљним групама јавности, ради придобијања поверења и стварања повољних ставова о организацији као члану шире друштвене заједнице. Неке организације комбинују и више метода, тј. ангажују и спољне саветнике, који имају задатак да се баве многобројним пословима или специјалним задацима у вези са јавним мњењем. Суштина лежи у чињеници да свака организација којој је стало до позитивног става јавног мњења, мора добро да процени сопствене потребе, утврди циљеве и одреди најпогоднији метод за њихово остваривање.

Услед убрзаног развоја савременог друштва односи са јавношћу добијају све већу друштвену улогу. Данас је подршка јавности потребна да би се оствариле многе важне политичке акције. Услед развитка масовних електронских медија и мрежноцентричног повезивања, изразито се настоји да се оствари двострана комуникација између пошиљаоца и примаоца одређене поруке, да се за затражено интересовање понуди адекватан одговор, а да интереси који произилазе из овако конципираних односа буду препознати и остварени.

Односи са јавношћу у систему одбране

Систем одбране, и у ширем и у ужем смислу, састоји се од више важних чинилаца, као посебних области друштвеног организовања.¹⁰ По природи своје делатности систем одбране требало би да има успостављене односе са јавношћу. У првом реду, он комуницира са јавношћу свакодневно, у оквиру својих функционалних надлежности. Са друге стране, односи са јавношћу у систему одбране представљају организовану делатност и дисциплину којом се баве посебне његове целине са тачно дефинисаним намерама и циљевима. Односи са јавношћу у систему одбране представљају јединствену, уређену и координирану делатност.

¹⁰ У Републици Србији систем одбране је део система националне безбедности и представља јединствену, структурно уређену и функционалну целину снага и субјеката одбране, чији је циљ заштита одбрамбених интереса Републике Србије. Стратегија одбране Републике Србије, Службени гласник, Београд, 2009. стр. 14.

У складу са тим, у оквиру система одбране успостављају се организацијске целине различитих формата које су надлежне за спровођење функције односа са јавношћу. Тако у различитим државама срећемо различите називе: биро за односе са јавношћу, прес служба, одељење, канцеларија, управа за односе са јавношћу и слично.

Потребно је осврнути се и на очите разлике које постоје између односа са јавношћу у систему одбране и маркетиншких активности система без обзира на то што их углавном извршавају исте организационе целине или појединци. Док се односи са јавношћу баве укупном репутацијом система одбране, или јавним ликом појединачне организације унутар система, маркетиншке активности претежно су усмерене на коришћење техника промоције најважнијих активности њених организационих целина. Тиме, свакако, непосредно утичу на стварање опште слике система одбране у јавности.

У савременом свету мишљење о функцијама одбране и безбедности формира се на сложен начин и зависи од неколико чинилаца. То су: снага традиционалних норми друштва и његова култура, интегритет нормативног система у свим слојевима друштва, општа перцепција основних институција у друштву као што су поштовање, поверење и углед, претходно друштвено или колективно искуство (тј. тоталитарна или демократска прошлост), субјективна оцена кредибилитета разних извора информација и лична или групна способност уклапања контрадикторних информација у оквир претходног знања и искуства.¹¹

Систем одбране, али и остали чиниоци система безбедности, приликом реализације додељених мисија и задатака остварују непосредне односе са јавношћу. Имајући у виду ову чињеницу, службе за односе са јавношћу настоје да правовременим, потпуним и објективним информисањем јавности истакну значај обављања ове важне делатности и минимизирају евентуалне пропусте и неправилности које се по законима вероватноће повремено догађају у сваком послу.

Посебне одбрамбене и безбедносне активности, кампање, вежбе, али и друштвено корисна ангажовања субјеката система одбране, хуманитарне акције са великим бројем учесника, помоћ цивилном становништву у неоружаним облицима угрожавања безбедности, постају важан предмет интересовања односа с јавношћу.

Правовременим, пажљиво планираним и организованим обавештавањем јавности, медијским праћењем изабраних активности, организацијом тематских догађаја, те применом техника промоције, ова важна делатност увелико доприноси повољној перцепцији система одбране у јавности. Посебно је важно стално праћење и анализа медијских обавештења који се тичу система одбране, јер се на основу њих могу утврдити и предности и недостаци саме функције односа са јавношћу. У складу са тим, потребно је стално пратити не само број и лоцираност написа на одређене одбрамбене и безбедносне теме (територијалну и по листовима), већ и како су оне обрађиване, што подразумева бар сазнање о: (а) усмерености написа; (б) наглашеност теме; (в) рубрике у којима су написи објављени; (г) жанрови који су коришћени; (д) аргументованост; (ђ) интензитет ангажованости написа; (з) читљивост и (и) утисак о веродостојности написа.

Постоји више циљева односа са јавношћу у систему одбране, који су у директној функцији стварања и развијања поверења јавности у безбедносне институције. То је,

¹¹ Хартл Јан, Значај јавног мњења у креирању безбедносне и одбрамбене политике, Зборник Јавност и Војска, предговор, Центар за цивилно-војне односе, Београд, 2006, стр 17.

пре свега, стварање осећаја сигурности код грађана. Тако се пореским обезваницима шаље непосредна информација о оправданости буџета додељеног институцији, као и о спремности система одбране за извршење друштвене улоге која му је поверена. Уколико је јавност о важним стварима правовремено и тачно информисана лакше се саопштавају и прихватају евентуални недостаци, пропусти, или непотпуности у извршењу додељених мисија. Проверена је чињеница да се истицањем позитивних достигнућа успешно неутралише или умањује ефекат дејства одређених негативних појава.

С обзиром на то да савремене државе карактеришу одлике политичког плурализма, услед правовременог и потпуног информисања јавности, питања као што су опремање, поверљиве јавне набавке, плате или друге припадљности, обезбеђују већу пролазност приликом институционалне верификације у државним институцијама које имају мандат да у име грађана доносе важне политичке одлуке.

Међутим, главна питања у вези са функцијама односа са јавношћу у систему одбране требало би да се односе на придобијање разумевања и наклоности јавнога мњења за остварење циљева одбране и безбедности, одређених кроз основна опредељења политике одбране и политике националне безбедности. Важна стратегијска документа доносе се, такође, законом предвиђеном процедуром. У већини савремених држава она подразумева њихово усвајање од стране највишег представничког тела. Због тога питања одбрамбене природе више нису предмет интересовања само појединаца који се тиме превасходно баве. Појединци јесу експоненти јавног мишљења већине, те самим тим репрезентују политичку вољу већине у јавноме мњењу. Слично је и у осталим питањима одлучивања и вођења једнога друштва, па самим тим и у систему одбране. Претпоставља се чак да су питања везана за рат, одбрану и безбедност доминантна и да је јавност за њих заинтересована.

Отуда се расправе о одбрамбеним и безбедносним проблемима одавно не своде само на компетенцију и стручност званичника система одбране и безбедности, већ се управљањем односима са јавношћу настоји придобити додатна подршка и снага за процењене и предложене експертске мере и одлуке.¹²

Поред претходно наведених циљева односа са јавношћу, који су јавни, манифестни и афирмативни, постоје и латентни, скривени, а битни за политичко руководство. Овај циљ проистиче из могућности да објекти безбедности и заштите (у овом случају грађани појединци као крајњи корисници) остварују одређени утицај на субјекте – носиоце функције одбране. Уколико је јавност задовољна вршењем функције одбране, јер им она обезбеђује остваривање осећаја сигурности, личне безбедности, тако и интереса друштва, онда је велика вероватноћа да ће своје поверење указати оној политичкој партији која је, вршећи политичку власт, уређивала и развијала управо такав систем одбране.

¹² Актуелно питање српског друштва понајбоље илуструје ову тврдњу: неутралност или прикључење војним и војно-политичким савезима? Питање које већ деценију уназад представља предмет експертских полемика, недвосмислено се креће ка позицији у којој ће вероватно сачекати, често емотивно и лачичко, али коначно мишљење јавности. Ситуација је утолико неизвеснија што, за разлику од других питања, ове крупне дилеме не подразумевају могућност промоције и јавног лобирања, бар не за иницијативу прикључења неком од савеза. Иако је НАТО доминантан политички и војни савез, он се оправдано негативно перципира од стране већине грађана Србије, што је узроковано противправном агресијом НАТО-а на Југославију и Србију 1999. године.

Политика односа са јавношћу као чинилац политике одбране

У доступној литератури не постоји дефиниција политике односа са јавношћу . Поједини аутори, као што је Сем Блек, истицали су потребу да односи са јавношћу морају добити одговарајућу улогу у стратегијском планирању. Због чињенице да је политика и извор и чинилац и усмеравач и оцењивач свих делатности које се одвијају у друштву, концепти, стратегије и тактике представљају ниже категорије појмова који нужно произилазе из одређене политике. Због тога је неопходно да се појам политике односа са јавношћу адекватно дефинише.

Уважавајући познате дефиниције политике, од којих су најприхватљивије оне које политику посматрају као процес организовања и усмеравања свих друштвених активности усмерених на остваривање општих циљева, сматрамо неопходним да понудимо сопствену радну дефиницију политике односа са јавношћу која се састоји у следећем: „Политика односа са јавношћу је процес организовања и усмеравања делатности информисања и комуникације са свеукупним друштвеним окружењем унутар кога се одвијају делатности усмерене на остваривању интереса и циљева система одбране и стварању, јачању и мењању ставова јавног мњења у вези са одређеним важним друштвеним питањима.“

Из саме понуђене дефиниције може се закључити да је политика односа са јавношћу у систему одбране важан сегмент политике одбране једне земље и да овај сложен процес чине следећи битни чиниоци:

1. услови и узроци процеса,
2. субјекти односа са јавношћу,
3. интереси и циљеви односа са јавношћу,
4. делатности и активности,
5. методе и средства и
6. ефекти.

Свака појава и процес у друштву одвија се у некаквим условима, у односу је са другим друштвеним појавама и процесима, а њеном настанку претходили су одређени узроци. Савремени свет налази се у општем трагању за новим садржајима и формама сопствене безбедности, а тиме и трагању за успостављањем и изградњом најефикаснијих система одбране држава, савеза и региона. Постоји општа тенденција за побољшањем и развојем свих људских делатности, а тиме и напретком области одбране и безбедности, због чега изузетно интересовање јавности за систем одбране представља један од битних услова тог процеса. Чињеница је да постоје бројни чиниоци и извори немира, претњи и угрожавања многих држава широм света и да на њих веома често нису имуне ни велике и моћне државе. Иако се у одређеном моменту чинило да ће бити умањена улога војнобезбедносног фактора у политици држава, она и даље има прворазредни значај. Овакав развој догађаја условио је редеофинисање концепта безбедности, а самим тим и концепата одбране држава, савеза и региона. Због тога јавност неретко поставља питање: да ли и саме државе чине све што им је у моћи да развију такве системе одбране који ће им обезбедити заштиту од разних видова ризика и претњи на које у будућности могу наићи. Са друге стране, све сложенији економски услови усмеравају јавност да систем одбране посматра кроз при-

зму економичности, што је свакако један од значајних услова које је потребно размотрити када је у питању процес односа са јавношћу.

У битне субјекте разматраног процеса могу се сврстати политички руководиоци, војни руководиоци, специјализоване организационе целине система одбране које су у функцији односа са јавношћу, медији, као ужа и шира друштвена јавност. У креирању политике односа са јавношћу сваки од наведених субјекта у овом сложеном процесу има значајно место и улогу. У том послу важно је успоставити правилан однос према тзв. креаторима мишљења, оним појединцима или институцијама у чије ће аналитичко просуђивање највећи део јавности поверовати.

Чињеница је да традиционални медији представљају основни канал комуникације којим се непосредно утиче на формирање мишљења и ставова јавног мњења. Међутим, брз раст броја корисника друштвених мрежа, посебно млађе популације, иницирао је потребу коришћења комуникационих потенцијала нових медија ради директне комуникације са изабраним циљним групама ради обавештавања о раду, односно мисији и задацима организације.

Посебну врсту субјеката чине такозвани аналитичари, експерти и други. Они путем традиционалних и нових медија у великој мери утичу на креирање ставова о некој појави или проблему у вези са системом одбране. Тако је могуће, на основу поларизације ставова, препознати више група аналитичара: групу оних који, начелно, увек стоје на страни афирмације система одбране, групу која углавном настоји да дискусију и коментаре базира на истицању евентуалних слабости и мањкавих система и трећу групу која настоји да конструктивним анализама предочи предности и слабости и на тај начин подстакне критичко мишљење јавног мњења.

Пракса показује да субјекти система одбране специјализовани за односе са јавношћу формирају различите односе према наведеним групама – субјектима јавног мишљења, у зависности од њихових позиција. Према једнима се изграђује проактиван приступ и очекује афирмативна анимација јавног мњења за све поступке одређене организације у оквиру система, другој групи омогућава се само делимичан приступ према дубини система резервисаним или ограниченим комуницирањем, док се од треће очекује благонаклоност за позитивне учинке на штету критика за слабости.

Непосредним односом према грађанима у свакодневном практиковању односа са јавношћу као јавне функције, увелико се креира и став јавности о неким карактеристикама, односно способностима система одбране. Уређене, планске и економичне активности, усмерене на директну комуникацију са грађанима, могу успешно формирати позитивне дугорочне ставове. Поред тога, посредна комуникација путем медија или других канала комуникације настоји да увери јавност у сва важна достигнућа система одбране.

У спровођењу политике односа са јавношћу јавност се у свим наведеним примерима може посматрати двојачко, као унутрашња и као спољашња јавност. Однос према унутрашњој јавности има други карактер у односу на спољашњу јавност. Може се говорити и о постојању такозване „интерне јавности“ која обухвата запослене и пензионисане припаднике система одбране, али у ширем смислу и чланове њихових породица. То је веома важан чинилац јавности који у правилно организованом односу обезбеђује унутрашњу кохезију и самопоуздање које са малим улагањима даје дугорочну стабилност. Ради тога је важно да субјекти специјализовани за послове односа са јавношћу у систему одбране сваку од наведених категорија јавности на својствен

начин правремено, потпуно и тачно информишу о битним ставовима, намерама, али и слабостима и проблемима самог система. Није немогуће да баш нека од наведених категорија јавности најнепосредније и најтачније предложи конструктивне и одрживе смернице за даљи развој и унапређење система.

Потребно је осврнути се и на невладине организације, међународну и струковну јавност, политичке, верске и друге организације које у савременом свету имају изузетан утицај. Природом функције које обављају оне везују за себе део опште јавности. У извесним околностима могу имати и афирмативан и негативан комплекс ставова и расположења, што, зависно од успешности стратегије комуникације, може да поспешу или умању општу слику јавнога лика система одбране.

Правилним односима са јавношћу више није довољно само информисати грађане о структури, циљевима, делатностима и ефектима система већ је неопходна двосмерна комуникација која некада може имати дефанзиван, а некада и офанзиван карактер. Односи са јавношћу морају бити свакодневни и да се одвијају као непрекидан процес, чиме се елиминишу неизвесности и страхови код грађана и обезбеђује осећање стања дугорочне сигурности. Јавност тиме стиче уверење да се о одбрани и безбедности неко стара на систематичан и професионалан начин, који не угрожава имовину и слободе грађана.

У односима са јавношћу систем одбране настоји да одабере прихватљив и подесан начин на који се широка јавност може адекватно упознати са експертским одлукама, које некад, на први поглед, могу деловати и као лоши потези. Посебно место заузима политика комуникација са јавношћу у кризним ситуацијама. Према мишљењу једне групе аутора, у таквим ситуацијама организационе целине специјализоване за односе са јавношћу покушавају да смање јавну и политичку неизвесност узроковану кризама. „Они то раде преношењем убедљиве приче (наратива) која објашњава шта се десило, зашто мора бити тако, које су последице тога, како се могу разрешити, на кога се можемо ослонити да то уради, и кога треба окривити.“¹³

Узимајући у обзир све наведено, пре израде било каквог саопштења потребно је анализирати и измерити вредност укоренењених ставова, снагу предрасуда или ирационална уверења по било ком важном одбрамбеном и безбедносном питању и на њега дати прихватљиве, уверљиве и одрживе аргументе. Важно је прецизно утврдити тзв. интензитет ставова, тј. дефинисати индикаторе и утврдити да ли се ради о чврстим ставовима или ставовима без неке дугорочне вредности (пролазним ставовима). Иако сва саопштења о битним пословима и задацима система одбране, по природи ствари, не могу увек да буду транспарентна по свим питањима, треба тежити да буду јасна и разумљива. То ће помоћи непосредним извршиоцима у систему одбране приликом свакодневне праксе. Јавност ће се, када схвати потребе и принципе система одбране и препозна свој интерес у томе, понашати у функцији остваривања циљева система.

Чини се важним да се укаже и на могуће грешке политике односа са јавношћу. У свом делу Седам смртних грехова односа са јавношћу, Џозеф Авад је идентификовао више могућих пропуса неефикасних програма односа са јавношћу.¹⁴ Размотрићемо их на приме-

¹³ Арјен Боин, Полт Харт, Ерик Штерн и Рен Санделијус, Политика управљања кризама, Службени гласник, Београд 2010., стр. 67.

¹⁴ Види шире: Joseph F. Awad, *The Power of Public Relations*, Praeger, 1985.

ру система одбране. Први могући пропуст тиче се функцијске кратковидости, која се огледа у неадекватном вредновању доприноса који функција односа са јавношћу може да пружи, како систему одбране, тако и политичком систему уопште. Други пропуст огледа се у примени метода „одврни-заврни“, односно селективног коришћења способности и капацитета специјализованих лица и организационих целина који су у функцији односа са јавношћу, али и селективно обраћање медијима, односно обраћање само у случајевима када се осети једнострана потреба за тим. Једна од могућих грешака је и уздржавање од истраживања, у смислу истраживања ставова јавног мњења, али и истраживања односа појединих медија према систему одбране и закључивање у вези с тим. Такође, грубу грешку представља и искључиви однос са локалном јавношћу, али и слепо веровање глобалном јавном мњењу, ако је оно тренутно позитивно усмерено према систему одбране.

Закључак

Политика односа са јавношћу у систему одбране састоји се у усклађивању и усмеравању различитих мишљења јавног мњења, тако да се ставови и активности спољњег фактора на задовољавајући начин обједињавају и усклађују са унутрашњом политиком система одбране. Практичари односа са јавношћу често гледају на политику као на пакет активности и делатности којима треба да се створи углед и публицитет. Ако односи са јавношћу доприносе обликовању и постизању циљева, мисија и задатака система одбране, онда је нужно да имају изграђену своју политику, на основу које ће утврдити концепте и стратегије деловања, учврстити позицију и перспективу система одбране. Другим речима, политиком односа са јавношћу потребно је помирити унутрашње вредности и визије руководства са спољном позицијом система. По својој стратегијској функцији, односи са јавношћу морају се бавити усклађивањем односа између система одбране и његовог јавног и политичког окружења, односно уређењем његових веза и односа са унутрашњим и спољним кључним стратегијским циљним групама јавног мњења. Суштински односи са јавношћу у систему одбране треба да представљају мост између унутрашње перспективе система и његовог спољног позиционирања.

Иако је карактеристика многих организација да су склоне честим променама, у зависности од насталих потреба у својој околини, карактеристика система одбране јесте да је то гломазан систем у којем су промене битних карактеристика спор и сложен процес. Због карактеристика одбрамбене функције, потребно времена за изградњу одбрамбених способности, систем одбране фаворизује стабилност. Због тога се у самом систему, а и његовом окружењу, често јавља чврст отпор променама. То је један од битних разлога због којег је, можда, и највећа одговорност политике односа са јавношћу да се пре и након настанка нужне промене на прави начин објасни јавности значај новонасталих околности. Ова чињеница је данас посебно изражена, а разлог томе можемо тражити у разноврсности и технолошком напретку средстава комуникације са јавношћу које систему одбране пружају нове методе комуникације, али на исти начин појачавају интересовања и захтеве саме јавности према систему.

Можемо закључити да је битан предуслов остваривања одбрамбене функције организовање ефикасне службе система одбране намењене односима са јавношћу. У супротном, систем одбране губи контролу над информацијама које се, у вре-

ме дигиталне комуникације, простиру невероватном брзином. Примарним циљем односа са јавношћу у систему одбране може се сматрати успостављање ефикасног начина комуникације са циљном јавношћу, како би се постигло међусобно разумевање, оценили ставови јавног мњења и ускладила политика система одбране са већинским ставом јавности и интересима и циљевима политике безбедности.

Службе за односе са јавношћу, у оквиру своје делатности, примењују одређене методе и технике деловања помоћу којих циљној јавности шаље одабране битне информације и поруке. У односима са јавношћу веома је важно да се оне примене правовремено, баш у тренутку када је то потребно, јер једино тада могу да се остваре жељени ефекти. Успех у односима са јавношћу умногоме зависи и од самих субјеката који се овом делатношћу баве, тј. од њихове способности комуницирања, представљања идеја и замисли, способности утицања на процесе закључивања и слично. У окружењу које је претрпано информацијама, вештина ефикасног комуницирања са јавношћу је од суштинске важности.

Литература

[1] Арјен Боин, Полт Харт, Ерик Штерн и Рен Санделијус: *Политика управљања кризама*, Службени гласник, Београд, 2010.

[2] Неђо Даниловић, Миодраг Гордић, Срђан Благојевић: *Савремени системи безбедности*, Завод за уџбенике, Београд 2015.

[3] Едвард Осредечки: *Односи с јавношћу – све што би сте требали знати о основама односа с јавношћу*, Наклада Едо ДОО Загреб, 2002.

[4] Јан Хартл: *Значај јавног мњења у креирању безбедносне и одбрамбене политике*, *Зборник Јавност и Војска*, Центар за цивилно-војне односе, Београд, 2006.

[5] Joseph F. Awad: *The Power of Public Relations*, Praeger, 1985.

[6] Милица Станковић Костић: *Интегрисана пословна комуникација*, ФОН, Београд 2011.

[7] Небојша Јовановић, Драгован Лазаревић: *Агенцијско новинарство*, ФПН, Чигоја штампа, Београд 2008.

[8] Радовић Владета: *Медији и Е образовање*, Институт за политичке студије, Београд, 2006.

[9] Сем Блек: *Односи с јавношћу*, Библиотека Маркетинг, Београд 1997.

[10] Славомир Милосављевић, Вера Арежина: *Аналитика медија*, Медија план институт, Сарајево 2010.

[11] Тома Ђорђевић: *Политичко јавно мњење*, Раднички универзитет „Радивој Ћирпанов“, Нови Сад, 1975.

[12] Тома Ђорђевић: *Теорија информације – теорија масовних комуникација*, Београд, 1979.

[13] Филип Котлер: *Управљање маркетингом*, Информатор, Загреб 1994.

[14] Франсис Бал: *Моћ Медија*, КЛИО, Београд, 1997.

[15] Џевад Термиз, Славомир Милосављевић: *Аналитика*, I том, Сарајево 2008.

[16] Џевад Термиз: *Специфичности методологије истраживања у безбедносној делатности*, Сарајево, 2014.

[17] Џевад Термиз, Вера Арежина: *Проблеми истраживања и научног проучавања комунологије*, Сарајево 2015.

[18] *Политичка енциклопедија*, Савремена администрација, Београд 1975.