

## Политики на реформи: стекнување на поддршка и подобрување на имплементацијата преку успешни односи со јавноста

пишува: **Sylvia Beamish**

Крединитетот е најважно нешто за секоја власт. Особено за влада која спроведува суштински и болни реформи.

Крединитетот тешко се стекнува а лесно се губи. Тој не се стекнува со претерана посветеност на нешто, со претерно нагласување дека се прават извонредни напори по некое прашање, или со настојување да се добие поголемо разбирање за напорите кои се преземаат. Со други зборови, се работи за односите со јавноста кои, според Институтот за односи со јавност на Обединетото кралство, се дефинираат како:

*дисциплина која води сметка за репутацијата - со цел стекнување поддршка и разбирање, и со цел да се влијае врз општото мислење во јавноста*

Постојано имајќи ја во предвид, како најважна, поддршката од јавноста, владите во западните земји посветуваат големо внимание на односите со јавноста. Во источна Европа, пак, недоволната традиција и ресурси по ова прашање, придонесоа на односите со јавноста да им се дава релативно скромна улога. Уште една причина за ова занемарување на односите со јавноста можеби е потфрлањето да се сфати потенцијалната улога на односите со јавноста кај модерните власти.

### **Како експертот за односи со јавноста може да придонесе кон работата на оние кои ја креираат политиката?**

*Јасноста на политичките...*

Јавната политика е поле во кое делуваат специјализирани експерти како што се економисти и правници. Политиките претставуваат збиен резултат од прикрен и сложен баланс на интереси на многу чинители и фактори, земајќи ги истовремено во предвид економските и пазарните пречки и ограничувачки фактори и, се разбира, потребата за усогласување со меѓународните регулативи, во насока на интегрирање на Македонија во ЕУ и во Светската трговската организација.

Се поставува прашањето - која е улогата на луѓето (експертите) за односи со јавност?

Често се случува на експертите за политика да им биде "шубе" да ги "пуштат" службениците за односи со јавност да говорат за "нивните" (на експертите) политики, плашејќи се дека тие во целост не ги разбираат овие политики и дека поради тоа јавноста ќе биде доведена во заблуда.

Но, ова не е точно. Доколку експертот не успеал на службеникот за односи со јавност да му ја објасни суштината на тој проблем т.е. прашање, како тогаш истото ќе им го објасни на новинарите или на јавноста?

Колку и да се сложени политиките, тие мора да бидат сфатени од јавноста доколку се сака да бидат прифатени и имплементирани. Повторно и повторно, се покажа дека имплементацијата на реформите далеку заостанува зад законодавството.

Едуцирањето на јавноста е итна задача. Фокус групите кои се одржаа во рамките на Проектот покажаа дека во многу случаи потрошувачите и претприемачите не ги знаат своите права и обврски.

Од јавноста не може да се очекува да применува политики за кои знае многу малку, или воопшто не знае ништо.

Токму тука експертот за односи со јавност може да помогне. Не секогаш експертите за политика се и експерти за комуникација, обучени да објаснат сложени прашања на разбирлив јазик и начин, и на начин кој ќе може да се запамти. Службениците за односи со јавноста имаат задача да развијат и имплементираат стратегии за комуникација кои ќе донесат јасни пораки преку кои ќе биде објаснета било која политика, и исто така ѝ помага на владата стратешки да комуницира со еден глас кај сите нејзини одделенија, сектори и тела.

### *Поголемо разбирање на различниите гледанија....*

Голема важност исто така има и консултирањето на владата со своите граѓани. Од консултациите владата има голема корист. Со тоа владата стекнува увид во оние прашања кои се најважни и најрелевантни за главните чинители и фактори; помага да се идентификуваат прифатливите решенија; предупредува за идните случувања и можни потешкотии.

Во фокус групите, кои разгледаа повеќе закони во рамките на овој Проект, главните чинители често искажуваа многу важни согледувања и решенија, кои беа корисни за креаторите на политиката, и истите беа вклопени во завршните верзии на законите.

Консултацијата исто така е корисен начин за едуцирање на главните фактори и чинители за сите прашања кои се од важност за политиките, и за предвидување на нивниот одговор и реакција, истовремено стекнувајќи нивна наклоност со тоа што на овој начин им се овозможува да влијаат врз политиките. Конкретен пример за ова - Стпанската комора ќе биде многу порасположена да излезе со нов закон кај своите членови, ако претходно ѝ била дадена можност да вметне повеќе измени за кои е свесна дека ќе бидат од корист за фирмите и претпријатијата.

Исто така, главните чинители и фактори се склони кон неприфаќање на политики кои се изготвени без нивна консултација.

Фокус групите од Проектот исто така дојдоа до заклучок дека главните чинители и фактори секогаш се расположени да бидат консултирани преку средби, состаноци и истражувања, особено кога се работи за политики кои директно ги засегаат.

Консултациите се исто така задача на односите со јавноста, исто како и објаснувањето.

### **Кои се задачите на односите со јавноста во една влада?**

#### *Во развојот на полицијата*

Одделот за односи со јавноста мора да работи заедно со експертите за политика уште во почетната фаза на развој на таа политика. Вообичаените задачи на службеникот за односи со јавноста во овој смисол се:

**Истражување:** Задача на експертот за односи со јавност е да доаѓа до сите релевантни информации кои ќе му помогнат подобро да разбере како различните сегменти од јавноста би реагирале на новата политика. Притоа, тој може да користи примарни методи на истражување (испитувања, фокус групи, состаноци) и/ли секундарни методи на истражувања (извештаи, извештаи од медиуми и сл.)

**Да ги советува креаторите на политиката:** Врз основа на ова истражување, службеникот за односи со јавност може мошне корисно да ги насочи креаторите на политиката во смисол на презентирањето или доусовршување на нејзината содржина.

**Да произлезе со стратегија и соодветни пораки:** Задолжителното истражување му овозможува на службеникот за односи со јавност, во соработка со колегите, да изготви еден целосен и сеопфатен пристап, и да ги дефинира пораките т.е. пристапот преку кој пораката ќе биде проследена до пошироката јавност и до сите нејзини делови. Пораката претходно треба да се испроба и тестира, за да се види дали е разбирлива и прифатлива за главните чинители и фактори.

**Да изготви брифинг документ:** Брифинг документот претставува збир или резиме на позадината, целите и предностите на реформите, земајќи ги притоа во предвид главните чинители и фактори и колку и како тие се засегнати со тие реформи. Тој исто така ги потенцира и потенцијалните слабости, од гледна точка на чинителите, и дава предлози како истите да се сведат на минимум. Брифинг документот треба да се достави и до сите поважни службеници внатре, и е важно средства со кои се обезбедува координирана стратегија на комуницирање.

**Да развива план на кампањата за односи со јавност.** Откако стратегијата и пораките ќе бидат договорени и усогласени, службеникот за односи со јавност изготвува подетален документ кој нагласува кои факти и пораки треба да се користат во насока на поддршка на стратегијата, до кои целни групи треба да се допре и како да се стори тоа.

**Да изготви план за медиумите.** Тука се мисли на дефинирање на идеи за тоа кои теми ќе се доставуваат до медиумите, во текот на одреден временски период, за да јавноста постојано да биде информирана по некое прашање. Поконкретно, планот за медиуми потенцира кој ќе ја презентира политиката, каде и како ќе го стори тоа, понатаму за кои медиуми ќе се даваат интервјуа, одобрувања итн.

### ***Во имплементацијата на иницијативата***

Откако политиката е изготвена и стратегијата за комуницирање е одобрена, службеникот за односи со јавност треба да го спроведува следното:

**Се грижи за односите со медиумите.** Службеникот за односи со јавност мора да дефинира кои начини и мерки се најсоодветни за презентирање на реформите до целните групи и јавноста. До извесен степен ова е двонасочен процес: службеникот за односи со јавност мора редовно да ги следи медиумите за да види дали е потребно да се реагира во врска со нешто и, ако е потребно, да ја договори и усогласи реакцијата со колегите. Ако експертите за политика директно комуницираат со медиумите, службеникот за односи со јавност може да помогне и да ги договори местото, времето, темите на средбите, како и да ги согледа сите тешки и незгодни прашања кои може да им бидат поставени на експертите, и соодветно да ги подготви за тоа.

**Да врши надзор околу имплементирањето на кампањата.** Оваа улога значи координација на изготвувањето на материјалите, организирање на настани како и тековна координација на сите пораки.

**Мониторинг на успехот од кампањата.** Не секогаш, но ќе има моменти кога кампањата се соочува со непредвидени потешкотии. Службеникот за односи со јавност мора постојано да спроведува мониторинг на имплементацијата и да ги проценува потребите за измена во начинот на делување.

**Евалуација на резултатите од кампањата.** Преку евалуација, владата учи од она што било направено и од грешките. Многу важно за овој процес е спроведување на евалуацијата. Таа мора да биде објективна, а сето тоа е во интерес на владата.

Секако дека соодветна имплементација на сите овие нешта ќе бара значителни ресурси, што во моментот јавната администрација во Македонија ги има недоволно. Во интерес на поширокото запознавање, прифаќање и имплементирање на реформите, сепак, се препорачува посветување внимание на овие прашања и инвестирање во нив веднаш штом тоа ќе биде можно.