



### PREDGOVOR DESET LET POZNEJE

Deset let mineva, odkar je dolgoletni glavni urednik pričujoče revije, dr. Igor Lukšič, članom Slovenskega društva za odnose z javnostmi ponudil priložnost pripraviti prvo zaokroženo tematsko številko besedil s področja, ki smo ga v vseh teh letih, velikokrat tudi brez kritične distance, različno imenovali: odnosi z javnostmi, poslovno/ organizacijsko/ korporativno komuniciranje, komunikacijski menedžment. Takratna priložnost je prišla v času številnih mednarodnih priznanj praksi slovenskih odnosov z javnostmi; v času, ko so – čeprav maloštevilni, pa vendar – slovenski praktiki odnosov z javnostmi iz leta v leto vse večkrat predavali na mednarodnih strokovnih konferencah, vključevali slovensko prakso odnosov z javnostmi v mednarodne raziskovalne projekte, objavljali zahtevna strokovna in tudi znanstvena besedila v tuji periodiki in navsezadnje tudi nastopali kot gostujoči predavatelji na tujih univerzah; v času iskanja formalne potrditve obstoja poklica svetovalca za odnose z javnostmi in lastne strokovne identitete ter povezave »med univerzo, teorijo in praktičnim izvajanjem stroke o odnosih z javnostmi pri ustvarjanju lastne zakladnice znanja«.

Deset let pozneje je nastala ta, že peta, tematska zbirka znanstvenih in strokovnih besedil s področja uporabnega komuniciranja in upravljanja organizacijskih odnosov. Deset let kasneje se zdi, da ni več potrebe po iskanju formalne potrditve obstoja poklica poslovnega komunikatorja in njegove umestitve v vrhnji menedžment organizacij; v tem desetletju uveden dodiplomski in podiplomski študij odnosov z javnostmi na univerzi se je v teh letih dodobra uveljavil; vse več je kakovostnih domačih diplomskih in podiplomskih nalog, strokovnih in znanstvenih besedil; ob rasti strokovnih spoznanj pa se razvija tudi lastno strokovno izrazje; še vedno pa obstaja potreba po interdisciplinarni obravnavi organizacijskega komuniciranja.

Tako kot v prvi, tudi v tej tematski številki ne manjka pretenzij po holiističnem pristopu k organizacijskemu komuniciranju kot sestavnemu delu vodstvenih aktivnosti upravljavcev. Le da poudarek ni več na preučevanju konkretnih komunikacijskih praks kot organizacijske funkcije, ampak na načrtovanih in vplivnih interakcijah med organizacijami in njihovimi javnostmi, s katerimi organizacije izboljšujejo svoje sposobnosti za doseganje ciljev, ki niso zgolj poslovni.

Komuniciranje organizacij je danes nujno razumeti kot upravljanje odnosov in medsebojnih vplivanj med organizacijami in njihovim okoljem. Organizacije so vedno del širšega družbenega sistema in so kot take dovzete za vplive iz okolja, ki jim lahko preprečijo ali spodbudijo uresničevanje njihovega poslanstva. Le tedaj, ko znajo povezati sistem komunikacije z vplivi vedno bolj negotovega okolja lahko organizacije dolgoročno funkcionira-

---

jo učinkovito. Zato ne preseneča, da smo se tokratni gostujoči uredniki odločili, da med številnimi kakovostnimi besedili, ki so prispela na povabilo Slovenskega društva za odnose z javnostmi, izberemo za objavo tiste, ki jih veže rdeča nit strateškega komuniciranja.

Pedja Ašanin Gole  
izr. prof. dr. Dejan Verčič  
Darinka Drapal  
*Gostujoči uredniki*