

Odnosi s javnošću

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 11

Ljudska komunikacija sa drugim ljudima, socijalnim i kulturnim grupacijama, izumrelim narodima i kulturama, državama i narodima No man is an island- nijedan čovek nije ostrvo Prema broju ljudi uključenih u komunikaciju deli se na: 1. Intrapersonalnu- komunikacija sa samim sobom- razmišljanje, molitva 2. Interpersonalna 3. Grupna- razmena informacija između jedne osobe i većeg broja ljudi 4. Masovna- komunikacija sa velikim brojem ljudi preko mas medija 5. Komunikacija izvan ove galaksije- svemirska komunikacija- 1972 godine počela komunikacija sa dalekim planetama- Velika Britanija, Japan. Šalje se slika a ne ton Javno je ono što nije tajno, ono što je otvoreno, neskriveno, u središtu javnosti su građani, publika. Javno mnjenje je preovladjujući stav o problemu ili pojavi. Postoje brojni instrumenti, metode, agencije (ankete) i ostali načini da se izmeri javno mnjenje. Kod merenja je bitna rasprostranjenost uzorka, slojevi(generacijski, socijalni), da pitanje ne bude sugestivno, da postoji reprezentativna širina uzorka, treba se uzeti u obzir da ljudi nekada ne govore iskreno, da je javno mnjenje fluidna, promenjiva stvar. Na primer u Sarajevu i Skoplju nema jedinstvenog javnog mnjenja zbog više etničkih grupa i njihovih oprečnih stavova. Merenje javnog mnjenja u emisijama nije pouzdano(12 dinara je poruka a nemaju svi taj novac), u Utisku nedelje izabran je utisak godine sa četiri glasa, nepouzdana je i presretanje ljudi na terazijama jer ne postoji širina uzorka. Često teme koje nisu bitne idu na naslovnu stranu čime se skreće pažnja javnosti i vrši se reketiranje putem medija. STRATEGIJA I VIDOVI ORGANIZOVANJA ODNOSA S JAVNOŠĆU Odnosi s javnošću- P.R. menadžeri i odnosi sa medijama nisu iste stvari. U P.R.-u se komunicira sa brojnim vidovima javnosti među koje spadaju mediji. Poreklo termina je iz Amerike- public relations 1807 godine Tomas Džeferson (Američki predsednik), naučna disciplina, na Francuskom RP(relacion public), ovi odnosi postoje svuda a ne samo gde postoji služba za odnose sa javnošću, negde loši, negde bolji, negde postoji svest da treba da budu bolji, mogu da budu dobri i kod ljudi koji ne znaju šta je to P.R. Dobra ne prodaju same sebe! Okruženi smo komunikološkom supom velike gustine. Komunikacija je plivanje kroz komunikacionu supu, uči se, trenira se, radi se na sebi.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**