



Најважније је да систем који представљамо говори истину, а јавност то уме да препозна и о томе сведоче резултати истраживања у којима смо на првом месту по поверењу

У кинеском писму, реч „криза“ чине два знака. Један означава опасност, а други прилику, поручио је својевремено амерички председник Џон Кенеди. У систему у коме је опасност саставни део бројних задатака, Управа за односе са јавношћу Министарства одбране успела је да кризне ситуације претвори у прилику за отварање према јавности.

Према речима пуковника Петра Бошковића, начелника Управе, који је као искусан војни новинар предводи од њеног формирања 2005. године, када је добила данашње обресе, вре-

ИСТ УСЛОВ

ме које је за нама, време у којем смо и време које предстоји дефинитивно потврђује да односи с јавношћу имају изузетно важну улогу, па чак и водећу, нарочито у систему какав је Министарство одбране.

– Разлог за то треба потражити у чињеници да односи с јавношћу система одбране морају бити на највишем и најпрофесионалнијем нивоу, јер то није ствар тренда, већ насушна потреба – истиче на почетку пуковник Бошковић. – Ту тврдњу поткрепљују и закључци са недавно одржаног бриселског Форума јавне дипломатије, где су водећи предавачи из целог света управо говорили о улози и значају, пре свега, друштве-

них мрежа у комуницирању са јавношћу. Данас се на друштвеним мрежама одвија изузетно брза комуникација, а довољно је навести податак из недавних догађања у Босни и Херцеговини, када појединац за само пар дана изведе на улицу више хиљада људи. Значај Фејсбука и Твитера огледа се у великом утицају на формирање јавног мњења, због чега светски стручњаци препоручују да се у комуницирању с јавношћу једна од мрежа форсира чак и до 80 одсто. Треба имати у виду и да стандарди и процедуре НАТО-а којих се придржава цео свет, предвиђају да се без

– Реч је о томе да навикнемо војску, односно читав систем одбране на медије, али и да медије навикнемо на систем. То значи да припадници Министарства одбране и Војске одбране схвате улогу и значај односа с јавношћу, али не само декларативно, што се и даље често дешава, већ и у пракси. Систем схвати колико је то важно тек у кризним ситуацијама, било да је реч о кризи с временом или брзином објављивања неке информације, али понекад се деси да немамо прави однос према томе. С једне стране, мислим да се још увек осећају неки рецидиви из прошлости, али

истини за вољу, систем одбране је по природи затворен. На томе треба, заиста, порадити, пре свега увођењем службе за односе са јавношћу, што је било на дохват руке, јер се налазило у Министарском упутству за 2012. годину, али се из неког разлога с тим стало. Односи са јавношћу су веома пријемчиви и сви мисле да то знају, као и да саставе фудбалску репрезентацију, међутим, за тај посао је потребно школовање, усавршавање, низ медија тренинга, које ми спроводимо чак и за топ менаџмент. И тек када се знања са тих тренинга укрсте са искуством из више кризних ситуација, схвата се права улога односа са јавношћу. Међутим, чак и мало опуштање доводи до тога да људи пред камерама не кажу оно што треба и тако не пренесу кључну поруку.

Q Поменули сте значај друштвених мрежа. У којој мери Министарство одбране користи друштвене мреже у односима са јавношћу?

ИНА поверења

медијске припреме и кампање не креће ни у једну акцију, што нарочито важи за процесе и акције које предузима тако комплексан систем као што је Министарство одбране. Кад то кажем, мислим на све три мисије наше војске, у којима односи с јавношћу имају огромну улогу, било да је то одбрана државе, мировне операције или помоћ становништву.

Q Имајући у виду такву позицију Управе за односе са јавношћу, шта би требало применити унутар система да би она остварила своју мисију на најбољи начин?

ПРОФИЛ ОФИЦИРА ЗА ОДНОСЕ СА ЈАВНОШЋУ

Говорећи о профилу официра за односе са јавношћу, пуковник Петар Бошковић истиче да то треба да буду млади људи који су стекли основна знања о том послу током школовања, али су спремни да се стално усавршавају.

– Уз то, треба да има талента и да је то област која истински занима ту особу. Мора, такође, да похађа и специјализоване курсеве које организује наша Управа. Од највеће важности је да схвати значај успостављања и одржавања контаката са људима у средини у којој ради. Виспрен и спретан официр за односе са јавношћу може много да уради за своју јединицу, као што ради наш портпарол за Министарство одбране и Војску Србије. Уколико се успостави добар контакт са новинарима, изузетно ретко се дешава да новинари изневере, јер су врло коректни и сачекаће са објављивањем информације која је непотврђена. С друге стране, официр за односе са јавношћу мора редовно да обавештава медије о активностима, а пре свега да пласира тачне информације. На тај начин изграђено поверење тешко се нарушава – закључује пуковник Бошковић.

– За разлику од других министарстава, заиста смо авангарда када је реч о организованости званичног веб сајта, Твитера, Фејсбука и Јутјуб канала, на којима имамо званичне профиле и странице. Такође, за разлику од осталих, имамо и Смернице за стратегију комуникације, као и нормативно-правну регулативу која је потпуно уоквирена, а тренутно је у току рад на њиховим изменама и допунама. Ту су и Упутство за односе с јавношћу, Приручник за командире, па све до џепног водича, који је и на енглеском, за сваког нашег учесника у мировној операцији. Имамо и официре за односе са јавношћу до нивоа бригаде и због тога смо веома задовољни.

Међутим, морам да кажем, да кад је реч о друштвеним мрежама, ту се јавља једна контрадикторност. Чињеница је да наша безбедносна култура у комуникацији на друштвеним мрежама није на завидном нивоу и због тога је у припреми Упутство о раду на друштвеним мрежама, које ће бити усвојено ове године, а којим желимо да ту безбедносну културу подигнемо на виши ниво. С друге стране, имамо апсурд, а то је да припаднику система који иде у мировну мисију смете да дате оружје у руке, а немате поверења да га пустите да отвори налог на Твитеру. Према томе, наш је циљ да безбедносну културу и понашање на друштвеним мрежама подигнемо на највиши ниво и да на томе радимо. Наравно, то захтева разумевање целокупног система и то није никаква новина, све то постоји у другим армијама које друштвене мреже користе у много већој мери.

Q Како бисте окарактерисали однос Министарства одбране и медија данас?

– Успели смо да медије навикнемо на систем одбране и систем одбране на медије. Стицајем околности, имам право да то кажем, јер сам дуго у овом послу, тако да знам какав

су однос некада имали према нама, од медија до невладиних организација, и колико су нас сматрали затвореним системом у коме се одговори на новинарске захтеве дуго чекају. Те временске норме смо морали да сведемо, а да при томе задовољимо форму неминовне бирократије. Али, нарочито када је реч о кризним ситуацијама, морам да кажем да ту радимо изузетно брзо. Дешавало се да имамо страдања, која су део нашег посла, а да у року од пар сати организујемо конференцију за штампу са пуном информацијом о догађају. Наравно да су нам се дешавале грешке, али углавном због већ поменутог несхватања значаја правила односа са јавношћу, када појединац „излети“ мислећи да како се то ради. Најважније је да систем који представљамо јавности говори истину, а она то препознаје, о чему сведоче резултати истраживања у којима смо на првом месту по поверењу грађана и то се више не доводи у питање.

Q Какве специфичне улоге ће преузимати поједине институције везане за Управу коју предводите, као што су Медија центар „Одбрана“, „Застава филм“ и Уметнички ансамбл „Станислав Бинички“?

– Односи са јавношћу, уз сарадњу са медијима, обухватају и културне, музеолошке и поруке везане за традицију које систем шаље, а Управа за односе са јавношћу организатор је највећег броја тих активности. Галерија Дома Војске Србије у Београду, у годинама за нама, преузела је водећу улогу у галеријским престоничким дешавањима. Мислим да Управа за односе са јавношћу има довољно искустава и капацитета, и да треба и мора да обједини поменуте аспекте, да се послови не би дуплирали. Циљ нам је да објединимо ресурсе, па тежимо ка томе да у једној кући имамо три установе – Медија центар „Одбрана“, „Застава филм“ и Уметнички ансамбл „Станислав Бинички“, чиме би се ојачали наши капацитети. Свако ново време доноси нешто што слаби, и нешто што јача, а то значи да смо свесни чињенице да ће новине опстати, али да њихова улога слаби. Наша перспектива је интернет, а онај ко то данас не препознаје нема шта да тражи у овом послу. Издаваћемо ми још књига, и књига ће опстати, али морамо мислити и на будућност и

КАМПАЊЕ СУ УРОДИЛЕ ПЛОДОМ

Управи за односе са јавношћу било је поверено вођење кампања које су обележиле реформу система одбране у протеклих неколико година. О томе да су оне имале ефекта, према речима пуковника Бошковића, сведочи и вишеструко више кандидата заинтересованих како за упис у Војну гимназију и Војну академију, тако за добровољно служење војног рока и пријем у професионалну војну службу.

– За разлику од других земаља које су уложиле много новца у сличне кампање, ми нисмо били у могућности да то учинимо. Кампање које су нам биле поверене осмислили смо и реализовали сопственим снагама и уз помоћ глумаца и певача који су без хонорара наступали у нашим видео спотовима, а за узврат их је, рецимо, наш Ансамбл „Бинички“ пратио на наступима. И то се показало као одличан потез, јер је поменути ансамбл учешћем у стварању музике за филм „Монтевидео, бог те видео“ на турнејама по региону остварио велики успех. Испоставило се тако, да смо сваку кампању коју смо водили окончали успешно. Уз то, серија и филм „Војна академија“ допринели су много на популаризацији војног позива, али су и у том случају финансијска средства била изузетно скромна, тако да смо у оквиру редовне обуке наших кадета, само убацили и групу глумаца и прикључили их редовном животу и раду на Академији – објашњава пуковник Бошковић.

морамо да схватимо да је интернет нешто без чега се не може.

Q Имајући *шо у виду*, где *треба* уложити највише напора да се појединац као део једног оваквог корпоративног система више осигура како би био гласговорник система у свакој прилици?

– То се, пре свега, односи на школовање и усавршавање појединаца. Данас, од Војне гимназије до Војне академије, интернет и друштвене мреже су нешто са чиме деца одрастају. Међутим, осим подизања нивоа безбедносне културе, едукација је, такође, наш приоритетни задатак. Управо због тога, Управа за односе са јавношћу форсира курсеве и медија тренинге које воде наши сертификовани тренери. Оно што нашу Управу такође карактерише су и млади људи, који су у току са актуелним трендовима у комуницирању. Уз то, едукација о односима са јавношћу мора да почне још од Војне гимназије, преко Војне академије, до највиших нивоа школовања у систему одбране. Предавања на ову тему постоје и сада у наставном програму, али ми мислимо да то није довољно, с обзиром на улогу и значај односа са јавношћу.

Q Колико је овакав начин схватања значаја комуницирања застигнут ако узмемо у обзир систем по дубини?

– Није на задовољавајућем нивоу, јер се и даље на тактичком нивоу, по неки пут медији схватају као нешто што „може да ремети” њихове свакодневне обавезе. Међутим, захваљујући официрима за односе са јавношћу, који у својим градовима успостављају јако добре везе са локалним медијима, та едукација је дуготрајна борба и мукотрпан процес, али резултати не изостају. Ако упоредите садашњу ситуацију у односу на ону од пре пет година, када нисмо имали официре за односе са јавношћу, разлика је драстична. Иако је цео систем био скептичан према идеји увођења тих офи-

БРОЈКЕ

Веб сајт Министарства одбране бележи просечно од 6.000 до 8.000 јединствених посета на дневном нивоу, а у случају ванредних ситуација тај број превазилази неколико десетина хиљада посета. Међу више од 150 наслова који се просечно током седмице појаве у медијима, а који се односе на тематику везану за Војску Србије и Министарство одбране, тек 1 до 2 процента има негативну конотацију.

цира, до тога да нам није био одобрен број који смо тражили, мислим да је сада сазрело време да официре за односе с јавношћу имамо и на нижим формацијским нивоима. Једноставно, команданти без њих више не могу. Наше залагање биће да, као и у другим армијама, они буду саставни део личне штабне групе команданта.

Q Да ли *шо* подразумева да официри за односе са јавношћу имају обезбеђен професионални развој?

– Они имају перспективу за напредовање, од бригада, преко оперативних управа, до Генералштаба, односно до Управе за односе са јавношћу. Увођењем службе, дошли би до тога да имамо једну функционалну повезаност, јер би официри за односе са јавношћу и даље организацијски одговарали својим командантима, заузимајући место портпарола својих јединица и команданата. Служба би, такође, омогућила њихову едукацију и школовање, а не да се дешава, као данас, да они после изузетног оспособљавања заврше у јединицама на другим позицијама. Када је реч о формацијским елементима, у јединицама су то поручници и капетани, као и мајори и потпуковници у командама, до пуковника у нашој Управи и Медија центру „Одбрана“.

Q Када упоредиште досадашње резултате остварене на пољу односа са јавношћу са достигнућима других армија, да ли можете да кажете да сте задовољни оствареним?

– Реално је поредити се са колегама из окружења, па и са колегама из

других министарстава и могу рећи да сам задовољан. Чињеница је да смо међу колегама у окружењу проглашени за најефикасније кад је реч о објављивању информација на сајту нашег министарства, а постоје параметри који то и потврђују. Свакако да ту има места за још бољи рад, јер је реч о систему који стално мора да се надограђује и који тражи улагања и у технологију и у кадар. Предвиђене организацијско-мобилизацијске промене имају у виду, на пример, људе који ће се бавити само друштвеним мрежама, јер смо свесни њиховог значаја и тога да је за велики број припадника нашег система коришћење друштвених мрежа свакодневица.

Q Како коментаришете однос корпоративне ограничености система и критичког пристијања појавама?

– Истичем да је јавност, за разлику од ранијих времена, упозната са свим проблемима са којим се наш систем сусреће. Не можемо, данас, да доводимо у питање чињеницу зашто нам недостаје најсавременија опрема и наоружање, када је потпуно јасно да је реч о проблему који је ван система. Јавност зна за проблеме у ваздухопловству, за сву опрему, наоружање и технологију коју поседујемо, али је упозната и са свим достигнућима. А оно што је веома битно, војска се понаша у оним категоријама које су јој држава и друштво дали и омогућили. То је добар систем и не треба га мењати. А ми указујемо, предлажемо и радимо све што је у нашој моћи да систем буде бољи. ■

Биљана МИЉИЋ