

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ БЕЗБЕДНОСТИ

**УЛОГА МЕДИЈА У ТРЕЋОЈ МИСИЈИ
ВОЈСКЕ СРБИЈЕ: СТУДИЈА СЛУЧАЈА
ОБРЕНОВАЦ - ПОПЛАВЕ 2014.
ГОДИНЕ**

мастер рад

Ментор:

Проф. др Зоран Јефтић

Студент:

Никола Славковић, 6/21

Београд, 2022.

UNIVERSITY OF BELGRADE
FACULTY OF SECURITY STUDIES

**THE ROLE OF THE MEDIA IN THE
THIRD MISSION OF THE ARMY OF
SERBIA: CASE STUDY OF
OBRENOVAC - FLOOD OF 2014**

master thesis

Mentor:
Prof. dr Zoran Jeftić

Student:
Nikola Slavković, 6/21

Belgrade, 2022.

УЛОГА МЕДИЈА У ТРЕЋОЈ МИСИЈИ ВОЈСКЕ СРБИЈЕ: СТУДИЈА СЛУЧАЈА ОБРЕНОВАЦ - ПОПЛАВЕ 2014. ГОДИНЕ

Резиме

Медији су креатори мишљења јавности. Свака организација тежи стварању и одржавању добрих односа са јавношћу, најчешће путем медија. Војска Србије као сегмент државне безбедности, веома је цењена у друштву. С тим у вези, један од њених приоритета јесте успостављање ефикасног система односа с јавношћу и унапређивање кризне комуникације. Рад се бави питањем улоге медија у трећој мисији Војске Србије, анализирајући медијску слику ангажовања Војске Србије током поплава у Обреновцу 2014. године. У раду су употребљене следеће истраживачке методе: анализа научне и стручне литературе, анализа нормативно-правне регулативе, историјско - компаративна анализа, као и експертски интервју. Експертски интервју је реализован са пет испитаника – стручњака из области односа са медијима, особа са претходним искуством рада у Управама за односе са јавношћу. Применом наведених истраживачких метода, закључује се да су медији значајни за подизање угледа Војске Србије. Једно од решења за унапређење кризне комуникације у Војсци Србије, јесте формирање државног тела чија је функција комуникација у кризи. Оваквим решењем, кризна комуникација би знатно боље функционисала, било би омогућено обучавање, припрема говорника за јавни наступ. Сprovedено истраживање може бити од користи у даљем изучавању ове области, као и даљем развијању медијске политике Војске Србије.

Кључне речи: *утицај медија, односи са јавношћу, мисије и задаци Војске Србије, поплаве, кризно комуницирање*

THE ROLE OF THE MEDIA IN THE THIRD MISSION OF THE SERBIAN ARMED FORCES: CASE STUDY OF OBRENOVAC - FLOOD OF 2014

Abstract

The media serves as a creator of public opinion. Every organization strives to create and maintain good relations with the public, most often through the media. The Serbian Armed Forces, as a segment of state security, is highly valued in society. In this regard, one of its priorities is the establishment of efficient public relations system and the improvement of communication in times of crises. This paper deals with the issue of the role of the media in the third mission of the Serbian Armed Forces, analyzing the image that media portrayed during the engagement of the Serbian Armed Forces in the floods in Obrenovac in 2014. The following research methods were used in the work: analysis of scientific and professional literature, analysis of normative-legal regulation, historical-comparative analysis, as well as an expert interview. The expert interview was conducted with five interviewees - experts in the field of media relations, persons with previous work experience in Public Relations Directorates. By applying the aforementioned research methods, it is concluded that the media are significant for raising the reputation of the Serbian Army. One of the solutions for improving communication during crisis in the Serbian Armed Forces is the formation of a state body whose function would be crisis communication. With such a solution, crisis communication would function much better, training and preparation of speakers for public speaking would be possible. The conducted research can be useful in the further study of this area, as well as in the further development of the media policy of the Serbian Armed Forces.

Key words: influence of the media, public relations, missions and tasks of the Serbian Armed Forces, floods, crisis communication

САДРЖАЈ

1. УВОД.....	3
2. ТЕОРИЈСКО - МЕТОДОЛОШКИ ОКВИР	5
2.1. Појмовно одређење предмета истраживања	5
2.1.1. Појам ванредних ситуација	5
2.1.2. Класификација катастрофа и опасности	9
2.2. Војска Србије	12
2.2.1. Улога, мисије и задаци Војске Србије	12
2.2.2. Цивилно - војни односи	14
2.2.3. Правни оквир ангажовања Војске Србије у ванредним ситуацијама	16
2.2.4. Искуства Војске Србије из поплава 2014. године	18
2.3. Кризно комуницирање	22
2.4. Проблем истраживања	26
2.5. Временско и просторно одређење предмета истраживања	27
2.6. Циљеви истраживања	28
2.7. Хипотетички оквир - истраживачка питања.....	28
2.8. Истраживачке методе и извори прикупљања података.....	29
3. МЕДИЈИ И ВОЈСКА	30
3.1. Односи са јавношћу – медијима.....	30
3.1.1. Управа за односе са јавношћу Министарства Одбране	33
3.2. Стратегија односа са јавношћу система одбране	35
3.2.1. Медијска политика Војске Србије.....	39
3.3. Медијско праћење, обавештавање јавности о ангажовању Војске Србије и активности Управе за односе са јавношћу током поплава за период од 14. до 27. маја 2014. године.....	42
3.3.1. Медијски публицитет	42
3.3.2. Активности Управе за односе са јавношћу	47
3.4. Медијски публицитет, обавештавање јавности о ангажовању Војске Србије и активностима Управе за односе са јавношћу након поплава за период од 28. маја до 11. јуна 2014. године.....	50
3.4.1. Медијски публицитет	50

3.4.2. Активности Управе за односе са јавношћу	54
4. ИСТРАЖИВАЊЕ.....	56
4.1. Опис истраживања	56
4.2. Резултати истраживања	57
5. АНАЛИЗА ИНТЕРВЈУА	63
5.1. Препоруке за боље функционисање медијског праћења Војске Србије..	65
6. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА	67
7. ЛИТЕРАТУРА.....	69
8. ПРИЛОЗИ.....	75
9. БИОГРАФИЈА АУТОРА.....	77

1. УВОД

Савремено друштво веома је рањиво на катастрофе. Рањивост представља производ физичког излагања природној опасности и људске способности да се припреми, опорави и суочи са било каквим негативним утицајима катастрофа (Pelling & Uitto, 2001). Претпоставља се да 90% укупног броја катастрофа у свету представљају природне катастрофе, ту групу чине и поплаве из 2014. године чије су последице задесиле подручја Републике Србије (Милосављевић, 2015). Поплава је једна од природних катастрофа која често узрокује значајне економске губитке, људске и социјалне трагедије (Chiang, Willems, & Berlamont, 2010).

Мајске поплаве на територију Републике Србије стигле су под утицајем снежног циклона који је захватио средишњи део Балканског полуострва. Ванредна ситуација на територији Републике Србије проглашена је 17. маја 2014. године због угрожености од поплава. Највећу штету од свих погођених општина претрпео је град Обреновац. Последице поплава су огромне, изгубљено је 57 људских живота, око 32.000 грађана је евакуисано, причињена је велика штета на кућама, путној инфраструктури, пољопривредном земљишту, велики број угинулих животиња итд. (Ђорђевић М., 2017). Оваква ситуација захтевала је ангажовање свих расположивих снага система цивилне заштите, МУП-а, али и припадника Војске Србије који су успешно реализовали задатке у склопу треће мисије.

Односе са јавношћу дефинишу неколико елемената, а то су углед, идентитет, поверење, обострано поштовање утемељено на истинитом и опширном обавештавању. Постављене циљеве много је лакше реализовати уз помоћ и саосећање јавности, него када је јавност супростављена или незаинтересована (Blek, 1997).

Значај односа са медијима је велики у свим сферама друштва, нарочито у организацијама попут Војске Србије, с обзиром да она игра важну улогу у кризним ситуацијама. Циљ рада је да се област сарадње медија и Војске Србије детаљније проучи и дефинише, као и да се изнесу препоруке за боље функционисање медијског праћења Војске Србије

Рад се састоји од четири веће целине, прва и друга су теоријског типа, док су трећа и четврта истраживачког типа. Рад такође садржи закључак, попис литературе, прилог и биографију аутора.

У првом делу рада, односно у делу рада који се бави теоријско –

методолошким оквиром дефинисане су ванредне ситуације, природне катастрофе, кризно комуницирање, циљ истраживања, проблем истраживања, истраживачка питања, као и методе истраживања. Направљен је посебан осврт на дефинисање мисија и задатака Војске Србије, али и на искуства припадника Војске Србије из поплава 2014. године.

У другом делу рада који је базиран на медијима и њиховој вези са Војском Србије, обрађена су питања односа са јавношћу, посебан акценат дат је на Управи за односе са јавношћу Министарства одбране и Војске Србије. Такође, обрађена су питања Стратегије односа са јавношћу система одбране и медијске политике Војске Србије. Срж ове целине представља анализа и приказ резултата медијског праћења, обавештавања јавности о ангажовању Војске Србије и Управе за односе са јавношћу током поплава 2014. године у Обреновцу.

Трећи део, уједно и истраживачки део, утемељен је на опису и резултатима истраживања. Истраживање је спроведено ради испитивања утицаја медија на трећу мисију Војске Србије, са акцентом на мајске поплаве у Обреновцу 2014. године. Примарна истраживачка метода која је коришћена је експертски интервју, који је реализован са пет испитаника, стручњака из области односа са јавношћу, повезаних са темом истраживања.

Четврти део, кључни део рада, представља анализу интервјуа. Такође, предочене су препоруке за боље функционисање медијског праћења Војске Србије. Наведено је постигнуто употребом компаративне дескриптивне методе.

У закључку је извршено резонување мишљења и аргумената проистеклих током израде овог рада. Такође, изнета су и запажања у вези хипотетичких ставова.

У прилогу је дат изглед упитника за експертски интервју са питањима, који је спроведен у сврху израде рада.

Приликом израде мастер рада коришћена је научна, стручна и образовна литература, пре свега књиге из области односа са јавношћу и кризног комуницирања. Поред тога коришћени су и подаци из других докумената (научно - истраживачких радова, саопштења са конференција, осталих докумената), преузети су подаци са релевантних интернет страница.

2. ТЕОРИЈСКО - МЕТОДОЛОШКИ ОКВИР

2.1. Појмовно одређење предмета истраживања

Предмет истраживања овог рада је у непосредној спречи се његовом темом која се базира на сагледавању улоге медија, утицаја медија на спровођење треће мисије Војске Србије. Један од циљева јесте да се кроз теоријско одређење појма ванредних ситуација, улоге и мисије Војске Србије као и појма кризног комуницирања дође до лакшег разумевања зависности медија и Војске Србије. Рад настоји да утврди неопходност медијске слике употребе Војске Србије у ванредној ситуацији, приликом пружања помоћи цивилном становништву.

Предмет истраживања биће размотрен најпре кроз историјску анализу медијског извештавања о раду Војске током спровођења треће мисије у поплавама 2014. године у Обреновцу, као и употребом експертског интервјуа за потребе искуственог осврта на предмет истраживања.

2.1.1. Појам ванредних ситуација

Ванредна ситуација је термин који се састоји од две речи. Ванредно значи особито, док ситуација, значи стање, место, прилике. Може се закључити да ванредна ситуација означава стање које укључује посебне околности и могућности које одступају од редовног стања и ситуације (Ђорђевић и Каровић, 2017).

У речнику Српског језика термин „ванредан“ означава „који је изван оквира нормалног, уобичајеног реда, плана, програма, распореда и сл.“ (Речник српског језика, 2011, стр. 122). Термин „ситуација“ означава „стање, околности, прилике (у којима се неко или нешто налази); положај, место, смештај (размештај предмета и друго у простору)“ (Речник српског језика, 2011, стр. 1202).

У речнику енглеског језика реч ванредан, тачније „emergency“ означава нешто опасно или озбиљно, на пример несрећа, нешто што се дешава изненада или неочекивано и захтева брзу акцију како би се избегли штетни резултати (Cambridge Dictionary).

Када је реч о појму криза, најпре се мисли на озбиљну претњу структурама од фундаменталног значаја, где се очекује доношење ризичних одлука, у отежаним условима, а нарочито условима временског притиска. Ванредна ситуација представља шири појам од кризе, због тога што свака криза потпада под ванредну ситуацију, док међутим свака ванредна ситуација неће бити криза. Ванредна ситуација у виду несрећа налик поплавама,

пожарима, земљотресима за одређену заједницу представљаће само ванредну ситуацију, док за директне учеснике може представљати кризу (Ђукић, 2017). Најбитнији сегменти за разликовање су концизност природе, обим и карактер догађаја који се могу препознати код ванредне ситуације, док код кризе то није случај (Кешетовић и Милашиновић, 2008).

Како Ковачевић, Бабић и Ковач закључују термин ванредне ситуације може се окарактерисати са три обележја: велики број људских живота у опасности, оштећеност материјалних и културних добара; затим неспособност, немоћ редовних служби да реагују правовремено и предупредити претњу, као узрок настанка ванредних ситуација; и на крају последице катастрофа доводе до ангажовања максималних капацитета служби за реаговање и с тим у вези неопходно је предузимање хитних мера (Ковачевић, Бабић, и Ковач, 2018).

Уколико се консултује правна регулатива, у Републици Србији тренутно на снази је Закон о смањењу ризика од катастрофа и управљању ванредним ситуацијама, који појам ванредне ситуације дефинише као „стање које настаје проглашењем од надлежног органа када су ризици и претње или настале последице по становништво, животну средину и материјална и културна добра таквог обима и интензитета да њихов настанак или последице није могуће спречити или отклонити редовним деловањем надлежних органа и служби, због чега је за њихово ублажавање и отклањање неопходно употребити посебне мере, снаге и средства уз појачан режим рада“ (Закон о смањењу ризика од катастрофа и управљању ванредним ситуацијама, Службени гласник РС, број 87/2018, члан 2. став 1. тачка 7).

Руска Федерација, као једна од водећих земаља у цивилној заштити и отклањању последица катастрофа, која чак има и посебно Министарство за ванредне ситуације, термин ванредна ситуација дефинише као ситуацију на одређеној територији која се развила као последица несреће, опасне природне појаве, катастрофе, ширења болести, која представља опасност за друге, која је могла или је изазвала људске жртве, штету по здравље људи или животну средину, значајне материјалне губитке и угрозила услове за живот људи (Докукин & Харченко, 2021). Ванредна ситуација се може дефинисати као стање на одређеној територији, као последица било какве непогоде под одређеним условима. Ситуација на одређеној територији, која је настала као последица опасног природног феномена, катастрофе, елементарне непогоде, која може проузроковати штету животној средини, може се посматрати само са људске тачке

гледисти. Због тога је у Руској Федерацији изузетно важно утврдити ко процењује штету, у односу на кога се процењује штета, како се та штета процењује, који су критеријуми за такву процену и ко их поставља. Федерални закон из 1994. године дозвољава да се свака ситуација у којој постоји било каква претња по живот, здравље и/или имовину особе класификује као ванредна, укључујући срчани удар, мождани удар, повреду. Ситуација се назива ванредном управо зато што захтева хитан одговор на смањење утицаја и отклањање последица различитих нивоа. Приметно је учешће структура од савезног до локалног нивоа, у зависности од размера последица. У случају локалног нивоа, одговор на последице може бити чак и од једне или више особа. Међутим, у случају федералног нивоа постоји могућност организовања одговора снага и средстава целе земље (Докукин & Харченко, 2021).

У Сједињеним Америчким Државама основана је Федерална агенција за управљање у ванредним ситуацијама (енгл. *Federal Emergency Management Agency*) која обухвата федерално саветодавно тело за управљање у ванредним ситуацијама. Поменута агенција у склопу свог водича ванредну ситуацију дефинише као „сваки непланирани догађај који може проузроковати смрт или значајне повреде запослених, купаца или јавности; или који могу да униште ваше пословање, поремете рад, проузрокују физичку или еколошку штету или угрозе финансијски положај објекта или имиџ у јавности“. У најчешће догађаје убрајају се: пожар, инцидент са опасним материјалима, поплаве, ураган, торнадо, зимска олуја, земљотрес, квар телекомуникација, радиолошка несрећа, експлозија (Wahle & Beatty, 2000).

Поред термина ванредна ситуација, важно је дефинисати и термин ванредно стање, најпре јер ова два термина имају различито значење. Законом о одбрани ванредно стање је окарактерисано као „стање јавне опасности у којем је угрожен опстанак државе или грађана, а последица је војних или невојних изазова, ризика и претњи безбедности“ (Закон о одбрани Службени гласник РС, број 10/2015, члан 4. тачка 6). У овом случају угрожавање безбедности представља угрожавање фундаменталних чиниоца државе и друштва (Ђорђевић и Каровић, 2017). Тачније, термин ванредно стање обухвата и оне догађаје који настају услед природних опасности, елементарних непогода великих размера, епидемија, при чему би се могли конкретизовати, директнијим термином – ванредне ситуације. У ствари, овакво схватање подразумева ванредно стање као шири појам који укључује и ванредне ситуације (Аврамовић и Млађан, 2014).

Класификација ванредних ситуација је у ствари дефинисање појединачне ванредне ситуације у склопу механизма ванредних ситуација (Ковачевић и сар., 2018). Како Гроздановић и Стојиљковић наводе класификација ванредних ситуација може се извршити на основу: узрока настанка ванредне ситуације, фреквенције развоја ванредне ситуације и опсега раширености ванредне ситуације. Најчешћа подела врши се на основу узрока настанка ванредне ситуације, па тако постоје (Гроздановић и Стојиљковић, 2013):

- ванредне ситуације технолошког карактера – настају као последица људске активности, а то су: пожари, хаварије са испуштањем отровних гасова, хаварије са испуштањем радиоактивних материја, биолошких материја, експлозије, изненадно рушење зграда, незгоде на електро - енергетским системима, незгоде на комуналним постројењима, хаварије на системима водоснабдевања,
- ванредне ситуације природног карактера - настају као последица природних опасности које директно негативно утичу на људску популацију, а то су земљотреси, клизишта, ерупције вулкана, урагани, одрони, лавине, олујни ветрови, јака киша, велики снегови, велика врућина, појава леда на пловним рекама, шумски пожари, суша, тропски циклони, цунами, јако таласање, поплаве, кишне бујице, нижи нивои вода, епидемија, пандемија, инфективне болести,
- ванредне ситуације антропогеног карактера – настају као последица непрестаног деструктивног утицаја човека на биодиверзитет и животну средину, манифестују се кроз: ванредне ситуације које су последица ископавања руда и доводе до клизишта, одроњавања земљишта; ванредне ситуације које су последица загађења атмосфере и доводе до глобалног загревања, деструкције озонског омотача; ванредне ситуације које су последица константног загађивања река, мора и океана кроз бацање отпадака и изливања фекалних вода, што доводи до недостатка воде за пиће; ванредне ситуације које су последица свих оружаних сукоба на глобалном нивоу, доводе до уништења биодиверзитета, изумирања животиња и биљака.

Класификација ванредних ситуација у Немачкој извршена је на следећи начин: социјалне, економске ванредне ситуације, ванредне ситуације техничко - технолошко и биолошко - медицинске природе и ванредне

ситуације изазване механичком и топлотном енергијом. У Русији је извршена класификација на: природне, техничко - технолошке и еколошке ванредне ситуације (Mlađan & Cvetković, 2013).

Још једна од подела ванредних ситуација је на: антропогене природе, ванредне ситуације природног карактера, анти - уставне ванредне ситуације које представљају опасност од терористичког акта и ванредне ситуације војног карактера, које се односе на последице употребе оружја за масовно уништење или конвенционалних средстава за уништење (Bashynska, Alhammadi, & Alnuaimi, 2020).

Може се закључити да ванредна ситуација као специфично стање система у односу на последице опасности захтева хитну реакцију свих расположивих служби заштите и спасавања, па тако је и неопходна употреба војних снага, нарочито у евакуацији становништа и санацији терена. (Ковачевић, 2020).

2.1.2. Класификација катастрофа и опасности

Катастрофе, које представљају штетан догађај за људску популацију, материјална средства и биодиверзитет, јер последице које изазивају су огромне, догађају се у бројним структурама земље – биосфери, хидросфери, литосфери, атмосфери (Цветковић, 2020). Катастрофе представљају огроман дисбаланс деловања друштва који проузрокује распрострањене људске, материјалне или еколошке губитке који премашују способност угроженог друштва да се суочи с тим, коришћењем властитих ресурса (Цветковић, 2015).

У зависности од природе процеса стварања, природне катастрофе могу се разврстати на: геофизичке – као што су земљотреси, цунами, вулкани, клизишта; затим метеоролошке – урагани, торнадо, олује с градом, међаве, лавине, магле; хидролошке катастрофе у виду поплава и бујица; биолошке - епидемије и ванземаљске – метеори (Cvetković, 2014). Такође, постоји подела на: природне – узрок настанка су разни природни феномени попут вулкана, земљотреса, поплава, урагана, затим катастрофе антропогеног карактера – експлозије, пожари, испуштање опасних материја, ратови, и на крају хибридне – продукт модификације природних сила и човекове грешке (Цветковић, 2020).

Миливојевић, Алексић и Стојановић наводе другачију поделу катастрофа (Milivojević, Aleksić, & Stojanović, 2013):

- катастрофе антропогеног порекла - пренасељеност, загађивање, руде, оружја, научни експерименти,

- катастрофе које изазива планета Земља – вулкани, земљотреси, промена магнетних полова,
- катастрофе са пореклом из Сунчевог система - комете, астероиди, промена опште активности Сунца,
- катастрофе свемирског порекла - космичко зрачење, судари галаксија, лутајућа тела,
- катастрофе непознатог порекла - треба узети у обзир процесе за које нема могућности да се установе, опишу и разумеју.

2.1.2.1. Хидросферске катастрофе

Једне од најозбиљних хидролошких катастрофа, које угрожавају националну безбедност јесу поплаве и бујице.

Поплава се манифестује као последица изливања велике количине воде из речног корита и водних акумулација (Милојковић и Млаћан, 2010). Може представљати последицу преливања реке изнад њених насипа, као и последицу подизања нивоа воде изнад брана, где својим ширењем угрожава живот и имовину људи (Цветковић, 2020).

На основу одређених анализа и предвиђања процењује се да ће до 2080. године око 300.000 људи бити погођено поплавама и да ће годишња штета узрокована поплавама бити око 11 милијарди евра, оно што је битно напоменути је да су ове бројке дупло веће од оних бројки пре 50 година. Када се сагледа ситуација у Републици Србији, евидентно је да је око 13% територије угрожено, и то у сливовима река Саве, Дунава, Тисе и Мораве (Цветковић, 2020).

Како Гавриловић наводи индиректни узроци поплава су следећи (Гавриловић, 1981):

- величина и облик слива - ако се ради о већем сливу, главна река ће прикупити већу запремину воде што резултира стварању озбиљнијих последица поплаве; у случају да је слив реке издуженог облика формирање великих река је знатно спорије, док код сливова округлог облика долази до наглог пораста водостаја услед брзог сливања атмосферских вода,
- густина речне мреже – што је гушћа речна мрежа, то је могућност одливања падавина већа, што је веома битан фактор,
- утицај рељефа - овај утицај се пре свега односи на брдско - планински предео, где је нагиб терена већи, самим тим брзина

сливања реке је већа, што узрочно последично доводи до стварања већег бујичног таласа,

- засићеност земљишта водом – степен упијања падавина код земљишта зависи од његове претходне засићености, на самом почетку падавина упијање је интензивније, док временом слаби, где на крају долази до потпуног засићења земљишта; услед засићења земљишта водом постоји могућност урушивања насипа,
- подземне воде – за време поплава долази до снабдевања подземних вода; у летњем периоду снабдевање подземних вода ће бити знатно веће, што доводи до обливања велике количине воде и директно утиче на смањење водостаја,
- шумски покривач – представља један од водећих фактора отицања падавина; у шуми велики број падавина скоро да не допре до земље, јер се задржава на крошњама дрвећа, затим долази до испаравања биљака; важно је спречити деградацију шума и на тај начин избећи стварање услова за формирање бујичних поплава,
- начин обрађивања земљишта – уколико се орање земљишта обавља у правцу пружања падина долази до бујица, одношења плодног покривача земљишта, зато се препоручује дубоко орање што за резултат има веће и боље упијање земљишта.

Настанак поплава може бити потпуно спонтан и дуготрајан, или пак изненадан због обилних падавина, пуцања брана, насипа. Поплаве знатно уништавају критичну инфраструктуру¹. Висок водостај доводи до покретања клизишта, број настрадалих људи и животиња због утапања је велики. Мањак питке воде и загађење воде резултирају појави заразних болести, епидемија, инфекција и тровања (Цветковић, 2020).

Гавриловић наводи да поплаве могу бити: „проузроковане кишом и отапањем снега, ледене поплаве, поплаве услед коинциденције високих вода, бујичне поплаве, поплаве изазване клижењем земљишта и поплаве изазване рушењем брана“ (Гавриловић, 1981, стр. 19).

Подела штета од поплава је многобројна. Када је реч о анализи укупне штете постоје: стварне (које процењује комисија за процену штете) и

¹ Критична инфраструктура на основу Закона о критичној инфраструктури члана 4. представља групу система где обустава функционисања система и услуга доводи до стварања последица по националну безбедност, живот и здравље људи, стабилност земље.

потенцијалне (које се процењују приликом израде процене ризика). Такође, постоје директне (као последица повезаности привредних грана) и индиректне које долазе до изражаја после одређеног времена (Ковачевић, 2020).

2.2. Војска Србије

У складу са Уставом Републике Србије „Војска Србије брани земљу од оружаног угрожавања споља и извршава друге мисије и задатке, у складу са Уставом, законом и принципима међународног права који регулишу употребу силе“ (Устав Републике Србије, Службени гласник РС, број 115/2021, члан 139.). Дакле, Војска Србије представља оружану снагу чија је сврха постојања да штити земљу од свих потенцијалних војних ометања од стране непријатеља, као и да учествује у одговору на невојне претње.

Војска Србије формирана је 8. јуна 2006. године. Усвајањем нових законских и подзаконских аката, као што су Закон о одбрани и Закон о Војсци Србије, формиран су потребни стандарди за даљи ток трансформисања Војске, са циљем стварања делотворније, а мање Војске, усклађене са ризицима и претњама, пратећи квалитет савремених држава (Митровић и Милутиновић, 2011).

2.2.1. Улога, мисије и задаци Војске Србије

Војска представља независни и профилисани елемент у склопу државе, међутим она је субјект државе, што је чини неизоставним делом државног апарата (Гађиновић, 2014). Како се наводи код Гађиновића „Основни узрок постојања војске јесте нужност одбране државе, чак и када је она скопчана са великим ризицима. Војска, дакле, обавља једну од основних функција сваке државе – одбрамбену функцију, функцију заштите спољних граница државе. Та основна функција војске – одбрана државе од спољне агресије, уставноправно се изражава као одбрана суверености и територијалног интегритета државе. Поред ње, војсци се нормативно или стварно додељује и једна унутрашња функција, која се одређује као заштита уставног поретка. Као део државне организације, оружане снаге су главни инструмент за очување независности, територијалног интегритета и суверености. Њихов састав, величина и опремљеност условљени су, пре свега, политичким системом земље, нивоом целокупног развоја, геостратегијским положајем земље, њеним демографским могућностима и војном и одбрамбеном доктрином“ (Гађиновић, 2014, стр. 130).

У складу са Доктрином Војске Србије „Мисије и задатке Војске Србије дефинише Народна скупштина Републике Србије у складу с Уставом и на основу неотуђивог права Републике Србије на индивидуалну и колективну одбрану, сагласно члану 51. Повеље Уједињених нација и основним принципима међународног права који регулишу употребу силе. Мисије Војске Србије су:

- одбрана Републике Србије од оружаног угрожавања споља;
- учешће у изградњи и очувању мира у региону и свету;
- подршка цивилним властима у супротстављању претњама безбедности“ (Доктрина Војске Србије, 2010, стр. 12).

Свака од мисија Војске Србије извршава се одређеним задацима. Прва мисија Војске Србије остварује се кроз следеће задатке: одвраћање од оружаног угрожавања, одбрана територије и одбрана ваздушног простора. Друга мисија Војске Србије остварује се кроз учешће у мултинационалним операцијама и међународној војној сарадњи, док се трећа и у овом случају мисија од значаја за овај рад остварује кроз помоћ цивилним властима у супротстављању унутрашњем угрожавању безбедности, тероризму, сепаратизму и организованом криминалу и кроз помоћ цивилним властима у случају природних непогода, техничко - технолошких и других несрећа (Доктрина Војске Србије, 2010, стр. 12).

Бајрами, Каровић и Радић става су да „реализацијом задатака у оквиру пружања помоћи цивилним органима власти у ситуацијама интензивног утицаја елементарних непогода Војска Србије даје одлучујући допринос у свеобухватној борби свих субјеката заштите и спасавања који се ангажују у ванредним ситуацијама“ (Бајрами, Каровић, & Радић, 2016, стр. 252)

По структури Војска Србије може се поделити на видове, родове и службе, а родови и службе на врсте и специјалности (Закон о Војсци, Службени гласник РС, број 94/2019, члан 4.). У видове убрајају се: Копнена војска и Ратно ваздухопловство и Противваздухопловна одбрана.

Професионалне припаднике чине официри, подофицири и професионални војници (Закон о Војсци, Службени гласник РС, број 94/2019, члан 9.).

Битно је нагласити да Војска Србије у трећој мисији има најпре помоћну улогу. У случају елементарних непогода, техничко – технолошких несрећа Војска Србије је та која се ангажује са свим расположивим људством и пратећом опремом као испомоћ снагама Сектора за ванредне ситуације. У

зависности од тренутне ситуације на терену и у окружењу, Војска Србије може да реализује и друге задатке. Како би успешно реализовала све задатке у склопу треће мисије, Војска Србије изводи следеће операције: операцију превентивног размештања снага, противтерористичку операцију и противпобуњеничку операцију, а у циљу правовременог размештаја снага и заузимања положаја, спречавања терористичких аката и оружаних побуна на територији државе (Кековић, Комазец и Милиновић, 2011).

На основу наведеног, уочава се да је Војска Србије пре свега једна организована компактна целина, која поред очувања суверености и територијалне целовитости, има задатак да учествује у мировним операцијама под покровитељством УН и ЕУ у свим деловима света, највише у Африци, али и да својим снагама и капацитетима допринесе бржем и успешнијем отклањању последица природних катастрофа. Важно је напоменути да Војска Србије почива на једностарешинству и субординацији, управо је то кључ успеха у извршавању наређења.

2.2.2. Цивилно - војни односи

Цивилно - војни односи по мишљењу Хаџића представљају један веома сложен склоп односа формираних између војске и других цивилних структура. Војска чини одређени део друштвене структуре, одржава односе са тим структурама, а понајвише у областима економије, политике, науке, одбране. (Хаџић, 2000, према Јефтић, Младеновић и Роквић, 2014).

По речима Котија и сарадника који представљају цивилно – војне односе као „општи појам који обухвата све аспекте односа између оружаних снага (као политичке, друштвене и привредне институције) и друштва (и државе или политичког, социјалног, етничког покрета) чији су део“. Они наводе да на конструисање цивилно – војних односа утичу економски, политички контекст државе, затим међународни оквир, структура војске и стручност (Cottey, Edmunds & Forster 2001, према Јефтић, Младеновић и Роквић, 2014, стр. 31).

Цивилно - војна сарадња је термин новијег датума који се користи за означавање активности и односа између војске и цивила. Настао је и користи се због делимичног погоршања средине у којој се изводе војне операције. У њему делују поред војних и бројне цивилне и хуманитарне институције, заједнички се суочавају са изазовима и решавају велики број проблема. Постоје различите ситуације када војска мора да изврши задатке

који нису баш војничке природе. Тиме се важност усредсређује на цивилно - војне односе. Овакав процес интеракције у НАТО-у познат је под скраћеницом CIMIC (енг. *Civil-Military Cooperation*) (Grigorov, 2017).

Цивилно - војна сарадња, подразумева бројне координисане активности као и кооперацију Војске и цивила на терену, а све у циљу успешнијег реализовања мисија и задатака војске. Суштина цивилно - војне сарадње је јачање конекција између војних и цивилних актера, у сврху постизања циљева, тачније јачања безбедности снага, постизање надмоћи јединице и успостављање кредибилитета између војске и цивила. Цивилно - војна сарадња је усклађено деловање цивилних и војних ресурса у остваривању циљева, којих је дефинисала војна организација (Јефтић, 2009).

Цивилно - војна сарадња у Војсци Србије може се дефинисати као кооперација и координација између војних снага и субјеката оперативног окружења којом се на одређеном простору и времену, са предвиђеним капацитетима остварује реализовање војне мисије у миру, ванредном и ратном стању (Јефтић и Лаловић, 2011).

Наглашава се да се појам цивилно - војни односи везује обично за примену у мултинационалним операцијама ван граница своје земље. Овакво тумачење се не може применити на Војску Србије. Наиме, цивилно - војни односи у Војсци Србије су заступљени у све три мисије. Уочљиво је да је највећа сарадња током остваривања задатака треће мисије, где је Војска Србије ангажована на пружању помоћи становништву након елементарних непогода, техничко -технолошких несрећа. У другој мисији ова сарадња остварује се кроз припреме и учешће у мултинационалним операцијама, у првој мисији остварује се кроз припреме за одбрану од угрожавања споља. Дакле, цивилно - војна сарадња заступљена је кроз све три мисије, стога је њено постојање оправдано (Јефтић и Вуруна, 2009, према Јефтић и сар., 2014). Активностима цивилно - војне сарадње повећава се ефикасност и ефективност Војске Србије, зато што се остварује правовремено садејство и сарадња са цивилним структурама на терену, затим повезаност и подршка. Трајна намена цивилно - војне сарадње је подршка у креирању услова за остваривање дугорочног решења за кризу. Цивилно - војна сарадња је неисцрпни извор проналаска алтернатива, решења и за војне и за цивилне проблеме (Јефтић и сар., 2014). Стога, треба јачати овај однос, како би на крају свака страна била задовољна.

2.2.3. Правни оквир ангажовања Војске Србије у ванредним ситуацијама

Да би систем заштите и спасавања у ванредним ситуацијама функционисао на ефективан начин, нужно је потребно да постоје одређене нормативно – правне регулативе, пре свега јер се у њима на јасан и прецизан начин дефинишу улоге и надлежности субјеката система за заштиту и спасавање, као и остала питања везана за поступање у ванредним ситуацијама. Употреба Војске Србије, једног од битнијих субјеката овог система, такође је дефинисана у законским и подзаконским актима који се тичу ванредних ситуација.

Стратегија националне безбедности Републике Србије представља најзначајнији стратешки документ чијим извршавањем долази до заштите националних интереса Републике Србије од изазова, ризика и претњи безбедности у свим сферама друштвеног живота. У њој се разматра стратегијско окружење Републике Србије, врши процена ризика, постављају државни интереси и циљеви, регулишу структура и начела функционисања система националне безбедности. Такође, Стратегија националне безбедности представља темељ и полазну основу за израду докумената стратешке вредности у свим сферама деловања државних органа (Стратегија националне безбедности Републике Србије, Службени гласник РС, број 94/2019-13). Овом стратегијом дефинисане су бројне претње и ризици, такође и елементарне непогоде: „поплаве, суше, пожари, земљотреси, екстремно високе температуре и сл., као и присутност великих количина опасних материја у процесу производње, складиштења, промета и транспорта, директно и индиректно утичу на ниво ризика и стање безбедности људи, животиња, материјалних и културних добара и животне средине. Значајан ризик представљају и техничко - технолошке несреће чије се последице могу испољити не само на територији Републике Србије, већ и на територијама суседних држава“ (Стратегија националне безбедности Републике Србије, Службени гласник РС, број 94/2019-13, члан 2.).

Стратегија одбране Републике Србије, утемељена је на Уставу Републике Србије и Стратегији националне безбедности Републике Србије. Стратегија одбране дефинише изазове, ризике и претње безбедности важне за одбрану, у њих између осталог убраја елементарне непогоде, радиолошке, хемијске и биолошке контаминације. Ове непогоде означавају константну опасност за Републику Србију, њену популацију, материјална добра и културну баштину (Стратегија одбране Републике Србије, Службени гласник РС, број 94/2019-4, тачка 2). Војска Србије као

извршни део система одбране у садејству са другим снагама одбране учествује у задацима заштите и спасавања (Стратегија одбране Републике Србије, Службени гласник РС, број 94/2019-4, тачка 6.3).

Закон о одбрани регулише систем одбране, па самим тим и дужности и обавезе Војске Србије као члана система одбране. У складу са овим законом „у случају природних и других несрећа већих размера у којима су на одређеној територији угрожени живот и здравље људи и животиња и материјална добра, јединице Војске Србије на захтев органа надлежних за заштиту и спасавање људи и материјалних добара, могу се ангажовати на пружању помоћи становништву, у складу с посебним законом“ (Закон о одбрани, Службени гласник РС, број 36/2018, члан 41.).

У Закону о одбрани дефинисано је да у случају елементарних непогода, техничко - технолошких несрећа и катастрофа, а све у циљу заштите становништва и материјалних добара, начелник Генералштаба Војске Србије уз претходно одобрење Председника Републике, може да нареди довођење снага Војске Србије у приправност и употребу, зарад ублажавања и санирања штетних последица које могу бити проузроковане невојним претњама безбедности (Закон о одбрани, Службени гласник РС, број 36/2018, члан 43.).

У Закону о Војсци дефинисано је ко су лица која могу дати наредбу о употреби снага Војске у случају ванредних ситуација: „Председник Републике или министар одбране, по овлашћењу Председника Републике може одлучити да Војска Србије надлежном државном органу, односно организацији, органу аутономних покрајина и органу јединица локалне самоуправе, на њихов захтев, пружи помоћ ради заштите живота и безбедности људи и имовине, заштите животне средине или из других разлога утврђених законом“ (Закон о Војсци Србије, Службени гласник РС број 94/2019, члан 2.).

У Закону о смањењу ризика од катастрофа и управљању ванредним ситуацијама наводи се да се снаге Војске Србије у ситуацијама заштите и спасавања ангажују тек када снаге и средства на нивоу локалне самоуправе постану недовољне и не могу самостално да одговоре на изазове (Закон о смањењу ризика од катастрофа и управљању ванредним ситуацијама, Службени гласник РС, број 87/2018, члан 6.).

Такође наводи се да „У условима када друге снаге и средства система нису довољне за заштиту и спасавање људи, материјалних и других добара од последица катастрофа, на захтев Републичког штаба за ванредне ситуације, Министарство одбране обезбеђује учешће својих

организационих јединица, команди, јединица и установа Војске Србије за пружање помоћи у заштити и спасавању, у складу са законом, осим у ратном и ванредном стању“ (Закон о смањењу ризика од катастрофа и управљању ванредним ситуацијама, Службени гласник РС, број 87/2018, члан 26. став 1.). Битно је напоменути да у складу са овим законом снагама Војске Србије командују њихове претпостављене старешине, које се придржавају смерница и упутстава штабова за ванредне ситуације (Закон о смањењу ризика од катастрофа и управљању ванредним ситуацијама, Службени гласник РС, број 87/2018, члан 26. став 2.).

На основу изнетог може се извести закључак да бројне норматно - правне регулативе регулишу питање ангажовања јединица Војске Србије, као крајњу и последњу опцију, као испомоћ снагама Сектора за ванредне ситуације. Кроз претходни дугогодишњи период могло се уочити, кроз ангажовање Војске Србије, да се ове законске регулативе примењују у стварности.

2.2.4. Искуства Војске Србије из поплава 2014. године

Уколико се изврши осврт на претходних неколико година, природне опасности које су задесиле Републику Србију биле су: земљотрес у Краљеву 2010. године, пожари 2012. године, поплаве 2014. године итд. Свака елементарна непогода представљала је нови изазов и захтевала је ангажовање Сектора за ванредне ситуације МУП-а, штабова за ванредне ситуације на градском и локалном нивоу и других субјеката значајних за заштиту. Оно што је пракса показала јесте да није било недоумица да ли ангажовати Војску Србије. Војска Србије узела је учешће у спровођењу заштите и спасавања људства и материјалних добара, и ублажавању последица наведених несрећа. Припадници Војске Србије, официри, подофицири, професионални војници свих родова и служби, кадети Војне академије својом истрајношћу, упорношћу, дисциплином и професионалношћу у великој мери помогли су грађанима Републике Србије (Симовић, 2016).

По речима генерала Симовића „Војска Србије се ангажовала на задацима заштите, спасавања и отклањања последица. Капацитети ВС ангажовани су на подручју 12 управних округа (Моравички, Колубарски, Град Београд, Подунавски, Мачвански, Расински, Златиборски, Рашки, Браничевски, Поморавски, Топлички и Нишавски) у 39 општина на 50 локација. Дневно је било ангажовано преко 2.500 припадника ВС и 185 већих средстава (инжињеријске машине, хеликоптери, чамци, амфибије, моторна возила). Снаге РВ и ПВО, извеле су 553 лета ваздухопловима са

око 200 часова налета“ (Симовић, 2016, стр. 104).

Подршка цивилним властима од стране Војске Србије током и након мајских поплава реализована је кроз следеће активности (Симовић, 2016):

- евакуација становништва вршена је свакодневно, око 10.000 становника је евакуисано, што копненим путем ангажовањем возила и амфибија, што вадушним путем преко хеликоптера,
- прихватање и збрињавање угрожених лица, вршено је у војним објектима, касарнама, где је на дневном нивоу смештано око 600 лица,
- водоснабдевање је реализовано употребом великог броја цистерни за дотур пијаће воде; снабдевање водом реализовано је на територији 14 општина где је испоручено близу 3.000 m³ воде,
- дотур хране и логистичких средстава реализован је обезбеђивањем артикала исхране у огромним количинама, санитетског материјала, лекова, одеће, горива и средстава за потребе угроженог становништва (кревети, шатори, вреће за спавање, ћебад, заштитна опрема, агрегати),
- инжињеријски радови извршени су у великом броју села на изградњи механизованих мостова, реконструкцији путева, поред тога извршено је уређење и утврђивање насипа и бедема; близу 140.000 џакова је напуњено с песком; након поплава одрађено је склањање муља и отпада,
- биолошка деконтаминација била је препуштена јединицама АБХО службе Војске Србије које су извршиле дезинфекцију и дезинсекцију угрожених подручја,
- ветеринарски надзор подразумевао је укључивање ветеринарских тимова који су вршили збрињавање животиња као и уклањање угинулих животиња,
- санација клизишта и испумпавање воде обухватало је санирање клизишта и одрона, преуређивање речног корита ради спречавања ширења клизишта, као и испумпавање воде количине око 42.300 m³,
- војнополицијски послови обављани су од стране органа Војне полиције, њихово ангажовање огледало се у координацији и спровођењу јавног реда и мира са припадницима МУП-а, као и регулисању саобраћаја.

Спровођењем мера заштите и спасавања људства и материјалних средстава током и након поплава припадници Војске Србије прошли су кроз разне ситуације и имали прилику да стекну богата искуства. По речима генерала Симовића нека од позитивних запажања су (Симовић, 2016):

- У кризним ситуација добро организована и правовремена комуникација је кључ успеха. С тим у вези редовно извештавање о ситуацији на терену је неопходно. Војска Србије има распрострањене јединице по целој територији земље, тако да је сагледавање угрожених подручја било олакшано, што је резултирало бољој процени ситуације и правовременој припреми снага за реаговање као и њихово правовремено ангажовање.
- Активности на санирању последица су веома комплексне и захтевају посебне процедуре, Војска Србије је успешно извршила све задатке који су били постављени пред њу, придржавајући се својих процедура. Оно што је важно напоменути је да у отежаним условима рада није дошло до нових ванредних догађаја. Поједини генерали и високи официри Војске Србије били су одређени за главне и одговорне у штабовима, најпре због високог нивоа организованости, искуства, слабе организације цивилних структура, поверења и поштовања које уливају у становништво.
- Официри за цивилно - војну сарадњу били су упућивани на терен, одмах након сазнања о елементарној непогоди. Преко њих су прикупљане информације о стању, они су вршили координисање активности и у складу са ситуацијом доносили су препоруке за даље поступке и активности.
- Главни носилац отклањања последица елементарних непогода био је Сектор за ванредне ситуације. Кооперација Војске Србије са МУП-ом била је на завидном нивоу, баш као и међусобно поштовање и заједничко превазилажење свих постојећих ситуација.
- Војска Србије показала је изузетну солидарност и хуманост у отклањању последица катастрофа, подели хуманитарне помоћи у сарадњи са Црвеним крстом, који је показао висок ниво стручности и спремности на кооперацију са снагама Војске.

Како генерал Симовић тврди, током учешћа јединица Војске Србије у акцијама заштите и спасавања, пружања помоћи, санације последица, уочена су и одређена негативна запажања (Симовић, 2016):

- Штабови за ванредне ситуације на нивоу општине захтевали су помоћ од Војске Србије, а да пре тога нису реализовали процену и анализу и увидели да одређене последице могу санирати личним капацитетима. Нестручност и необученост одређених општинских органа за управљање у ванредним ситуацијама успорило је организацију рада припадника Војске који су били ангажовани.
- Ангажоване снаге Војске Србије користиле су капацитете средстава предвиђених за реализацију задатака прве мисије, што може да резултира умањењем достигнутог нивоа оперативних и функционалних способности.
- Руковођење и управљање ангажованим снагама Војске Србије спровођено је из већег броја центара, тако да је долазило до конфузије код припадника ангажованих на терену.
- Кооперација са цивилним структурама је била на прихватљивом нивоу, док координација није била на високом нивоу.
- Због лоше организације штабова за ванредне ситуације дошло је до недовољне употребе спасилачких тимова из иностранства који су били изузетно опремљени.
- На седницама кризних штабова говорило се подједнако о ангажованим снагама Војске Србије и осталим снагама за спасавање. Снаге Војске ангажовале су се упркос томе што је било услова за ангажовање и других припадника снага спасавања које су иначе приоритетне.
- Штабови за ванредне ситуације на општинском нивоу неспремно су дочекали поплаву, наиме нису поседовали одговарајуће планове заштите и спасавања, нису имали припремљено људство као и материјалне ресурсе. Све ово довело је до тога да се од официра Војске Србије, који је присуствовао састанцима штабова, очекивало да саопшти решење постојећих проблема.
- Дошло је до ширења гласина о броју настрадалих.
- Током санирања последица поплава долазило је до појаве недоличног понашања грађанства: самовоље и неизвршавања наредбе о евакуацији, вероватноће заражавања људи и животиња, крађе новца, злоупотребе у подели хуманитарне помоћи.

Војска Србије успешно је реализовала задатке из треће мисије и помогла цивилном становништву у отклањању елементарних непогода. Међутим, потребна су одређена улагања и опремање, као и усавршавања припадника Војске Србије. Пожељно је јачати сарадњу са Сектором за ванредне ситуације МУП-а, најбоље кроз методско - показне вежбе, где у сам процес реализације вежбе активирати и припаднике осталих министарстава. Такође, потребно је имплементирати обавезне теме у садржај обуке професионалних припадника Војске Србије, које се тичу пружања помоћи у случају природних опасности и санацији истих. Потребно је опремити Војску Србију са бројним средствима важним за трагање и спасавање, као што су чамци, хеликоптери, заштитна опрема. Радити на јачању сарадње са општинским штабовима кроз одређене вежбе, где увежбати све могућности заједничког деловања (Симовић, 2016).

Примећује се да народ има огромно поверење у припаднике Војске Србије. Још једном су ред, дисциплина, командовање, посвећеност омогућили Војсци Србије да успешно реализује свој задатак, а то је у овом случају било санирање последица насталих током поплава 2014. године. Војска Србије је овим ангажовањем стекла непроцењива искуства, која ће имплементирати у свој рад и још боље одговорити на предстојеће изазове, ризике и претње.

2.3. Кризно комуницирање

Криза представља изненадну и непожељну ситуацију, претњу системима и структурама од есенцијалне вредности, и као таква захтева доношење хитних одлука од стране доносиоца одлуке. Постоје три одлике кризе, а то су: неодложност, неизвесност и претња (Boin, Hart, Štern, & Sandelijus, 2010). С друге стране Ђукић наводи да криза означава промену – изненадну или сукцесивну – која проузрокује велики проблем који је потребно врло брзо превазићи. Она се не разматра као крајње стање него као неки процес, без конкретног почетка, а ни краја. Криза је такав процес који и када се мисли да је завршен, тек тада може да се распламса (Ђукић, 2017).

С друге стране, што се тиче комуникације, по речима Добријевић Гордане „Комуникација представља пренос и разумевање значења поруке. Ако се не преносе никакве идеје или информације, не долази до комуникације. Исто тако, комуникације нема ако не дође до разумевања значења“ (Добријевић, 2021, стр. 9).

Черепинко наводи „комуникација се проматра или као процес или као стварање значења или као пренос одређене информације или поруке, а врло често и као комбинација два погледа, или чак као све троје заједно“ (Čerepinko, 2011, p. 13).

Кризно комуницирање представља основу ефикасног кризног менаџмента и као такво је од великог значаја током процеса деловања кризе. Комуникација током кризе је комплексна, са присуством ризика, међутим непостајање било какве комуникације је још горе. Криза као једна сложена ситуација изискује потребу размене информација. Услед комуницирања долази до прикупљања информација, обраде и размене са другим лицима. Кризно комуницирање може се формулисати као скупљање, анализа и преношење информација неопходних за фокусирање на кризну ситуацију. Стога, кризно комуницирање се презентује као упућивање и пријем порука које описују специфичан догађај, препознају његове последице, али и пружају посебне информације од значаја за редуковање штете на тачан, једноставан, поуздан и свеобухватан начин (Сенић, В. и Сенић, Р., 2015).

Како Булајић наводи кризно комуницирање представља динамичан процес, а дефинише се као „размена информација и мишљења пре, током, те након избијања кризне ситуације“ (Bulajić, 2010, стр. 87). Кризно комуницирање обухвата субјекте, групе и институције. У комуницирању током кризе поруке знају бити бројне, са намером смањења ефекта кризе као и редуковања интензитета кризе на минимум (Bulajić, 2010).

Томић и Југо тврде да кризно комуницирање означава разговор између организације и њене публике непосредно уочи настанка опасности, у току опасности и после опасности. Овај вид комуницирања превасходно изискује стварање стратегија у циљу покушаја смањивања последица по организацију. Кризно комуницирање може се представити и као „континуирани процес стварања подељеног значења између група, заједница, појединаца и организација, све са циљем припреме, ограничавања и одговарања на ризике и могуће штете“ (Tomić & Jugo, 2021, p. 371).

Пленковић наводи да је кризно комуницирање комуникативни ток, којим се врши генерисање поверљивих и осталих битних информација, на основу којих се припремају и пројектују тактичке визије и планови (нпр. државни, политички, војни) кризног комуницирања (Plenković, 2015).

Сенићи наводе да су циљеви кризног комуницирања (Сенић, В. и Сенић, Р., 2015, стр. 160):

- „неодложно, транспарентно, стручно и истинито извештавање (медија) и информисање становништва о узроцима, дејствима и последицама кризе;
- учвршћивање поверења и кредибилитета да би се тиме омогућило успешно савладавање кризе и избегла ескалација кризе, могуће чак и криза у медијима“.

Кризна комуникација може се посматрати кроз 3 фазе (Ђурић Атанасијевски и Каровић, 2011):

- преткризна комуникација – акценат је на превенцији и припреми, важно је препознати и редуковати потенцијалне ризике; врши се прикупљање информација о могућем ризику, реализује се анализирање масовних медија, нарочито интернета; увек ће постојати одређен број опасности које није могуће спречити, стога је припрема за кризу веома значајна, врши се израда планова кризног менаџмента, увежбавање тимова; врши се одабир портпарола, његова дообука и припрема за обраћање медијима у кризним ситуацијама; припремају се алати и обрасци који могу да се искористе у току кризе; врши се успостављање сарадње са медијима,
- комуникација у току кризе – потребно је испоштовати четири предлога: бити брз, избећи одговор „немам коментар“, бити ажуран и реалистичан; од највећег значаја је бити брз, одговорити у року од 60 минута „златни сат“; информације морају бити поуздане, да не би дошло до проузроковања нових проблема; интеракција са медијима укључује следеће: одговоре на медијске захтеве, мониторинг извештавања и реаговање на дезинформације, достављање саопштења, организација и реализација конференција за штампу; у раду са медијима у кризној ситуацији треба омогућити рад искључиво акредитованим новинарима; најважније поруке морају да буду кратке, разговетне, са примесам емпатије; најбитнији чиниоци кризне ситуације су: жртве и њихове породице, запослени унутар организације која је погођена кризом, државни званичници; породице жртава треба директно обавестити, како не би сазнали имена жртава из медија,
- комуникација после кризе - наставак комуникације са заинтересованим странама, прикупљање нових информација о стабилизацији након кризе, корацима који су учињени како би се спречио настанак нове кризе, подацима који недостају, а од значаја су за државне органе који се баве кризом; врши се анализа оног што

је одрађено на добар начин, али и свих пропуста, као и шта треба унапредити у будућности; у случају постојања жртава, јавност ће тражити да се одговори ко је одговоран за жртве.

На основу мишљења светских стручњака организовање деловања у кризи пожељно је да се реализује у седам етапа (Bulajić, 2010):

- оснивање кризног штаба,
- остваривање интерне комуникације,
- одређивање и обучавање портпарола,
- израда сценарија и симулација кризе,
- одређивање циљних група јавности,
- конципирање круцијалних порука за циљану јавност,
- одређивање најефикасније методе комуницирања.

Томић и Југо наглашавају да је брзина комуникације од огромног значаја за комуникацију у време кризе. Раније, очекивано време извештавања организације о трагичном догађају било је након једног дана од одигравања инцидента. У данашње време, то време чекања је неприхватљиво. Криза догађаја у директној је вези са кризом информација. Неспособност вођења кризе доводи и до губљења контроле у кризи информација. Кризно комуницирање захтева формирање тима за комуникацију у најкраћем року. Укључивањем тима у процес комуникације, добија се на угледу организације у очима јавности, а уједно долази до раста њиховог поверења (Томић & Југо, 2021).

Поводом информације, битно је нагласити да она мора бити прецизна, брза, једноставна, незагушена безначајним информацијама. Неопходно је сачувати поузданост информација, а комуникација мора бити разумљива. У изостанку праве информације, људи почињу сами да доносе закључке, што може имати утицај на углед организације. Битно је одговорити на питања: шта се десило, који кораци су предузети и које су будуће акције. Питање емпатије је кључно, стога истину треба изнети на прикладан начин (Bulajić, 2010).

Кризна ситуација захтева од тима за комуникацију да публици пружи правовремене, релевантне и јасне информације о насталим немилим догађајима. Данас, у савременом времену, у кризном комуницирању намеће се комуникација путем дигиталних медија „(IT) информацијски и комуникацијски процеси, медијска конвергенција, интерперсонално и

интеракцијско комуницирање, мултимедијска комуникација, нови медији, паметна мобилна технологија, друштвене мреже и незаустављиво ширење мреже грађана Интернета“ (Plenković, 2015, стр. 115).

Кризна комуникација одвија се у оба смера, стога је пожељно дати могућност јавности да пита шта жели, да подели своју муку са другима. Потребно је саслушати публику, одговорити им пажљиво, с поштовањем, искрено и разумним језиком (Bulajić, 2010).

У вези са контролом кредибилитета у кризној комуникацији, Боин и сарадници напомињу да је једна од најчешћих грешака руководиоца пренаглашавање ружичастих сценарија. Наиме, руководиоци презентују јавности веома оптимистичне прогнозе. Поред тога, једна од грешака је и жеља да се изгледа одлучно, тиме руководиоци дају олако изјаве да ће кризна ситуација бити стављена под контролу, без претходног саветовања са стручњацима (Boin et al., 2010).

Може се закључити да је исправно вођена кризна комуникација кључ успешног решавања кризне ситуације. Потребно је да комуникација буде двострана, правовремена, и да почива на истинитим чињеницама.

2.4. Проблем истраживања

Све већа фреквенција појављивања природних катастрофа, нарочито у виду поплава, изискује ангажовање свих расположивих снага с циљем отклањања негативних ефеката ових катастрофа. У таквим ситуацијама, најчешће долази до проглашавања ванредне ситуације, због тога што последице није могуће отклонити употребом редовних снага и капацитета, већ је неопходно и додатно ангажовање осталих расположивих снага и средстава, међу којима су и јединице Војске Србије, како би се сачували животи људи и санирала настала штета.

Сврха постојања Војске Србије је одбрана земље од оружаног угрожавања споља, поред тога њена улога се огледа у спровођењу мисија и задатака који су дефинисани доктринарним документима. Један од кључних задатака треће мисије Војске Србије остварује се кроз сарадњу са цивилним властима у супростављању безбедносним претњама, као и помоћи цивилним властима у случају природних непогода, техничко – технолошких и других несрећа.

С обзиром да војска представља стуб сваке државе, као једна од динамичних организација пожељно је да њен однос и комуникација са медијима и јавношћу буде на задовољавајућем нивоу.

Медији, данас најчешће обухватају: штампу, односно новине, књиге, интернет, телевизију и радио. Медији имају изразит ефекат на формирање мишљења јавности. Поред тога, медији су најкориснији у кризама јер они снабдевају јавност потребним информацијама (Филиповић, Костић - Станковић, 2008, према Милошевић, 2020).

Како Јефтић и сарадници наводе цивилно – војна сарадња је важан сегмент који Војска Србије мора да поседује, најпре ради утврђивања улоге Војске Србије у друштву и остваривања норматива и квалитета у функционисању и организацији налик војскама других развијених земаља. Цивилно – војна сарадња је нови квалитет са којим се остварује повезивање, обезбеђује подршка војним снагама и цивилном окружењу. Медији као сегмент цивилног друштва битни су за едукацију јавности о значају Војске, а нарочито о њиховом раду у мирнодопским условима (Јефтић, Младеновић, & Роквић, 2014). У циљу успостављања ефикасне сарадње са медијима, у склопу Министарства одбране Републике Србије постоји Управа за односе са јавношћу, задужена за спровођење цивилно – војне сарадње.

Успешна кризна комуникација је од виталног значаја за очување угледа, има велики утицај на јавност, смањује неизвесност и враћа веру и наду људима, нарочито ако се ради о једној високо котираној организацији и систему као што је Војска Србије. Медији функционишу као зачетници убеђења и њихов утицај на јавност је огроман, нарочито ако се узме у обзир да јавност на кризе гледа скептички. Циљ овог рада је сагледавање улоге медија, утицаја медија на спровођење 3. мисије Војске Србије. Овим радом ће се представити анализа медијског праћења, обавештавања јавности о ангажовању Војске Србије током поплава 2014. године. Рад настоји да утврди неопходност медијске слике употребе Војске Србије у ванредној ситуацији, приликом пружања помоћи цивилном становништву.

2.5. Временско и просторно одређење предмета истраживања

Временско одређење предмета истраживања односи се на мај и јун 2014. године, прецизније на медијско извештавање о активностима Војске током и након поплава.

Када је реч о просторном одређењу, оно подразумева територију Републике Србије, тачније град Обреновац.

2.6. Циљеви истраживања

У складу са прецизираним предметом и проблемом истраживања, циљ овог рада јесте сагледавање улоге медија, утицаја медија на спровођење треће мисије Војске Србије. Научни циљ овог истраживања је научна дескрипција, са елементима научног објашњења. Научни циљ се базира на дефинисању појмовног одређења ванредних ситуација, класификацији природних катастрофа са акцентом на хидросферске катастрофе, као и дефинисању улоге и мисија Војске Србије, сагледавање ангажовања снага Војске Србије са становишта помоћи цивилном становништву у склопу треће мисије, али и описивање и анализирање искустава током и након поплава 2014. године, опису и анализи сврхе кризног комуницирања.

Поред тога, истраживачки циљ рада је да се предоче резултати активности извештавања медија о раду Војске Србије током поплава 2014. године, да се уоче слабости током кризног комуницирања у том периоду, али и предложи нова идејна решења за развој напредак односа Војске Србије и медија.

Истраживачки циљеви формулисани на овај начин, омогућиће сагледавање пропуста у раду медија са Војском Србије, али и дати полазну основу за развој што ефикасније сарадње ова два тела, такође истраживачки циљеви омогућиће и анализу нормативно – правних регулатива и доктринарних докумената везаних за ангажовање Војске Србије у ванредним ситуацијама.

2.7. Хипотетички оквир - истраживачка питања

На основу већ споменутог проблема истраживања као и циљева истраживања, као кључни, издвајају се следећи хипотетички ставови:

- Ангажовање Војске Србије представља један од неопходних потеза у току ванредне ситуације.
- Ефикасан начин руковођења односима са јавношћу битно утиче на медијски публицитет у току ванредне ситуације.
- Кризно комуницирање у Војсци Србије захтева ефикаснији систем размене информација.

Из наведених ставова произилази и основно истраживачко питање које гласи: *Да ли су медији значајни за спровођење треће мисије Војске Србије?*

2.8. Истраживачке методе и извори прикупљања података

С обзиром на сложеност предмета истраживања, хипотетичке ставове и истраживачко питање, у раду ће се извршити паралелна анализа расположивих података, као и следеће истраживачке методе (Ђурић, 2013):

- **Преглед научне и стручне литературе** јесте метода која за циљ има осврт у досадашња истраживања, кроз анализу релевантних извора (књига, монографија, иностраних научних радова, докторских радова, електронских извора) везаних за предмет истраживања.
- **Историјско - компаративна анализа** ће бити употребљена за дефинисање начина и концепције медијског извештавања, праћења, обавештавања јавности о ангажовању Војске Србије током поплава 2014. године, али и поређења са садашњим цивилно – војним односима и препоруке за побољшање истих.
- **Анализа нормативно - правне регулативе** обухватиће детаљно истраживање законских и стратегијских докумената. Ту се убрајају Закон о одбрани, Закон о Војсци, Закон о смањењу ризика од катастрофа и управљању ванредним ситуацијама, Стратегија националне безбедности, Стратегија одбране, Доктрина Војске Србије, акта која регулишу употребу Војске Србије у ванредним ситуацијама.
- **Експертски интервју** у виду полустандардизованог интервјуа, којим се могу најделотворније постићи отвореност, критичност и прилагодљивост. Овај вид интервјуа ће бити примењен за обављање разговора са активним и пензионисаним начелницима Сектора и Управа Министарства одбране и Министарства унутрашњих послова.

Комбинацијом наведених метода и сагледавањем проблема из различитих углова створиће се предуслови за свеобухватну анализу проблема који је предмет истраживања мастер рада. У раду ће се користити паралелно подаци из разноврсних релевантних извора, али и подаци настали током самог истраживања – превасходно подаци добијени експертским интервјуом у виду аргумената и гледишта интервјуисаних представника Министарства одбране и Министарства унутрашњих послова.

3. МЕДИЈИ И ВОЈСКА

3.1. Односи са јавношћу – медијима

Односи са јавношћу баве се методом којим се деловање и искази појединаца, организација и влада узајамно прожимају. Неке од дефиниција које спомиње Сем Блек наглашавају да су односи са јавношћу „планиран и стални напор да се оствари и одржи добра воља и узајамно разумевање између организације и њене циљне јавности“ као и да представљају „развијање блиских веза и добре воље између појединца, предузећа или институције и осталих људи, специјалне циљне јавности или друштва у ширем смислу, ширењем интерпретативног материјала, развијањем добросуседских односа и вредновањем реакција јавног мњења“ (Blek, 1997, стр. 11, 12).

По речима Бернејса односи са јавношћу представљају „покушај да се, помоћу информације и убеђивања, придобије подршка јавности за неку идеју, активност, институцију“ (Bernays, 1955, према Прњат, 2013, стр. 109)

У вези са односима са јавношћу, потребно је напоменути да постоје два различита сегмента. Први је реактивни део – који подразумева питања: како одговорити на проблеме, како се снаћи и поступити у кризним ситуацијама и променљивим околностима, али и како сачувати углед. Други сегмент је мало другачији и он подразумева реализацију планираних акција које ће донети добро и организацији, али и друштву. Овај сегмент подразумева и саветништво (Blek, 1997).

Рег у својој књизи наводи да су односи са медијима један од најважнијих видова односа са јавношћу. Односи са медијима најчешће подразумевају однос са штампом, али овај однос подразумева и друге дигиталне информативне системе. Критична времена доводе до тога да ефективно комуницирање постаје битније, док новинари имају више уважавања за онај менаџмент који је способан константно да комуницира ефикасно и без устезања (Reg, 1996).

Неки од циљева односа са медијима су следећи (Базић, М. и Базић, А. 2011, стр. 111, према Базић, 2015):

- „креирање, планирање, реализовање и вредновање разних активности којима се обавештава јавност,
- стварање позитивног публицитета, као специфичног облика комуникације организације са својом циљном јавношћу,
- стварање наклоности новинара и узајамно добрих односа између

организације и медија,

- успостављање комуникације између организације и њених циљних јавности, како у нормалним условима, тако и у периоду кризне ситуације за организацију,
- реаговање на новинарска и друга јавно постављена питања и иницијативе
- праћење и анализа медијских садржаја и њиховог утицаја за организацију важну циљну јавност“.

Како Базић у свом раду наводи, постоје три модела стратегије успостављања односа са медијима: дефанзивни или реактивни модел, стратешки или проактивни модел и кризни модел (Базић, 2015).

Дефанзивни или реактивни модел подразумева да организација реагује на процесе који су новинари већ покренули. Самим тим то значи да су новинари ти који имају иницијативу. Новинари захтевају од организације да им да одговор на питања од значаја за одређени догађај. Међутим, најчешће организације одбијају да дају одговор на питања и тиме стварају сумњу да нешто крију. Сам овај поступак доста негативно утиче на имиџ организације, на однос медија и организације. Поента реактивног односа са медијима је да са новинарима треба сарађивати, да они раде свој посао и да желе да дођу до информација да би у најкраћем року информисали јавност (Базић, 2015).

Стратешки или проактивни план темељи се на иницијативи организације. Овим моделом организација јасно ставља до знања да жели да сарађује са медијима, да правовремено одговара на сва њихова питања, захтеве, овим односом показује да је свесна да добар однос са новинарима може бити бенефит за организацију и подићи имиџ код циљне групе јавности. С тим у вези, организација има већ припремљене планове комуницирања са медијима. Овај модел почива на елементима као што су: професионалост, прецизност, обавештеност, одговорност, кооперативност (Базић, 2015).

Кризни модел предвиђа да организација има већ осмишљен план комуницирања са јавношћу за време кризе или ванредних догађаја. Овакав план се најпре осмишљава да организација не дозволи да је криза изненади и да може да реагује правовремено и ефикасно. Базић сматра да се у времену ванредних догађаја најбоље може уочити оперативност неке организације, зато је од изразите важности сагледати како се организација суочава са кризним догађајем и како конституише комуникацију са медијима (Базић, 2015).

Ставови према медијима су различити, постоје такви руководиоци који воле да су у студијима за емитовање, воле своју популарност, тако да новинари могу да искористе њихову речитост. Док, наравно постоје и они који ће на све начине избегавати сусрет, разговор са новинаром. Најбоље је постићи баланс, претерано додворавање медијима никако не долази у обзир. Оно што се препоручује јесте прикладан састанак са новинаром или разговор, у циљу успостављања будуће сарадње, зато је битно не одбацивати медије, јер то може резултирати стварањем сумње од стране медија. Особа која је задужена за односе са јавношћу мора бити самоуверена, стручна, добро организована, да уме да расправља о детаљима догађаја. Од велике је важности да тим за односе са јавношћу претпостави теме о којима новинар жели да полемише, да се добро припреми за исте, нарочито уколико се ради о новинару специјализованом за одређену област, који влада инфомрацијама (Reg, 1996).

Неки од начина за допирање до медија су следећи (Reg, 1996):

- обавештење медијима – мора бити кратке саджине, избегавати суперлативе, параграфи треба да буду садржајни, не треба износити баш све детаље,
- видео – обавештење за штампу – кратак извештај или интервју на одговарајућу тему, овим се обезбеђује додатни визуелни ефекат,
- спискови медија – списак са свим циљним групама медија, достављање материјала одређеном контакту из новина или телевизије може бити корак напред,
- конференције за штампу – одличне за догађаје од значаја, може обухватити и објављивање више детаља везаних за кризу, не користити конференцију за осуђивање одређене медијске приче, јер то није привлачно новинарима, дакле организовати их само ако се ради о изразито важним догађајима,
- пријем за новинаре – идеална прилика за успостављање контаката, новинари ће се радо одазвати ако верују да ће им се исплатити неформалан разговор с водећим руководством.

Најуспешнији однос који се може успоставити са медијима је онај однос који је пун обостраног поверења. Утицај медија је основни предуслов друштвене комуникације између друштвених елита с једне и грађана с друге стране, а све у циљу очувања функционисања друштва и његове одрживости (Радовановић, 2018).

3.1.1. Управа за односе са јавношћу Министарства Одбране

Добро утемељени односи са јавношћу, у јавној установи обезбеђују ефективан и професионалан однос, позитивно утичу на реноме организације, вођење рачуна о корисницима и запосленима. Занемаривање односа са јавношћу и слабо дефинисани односи са медијима у јавним установама доводе до инертности, нетранспарентности, нееластичности, доводе до неажурности и губљења корака за реалношћу у датом окружењу (Стевановић, 2015).

Министарство одбране и Војска Србије, као једна озбиљна, респектабилна организација у свом саставу има посебну радну групу - Управу за односе са јавношћу. Дужности ове организационе целине јесу вршење послова „афирмације Министарства одбране и Војске Србије у земљи и свету, издавачке делатности, интернет, видео, филмску и ТВ продукцију и пружање сервисних информација домаћим и страним јавним гласилима из области одбране, издавачке и маркетиншке делатности за потребе система одбране, као и обавештавање јавности о најзначајнијим активностима Министарства одбране и Војске Србије“ (Министарство одбране Републике Србије, Управа за односе са јавношћу).

На слици 1 представљен је шематски приказ организационе структуре Управе за односе са јавношћу коју чине (Министарство одбране Републике Србије, Управа за односе са јавношћу):

- „Медија центар „Одбрана“ обавља послове који се односе на објављивање информација о раду и активностима Министарства одбране и Војске Србије путем магазина „Одбрана“ и Интернет презентације Министарства одбране, издавање војностручне, наставно - образовне, војнонаучне и публицистичке литературе, промотивне и друге послове у области односа са јавношћу и културе.
- Војнофилмски центар „Застава филм“ обавља послове који се односе на производњу информативних, филмских, видео и мултимедијалних производа намењених за информисање јавности о активностима Министарства одбране и Војске Србије, као и пружање услуга на комерцијалној основи ангажовањем слободних техничко - технолошких капацитета.
- Уметнички ансамбл Министарства одбране „Станислав Бинички“ обавља послове који се односе на учешће на највишим државним и војним свечаностима, развој музичког живота у Министарству

одбране и Војсци Србије, неговање, подстицање и ширење музичког стваралаштва и војничке традиције нашег народа и афирмисање културног живота и уметничког стваралаштва у Министарству одбране и Војсци Србије.

- Војна штампарија обавља послове који се односе на штампање књига, новина, часописа, образаца, израду канцеларијског и другог штампаног материјала, печата, штамбиља и других производа поступком гравирања, те остале послове из области пружања штампарско-графичких услуга“ (Министарство одбране Републике Србије, Управа за односе са јавношћу).



Слика 1. Шематски приказ организационе структуре Управе за односе са јавношћу: <https://www.mod.gov.rs/cir/4341/uprava-za-odnose-sa-javnoscu-4341>

Оно што се може приметити на основу структуре Управе за односе са јавношћу јесте да се даје на значају сваком сегменту сарадње са јавним мњењем, постоје посебни тимови који се баве маркетингом, медијима, али и интернетом и друштвеним мрежама који су тренутно у јеку експанзије и представљају најпопуларнији вид комуникације међу младом популацијом која је и приоритетна циљна група Министарства одбране и Војске Србије.

3.2. Стратегија односа са јавношћу система одбране

Занемаривање односа са медијима може негативно утицати на државне институције као што су Министарство одбране и Војска Србије, упркос њиховом високом угледу у друштву. Кризна ситуација је идеална за губљење поверења које је успешно грађено годинама. Стога, односе са медијима треба неговати и побољшавати, јер они директно утичу на свест грађана о систему одбране (Бошковић, 2007).

Стратегија односа са јавношћу је конструктивна стратегија, са циљем примене комуникације као иницијативе за реализацију стратегијских и оперативних задатака Министарства одбране и Војске Србије. Овом Стратегијом представљено је како комуникација с циљним групама може променити ситуацију у нашу корист, као и како се носити са будућим изазовима. Такође, Стратегија односа са јавношћу описује како циљана комуникација може да допринесе промени ситуације у повољнију, начине како да се односи према предстојећим изазовима и постигну будући циљеви. Она садржи модел за усвајање годишњих информационих планова, који се израђују на основу приоритета, ситуације у околини, као и резултата истраживања јавности. Стратегија односа са јавношћу је документ који даје смернице свим запосленима, који су одговорни за односе са јавношћу у Министарству одбране и Војсци Србије, како и на који начин да наступају у јавности (Бошковић, 2007).

Бошковић наводи да Стратегија односа са јавношћу почива на следећим принципима (Бошковић, 2007):

- транспарентност – сва комуникација мора да почива на искрености и отворености, с тим да треба водити рачуна о степену транспарентности јер се некад ради о подацима степена поверљиво и строго поверљиво; Министарство одбране и Војска Србије не треба да избегавају да одговоре на неугодна и комплексна питања,
- проактиван приступ – представља офанзиван став Министарства одбране и Војске Србије, они су ти који морају први да обелодане информације о својој организацији,
- двосмерна комуникација – представља дијалог у оба смера,
- јединственост и конзистентност кључних порука - Министарство одбране и Војска Србије морају да обезбеде да поруке које се преносе буду тачне, разумне и непристрасне,
- права порука правој циљној групи у право време – треба владати информацијама о потребама циљних група, спољна и унутрашња

комуникација мора бити временски дефинисана како би циљне групе биле правовремено обавештене.

Стратегијска комуникација са проактивним приступом почива на кључним и централним порукама. Кључне поруке треба да буду интегрисане у сваки облик комуникације, да буду усклађене циљној групи и датим околностима. Оваквим поступањем, спречава се да поруке које се преносе различитим циљним групама дођу до погрешне групе, што може довести до конфузије и проблема. Кључне поруке базирају се на следећим принципима: истинитост, уска повезаност са системом одбране, усаглашеност са стратегијским циљевима Министарства одбране и Војске Србије. Циљне јавности су интересне групе којима треба приближити и пренети информацију, ради достизања постављеног циља. У односу на особине и потребе циљне јавности врши се одабир канала комуникације. Препоручује се да се информација истовремено преноси путем више канала, како би се осигурало да она продре до највећег броја припадника циљне групе. Такође, треба водити рачуна и о дефинисању временског тренутка, како би циљна јавност била обавештена у најповољнијем моменту (Бошковић, 2007).

Бошковић наводи да се циљне групе могу поделити на интерне и екстерне. Екстерну групу чине сви они ван система одбране као што су медији и грађанство. Најраспрострањенија јавност је део грађанства који нема никакву директну или индиректну везу са системом одбране и представља највећу циљну групу Министарства одбране и Војске Србије. То људство, у великом броју процента, све потребне информације о систему одбране добија путем медија – ТВ емисија, дневника, интернет новина, чланака из штампе. Слика коју грађанство формира о систему одбране не ствара се само на основу информација из медија. На њихово размишљање утичу и остали фактори попут: политичара, војних аналитичара, невладине организације и осталих цивила који су уско повезани са системом одбране. Врло важна циљна група јесте млада популација. Један од сталних задатака Министарства одбране и Војске је да популаризује војнички позив. Због тога је приоритет војнички позив учинити што примамљивијим за младе. На популаризацију војног позива утиче и општи изглед Војске Србије, пре свега животни стандард њених припадника у друштву, социјални и материјални положај. Од велике је важности да војници, кадети, слушаоци буду пуни позитивних утисака, да би кад оду својим кућама, родбини, пријатељима могли да пренесу утиске и у ствари буду најбољи промотери војног позива (Бошковић, 2007).

Приоритетни циљеви комуникације са младима јесу (Бошковић, 2007, стр. 104):

- „побољшање угледа и имица Војске Србије и афирмација војног позива, ради придобијања квалитетног кадра који жели да се школује у војним школама и ради у Министарству одбране и Војсци Србије,
- афирмација социјално - економских, каријерних, образовних и осталих погодности за професионалне војнике, ради обезбеђивања попуне Војске Србије професионалним војницима;
- информисање, едукација и афирмисање међународних безбедносних интеграција и места и улоге Републике Србије и система одбране у њима“.

Перић наводи да у односима са јавношћу мора постојати креативност, порука мора садржати нешто што ће привући пажњу јавности, како би се то постигло иницијатива коју покрећу односи са јавношћу може бити сачињена од следећих елемената (Перић, 2010):

- елемент вести – вест мора бити легитимна, уколико вест привлачи пажњу, ако чини јавност срећном или забринутом, уколико је везана за њихове проблеме, потребе, онда је прихватљива вест са погледа односа са јавношћу,
- елемент циљања медија и аудиторијума - односи са јавношћу морају да одреде приоритетне медије и циљне групе, да би се привукла пажња медија и циљних група битно је да поруке садрже специфичне елементе који се везују за њих,
- везивање за популарне филмове – један од најбољих примера је филм „Врхунско оружје“ (енг. *Top Gun*) који је у САД утицао на младе да пробају да постану војни пилоти; Војска Србије је пробала нешто налик овоме са филмом и серијом „Војна академија“, филм је добро прихваћен од стране аудиторијума, али свакако да постоји још места за напредак;
- организовање такмичења – Војска Србије редовно организује спортско првенство у разним дисциплинама, што изазива побољшање интерне комуникације, али и односа са јавношћу зато што овакви догађаји изазивају интересовање код медија, нарочито ако се узме у обзир да су неки од припадника и репрезентативци Србије у бројним дисциплинама,

- добротворне акције – поред исказивања хуманости и помоћи, често су медијски испраћене, једна од редовних друштвено корисних акција Војске Србије је и на постављање понтонског моста у летњем периоду за потребе грађана, као што је случај у Земуну,
- везивање за празник – јавним обележавањем празника утиче се на јавно мњење које је било индиректно изложено поруци; Војска Србије има своје празнике, као на пример Дан Војске, који представљају сигурну полазну тачку за емитовање у јавност, овакве вести презентују се ненаметљиво и непретенциозно, што често има и најделотворнији ефекат,
- организовање догађаја - осим анкете, реализовање јавних догађаја једно је од најефикаснијих средстава за привлачење пажње јавности. Војска Србије као једна велика организација, има капацитете за организовање разних културно – уметничких и спортских, догађаја и манифестација; добар пример јесте промоција најмлађих официра у главном граду испред Скупштине Републике Србије, атрактивна манифестација како за грађане, тако и за медије.

У случају односа са јавношћу за време кризне ситуације важно је да постоје кризни планови као полазна основа комуницирања. Ови планови садрже општа упутства за поступање организације и појединаца у некој кризној ситуацији. Поред тога овим плановима је обухваћена и обука лица која се налазе на радним местима која се могу тицати кризе, самим тим и обука лица која су задужена за односе са јавношћу. Војска Србије се такође бави израдом оваквих докумената, као и едукацијом официра за односе са јавношћу у различитим ситуацијама (Перић, 2010).

Односи са јавношћу због временског притиска кризе захтевају брзе, али не и несмотрене и импулсивне реакције. Сматра се да су првих 24 часа кризе кључни, јер реакција организације у том периоду одлучује да ли ће ситуација ескалирати у праву кризу. Војска Србије мора да поред израде кризних докумената и спровођења обуке, да акценат на праћењу популарних медија, дигиталне штампе, друштвених мрежа, интернет блогова и сајтова, уз неговање и јачање доброг односа са новинарима и уредницима који би, у случају потребе пуштали у јавност одређене њене поруке и ставове. С тим у вези, јако је важно извршити проналажење, одабир и вредновање медијских кућа, ТВ програма, маркетиншких агенција, уредника штампе и новинара. Циљ је да та листа буде што садржајнија да би односи са јавношћу у време криза били ефикаснији и ефективнији (Перић, 2010).

Министарство одбране и припадници система одбране свесни су колико су односи са јавношћу битни, неопходни, као и колики утицај могу имати на рејтинг Војске. На крају закључује се да је са подршком јавности и медија све једноставније и сигурније (Бошковић, 2007).

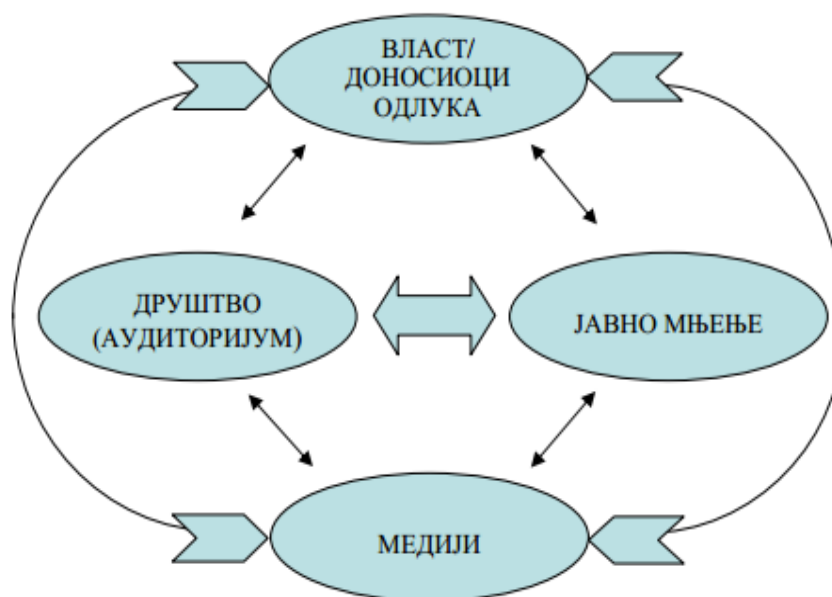
3.2.1. Медијска политика Војске Србије

Бол и Фебраро наводе да је однос медија и војске постао суштински елемент савременог безбедносног окружења, иако су неки војни званичници опрезни према њему, плашећи се могућности негативног извештавања. Медији су у данашње време подједнако корисни за војне циљеве као и свака сила која се може употребити. Медији утичу на свест јавности најчешће кроз слику и приповедање. Сlike које медији презентују јавности имају директни утицај на комуникацију везану за сукоб или ванредне ситуације. С једне стране, слике могу утицати на емоције гледалаца, а са друге стране могу поставити нереална очекивања или промовисати негативне стереотипе. Слика има велику моћ, преноси информације и побуђује емоције, изазива одговор и може оставити снажан утисак (Ball и Febbraro, 2013).

Медијска политика представља непрекидно утицање медија на различите популационе групе. Подразумева дефинисање општих и комуникацијских циљева, њиховог достизања преко канала комуникације посредством медијских кампања. Перић наводи и да је медијска политика „средство обраћања широком аудиторијуму, друштву, на државном и интернационалном нивоу у континуитету“ (Перић, 2008, стр. 174).

Велики број чинилаца утиче на формирање медијске политике и процес комуникације, неки од њих су: модел друштва (са демографског, социолошког, културолошког аспекта), искуство, изграђеност државе с аспекта медија и околина (Перић, 2008).

Перић и Митровић наводе да велики број стручњака за медије оцењују да јавно мњење није у довољној мери информисано, да није на потребном интелектуалном и културолошком нивоу како би створило јасну слику о неким стварима и изводило закључке и мишљења, наиме, они то раде уз подршку неког другог, тај утицај је представљен на слици 2 (Перић и Митровић, 2021).



Слика 2. Елементи и процес доношења политичко-безбедносних одлука: (Перић, 2008, стр. 67)

Медији су средство које јавности даје могућност да оцени и анализира своју личност и свет око себе. Безбројном количином података и информација, медији илуструју друштвену слику. Међутим, та слика се нужно не мора слагати са стварношћу. У неким случајевима, та слика се у великој мери не слаже са реалношћу.

У погледу на Војску, Перић и Митровић сматрају да је поверење јавности, које се темељи на историјском и културолошком сегменту, у Војску Србије склоно знатним осцилацијама уколико га не употпуњује знање јавности о: индикаторима претњи безбедности, информацијама које се тичу сврхе примене војне силе, оперативној и функционалној способности Војске да изврши нормативно – правним актима дефинисане мисије и задатке. Поверење јавности је у великој мери утемељено на ставу да је Војска способна и поред свих потешкоћа и проблема (функционално - техничких) да изврши своје задатке, понајвише у кризним или ратним ситуацијама (Перић и Митровић, 2021).

Перић и Митровић наводе да „одржавање јавне пажње на питања која се тичу јавних интереса је легитиман задатак медија у служби јавности. Он подразумева професионалну одлуку да се нека тема пласира као приоритетна и да се константно прати, као и да се око ње развија јавна дебата ради проналажења оптималног решења за заједницу. На сличан начин – планским професионалним ангажманом – медији треба да стимулишу интересовање цивилног сектора за оптимално уређење

сектора безбедности и одбране“ (Перић и Митровић, 2021, стр. 68). Овим се наглашава да је улога медија заиста велика у подизању свести и слике јавности о Војсци Србије.

Неопходно је да се циљеви медијске политике Војске Србије базирају на следећим активностима (Перић и Митровић, 2021):

- константно, благовремено и истинито информисање јавности о бројним збивањима и стварима које је занимају,
- креирање и јачање позитивног става о Војсци на националном и међународном нивоу и подизање њеног угледа,
- употреба свих расположивих средстава промовисања с циљем непрекидне комуникације са јавношћу, како би се постигла снажна подршка становништва,
- сарадња са осталим државним структурама из сфере безбедности, унутрашњих и спољних послова,
- поштовање нормативно – правних аката у раду и деловању Војске, поштовање начела аполитичности, спречавање промовисања одређених институција или странки у име Војске.

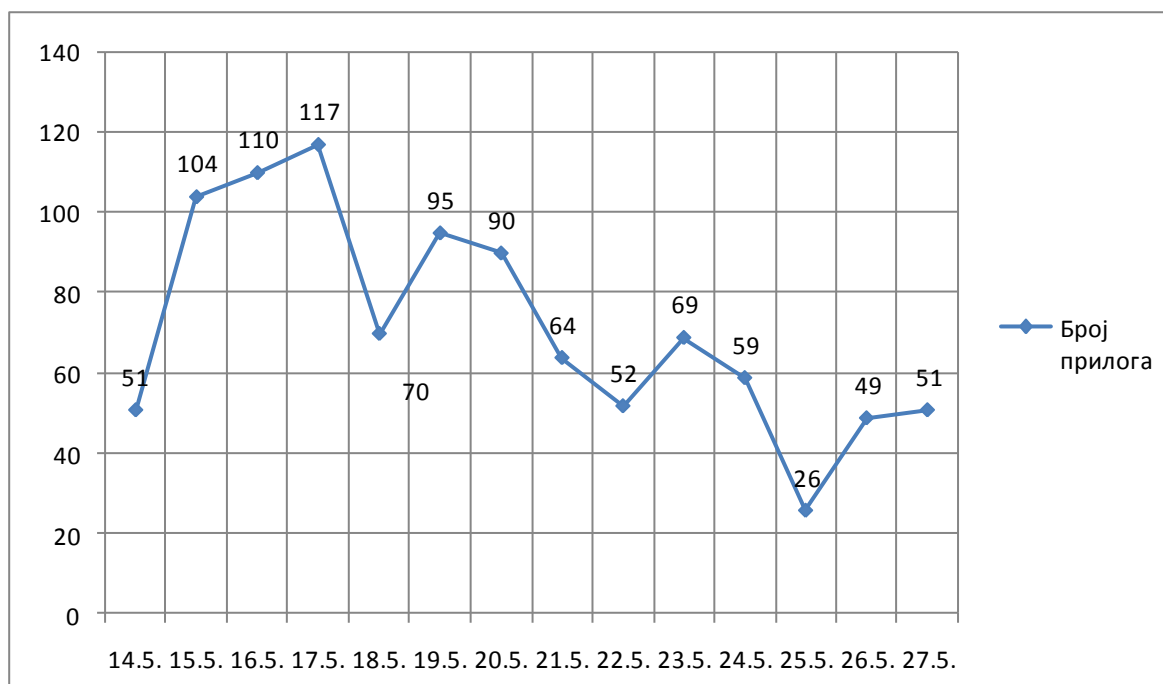
Реализацијом горе наведених циљева, сарадњом са медијима који позитивно гледају на улогу и сврху Војске у систему одбране, Војска Србије може да унапреди и олакша деловање у мирнодопским, али и увећа изгледе за остваривање задатака у кризним и ратним ситуацијама. „Војска, без обзира на то што је неоспорно један од стубова државе, у медијском простору какав је наш данас не може да рачуна са унапред обезбеђеном подршком већине јавних гласила. Она се за потпору јавног мњења мора изборити, пре свега афирмисањем правих вредности војне организације и њеног друштвеног значаја. То могу да учине само професионалци, способни да ефектним наступом и у медијима који према Војсци нису априори благонаклони, оствари циљеве обраћања јавности и позитивно утичу на обликовање пожељног јавног мњења – са становишта наше војске у процесу њене трансформације у оружану силу спремну да одговори изазовима новог века“ (Ђорђевић, 2008, стр.6 према Перић и Митровић, 2021, стр. 69).

Закључује се да је потребно развити модел дизајнирања и конципирања медијске политике Војске, уз доношење стратегија које ће обухватити адекватно дефинисане социјалне и комуникационе циљеве.

3.3. Медијско праћење, обавештавање јавности о ангажовању Војске Србије и активности Управе за односе са јавношћу током поплава за период од 14. до 27. маја 2014. године

3.3.1. Медијски публицитет

У периоду од 14. маја, када су објављене прве информације о великим поплавама у многобројним градовима и општинама у Србији, до 27. маја, о ангажовању припадника Министарства одбране и Војске Србије у медијима је објављено укупно 1007 прилога. На графикону 1 представљен је број прилога у медијима по данима за период од 14. до 27. маја 2014. године².



Графикон 1. Број прилога у медијима о ангажовању Војске по данима: (Анализа, стр. 1)

Са наведеног графикона може се уочити да је медијски публицитет активности и ангажовања Министарства одбране и Војске Србије очекивано сразмеран напорима припадника ове институције који су били усмерени ка супростављању ширења поплава, заштити људи и имовине, као и драматичности ситуације.

² Подаци су добијени на основу Анализе праћења публицитета и информисања јавности о ангажовању Војске Србије током поплава 2014. године (у даљем тексту Анализа), интерног документа Управе за односе са јавношћу МО и ВС.

3.3.1.1. Усмереност медијских објава

Усмереност медијских прилога изражена процентуално је следећа: позитивних прилога било је 14% (143), неутралних је 85% (856), док је негативних прилога само 1% (8) (Анализа, стр. 1). Број објављених прилога по медијима може се видети у табели 1.

Целокупна заједничка оцена у свим коментарима јесте да је Војска Србије пружила изузетан допринос на спречавању ширења поплава, спасавању живота људи, заштити имовине од последица поплава, као и да би без њеног ангажовања ситуација била вишеструко гора.

Табела 1. Број објављених прилога по медијима: (Анализа, стр. 2)

БРОЈ ПРИЛОГА		
ШТАМПАНИ МЕДИЈИ	ТЕЛЕВИЗИЈЕ	АГЕНЦИЈЕ
Вечерње новости – 80	РТС1 – 85	Танјуг – 151
Политика – 70	Пинк – 42	Бета – 68
Блиц – 50	ТВ Б92 – 34	Фонет – 46
Данас – 41	Прва телевизија – 32	
Дневник – 41	ТВ Студио Б – 27	
Наше новине – 32	ТВ Скај плус – 24	
Ало – 32	ТВ Хепи – 19	
Информер – 29	Радио Београд 1 – 18	
Курир – 22	РТВ1 – 14	
24 сата – 11	Коперникус – 9	
Народне новине – 11	РТС2 – 5	
Актер – 5		
НИН – 3		
Печат – 2		
Недељник – 2		
Време – 1		
Нови магазин – 1		
433	309	265

Неколико негативних коментара у ствари представљају критику реформе Војске Србије спроведену претходних година. С тим у вези најоштрији је био војно – политички коментатор Мирослав Лазански. Такође, на његове ставове, подржавајући га, позивали су се и коментатори других гласила - Наше новине и Печат.

Део негативних коментара садржан је у тези објављеној у неколико медија да „Војска не моли, већ наређује“, у вези са позивима Министарства одбране да се људи добровољно укључе у акцију спасавања (Анализа, стр.

3). Дневне новине Блиц су објавиле наводе градоначелника Зајечара о непримерености потраживања дневница за припаднике Војске Србије који су у априлу те године допремали воду становницима села угрожених поплавама у околини Зајечара.

3.3.1.2. Жанрoвска структура

У објавама штампаних гласила доминантан је информативни жанр – 86%, следи интеракцијски – 7%, потом фотопублицистички – 5% и интерпретативни – 2% (Анализа, стр. 3).

Унутар табеле 2 приказан је број фотографија, насловних страна и фоторепортажа којима су приказани припадници Министарства одбране и Војске Србије како учествују у акцији спасавања угрожених.

Табела 2. Број фотографија, насловних страна и објављених репортажа:
(Анализа, стр. 3)

Назив јавног гласила	Број фотографија на којима се виде ангажовани припадници	Број насловних страна	Објављене репортаже
Политика	17	3	0
Вечерње новости	5	0	1
Данас	5	1	0
Блиц	20	3	4
Наше новине	10	2	0
Ало	31	3	4
Информер	16	3	1
Куир	24	2	3
Дневник	10	0	2
УКУПНО	138	17	15

Оно што се може уочити јесте да су највећи број фотографија, фоторепортажа и насловних страна објавили дневни листови Ало, Блиц, Куир и Информер, такође евидентно је да су Вечерње новости, лист који иначе у својим издањима има мноштво фотографија, објавиле најмањи број фотографија о ангажовању припадника Војске у анализираном периоду. Стиче се утисак да је овај лист у први план истицао активности МУП-а, док су остали медији подједнак публицитет посвећивали свим учесницима.

3.3.1.3. Комуникатори

Међу комуникаторима који су били најбројнији у оглашавању о ангажовању Војске Србије у акцији спасавања људи и материјалних добара од поплава посебно се издвајају званични извори у Министарству одбране и Војсци Србије – у одређеном броју прилога медији су објављивали информације позивајући се на саопштења и интернет сајт Министарства одбране.

Од лица из Министарства одбране и Војске Србије највише се оглашавао министар одбране Братислав Гашић, затим начелник Генералштаба Војске Србије генерал Љубиша Диковић, портпарол Министарства одбране мајор Јован Кривокапић, као и друга лица из система одбране. Приказ броја изјава лица из Министарства одбране и Војске Србије приказан је у табели 3.

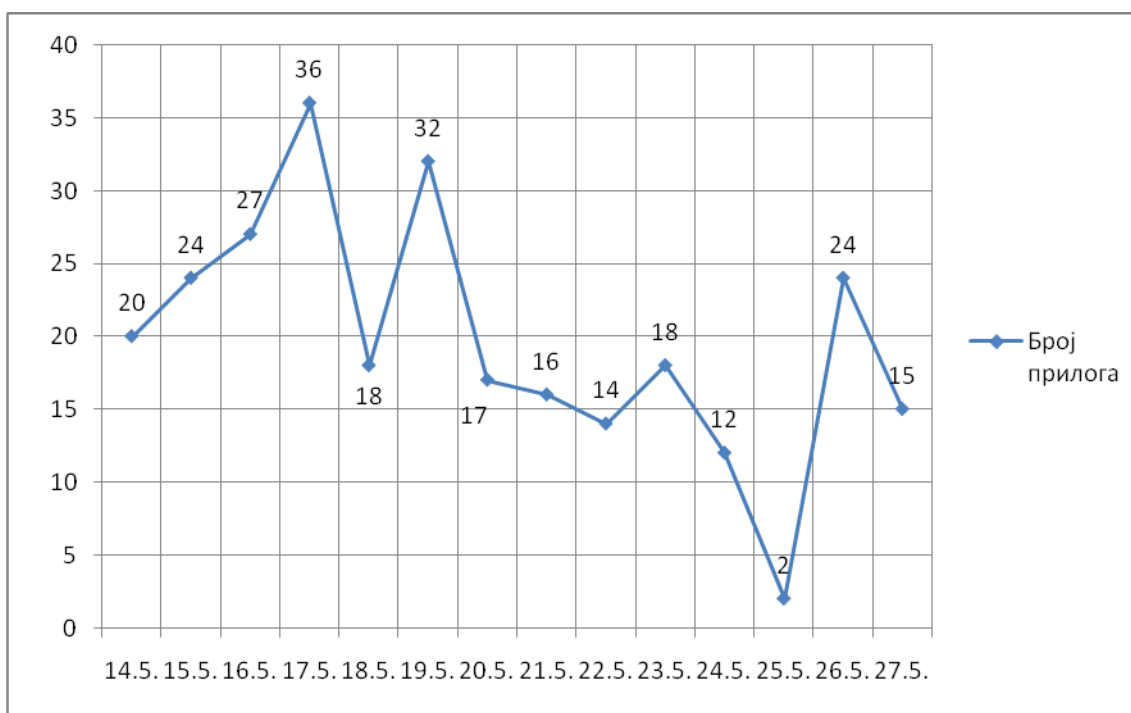
Табела 3. Број изјава лица из МО и ВС: (Анализа, стр. 4)

Број изјава лица из Министарства одбране (МО) и Војске Србије (ВС)	
Функција, име и презиме	Број изјава
Министар одбране Братислав Гашић	150
Начелник Генералштаба ВС генерал Љубиша Диковић	91
Портпарол МО и ВС мајор Јован Кривокапић	30
Остала лица из система одбране	69

Лица из цивилних структура су се такође оглашавала о ангажовању Војске у поплавама, најчешће истичући одличну сарадњу, професионалност, такође, изразили су велику захвалност. То су најчешће били представници локалних самоуправа и становништво из места угрожених поплавама – 99 прилога, затим премијер Александар Вучић – 45, представници МУП-а Србије – 26 (Анализа, стр. 4).

3.3.1.4. Медијски публицитет министра одбране

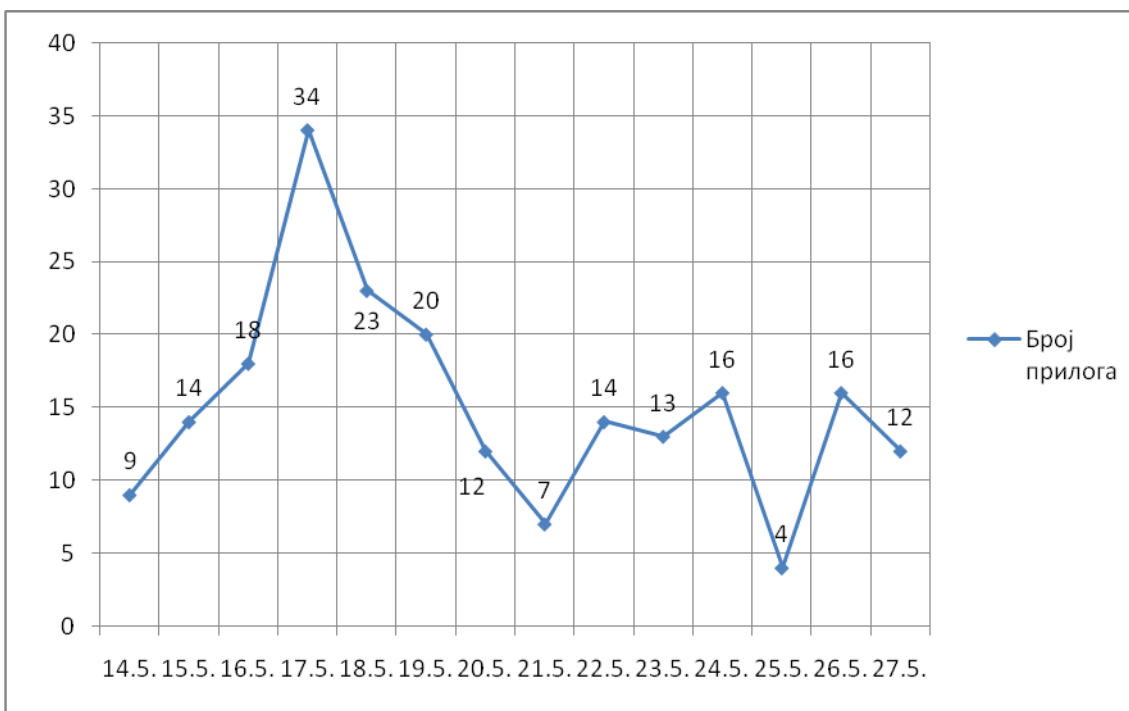
У периоду од 14. до 27. маја о министру одбране објављено је 275 прилога. Прилози су били следећег усмерења – 85% неутралних и 15% позитивних (Анализа, стр. 4). Публицитет о министру одбране био је изузетно висок, а медији су, нарочито фотографијама истицали његов лични ангажман у спасавању грађана и имовине. Коментаришући ангажовање министра одбране, дневни лист Данас је критиковао његово укључивање у акцију спасавања (у смислу личне активности), уместо да своју функцију обавља на целој територији земље. Број прилога о министру одбране приказан је на графикону 2.



Графикон 2. Број прилога о министру одбране по данима: (Анализа, стр. 4)

3.3.1.5. Медијски публицитет начелника Генералштаба Војске Србије

О начелнику Генералштаба Војске Србије објављено је укупно 212 прилога – 85% неутралних и 15% позитивних (Анализа, стр. 5). Негативних прилога није било. Бројни медији су кроз наслове, фотографије и изјаве житеља угрожених подручја нарочито истакли личне заслуге начелника Генералштаба у одбрани Шапца од поплава. У појединим гласилима присутна је и теза да начелник Генералштаба као први човек Војске Србије не би требао да се бави тим проблемима него Војском у целини. На графикону 3 приказан је број прилога о начелнику Генералштаба ВС.



Графикон 3. Број прилога о начелнику Генералштаба: (Анализа, стр. 5)

3.3.2. Активности Управе за односе са јавношћу

Од почетка ангажовања припадника Војске Србије на помоћи становништву угроженом од поплава, тим Управе за односе са јавношћу непрекидно је био ангажован на медијском праћењу активности министра одбране, начелника Генералштаба и припадника Војске Србије. Део припадника Управе за односе са јавношћу био је свакодневно ангажован на терену, са представницима медија, док је други део одговарао на медијске захтеве и координирао активностима са представницима медија и официрима за односе са јавношћу из команди и јединица Војске Србије. Медијске екипе Медија центра „Одбрана“ и Војно – филмског центра „Застава филм“ свакодневно су пратиле активности министра одбране, начелника Генералштаба и припадника Војске Србије.

Поред ангажовања са екипама Медија центра „Одбрана“ и Војно – филмског центра „Застава филм“, Управа за односе са јавношћу је свакодневно водила и бројне новинарске екипе, из различитих медијских кућа, на локације на којима су припадници Војске били ангажовани у санирању последица поплава.

Великом броју сниматеља, из угледних медијских кућа, било је омогућено снимање угрожених подручја из ваздуха, као и активности Ваздухопловства и Противваздухопловне одбране у евакуацији, а потом и

достављању помоћи угроженом становништву.

Захваљујући доброј сарадњи и координацији са Групом за односе са јавношћу у Кабинету начелника Генералштаба Војске Србије и официрима за односе са јавношћу при командама и јединицама које су биле ангазоване у поплавним подручјима, Управа за односе са јавношћу успевала је да изађе у сусрет многобројним медијским захтевима.

Поводом ванредне ситуације, Управа за односе са јавношћу је примила више од 120 захтева новинара у вези са ангажовањем припадника МО и ВС. Тим поводом реализовано је 45 телевизијских гостовања припадника МО и ВС, а портпарол мајор Јован Кривокапић дао је медијима 30 изјава (Анализа, стр. 6) У емисијама хуманитарног карактера „Телетон“ које је организовало више телевизија, учешће су узели и министар одбране и начелник Генералштаба.

Како се наводи у анализи Управе за односе са јавношћу „У наведеном периоду Управа за односе са јавношћу извршила је анализу 1007 медијских објава у најтиражнијим штампаним медијима и најгледанијим телевизијама. О ангажовању припадника МО и ВС у подручјима захваћеним поплавама у електронску базу података, за време ванредне ситуације, уношено је око 120 прилога дневно“ (Анализа, стр. 6).

У периоду од 14.05. до 27.05.2014. године, тежишне активности Управе за односе са јавношћу на веб порталу Министарства одбране и профилима/страницама МО на друштвеним мрежама биле су усмерене на обавештавање јавности о ангажовању Војске Србије на одбрани од поплава, то су следеће активности:

- извештавање о ангажовању припадника ВС на утврђивању насипа,
- ангажовање припадника ВС на евакуацији грађана из поплавлених подручја,
- доставу хуманитарне помоћи ваздушним путем на подручја захваћена поплавом,
- обилазак министра одбране поплавом захваћених подручја,
- активно учешће на друштвеним мрежама одржавањем страница и профила МО и ВС (Facebook, YouTube, Twitter)

Веб сајт Министарства одбране и друге веб презентације у МО и ВС просечно дневно у 2014. години посећивало је око 8.000 посетилаца, а у периоду од 14. до 27. маја 2014. године, регистровано је више од 14.000 посетилаца и преузето је више од 730 GB видео и фото материјала. Тренд

раста посећености веб презентација МО у дане поплаве био је изразит, па је тако 18. маја 2014. године достигнута посећеност од 20.000 посетилаца. Профили на друштвеним мрежама Facebook и Twitter су се показали у свом пуном капацитету и препознати су од грађана као званичан и поуздан извор информација (Анализа, стр. 7):

- „Facebook страница МО и ВС од 2009. године до 14. маја 2014. године достигла је 28.000 свиђања, а о њој је дискутовало око 5.000 посетилаца те друштвене мреже. Закључно са 27.05.2014. године Facebook страница МО и ВС имала је 61.009 свиђања (33.000 нових), а ту страницу је коментарисало 140.000 корисника Facebook-а. У анализираном периоду више од 1.666.000 корисника Facebook-а видело је објаве на Facebook страници МО и ВС;
- Twitter профил МО и ВС од 2011. године до 15. маја 2014. године пратило је 880 пратилаца. До 27. маја профил МО и ВС добио је нових 1.500 пратилаца и објављено је више од 200 кратких порука;
- YouTube профил МО и ВС од 15. до 27. маја посетило је и прегледало један од клипова МО и ВС 34.730 корисника овог видео блога, прегледано је 62.684 минута видео материјала“.

Увиђа се да је у периоду од 14. до 27. маја 2014. године медијско праћење активности припадника Војске ангажованих током поплава било огромно. Јавна гласила су у просеку објављивала 20 прилога о ВС и МО дневно, већином су то били неутрални и позитивни прилози, док је веома мали број прилога у негативном контексту.

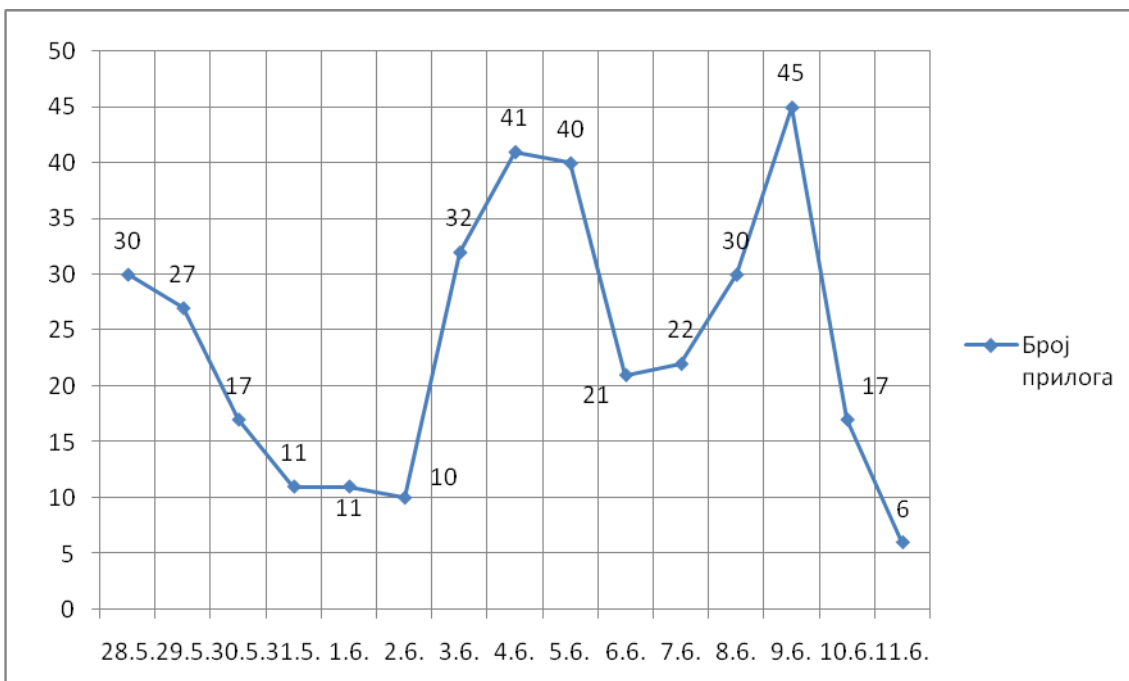
Када је реч о жанру прилога у штампаним медијима, преовлађује информативни жанр, што је и очекивано, с обзиром да се радило о кризној ситуацији.

Закључује се да је публицитет о ангажовању припадника Министарства одбране и Војске Србије у пружању помоћи у подручјима угроженим поплавама био изузетан. Управа за односе са јавношћу је у наведеном периоду максимално ангажовала све своје ресурсе, како људске, тако и материјалне. Сарадња са медијским кућама била је одлична, сви захтеви медија за информацијама, али и позиви на ТВ гостовања су испоштовани. Профили МО и ВС на друштвеним мрежама доживели су експанзију. Слободно се може рећи да су у кризним ситуацијама профили на друштвеним мрежама постали ефикаснији канал комуникација од веб сајтова МО и ВС.

3.4. Медијски публицитет, обавештавање јавности о ангажовању Војске Србије и активностима Управе за односе са јавношћу након поплава за период од 28. маја до 11. јуна 2014. године

3.4.1. Медијски публицитет

У периоду од 28. маја, када је ванредна ситуација укинута у појединим општинама у Србији, до 10. јуна о ангажовању припадника Министарства одбране и Војске Србије на отклањању последица поплава, као и пружању помоћи у нормализацији живота у поплавленим подручјима, нарочито у Обреновцу, у медијима је објављен укупно 361 прилог. Објаве су се односиле на почетак асанације терена у Обреновцу, постављање лаке пољске болнице, стварање услова у напуштеној касарни „Боро Марковић“ у Обреновцу за смештај становништва, постављање пунктова за расподелу хране, итд. На графикону 4 приказан је број прилога у медијима по данима за период од 28. маја до 10. јуна 2014. године.



Графикон 4. Број прилога у медијима о ангажовању Војске по данима: (Анализа, стр. 8)

На графикону 4 се уочава повећан број објава 3, 4 и 5. јуна 2014. године, управо када је Влада Републике Србије поставила министра одбране Братислава Гашића за координатора активности у вези са нормализацијом живота у Обреновцу.

3.4.1.1. Усмереност медијских објава

Вредносна усмереност прилога је следећа: позитивних је 19% (69), неутралних је 79% (286), а негативних 2% (6) (Анализа, стр. 9). Број прилога по медијима о ангажовању припадника ВС приказан је у табели 4.

Табела 4. Број објављених прилога по медијима: (Анализа, стр. 9)

БРОЈ ПРИЛОГА		
ШТАМПАНИ МЕДИЈИ	ТЕЛЕВИЗИЈЕ	АГЕНЦИЈЕ
Вечерње новости - 21	РТС1 - 33	Танјуг - 56
Политика - 22	Пинк - 14	Бета - 18
Блиц - 12	ТВ Б92 - 16	Фонет - 15
Данас - 12	Прва телевизија - 11	
Дневник - 10	ТВ Студио Б - 15	
Наше новине - 18	ТВ Скај плус - 9	
Ало - 10	ТВ Хепи - 11	
Информер - 8	Радио Београд 1 - 6	
Курир - 5	РТВ1 - 9	
24 сата - 6	Коперникус - 5	
Народне новине - 3	РТС2 - 7	
Актер - 3		
НИН - 1		
Печат - 2		
Недељник - 2		
Време - 1		
136	136	89

Негативни прилози односе се на коментаре на одлуку да се на чело кризног штаба у Шапцу, у време поплава, постави начелник Генералштаба Војске Србије генерал Љубиша Диковић. Такође, негативни прилози односили су се на материјалну ситуацију у Војсци Србије узроковану реформом претходних година, тако да су се ти текстови дотицали питања да ли Војска има довољно средстава у виду чамаца, хеликоптера, инжињеријских машина потребних за успешно извршавање треће мисије ВС. Критичких осврта који би се односили на ангажовање Војске Србије у фази стварања услова за повратак људи у поплављена подручја заправо није ни било.

3.4.1.2. Жанровска структура

У објавама штампаних гласила доминантан је информативни жанр – 86%, следи интеракцијски – 8%, потом фотопублицистички – 2% и интерпретативни – 4% (Анализа, стр. 10). На табели 5 приказан је број фотографија, насловних страна и фоторепортажа којима су приказани припадници Министарства одбране и Војске Србије како учествују у акцији спасавања угрожених.

Табела 5. Број фотографија, насловних страна и објављених репортажа:
(Анализа, стр. 10)

Назив јавног гласила	Број фотографија на којима се виде ангажовани припадници	Број насловних страна	Објављене репортаже
Политика	17	2	3
Вечерње новости	12	2	5
Данас	4	1	1
Блиц	8	1	1
Наше новине	6	0	0
Ало	3	0	0
Информер	5	0	0
Куир	1	0	0
Дневник	3	0	0
УКУПНО	59	6	10

Високо тиражне новине Вечерње новости, Политика и Блиц објавиле су знатан број фотографија на којима се виде активности припадника МО и ВС у Обреновцу, чиме је знатно појачан публицитет објављених информација.

3.4.1.3. Комуникатори

Међу комуникаторима који су били најбројнији у оглашавању о ангажовању Војске Србије у акцији спасавања људи и материјалних добара од поплава за период од 28. маја до 11. јуна 2014. године посебно се издвајају званични извори у Министарству одбране и Војсци Србије – у великом броју прилога медији су објављивали информације позивајући се на саопштења и интернет сајт Министарства одбране.

Од лица из Министарства одбране и Војске Србије највише се оглашавао министар одбране Братислав Гашић, затим начелник Генералштаба Војске Србије генерал Љубиша Диковић, генерал - потпуковник Александар

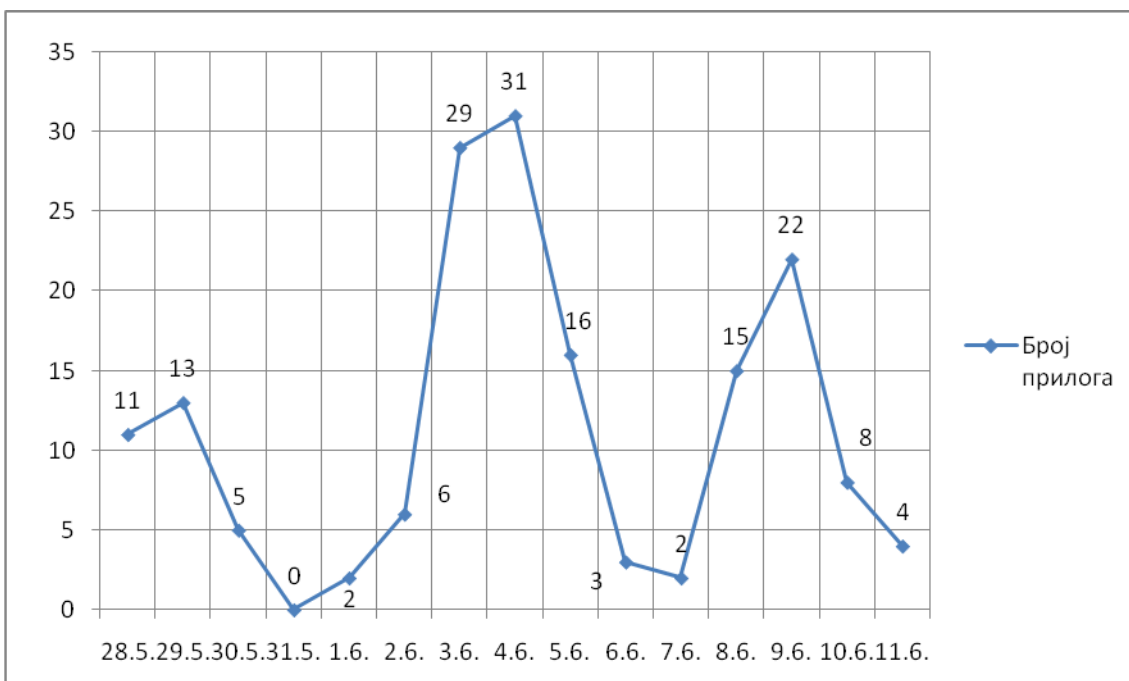
Живковић, портпарол Министарства одбране мајор Јован Кривокапић, као и друга лица из система одбране. Приказ броја изјава лица из Министарства одбране и Војске Србије приказан је у табели 6.

Табела 6. Број изјава лица из МО и ВС: (Анализа, стр. 11)

Број изјава лица из Министарства одбране (МО) и Војске Србије (ВС)	
Функција, име и презиме	Број изјава
Министар одбране Братислав Гашић	98
Начелник Генералштаба ВС генерал Љубиша Диковић	7
Генерал-потпоуковник Александар Живковић	7
Портпарол МО и ВС мајор Јован Кривокапић	7
Остала лица из система одбране	69

3.4.1.4. Медијски публицитет министра одбране

У периоду од 28. маја до 11. јуна о министру одбране објављено је 167 прилога – што просечно износи око 11 прилога дневно. Прилози су били следећег усмерења – 90% неутралних и 10% позитивних (Анализа, стр. 12). О министру одбране забележен је један негативни коментар – Наше новине су 30. маја објавиле интервју са једним политичарем у којем он износи став да је министар одбране Братислав Гашић „некомпетентан“ за функцију коју обавља. Сви медији су континуирано преносили изјаве министра одбране у вези са асанацијом терена, постављањем лаке пољске болнице, достављањем и расподелом хране, смештајем у касарну у Обреновцу, итд. С обзиром на чињеницу да је у исто време у медијима пласирана прича о неадекватној опремљености Војске Србије, министар одбране је у свим јавним наступима наглашава тезу да је Војска Србије способна да изврши све предвиђене задатке. Број прилога о министру одбране приказан је на графикону 5.



Графикон 5. Број прилога о министру одбране по данима: (Анализа, стр. 12)

3.4.2. Активности Управе за односе са јавношћу

Након одлуке Владе Србије од 3. јуна 2014. године да министар одбране Братислав Гашић координира свим активностима на отклањању последица поплава и пружања помоћи грађанима у Обреновцу, Управа за односе са јавношћу је оформила Прес центар са дежурним тимом, који је свакодневно био ангажован при Штабу за ванредне ситуације.

Како се наводи у анализи Управе за односе са јавношћу „У саставу Прес центра био је ангажован руководиоца из састава Групе за информисање Управе за односе са јавношћу задужен за координацију и односе са медијским екипама заинтересованим за извештавање са лица места, те медијска екипа Медија центра „Одбрана“ и Војно - филмског центра „Застава филм“: новинар, фоторепортер и сниматељ“ (Анализа, стр 12).

Дежурна медијска екипа Управе за односе са јавношћу је на адекватан начин свакодневно пратила активности министра одбране, начелника Генералштаба, као и свих осталих припадника Војске ангажованих на терену у Обреновцу. У координацији са командантом кризног штаба генерал - потпуковником Александром Живковићем, одређивале су се актуелне теме, саговорници, и места са којих се у датом тренутку требало извештавати.

Такође, бројне медијске екипе, свакодневно су се обраћале Прес центру тражећи адекватне информације или саговорнике. Активности са терена

свакодневно су пратили новинари РТС, ТВ Пинк, ТВ Б92, Танјуг, локалне ТВ Маг, уз директна укључења у програм Радио Београда и Радија С. Кључне тачке са којих су извештавали, поред праћења активности министра одбране и начелника Генералштаба, биле су: касарна „Бора Марковић“, две лаке пољске болнице и најкритичније тачке у Обреновцу на којима је Војска Србије била максимално ангажована.

Веб сајт Министарства одбране и друге веб презентације у систему одбране у једном дану у периоду од 28. маја до 11. јуна 2014. године посетило је око 8.500 посетилаца. Што се тиче профила на друштвеним мрежама ситуација је следећа (Анализа, стр. 13):

- „Facebook страница МО и ВС у посматраном периоду добила је нових 2.093 свиђања. У просеку, дневно, објаве су дељене 87 пута и било је око 100 коментара. На страници је у датом периоду било 27 нових објава. Са профила је уклоњено 18 коментара о МО и 8 о систему одбране у којима су изношене псовке и вређања;
- На Twitter профилу МО и ВС објављено је више од 50 порука са 776 интеракција;
- YouTube профил МО и ВС посетило је и прегледало клипове 8.671 корисник овог видео блога, прегледано је 10.774 минута видео материјала“.

Публицитет о ангажовању припадника МО и ВС у нормализацији живота у поплавленим подручјима био је изразито висок. Негативних коментара усмерених директно на активности МО и ВС није било.

Сарадња са медијским кућама била је одлична, Управа је професионално одговорила на све захтеве. Медији су свакодневно и детаљно извештавали о ситуацији у Обреновцу, чему је свакако допринело формирање Прес центра Управе за односе са јавношћу. Захваљујући томе, свим активностима припадника МО и ВС – асанацији контаминираних терена, постављању лаке болнице, отварању пунктова за доставу хране, организовању смештаја у касарни „Бора Марковић“ у Обреновцу, одношењу кабастог смећа, дат је подједнако добар публицитет.

Закључује се да су и у периоду након поплава, профили МО и ВС на друштвеним мрежама били у великој мери праћени од стране јавног мњења.

4. ИСТРАЖИВАЊЕ

4.1. Опис истраживања

Обрадом истраживачких метода (преглед научне и стручне литературе, историјско - компаративна анализа, анализа нормативно - правне регулативе) извршено је прикупљање неопходних информација у овој области. Циљ интервјуа са експертима из ове области био је утврђивање функционисања односа са јавношћу током и након поплава у Обреновцу 2014. године, оцењивање кризне комуникације, као и сагледавање употребе Војске Србије у оквиру треће мисије. Другим речима, на овај начин извршено је анализирање и обрађивање битних информација које могу бити од користи за пружање одговора на дефинисано истраживачко питање.

Истраживачки метод који је спроведен у истраживању је полустандардизован интервју. Ђурић наводи да се у овом типу метода „најефективније могу остварити отвореност и флексибилност као кључне карактеристике квалитативног истраживачког приступа“ (Ђурић, 2013, стр. 187). Треба напоменути да овакав тип научног разговора омогућава слободу у конципирању питања и додатном кориговању редоследа постављања питања у току самог разговора. Истраживање је реализовано према прецизно осмишљеном упитнику за експертски интервју, док испитаници могу, без устручавања, да аргументују своје ставове у оквиру планираних тема разговора (Ђурић, 2013).

Експертски интервју је обухватио 10 питања која су повезана са постављеним хипотезама. Пример упитника за интервју налази се у Прилогу 1. Примерци спроведених интервјуа са одговорима испитаних стручњака налазе се у склопу документационе грађе аутора овог рада и представљају доказ добијених резултата на основу којих је извршена анализа спроведених експертских интервјуа. Сврха спровођења интервјуа јесте сагледавање ставова експерата, као и обједињавање података недоступних у јавности, а који су, с друге стране меродавни за доказивање постављених хипотетичких ставова. Реализовани узорак експертског интервјуа укључио је пет испитаника. Од тога су два испитаника бивши начелници Управе за односе са јавношћу Министарства одбране и Војске Србије, један испитаник је садашњи начелник Управе за односе са јавношћу, један испитаник је бивши портпарол Министарства одбране и Војске Србије и један испитаник је начелник Управе за управљање ризиком и цивилну заштиту, Сектора за ванредне ситуације, МУП-а Републике Србије.

Садржаји интервјуа су забележени аудио снимцима, након чега је одрађен транскрипт. Подаци добијени истраживањем су обрађени стандардним статистичким методама.

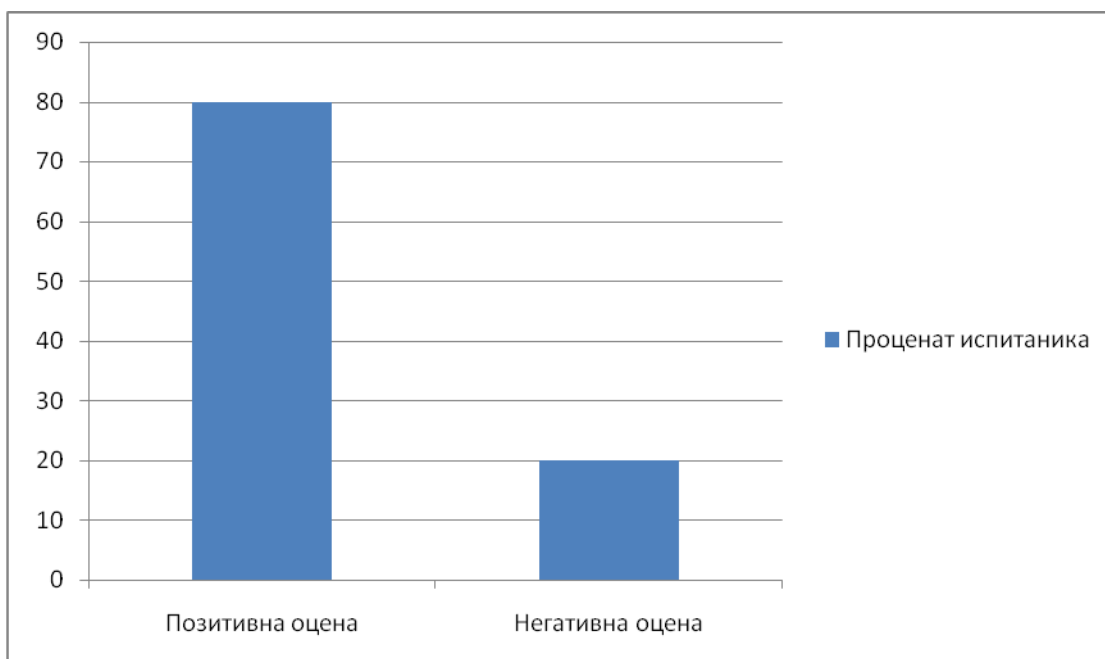
Истраживање је спроведено у периоду од 4. до 15. септембра 2022. године.

4.2. Резултати истраживања

Испитаници су кроз 10 конкретних питања били у могућности да детаљно изнесу своје мишљење. Следствено томе, оцене појединих питања утицаја медија на трећу мисију Војске, класификоване су на следећи начин: позитивна/негативна оцена и без одговора.

Графикони у наставку рада приказују визуелизацију генералног мишљења интервјуисаних лица о истраживаној проблематици.

На графикону 6 приказана је оцена испитаника по питању потребе ангажовања Војске Србије током и након поплава 2014. године.



Графикон 6. Оцена испитаника по питању потребе ангажовања Војске Србије током и након поплава 2014. године

Као што се може видети на графикону 6, највећи број испитаника сматра да је ангажовање Војске Србије било неопходно и наводе следеће аргументе:

- Да се Војска није ангажовала да помогне, односно да заједно у сарадњи са МУП-ом и са осталим државним органима није

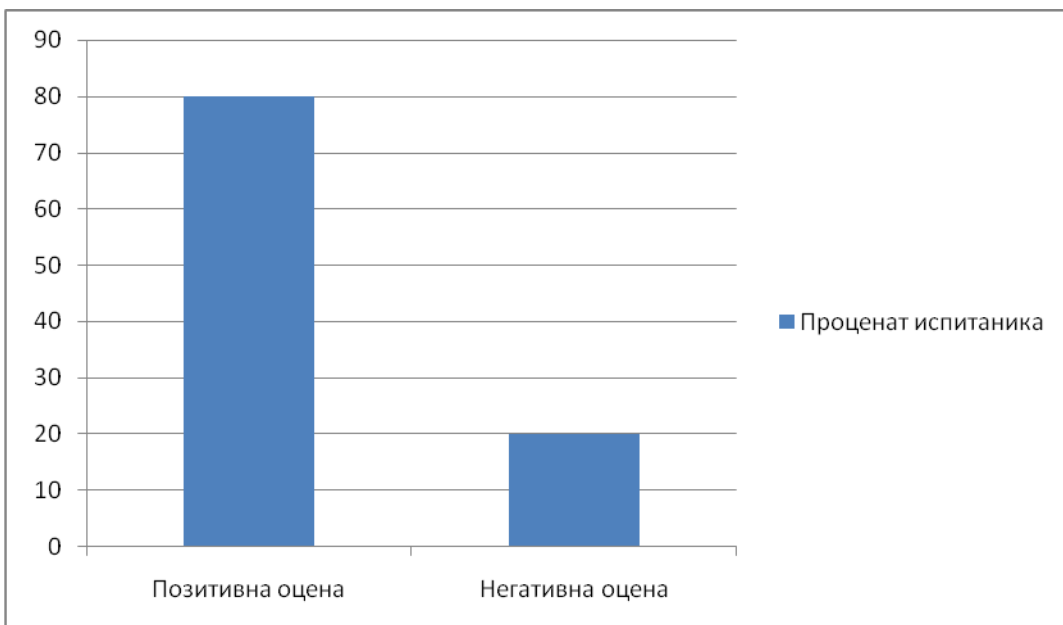
деловала, не би се то тако брзо и ефикасно решила ситуација, било би још више последица и смислу људских жртава;

- Војска је пружила свој максималан учинак, нарочито у периоду након поплава. Ту је Војска дошла до изражаја у асанацији терена, све јединице су непрекидно биле ангажоване да се што пре очисти терен, да се људи што пре врате својим кућама;
- Војска је требала да помогне и помогла је највише што је могла, јавност је упозната колика је била помоћ Војске у спречавању и даљем ширењу поплава, и стварању веће материјалне штете, чак и спречавању даљег губитка живота;

Један од испитаника навео је да ангажовање у принципу не би било неопходно, да је систем територијалне одбране, ватрогасци, МУП, радио како треба. Поплава је показала многе слабости цивилних организација на локалу, од чишћења канала, мобилизације, узбуњивања, једноставно Војска је дошла у моменту када све ове организације нису имале знање, капацитете, ниво увежбаности који има иначе по природи ствари Војска. Он сматра да је тачно да је Војска намењена за извршавање задатака у трећој мисији, помоћ цивилима, али је питање када и у којем моменту. Наводи и да је било бројних апсурда, једна од ситуација је и то да су у Смедереву припадници Војске пунили цакове песком, док је омладина седела у ресторанима и посматрала.

Такође, оно што може бити боље је припрема за трећу мисију, да буде још организованија и квалитетнија.

На графикону 7 уочава се да већина испитаника позитивно оцењује улогу Војске у помоћи цивилном становништву, тј. како је та улога дефинисана нормативно – правним актима. Сматрају да та документа добро решавају улогу Војске, да је њена улога задовољавајуће нормативно - правно устројена. Наводе да уколико се примењују закони, брзо, ефикасно и уколико на примени закона ради адекватно особље са знањем и стручношћу, нема никаквих препрека да се обави било шта, нарочито у Војсци која је хијерархијски устројена и која може да одговори на све изазове брзо.



Графикон 7. Оцена испитаника по питању дефинисања улоге Војске Србије у нормативно – правним актима с аспекта помоћи цивилном становништву

За израду аката, елементарно је да треба да се укључи онај који реализује задатке из истих, стручњаци из Војске би требали свакако, зато што је ипак Војска један од елеманата потенцијала државе који учествује у спречавању таквих ситуација и наравно ширењу последица. Један од испитаника сматра да би стручњаци из Војске чак требали да буду носиоци израде оваквих докумената због највећег искуства које поседују и најбоље организованости.

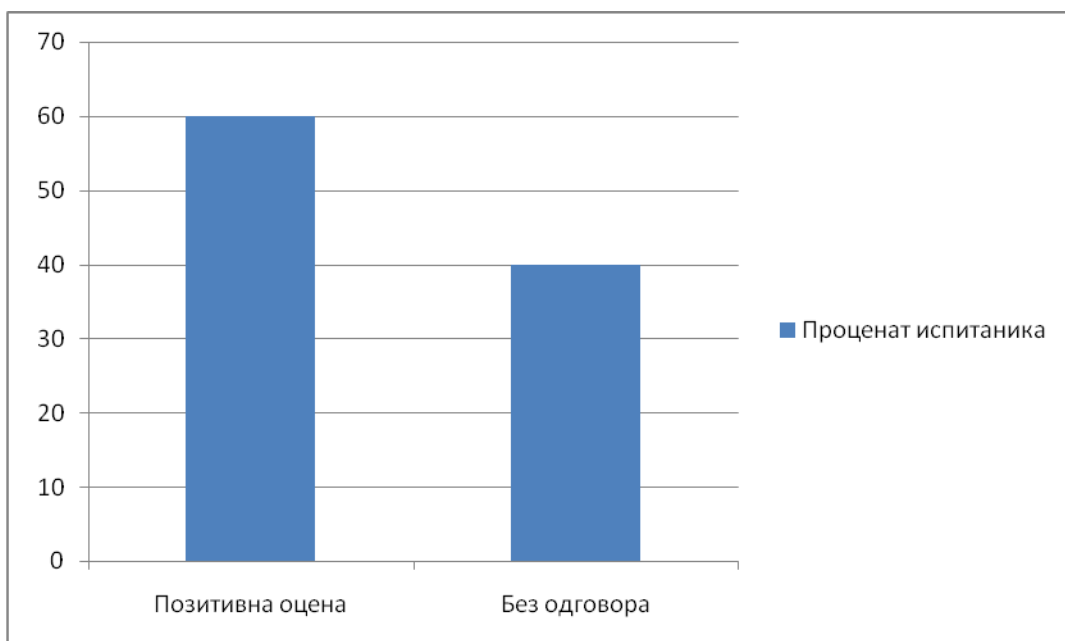
Један од испитаника даје негативну оцену наводећи да улога Војске није добро дефинисана. Нормативно – правни акти су општи, нису детаљни и конкретни. У пракси, оног момента кад Војска дође на терен, то је кључ свега, сви се повлаче, јер Војска у својој организацији не трпи импровизацију, а друштво у Србији је врло склоно импровизацији, нарочито на локалном нивоу, што се видело и тада. Такође, наводи да се зна кад и како Војска треба да реагује, тј. да изађе и помогне, она више треба да помогне у организацији, руковођењу и командовању, а не да се од Војске очекује физикални рад.

Када је реч о медијском представљању Војске Србије током поплава 2014. године (графикон 8) уочава се да испитаници имају позитивну оцену и оцењују га као врло добро. Такође наводе следеће позитивне аргументе:

- Отворен је Прес центар у Обреновцу када је рађена санација

терена, који је олакшао експлоатацију информација;

- Управа за односе са јавношћу је имала директну везу са медијима, давала 24 сата дежурство по сменама у Прес центру у Обреновцу, људи из Управе су стално били на терену у виду тимова, од новинара, фоторепортера, сниматеља, наравно и припадника „Застава филм“ -а и Медија центра „Одбрана“;
- Профили на друштвеним мрежама су планули, посебно Facebook профил који је добио 150% више пратилаца, досегнути ниво виђења објава је био до милион људи.

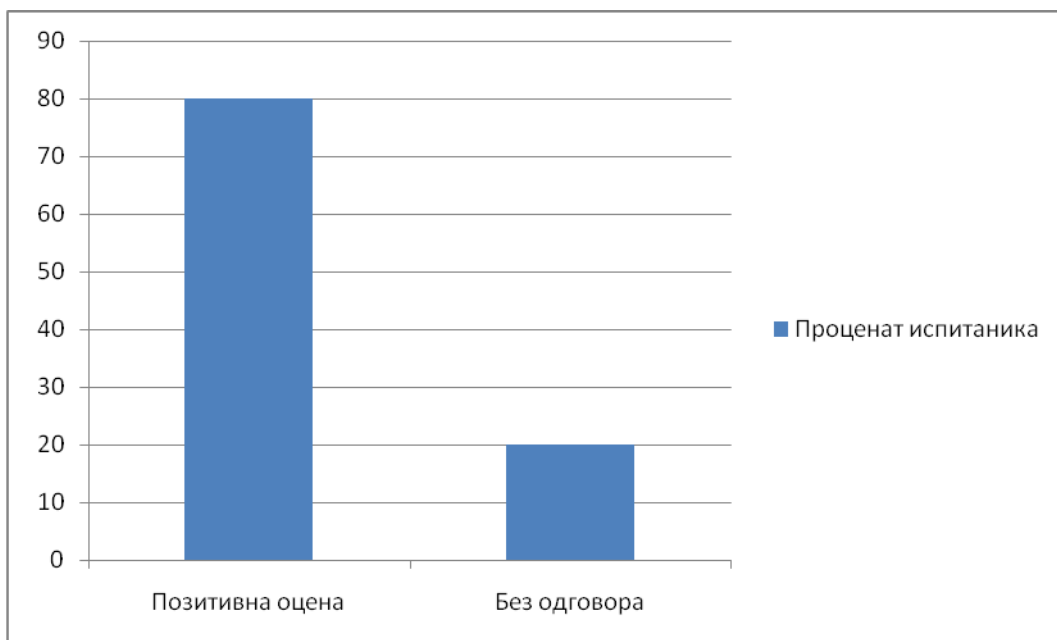


Графикон 8. Оцена испитаника по питању медијског представљања Војске Србије током поплава 2014. године

Два испитаника нису имала одговор на ово питање, због тога што нису имали довољно увида у медијско покривање активности Војске.

Графикон 9 описује оцену испитаника по питању капацитета, функционалности, способности, материјално - техничке обезбеђености и стручности Управе за односе са јавношћу Министарства одбране. Као што се може уочити, испитаници су дали позитивну оцену наводећи да је тада све било на завидном нивоу. Сва техника је комплетно издржала и екстремне услове, јер киша је непрекидно падала, није било струје и могућности да се допуни опрема и батерије, али упркос свему све је функционисало у потпуности. Што се тиче стручности, Управу су чинили људи који су школовани у иностранству за кризну

комуникацију. Управа је тада пролазила тренинге, да би могла те тренинге да спроведе са официрима за односе са јавношћу. Управа је била задужена и за едукацију официра за односе са јавношћу који су били спуштени до нивоа бригаде.



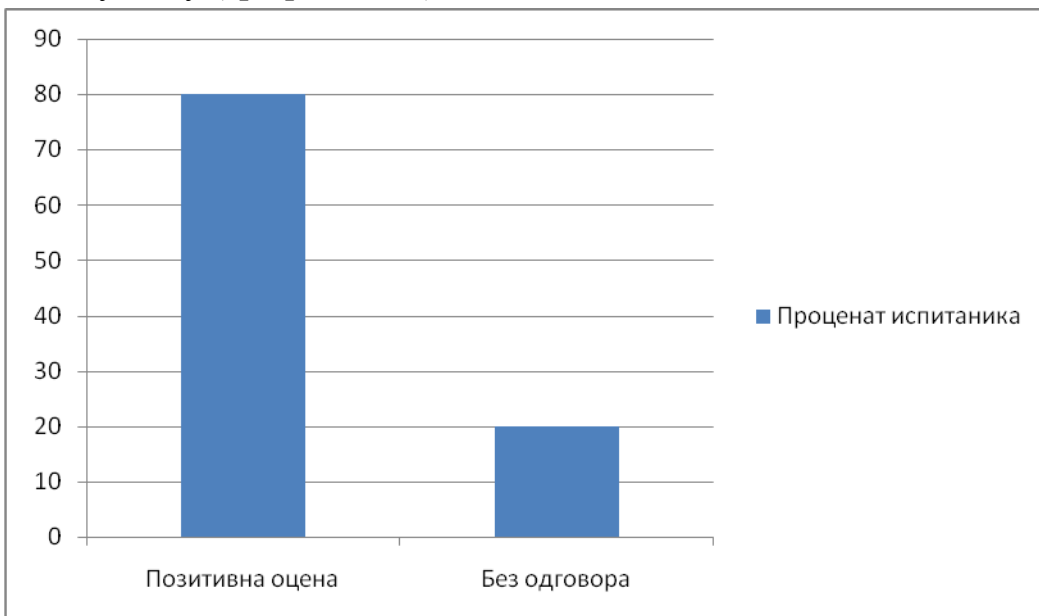
Графикон 9. Оцена испитаника по питању капацитета, функционалности, способности, материјално-техничке обезбеђености и стручности Управе за односе са јавношћу МО

Садашњи начелник Управе наводи да она тренутно поседује потребна материјална средства, посебно наглашава опремљеност дроновима, чине је спремни и обучени припадници који могу да одговоре на задатке у свим околностима, поседује организационе елементе и правила и прописе, организовано кризно комуницирање. Слаже се да никад није довољно савремених средстава за медијско праћење и да је нова опрема увек добродошла.

Један од испитаника који је на челу Управе за односе са јавношћу био почетком овог миленијума, наводи да се Управа за односе са јавношћу тада састојала од два одељења, одељења за информисање и одељења за аналитику. Оно што је лоше сада је та разводњена ситуација кад је реч о информисању, јер прва функција те Управе по речима испитаника мора да буде информисање, она се сада бави и питањима издаваштва и ТВ продукције, што сматра да није добра ствар. Међутим, оцењује Управу као најбоље тело у систему одбране што се тиче информисања и односа са медијима. Један од испитаника није имао одговор на

питање, пошто није имао увид у рад и структуру Управе.

Када је реч о оцени испитаника у вези сарадње Управе за односе са јавношћу са медијским кућама, за време поплава 2014. године оцењују је као изузетну (графикон 10).



Графикон 10. Оцена испитаника по питању сарадње Управе за односе са јавношћу са медијским кућама за време поплава 2014. године

Главни аргументи су:

- Сарадња је била јако добра захваљујући портпаролу и Медија центру. Само изградњом добрих односа и коректности могуће је остварити утицај на новинаре. Ретко када новинари нису коректни, најбитније је да се медији никада не лажу;
- Сарадња се гради, она је производ дугогодишњих заједничких активности. Она се не може градити само за време кризе. Ако је она добра и ако она функционише у нормалним условима, апсолутно је сигурно да ће она имати квалитет и у кризним околностима. Отежавајућа околност је то што медији у кризи притискају више, желе да све то буде брже, знатижељнији су, такмиче се ко ће пре да пусти сензационалистичку вест, јер број кликова опредељује огласни простор. Медији не бирају средства да дођу до још једног клика;
- Тада је било мање проблема у комуникацији, него у неким другим кризним ситуацијама, зато што је то била општа проблематика која је уједињавала целокупан народ;

- Управа за односе са јавношћу је давала изјаве 5 пута дневно, возили су медијске куће хеликоптером, то су биле углавном међународне медијске куће попут: *Al Jazeera*, *CNN*, *BBC*, *Russia Today*. Били су у могућности да извиде целу ситуацију, да направе снимке, изјаве.

Један од испитаника није дао одговор јер није имао преглед односа Управе са медијима током поплава. Оно са чим се слажу сва интервјуисана лица јесте да је организација била одлична, а и реализација, медијске куће биле су и више него задовољне. Поплаве су медијски биле изузетно покривене, чак и у светским медијима.

5. АНАЛИЗА ИНТЕРВЈУА

На основу горе наведених запажања испитаника, може се закључити да већина интервјуисаних лица позитивно оцењује неопходност ангажовања Војске Србије током и након поплава 2014. године; дефинисање улоге Војске Србије у нормативно – правним актима с аспекта помоћи цивилном становништву; медијско представљање Војске Србије током поплава 2014. године; капацитете, функционалности, способности, материјално - техничку обезбеђеност и стручност Управе за односе са јавношћу МО; сарадњу Управе за односе са јавношћу са медијским кућама за време поплава 2014. године.

Што се тиче питања утицаја медија на ангажовање Војске Србије, испитаници су се сложили да медији не могу да утичу на доношење стратешких одлука у Војсци Србије. Док, у знатној мери могу да утичу на свест јавности јер су они полуга власти и друштвених утицаја, као и да могу да оцењују ангажовање Војске. Такође, слажу се да је медијски приказ учешћа Војске у спровођењу треће мисије значајан, као и за остале учеснике одговора на насталу ванредну ситуацију. Војска има повољнију ситуацију у медијском наступу с обзиром да у Министарству одбране постоји посебна организациона јединица која се тиме бави.

С друге стране, један од испитаника наводи да се често из медија сазна да у неком делу Србије постоји одређени проблем, најчешће у виду проблема са водоснабдевањем, са достављањем хране, лекова. Управа за односе са јавношћу је увек имала слуха за таква извештавања и преко начелника Управе извештавала је менаџмент Министарства одбране који је касније преко Војске Србије често и ангажовао јединице. Медији су утицали да се добије прва информација о конкретном проблему, а касније

су увек, у 99% случајева позитивно извештавали о ангажовању Војске.

Слабости и пропусти који су уочени током кризног комуницирања били су следећи:

- Слабост није долазила из носиоца медијске делатности државних органа већ из медијских кућа које су кроз тражење великих наслова повремено шириле и нетачне податке;
- Војска се није медијски укључила од почетка, самим тим није могла да контролише информације;
- Слабости су биле у једном делу техничке подршке, јер у тим ситуацијама било би боље да је подршка од националне телевизије РТС била већа, Војска је превише трошила своје ресурсе;
- Повећан степен уплива политике. Увек је боље да се прича о људима из Војске, о људима који су на терену, који раде реалан посао, него о политичару који обилази јединице;
- Један од пропусти био је несналажање официра Војске Србије и недовољна припрема за ТВ гостовање са Мирославом Лазанским, који је оптужио Војску да нема више амфибија, да је Речна флотила пропала и апсолутно надјачао припадника Војске у том гостовању.

Сви испитаници сагласни су да је информисање и обавештавање јавности о ангажовању Војске Србије у поплавама 2014. године било непрекидно и објективно. Наводе да Управа за односе са јавношћу увек када обавештава јавност, води рачуна да информација буде тачна, истинита, потпуна, јер непотпуна информација може да изазове теже последице од лажне информације. Не сме се дозволити да грађани створе слику како се нешто крије у кризи, јер то аутоматски изазива страх и несигурност.

У погледу ширења дезинформација и гласина у поплавама 2014. године, испитаници наводе да их је било, али те гласине нису биле усмерене ка ангажовању МО и припадника ВС. Најчешће те гласине су се односиле на број погинулих, на то да плутају лешеви људи и животиња.

Испитаници наводе да уколико организација не пружи информацију прва, новинар ће је покупити на терену од неадекватних субјеката. Информација се мора пуштати благовремено у одређеним временским интервалима, који неће дозволити вакуум простор да новинар остане без информације и да потом пусти дезинформацију. С тим у вези битно је брзо и ефикасно организовати Прес центар и конференцију за штампу.

Најбоље превентивно средство за појаву гласина је истина. Најважније је проверити информације, акценат мора бити на детаљима, јер у супротном долази до губљења кредибилитета који је грађен годинама. У свакој кризи има оних којима је циљ да профитирају, да закаче део позорности јавности. Како један од испитаника наводи Управа за односе са јавношћу као и увек у таквим ситуацијама даје све расположиве податке, баш да би на правовремен, ефикасан, истинит начин, чак и проактивно у тим ситуацијама обавештавала јавност и на тај начин смањила могућност гласина и ширења неистине.

5.1. Препоруке за боље функционисање медијског праћења Војске Србије

Сва интервјуисана лица сложна су у закључку да Управа за односе са јавношћу обавља одличан посао, да је јавно мњење кроз различите видове информисано, али наравно, постоји места за напредак, стога предлози за боље функционисање медијског праћења Војске Србије су следећи:

- Одвојити личну информативну делатност од делатности Управе. Спречити коришћење гласила Министарства одбране за објављивање политичких информација;
- Приметно је деградирање односа Војске са медијима, с тим у вези повећати доступност за медије, одговарати на поруке, сва питања, чак и ако нема адекватног одговора у том тренутку, не игнорисати их, новинари имају разумевања, поштују интегритет, али се мора комуницирати са њима;
- На годишњим прославама позивати све новинаре, чак и оне са којима комуникација није на завидном нивоу, градити и јачати односе са медијима, јер у кризи су сви једнаки;
- Повећати број официра за односе са јавношћу, упућивати их на усавршавања у иностранство, повећати њихов број јавних наступа у медијима.
- Основати крвно тело на нивоу државе које би било изнад свих министарстава и задужено за комуникацију. Тако би представници свих министарстава која су укључена у спречавање ширења ванредних околности, елементарних непогода, кризне ситуације на једном месту добијали информације. То би обезбедило једну потпуну конзистентну комуникацију, брзу и објективну и потпуну. Овакав тренд је

заступљен у свету, где чим се деси криза то тело се активира и функционише до завршетка кризе. Такође, један од задатака једног оваквог органа био би и препрема комуникатора да дају изјаву, то би побољшало комуникацију на државном нивоу;

- Основати Прес центар Управе за односе са јавношћу који би био мобилан. Прес центар би био увек спреман, са могућношћу успостављања и у пољским условима, садржао би неопходна средства за израду видео материјала, обраду фотографија, мобилан интернет и који би своју сврсисходност оправдао највише у кризним и ванредним ситуацијама;
- Редовно ажурирати и дорађивати стратегије и упутства која предвиђају могуће кризне ситуације, кључне поруке у одређеним околностима, дефинишу састав кризног тима и људи који би били задужени за комуникацију у кризним условима;
- Побољшати и зановити опрему и приручна средства која поседује Управа за односе са јавношћу;
- Наставити са тендецијом раста присуства на друштвеним мрежама, с обзиром да су најзаступљенији вид комуницирања у данашњем времену.

Метода експертског интервјуа значајно је допринела у изради и комплетирању овог рада. Одрађени су интервјуи са лицима која су била на терену, директно одговорна за односе са јавношћу током поплава 2014. године. Овим је омогућено да компетентни саговорници пренесу своја искуства која се разликују од сазнања, добијених анализом постојеће литературе и садржаја. Такође, разговори са интервјуисаним лицима допринели су прецизирању и бољем разумевању функционисања и организовања Управе за односе са јавношћу Министарства одбране и Војске Србије.

Потребно је, као и у сваком интервјуу, узети у обзир доследност испитаника да говоре без устезања о својим запажањима. Испитаници одлучују у којој мери ће одговарати отворено, с тим у вези, не мора да значи да ће њихове тврдње и веровања да прикажу објективну и целовиту слику проблема истраживања.

6. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Функција Војске Србије у механизму одговора на кризну ситуацију, од великог је значаја. Пре свега због њене организованости, увежбаности и опремљености у стању је да сваки задатак изврши ефикасно, тачно и темељно, и на тај начин директно утиче да се последице елементарних непогода сведу на минимум. Такође, у складу са нормативно - правним актима, којим су дефинисане мисије Војске Србије, где поред одбране земље и учешћа у изградњи мира у региону и свету, Војска Србије је у склопу треће мисије у обавези да учествује у помоћи и подршци цивилним структурама у спасавању људских живота и материјалних добара. Оно што издваја Војску од осталих структура јесте добро организовани командни ланац, који се посебно истиче у кризним ситуацијама, где је временски притисак огroman.

Стварање позитивне слике код јавности о Војсци Србије, чине је друштвено признатом. Интересовање јавности за активности Војске увек је постојало. Стога, непрекидно унапређивање односа са јавношћу мора бити приоритет. Односи са јавношћу представљају један од кључних фактора за ефикасан одговор Министарства одбране и Војске Србије на све захтеве који се пред њих постављају (Стошић, 2016).

Односи са медијима представљају скуп активности у оквиру односа са јавношћу, којима се плански, организовано и континуирано успостављају и одржавају узајамно корисни односи између организације и представника различитих медија, ради јачања међусобног поверења (Базић, 2015).

У данашњем времену, времену дигитализације, веома је важно напоменути да медији имају велики утицај на свест и обликовање мишљења јавности, нарочито у кризним ситуацијама. Следствено томе, медији и Војска морају да сарађују. Медији су ти који врше пренос информација и обавештавање јавности. У кризним ситуацијама не сме бити баријера и сарадња са медијима треба да се темељи на разумевању, отворености, професионалности, а све у циљу што бржег отклањања последица криза (Баровић, 2017).

Успешна кризна комуникација у склопу војног система директно утиче на јавност, тако што смањује ниво кризе у друштву, ствара поверење становништва и учвршћује имиџ војске као друштвено одговорне институције (Ђурић Атанасиевски & Каровић, 2011)

Циљ овог истраживања био је разумевање и вредновање улоге медија,

ефекта медија на спровођење треће мисије Војске Србије, с посебним освртом на поплаве у Обреновцу 2014. године. Поред тога, циљ је био приказ и анализа медијског праћења, обавештавања јавности о ангажовању ВС и МО током и након поплава 2014. године, као и приказ слике која је формирана у очима јавности.

Прва хипотеза која се тиче неопходности ангажовања Војске Србије у току ванредне ситуације у потпуности је потврђена истраживањем. Наиме, испитаници су сложни да се Војска као субјект који кроз трећу мисију учествује у заштити и спасавању, сматра једним од значајних актера у одговору на ванредне ситуације. Она је та која својим обученим људством, капацитетима и једностарешинством у великој мери подржава остале снаге безбедности у отклањању последица катастрофа.

Друга хипотеза да ефикасан начин руковођења односима с јавношћу битно утиче на медијски публицитет у току ванредне ситуације у потпуности је потврђена истраживањем. Најбољи пример јесте оснивање Прес центра Управе за односе са јавношћу у Обреновцу, где је било омогућено непрекидно извештавање јавности, сарадња са домаћим и страним медијским кућама, прикупљање и обрада информација на једном месту, самим тим и управљање односима са јавношћу.

Трећа хипотеза да кризно комуницирање у Војсци Србије захтева ефикаснији систем размене информација делимично је потврђена истраживањем. Наиме, кризно комуницирање у току поплава било је на високом нивоу, али испитаници су сложни у томе да је то могуће подићи на знатно виши ниво. Стога је један од главних предлога формирање државног тела задуженог искључиво за комуницирање у кризи. Овакав државни орган чинили би представници свих министарстава укључених у спречавање последица криза и тиме би се директно комуникација подигла на највиши степен.

Када је реч о медијском представљању и обавештавању јавности о ангажовању припадника МО и ВС током и након поплава 2014. године општа порука у медијима била је да је Војска најорганизованији део друштва и да је једина била способна да реши проблеме у Обреновцу након поплава. Оцена медија је да је Војска у знатној мери помогла и да би, без њеног деловања ситуација била ризичнија.

Из свега наведеног, закључује се да су медији значајни за спровођење треће мисије Војске Србије, да утичу на јачање кризне комуникације, подизање угледа Војске, а у неким ситуацијама и на ангажовање њених припадника.

7. ЛИТЕРАТУРА

- Ball, L. C., & Febbraro, A. R. (2013). *Civil-Military Relationships in Canada: NGOs, the Media, and Local Publics*. Toronto: Defence R&D Canada. Преузето 03. августа 2022. ca: https://publications.gc.ca/site/archivee-archived.html?url=https://publications.gc.ca/collections/collection_2016/rddc-drhc/D68-4-014-2013-2-eng.pdf
- Bashynska, I., Alhammadi, T., & Alnuaimi, H. (2020). Risk management in emergency situations. *Economics, Finances, Law*, 7-9. Преузето 27. јула 2022. ca: https://www.researchgate.net/publication/340947388_Risk_management_in_emergency_situations
- Blek, S. (1997). *Odnosi s javnošću*. Beograd: Clio.
- Boin, A., Hart, P., Štern, E., & Sandelijus, B. (2010). *Politika upravljanja krizama*. Beograd: Fakultet bezbednosti.
- Bulajić, M. (2010). Krizno komuniciranje. *Medix*, 87-88. Преузето 29. јула 2022. ca: <https://www.medix.hr/krizno-komuniciranje>
- Chiang, P. K., Willems, P., & Berlamont, J. (2010). A conceptual river model to support real-time flood control. *River Flow*, 1407-1414. Преузето 03. августа 2022. ca: https://www.researchgate.net/publication/263445195_A_Conceptual_River_Model_to_Support_Real-Time_Flood_Control_Demer_River_Belgium
- Cvetković, V. (2014). Zaštita kritične infrastrukture od posledica prirodnih katastrofa. *Sedma međunarodna znanstveno-stručna konferencija „Dani kriznog upravljanja*, (pp. 1281-1295). Zagreb. Преузето 03. августа 2022. ca: https://www.researchgate.net/publication/279994902_Zastita_kriticne_infrastrukture_od_posledica_prirodnih_katastrofa_Protection_of_critical_infrastructure_from_natural_disasters
- Čerepinko, D. (2011). *Komunikologija: Kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa*. Varaždin: Veleučilište u Varaždinu. Преузето 07. августа 2022. ca: https://www.researchgate.net/publication/334807480_KOMUNIKOLOGIJA_KRATKI_PREGLED_NAJVAZNIIH_TEORIJA_POJMOVA_I_PRINCIPA
- Grigorov, G. (2017). Emergence and development of civil-military cooperation. *International Conference KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATION* (pp. 119-123). Sibiu: "Nicolae Balcescu" Land Forces Academy. Преузето 04. августа 2022. ca: <https://sciendo.com/article/10.1515/kbo-2017-0018>
- Milivojević, J., Aleksić, A., & Stojanović, S. (2013). Globalne katastrofe i potencijal novog života ljudi. *Festival kvaliteta 2013*, (pp. 419-426). Kragujevac. Преузето 03. августа 2022. ca: <http://www.cqm.rs/2012/cd1/pdf/7/04.pdf>
- Mlađan, D., & Cvetković, V. (2013). Classification of emergency situations. *International Scientific Conference "Archibald Reiss Days"* (pp. 275-291). Belgrade: Academy of

- Criminalistic and Police Studies. Преузето 03. августа 2022. са: <https://vladimircvetkovic.upravljanje-rizicima.edu.rs/wp-content/uploads/2021/05/Classificationofemergencysituations.pdf>
- Pelling, M., & Uitto, J. I. (2001). Small island developing states: natural disaster vulnerability and global change. *Environmental Hazards* , 49-62. Преузето 11. августа 2022. са: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1464286701000183>
- Plenković, M. (2015). Krizno komuniciranje. *Media, culture and public relations* , 113-118. Преузето 11. августа 2022. са: <https://hrcak.srce.hr/file/219371>
- Reg, D. (1996). *Odnosi s medijima*. Beograd: Clio.
- Tomić, Z., & Jugo, D. (2021). *Temelji međuljudske komunikacije*. Mostar, Zagreb: Pressum, Synopsis, Edward Bernays UC. Преузето 13. августа 2022. са: https://www.researchgate.net/publication/354527450_Zoran_Tomic_Damir_Jugo_TEMELJI_MEDULJUDSKE_KOMUNIKACIJE_2021
- Wahle, T., & Beatty, G. (2000). *Emergency Management Guide for Business & Industry*., Washington D.C., USA: Federal Emergency Management Agency. Преузето 02. августа 2022. са: <https://www.ojp.gov/ncjrs/virtual-library/abstracts/emergency-management-guide-business-and-industry>
- Аврамовић, Д., & Млађан, Д. (2014). Ванредно стање и ванредна ситуација – компаративни терминологијски и садржински аспекти. *Теме*, 767-781. Преузето 03. августа 2022. са: <http://teme2.junis.ni.ac.rs/public/journals/1/previousissues/teme2-2014/teme%202-2014-17.pdf>
- Базић, А. (2015). Утицај масовних медија на имиџ организације. *Годишњак Факултета за културу и медије: комуникације, медији, култура* , 355-370. Преузето 30. јула 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1821-0171/2015/1821-01711507355B.pdf>
- Бајрами, Ш., Каровић, С., & Радић, Г. (2016). Употреба Речне флотиле у пружању помоћи цивилним властима у случају великих поплава. *Војно дело* 68(7) , 245-268. Преузето 01. августа 2022. са: http://www.vojnodelo.mod.gov.rs/pdf_clanci/vojnodelo387/vd-387-2016-68-7-17-Bajrami.pdf
- Баровић, В. (2017). Медији и савремена улога војске у управљању и санирању кризних ситуација. *Војно дело* 69(2), 250-262. Преузето 01. августа 2022. са: http://www.vojnodelo.mod.gov.rs/pdf_clanci/vojnodelo390/vd-390-2017-69-2-17-Barovic.pdf
- Бошковић, П. (2007). Стратегија односа са јавношћу система одбране. *Војно дело* 59(4), 93-107. Преузето 11. августа 2022. са: http://www.vojnodelo.mod.gov.rs/pdf_clanci/vojnodelo346/vd-346-2007-59-4-7-Boskovic.pdf
- Гавриловић, Љ. (1981). *Поплаве у Србији у XX веку – узроци и последице*. Београд: Посебна издања српског географског. Преузето 25. јула 2022. са:

http://www.meteorologos.rs/wp-content/uploads/2017/04/POPLAVE-U-SR-SRBIJI-U-XX-VEKU_Ljiljana-Gavrilovic.pdf

- Гаћиновић, Р. (2014). Друштвена улоге војске у изградњи безбедности државе. *Војно дело* 66(2), 129-144. Преузето 11. августа 2022. са: http://www.vojnodeo.mod.gov.rs/pdf_clanci/vojnodelo372/vd-372-2014-66-2-09-Gacinovic.pdf
- Гроздановић, Д., & Стојиљковић, И. (2013). *Методe проценe ризика*. Ниш: Факултет заштите на раду. Преузето 05. августа 2022. са: https://www.znrfak.ni.ac.rs/SERBIAN/009-NAUKA/IZDAVASTVO-UDZB ENICI/Evica%20Stojiljkovic/Sadrzaj_Metode%20procene%20rizika.pdf
- Добријевић, Г. (2021). *Пословно комуницирање и преговарање*. Београд: Универзитет Сингидунум. Преузето 10. августа 2022. са: <https://singipedia.singidunum.ac.rs/preuzmi/40759-poslovno-komuniciranje-i-pregovaranje/4546>
- Докукин, П., & Харченко, С. (2021). О терминологических основах теории чрезвычайных ситуаций. *Экология и промышленность России*, 60-65. Преузето 11. августа 2022. са: <https://www.ecology-kalvis.ru/jour/article/view/1866>
- Ђорђевић, Д., & Каровић, С. (2017). Механизми превенције за успешно функционисање система одбране у ванредним ситуацијама. *Војно дело* 69(2), 219-249. Преузето 02. августа 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0042-8426/2017/0042-84261702219D.pdf>
- Ђорђевић, М. (2017). Поплаве у Србији. *Војно дело* 69(5), 152-159. Преузето 02. августа 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0042-8426/2017/0042-84261705152D.pdf>
- Ђукић, С. (2017). Кризни менаџмент и ванредна ситуација. *Војно дело* 69(2), 333-355. Преузето 03. августа 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0042-8426/2017/0042-84261702333D.pdf>
- Ђурић Атанасијевски, К., & Каровић, С. (2011). Кризно комуницирање у војноорганизационим системима. *Војно дело* 63(3), 284-313. Преузето 02. августа 2022. са: http://www.vojnodeo.mod.gov.rs/pdf_clanci/vojnodelo361/vd-361-2011-63-3-17-Djuric-Karovic.pdf
- Ђурић, С. (2013). *Истраживање безбедности - квалитативни приступ*. Београд: Факултет безбедности.
- Јефтић, З. (2009). Цивилно-војна сарадња-нова функција војске. *Војно дело* 61(2), 105-125. Преузето 02. августа 2022. са: http://www.vojnodeo.mod.gov.rs/pdf_clanci/vojnodelo352/vd-352-2009-61-2-8-Jeftic.pdf
- Јефтић, З., & Лаловић, М. (2011). *Цивилно војна сарадња стварност и потреба*. Београд: Медија центар "Одбрана".
- Јефтић, З., Младеновић, М., & Роквић, В. (2014). *Основе - цивилно војних односа*.

Београд: Универзитет у Београду Факултет безбедности

- Кековић, З., Комазец, Н., & Милиновић, М. (2011). Улога Војске Србије у одговору на невојне претње. *Војно дело* 63(4), 228-250. Преузето 06. августа 2022. са: http://www.vojnodelo.mod.gov.rs/pdf_clanci/vojnodelo362/vd-362-2011-63-4-17-Kekovic-Komazec-Milinovic.pdf
- Кешетовић, Ж., & Милашиновић, С. (2008). Кризни менаџмент и слични концепти-покушај разграничења. *Безбедност*, 37-58. Преузето 11. августа 2022. са: <https://jakov.kpu.edu.rs/bitstream/id/2353/200.pdf>
- Ковачевић, Н. (2020). *Модел процене ризика употребе понторних јединица у ванредним ситуацијама*. Докторски рад. Београд: Универзитет одбране. Преузето 05. августа 2022. са: <https://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/id/71394/Doktorska>
- Ковачевић, Н., Бабић, Б., & Ковач, М. (2018). Појмовно одређење ванредних ситуација. 15. Међународна конференција „Ризик и безбедносни инжењеринг“ (pp. 296-302). Копаоник: Висока техничка школа у Новом Саду. Преузето 28. јула 2022. са: http://www.rizik.vtsns.edu.rs/RSE_2020/radovi/06/RIZIK_06_4.pdf
- Милојковић, Б., & Млађан, Д. (2010). Адаптивно управљање заштитом и спасавањем од поплава и бујица – прилагођавање поплавном ризику. *Безбедност*, 172-237. Преузето 11. августа 2022. са: <https://jakov.kpu.edu.rs/bitstream/id/2472/332.pdf>
- Милосављевић, Б. (2015). Међународна сарадња у области смањења ризика од катастрофа. *Правни записи*, 52-84. Преузето 11. августа 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2217-2815/2015/2217-28151501052M.pdf>
- Милошевић, А. (2020). *Кризно комуницирање Војске Србије у ванредним ситуацијама*. Мастер рад. Београд: Факултет безбедности. Преузето 08. августа 2022. са: <https://phaidrabg.bg.ac.rs/open/o:25200>
- Митровић, М., & Милутиновић, М. С. (2011). *Информатор о систему одбране Републике Србије*. Београд: Министарство одбране Републике Србије. Преузето 20. августа 2022. са: http://www.isi.mod.gov.rs/multimedia/dodaci/informator_o_sistemu_odbrane_republike_srbije_1491488547.pdf
- Перић, Н. (2008). Медијска политика, информисање јавности, масовно комуницирање и пропаганда као средства међународне политике и идеологије. *Национални интерес*, 169-182. Преузето 21. августа 2022. са: <https://ips.ac.rs/publications/medijska-politika-informisanje-javnosti-masovno-komuniciranje-i-propaganda-ka-sredstva-medjunarodne-politike-i-ideologije/>
- Перић, Н. (2010). Односи с јавношћу, комуникација у кризним ситуацијама и војска Србије. *Војно дело* 62(2), 317-330. Преузето 01. августа 2022. са:

- Перић, Н., & Митровић, М. (2021). Нова медијска стратегија Војске Србије као инструмент меке моћи. *Војно дело* 73(3), 60-72. Преузето 17. августа 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0042-8426/2021/0042-84262103060P.pdf>
- Прњат, Д. (2013). Односи с јавношћу, медији и убеђивање. *Култура* , 108-116. Преузето 12. августа 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0023-5164/2013/0023-51641339108P.pdf>
- Радовановић, М. (2018). Принципи медијског утицаја. *Култура* , 39-57. Преузето 11. августа 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0023-5164/2018/0023-51641858039R.pdf>
- Речник српскога језика*. (2011). Нови Сад: Матица Српска.
- Сенић, В., & Сенић, Р. (2015). Маркетинг. *Комуникација у условима кризе* , 155-165. Преузето 14. августа 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354-3471/2015/0354-34711503155S.pdf>
- Симовић, М. (2016). Искуства Војске Србије у ванредним ситуацијама 2014. године. *Војно дело* 68(6), 100-122. Преузето 01. августа 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0042-8426/2016/0042-84261606100S.pdf>
- Стевановић, С. (2015). Значај управљања комуницирањем у односима са медијима за креирање пословног имиџа јавних комуналних предузећа. *Годишњак Факултета за културу и медије: комуникације, медији, култура* , 189-212. Преузето 11. августа 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1821-0171/2015/1821-01711507189S.pdf>
- Стошић, М. (2016). Процес односа са јавношћу у систему одбране. *Војно дело* 68(2), 179-187. Преузето 11. августа 2022. са: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0042-8426/2016/0042-84261602179S.pdf>
- Управа за односе са јавношћу, (2014). *Анализа праћења публицитета и информисања јавности о ангажовању Војске Србије током поплава 2014. године*. Београд: Министарство одбране.
- Цветковић, В. (2020). *Управљање ризицима у ванредним ситуацијама*. Београд: Научно - стручно друштво за управљање ризицима у ванредним ситуацијама.
- Цветковић, В. (2015). Феноменологија природних катастрофа - теоријско одређење и класификација природних катастрофа. *Безбедност-Полиција-Грађани* , 311-333. Преузето 02. августа 2022. са: <https://doisrpska.nub.rs/index.php/BPG/article/download/4271/4094>

Веб странице

Cambridge Dictionary, приступљено 07. августа 2022. са:
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/emergency>

Министарство одбране Републике Србије, Управа за односе са јавношћу,
приступљено 09. септембра 2022. са: <https://www.mod.gov.rs/cir/4341/uprava-za-odnose-sa-javnoscu-4341>

Нормативно – правни акти

Доктрина Војске Србије, Медија центар „Одбрана“, Београд, 2010

Закон о Војсци Србије, Службени гласник РС број 94/2019

Закон о критичној инфраструктури, Службени гласник РС број 36/2018

Закон о одбрани, Службени гласник РС број 87/2018

Закон о смањењу ризика од катастрофа и управљању ванредним ситуацијама,
Службени гласник РС број 87/2018

Стратегија националне безбедности Републике Србије, Службени гласник РС, број
94/2019-13

Стратегија одбране Републике Србије, Службени војни лист, број 2/2020

Устав Републике Србије, Службени гласник РС, број 115/2021

8. ПРИЛОЗИ

Прилог 1: Упитник за експертски интервју

Упитник за експертски интервју

Истраживање за потребе мастер рада на тему „Улога медија у трећој мисији Војске Србије: студија случаја Обреновац – поплаве 2014. године ”

Факултет безбедности, Универзитет у Београду

Смер: Студије управљања ризиком од елементарних и других непогода

Кандидат: Никола Славковић, М6/21

Ментор: Проф. др Зоран Јефтић

1. Да ли сматрате да је ангажовање Војске било неопходно током и након поплава 2014. године?
2. Какво је Ваше генерално мишљење о утицају медија на ангажовање Војске Србије, а нарочито на реализацију 3. мисије?
3. Да ли сматрате да су надлежности Војске Србије у помоћи цивилном становништву у доброј мери дефинисане нормативно-правним актима, да ли мислите да је потребно укључити и стручњаке из Војске Србије приликом израде оваквих докумената?
4. Како бисте оценили медијско представљање Војске Србије током поплава 2014. године?
5. Које слабости и пропусте сте уочили током кризног комуницирања?

6. Да ли сматрате је информисање и обавештавање јавности о ангажовању Војске Србије у поплавама 2014. године било непрекидно и објективно?
7. Како бисте оценили капацитете, функционалност, способности, материјално-техничку обезбеђеност и стручност Управе за односе са јавношћу Министарства одбране?
8. Да ли је дошло до ширења дезинформација и гласина у поплавама 2014. године, на који начин Управа за односе са јавношћу спречава исте и суочава се са истим?
9. Како бисте оценили сарадњу Управе за односе са јавношћу са медијским кућама, за време поплава 2014. године?
10. Који би били следећи кораци ка развоју и напретку односа с медијима? Да ли имате неке предлоге и препоруке?

9. БИОГРАФИЈА АУТОРА

Никола Славковић, рођен је 28. марта 1997. године у Подгорици, Република Црна Гора. Основну школу „Зага Маливук“ у Београду завршио је 2012. године као носилац дипломе „Вук Караџић“. Војну гимназију у Београду завршио је 2016. године са одличним успехом, након чега наставља школовање на Војној академији. Војну академију, смер Менаџмент у одбрани, модул Речне јединице, завршио је 2020. године са просечном оценом 8,72. Мастер академске студије, смер Управљање ризицима од елементарних и других непогода уписује 2021. године. Испите предвиђене наставним планом и програмом мастер академских студија положио је у мају 2022. године, са просечном оценом 9,63.

Говори течно енглески језик, служи се француским језиком. Запослен је у Војсци Србије од 2020. године.