

УВОД

Односи с јаношћу су делатност која је усмерена на више праваца развија се посебан начин опхођења, комуницирања и контактирања са купцима, пословним партнерима, као и посебан однос опхођења међу запосленима унутар једне организације. Односи с јавношћу су посебна врста пословних активности, који се предузимају ради планираног и смишљеног комуницирања, успостављања и одржавања односа са околином, са циљем да се створи простор за позитиван публицитет организације, као и иступања против гласина и прича које се повремено јављају.

Односи с јавношћу обухватају посебан облик контекста и односа према добављачима, конкурентима, финансијским институцијама, јавном службама, медијима. У последње време велика пазња поклања се медијима као посебном делу односа с јавношћу. Медији представљају канал комуницирања између организације и њених циљних група.

Ако се посматра у односу на друге делове информационо-комуникационог система, сектор активности специјализован за односе с јавношћу бележи у последњих десетак година највећи раст. Америчко удружење за односе с јавношћу (PRSA) тврди, после своје годишње скупштине 2000, да једно ограничење за даљи развој ове посперитетне области јесте недовољан број људи који умеју да раде овај посао, јер тих пслова има све вше и више и све боље су плаћени. Особе које обављају овај посао, у данашње време су познате као стручњаци за односе с јавношћу.

Приликом ангажовања стручњака за односе с јавношћу, клијенти захтевају од њих да им обезбеде јавну пажњу, односно публицитет. Публицитет је квалитет који несто или неког чини видљивим, друштвено запаженим и важним, предметом о коме се мисли или говори.

Заступници агенција настоје да управо преко неког медија, који ужива одређени публицитет и поверење јавности, придобију највећи део јавне пажње у корист клијента који су их ангажовали.

Познато је да се новинарство још од самих почетака "храни" негативним публицитетом или једноставноје речено предност се даје неочекиваним или драматичним појавама и догађајима.

Уколико се медији на овај начин опходе према неким особама или организацијама (наравно уколико постоји повод за то), тада такве особе или институције "зарађују" негативан публицитет.

1. ШТА СУ ОДНОСИ С МЕДИЈИМА?

Односи с медијима су део односа с јавношћу чији је предмет и праћење анализа медијских садржаја и њиховог утицаја на за нас важне групе људи и јавно мњење уопште. Они се баве креирањем, планирањем, реализовањем и вредновањем разних активности којима се објашњава и убеђује јавност, преговора са новинарима, припрема и вежба за деловање у кризним ситуацијама. Важност медија у свакодневном животу је, дакле, неупитна. Осим што креирају јавно мишљење, медији преносе информације од пословних партнера, потрошача, бирача. Један од значајних задатака односа с медијима, у односу на окружење, је да створи и омогући што бољу сарадњу и повезаност између организација и мас-медија.

Зависност успешног пословања организације од медија директно условљава максимално залагање односа с јавношћу за управљање међусобне сарадње, поверења и уважавања. Улога односа с медијима огледа се у достизању оптималног нивоа емитовања и ширине информација да би се остварили популарност и еазумевање од стране циљног аудиторијума.

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

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