

ODNOSI Z JAVNOSTMI, JAVNA DIPLOMACIJA IN STRATEŠKO KOMUNICIRANJE: MEDNARODNI MODEL POJMOVNE KONVERGENCE¹

Uvod

Teoretiki in praktiki že desetletja razpravljajo o razlikovanju in konvergenci med odnosi z javnostmi in javno diplomacijo. V globalni vojni proti terorizmu sta postala bistveni metodi, s katerima poskušajo države in mednarodne zveze doseči notranje in zunanje politične cilje. Z nedavnim vključevanjem odnosov z javnostmi v javno diplomacijo in celo v psihološko delovanje v svetovnih politično-vojaških pristopih k strateškemu komuniciranju se zdi, da se je konvergenca udejanila v praksi in preseгла teoretsko razlago. Brez teoretskega okvirja, ki bi določal usmeritve teh programov, se lahko meje med različnimi komunikacijskimi nalogami zabrišejo in ogrozijo verodostojnost odnosov z javnostmi in javne diplomacije. V tem poglavju bova pregledala zgodovinske smernice in knjižne vire, opredelila konvergenco pojmov, spodbudila razpravo in raziskave ter predlagala mednarodni model konvergence.

Konflikte po hladni vojni, tudi vojno proti terorizmu, zaznamujejo aktivisti, uporniki in teroristi, ki z nesorazmernimi sredstvi napadajo zveze, koalicije in države, ki imajo veliko večjo ekonomsko, politično in vojaško moč (Nemeth, 2000). Da bi obvladale te grožnje in spodbudile podporo doma in v tujini, države in mednarodne zveze združujejo odnose z javnostmi in javno diplomacijo v globalne, politično-vojaške pristope k *strateškemu komuniciranju*. Ti strateški komunikacijski programi se opirajo na t. i. *mehko moč* (npr. popularne medije, kulturne programe), s katero pritegnejo druge k sodelovanju, in na *trdo moč* (npr. politične, ekonomske ali vojaške sankcije ali silo), s katero prepričajo ali prisilijo druge, da prevzamejo določene cilje. Odnosi z javnostmi in javna diplomacija se pogosto uporabljata hkrati z drugimi komunikacijskimi funkcijami, na primer s psihološkim delovanjem, ki podpirajo uporabo mehke in trde moči. Zaradi vključevanja različnih komunikacijskih funkcij v strateške komunikacijske programe in podrejene dejav-

* Izr. prof. dr. Mark A. Van Dyke, Department of Communications, School of Communication and the Arts, Marist College, New York

** Izr. prof. dr. Dejan Verčič, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani in Pristop, d.o.o., Ljubljana

¹ Prevod 39. poglavja iz druge in razširjene izdaje *The Global Public Relations Handbook* (Krishnamurthy Sriramesh in Dejan Verčič (ur.) (2009). New York: Routledge, str. 822-842). Prevod: U.T.A. Prevajanje.

nosti, kot so vojaške *informacijske operacije*, se številni sprašujejo o vplivu te konvergenca na verodostojnost in učinkovitost odnosov z javnostmi in javne diplomacije.

Odnose z javnostmi najbolj pogosto pojmujejo kot strateško upravljanje komuniciranja in odnosov med organizacijami in javnostmi (npr. Cutlip, Center in Broom, 2005; J. Grunig in Hunt, 1984; Sriramesh in Verčič, 2001, 2003a). Javna diplomacija pogosto velja za komplementaren, a samostojen koncept, ki temelji na mednarodni in medkulturni komunikaciji med državami in tujimi javnostmi (Adelman, 1981; Belay, 1997), vendar nekateri teoretiki in praktiki izpostavljajo skupne točke med odnosi z javnostmi in javno diplomacijo in celo omenjajo konvergenco med obema pojmomoma. (Kunczik, 2003; Signitzer in Coombs, 1992; Signitzer in Wamser, 2006).

Vključevanje odnosov z javnostmi, javne diplomacije in drugih komunikacijskih funkcij v strateško komuniciranje, informacijske operacije in druge politično-vojaške komunikacijske projekte je spodbudilo nadaljnje preučevanje odnosa med javno diplomacijo in odnosi z javnostmi. Tako je na primer vloga odnosov z javnostmi v informacijskih operacijah postala kontroverzna in sprožila razpravo med vladnimi in političnimi voditelji, strokovnjaki za odnose z javnostmi, diplomati in novinarji. Nekaterim se zdi, da lahko informacijske operacije »pomembno prispevajo k omilitvi kriz« (Združeni štab Obrambnih sil ZDA / U.S. Joint Staff, 1998: 1–4), drugim pa, da kot vojaška strategija ustvarjajo podobo komuniciranja kot orožja (Beelman, 2001; van Dyke, 1997), kar sproža pomembne etične pomisleke o vlogi odnosov z javnostmi v takih operacijah. Taka stališča temeljijo na nacionalnih politikah, po našem mnenju pa imajo svetovne razsežnosti, saj se uporabljajo v okviru dejavnosti javne diplomacije in odnosov z javnostmi, da bi obvladovali *mednarodne* konflikte.

Vključevanje odnosov z javnostmi in javne diplomacije v celostne komunikacijske programe, ki naj bi odražali trdo in mehko moč, zastavlja kompleksna vprašanja o konvergenci in verodostojnosti, ki jih je treba obravnavati v teoriji in praksi. Na žalost strokovnjaki za odnose z javnostmi le počasi preučujejo konvergenco med komunikacijskimi pojmi in ne udeležujejo teorije tako, da bi se lahko odzivali na praktične težave, ki jih povzroča ta trend. V nasprotju z njimi so teoretiki in praktiki javne diplomacije, psiholoških operacij in drugih zvrsti politično-vojaške komunikacije hitro začeli opredeljevati in izvajati politike, ki določajo vlogo odnosov z javnostmi v celostnih komunikacijskih aktivnostih (Robinson, 2006).

Teoretiki in praktiki odnosov z javnostmi so se šele pred kratkim začeli odzivati na politično-vojaški pristop k odnosom z javnostmi s svojim zanimanjem za strateško komuniciranje (Hallahan, Holtzhausen, van Ruler, Verčič, in Sriramesh, 2007). Predsednik Mednarodnega združenja za odnose z javnostmi (IPRA) Robert W. Grupp si je zamislil, da bo poslanstvo organiza-

cije spodbujanje korporativne diplomacije, ki jo je opredelil za komplementarno javni diplomaciji:

Korporativna diplomacija pomeni vsaj dve stvari. Pomeni, da podjetje v svojem delovanju in ustaljenih praksah globoko zakorenini pomen sodelovanja ter razširi obseg odnosov tako, da vključi skupine, kulture, organizacije in celo vlade, ki sicer niso neposredno povezane s podjetjem ali z njegovimi strankami, a ki imajo kljub temu vpliv na vzdržnost poslovanja (Grupp, 2008: 7).

To poglavje podaja pregled zgodovinskih smernic in literature o teoriji in praksi, da bi razložilo odnose z javnostmi in javno diplomacijo, ter predstavlja primere, ki dokazujejo pojmovno konvergenco med odnosi z javnostmi in diplomacijo v teoriji in praksi. Razprava bo raziskala možnosti, meje in tveganja povezovanja teh pojmov v politično-vojaških programih, kot so informacijske operacije in strateško komuniciranje, in predstavila konvergenčni model, ki opredeljuje, kako se odnosi z javnostmi in javna diplomacija souporabljajo v teoriji in praksi na mednarodni ravni. Na koncu bova tudi pozvala k raziskavam, ki bi izdelale sodobne študije primerov, osvetlile strokovne razprave in zmanjšale prepad med teorijo in prakso odnosov z javnostmi in javne diplomacije.

Večina teoretičnih in praktičnih primerov, navedenih v tem poglavju, je iz Združenih držav Amerike in Združenega kraljestva, ker izhajava iz preučevanja in prakse odnosov z javnostmi in javne diplomacije v teh dveh državah. Poleg tega so sadovi znanstvenega raziskovanja in primeri iz prakse teh držav boljše dostopni in dokumentirani kot v večini drugih. Seveda pa se zavedava, da razpravljava o globalni temi, zato z veseljem pričakujeva, da bodo drugi razširili najin na videz skromen pregled literature in v svojih prispevkih navedli primere z vsega sveta.

Pregled literature

Čeprav je zadnja desetletja preučevanje javne diplomacije izjemno privlačno za raziskovalce odnosov z javnostmi, pa povezovanje odnosov z javnostmi in javne diplomacije z novimi, mednarodnimi pristopi k strateškem komuniciranju ni pritegnilo veliko pozornosti strokovne javnosti. Ta pregled podaja teoretično in praktično razlago pomembnih pojmov, ki bodo uporabljeni tudi v poznejši razpravi o konvergenci.

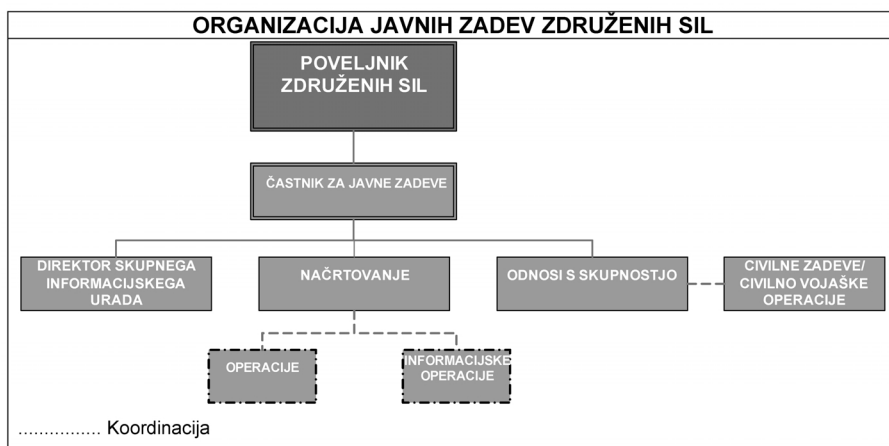
Odnosi z javnostmi in javna diplomacija

Odnosi z javnostmi

Odnose z javnostmi navadno opredelimo kot strateško upravljanje komuniciranja in odnosov med organizacijami in javnostmi ali v javni sferi (npr. Cutlip in drugi, 2005; J. Grunig in Hunt, 1984; van Ruler in Verčič, 2002, 2005; van Ruler, Verčič, Bütschi in Flodin, 2004; Seitel, 2007). Globalna teorija odnosov z javnostmi je podprla to razlago z vključevanjem političnih, kulturnih in družbenih dejavnikov (van Ruler in Verčič, 2002; van Ruler in drugi, 2004; Sriramesh in Verčič, 2001, 2003a, 2003b).

Vlade ter politične in vojaške zveze pogosto obravnavajo funkcijo odnosa z javnostmi kot javne informacije ali javne zadeve. To poimenovanje izhaja iz zgodovinskega modela javnega informiranja, povezanega z zakonodajo in s predpisi, ki omejujejo dejavnosti odnosov z javnostmi v javni upravi nekaterih držav (J. Grunig in Hunt, 1984). Spodnja preglednica 39.1, ki jo je pripravil Združeni štab OS ZDA / U.S. Joint Staff (2005), predstavlja organizacijo javnih zadev, ki se uporablja kot podpora skupnim vojaškim operacijam ZDA.

*Preglednica 1: ORGANIZACIJA JAVNIH ZADEV ZDRUŽENIH SIL
(Združeni štab OS ZDA / U.S. Joint Staff, 2005, str. III-3)*



Javna diplomacija

Področje mednarodnih odnosov se osredotoča na odnose med vladaми držav (Signitzer in Wamser, 1996). V okviru tega področja se diplomacija pojmuje kot upravljanje ali dogovarjanje odnosov med vladaми z mednarod-

no ali medkulturno komunikacijo (Adelman, 1981; Belay, 1997). Zaradi globalizacije nacionalnih gospodarstev, razvoja novih medijskih kanalov in širjenja socialnih mrež lahko v mednarodnih odnosih sodeluje več akterjev. Ta gibanja so povzročila tudi nastanek novih oblik diplomacije: *javne diplomacije, kulturne diplomacije in medijske diplomacije* (Signitzer in Wamser, 2006).

Javna diplomacija obsega neposredno komuniciranje med vladami in tujimi javnostmi, kulturna diplomacija temelji na naklonjenosti do narodove kulture, ki spodbuja diplomatske odnose, medijska diplomacija pa uporablja novičarske medijske kanale za odkrito diplomacijo (Adelman, 1981; Belay, 1997; Hiebert, 2004; Melissen, 2005; Signitzer in Wamser, 1996). V nasprotju z diplomacijo, za katero je značilna diskretna, formalna in uradna komunikacija, so javna, kulturna in medijska diplomacija odprte, neformalne in mobilne (Steinbock, 2003). Javna in medijska diplomacija širita mednarodno komuniciranje zunaj področja profesionalnih diplomatov in drugih vladnih uradnikov na vse, ki imajo dostop do spleta oziroma do svetovnih novičarskih medijev.

Za spodbujanje kulturne diplomacije številne države podpirajo mreže kulturnih centrov po vsem svetu: kitajski Konfucijevi inštituti, francoski kulturni centri, nemški inštituti Goethe, ipd. Da bi si zagotovile navzočnost na tujem, države posredno ali neposredno komunicirajo prek mednarodnih televizijskih mrež in spletnih programov. Najboljši zgled je BBC-jev World Service, vendar je še veliko drugih primerov. Evropska komisija zagotavlja EuroNews, katarski emir podpira (vsaj finančno) arabsko novičarsko mrežo Al Jazeera, Cable News Network pa ne bi bil tako uspešen, če ne bi ameriška administracija prepoznala pomena »učinka CNN« za promocijo zunanjepolitičnih ciljev.

Preglednica 39.2 spodaj predstavlja javno diplomacijo, ki jo je vodil urad Združenega kraljestva Britain Abroad. Dejavnosti javne diplomacije utelešajo kratkoročne, nujne, a očitne dejavnosti (npr. krizno upravljanje, upravljanje z novicami) in tudi dolgoročne, a prikrite dejavnosti (npr. programi študijskih izmenjav).

Novejše raziskave so usmerjene tudi na komunikacijske pojme, ki so nastali po koncu hladne vojne, kot sta *preventivna diplomacija* in *prisilna diplomacija*. Prva poskuša z diplomacijo preprečiti spore ali stopnjevanje konflikta (Rubin, 2002). Prisilna diplomacija pa uporablja neposredna sredstva, kot so grožnje nasprotnikom s politično, z gospodarsko, ali vojaško silo, da bi preprečila konflikte ali dosegla diplomatske cilje (Jentleson, 2000; de Wijk, 2003).

Preglednica 2: OBSEG JAVNE DIPLOMACIJE (objavljeno z dovoljenjem avtorja Jonathana Griffina, nekdanjega direktorja Britain Abroad Task Force)

		Krizno upravljanje
		Upravljanje z novicami
		Ministrski obiski
	Prispevki v medijih	
	Dogodki, povezani s trgovino	
	Odnosi z javnostmi	
	Informacijske storitve	
	Kulturni in umetniški projekti	
	Projekti javne diplomacije	
	Ustvarjanje vezi med ljudmi in ustanovami	
	prek seminarjev, delavnic, znanstvenih projektov	
	Strokovni obiski iz in v ZK	
	Poučevanje angleščine	
Pridobivanje študentov za študij v ZK		
Štipendije Chevening		
Izmenjava mladih in študentov		
Strateško		Taktično

Konvergenca odnosov z javnostmi in javne diplomacije

Signitzer in Coombs (1992) sta bila med prvimi, ki so strokovno raziskali pojmovne odnose med javno diplomacijo in odnosi z javnostmi. Ko opredeljujeta razliko med področjema, opazita naslednje: »Medtem ko lahko s teorijo o odnosih z javnostmi ustrezno razložimo in predvidimo komunikacijsko vedenje »navadnih« organizacij ... pa so teorije o diplomaciji zaenkrat bolj primerne za razumevanje odnosov med nacionalnimi državami in tujimi javnostmi« (str. 138).

Signitzer in Coombs (1992) podvomita v pojmovanje, da sta javna diplomacija in odnosi z javnostmi ločeni funkciji, in po poglobljenem pregledu raziskav severnoameriških in evropskih strokovnjakov ugotovita, da »je med področjema vzpostavljen odnos« (str. 145). Še več, »Odnosi z javnostmi in javna diplomacija so v naravnem procesu konvergence« (str. 146). Signitzer in Wamser (2006) raziskujeta še naprej in ugotovita podobnosti med funkcijama. Spoznata, da sta oba procesa strateškega komuniciranja, s katerima se upravlja in obvladuje komuniciranje, odnose in posledice, ki nastajajo med organizacijami in njihovimi javnostmi, in da se pri obeh izvaja oziroma uporablja raziskovanje, zavzemanje, dialog in svetovanje. Glede na ekonomske in politične smernice avtorja ugotovita, da se velike organizacije in mednarodne zveze začenjajo obnašati kot države, zaradi česar se odnosi z javnostmi in javna diplomacija »dandanes vse bolj prepletajo« (str. 444).

Vendar se občinstvo odnosov z javnostmi in javne diplomacije razlikuje. Načeloma se predstavniki za odnose z javnostmi osredotočajo na komunikacijo med vodji gospodarskih družb in javnostmi organizacije, medtem ko se predstavniki javne diplomacije osredotočajo na komunikacijo med državnimi voditelji in tujimi javnostmi (Signitzer in Wamser, 2006). Tako imajo na zunanjem ministrstvu ZDA predstavniki za odnose z javnostmi nalogo, »da obveščajo Američane in posredujejo njihove pomisleke in pripombe snovalcem politik« (Ministrstvo za zunanje zadeve ZDA, 2008a, str. 2). Predstavniki javne diplomacije pa komunicirajo »z ljudmi po vsem svetu ... izolirajo in marginalizirajo nasilne ekstremiste ... [in] spodbujajo občutek skupnih interesov in vrednot med Američani in ljudmi drugih držav, kultur in veroizpovedi po vsem svetu« (Ministrstvo za zunanje zadeve ZDA, 2008b, str. 2).

Peterson v svojem članku (2002) ugotavlja, da se diplomacija zdaj zanaša na »trajno in koordinirano sposobnost razumevanja, informiranja in vpliva na ljudi, zasebne organizacije in tudi vlade« (str. 15), Melissen (2005) pa pravi, da »modus operandi novih javnih diplomacij ni popolnoma drugačen od pristopa odnosov z javnostmi« (str. 21) in doda, da se Wilsonove (1996) »ugotovitve o nastanku strateških sodelujočih skupnosti nanašajo tudi na javno diplomacijo« (str. 21). Kunczik (2003) omenja vse večji pomen strateških javnosti in mednarodnih novičarskih medijskih agencij v javni diplomaciji in zapiše: »Odnosi z javnostmi držav so tesno povezani s posredovanjem zunanje politike« (str. 408). Alastair Campbell pa naloži odgovornost za »spremembo blagovne znamke« Britanije po svetu med Blairovo vlado uradu Britain Abroad, ki je uporabljal poslovne pojme znamčenja in spremembe blagovne znamke v mednarodnih odnosih države (Združenega kraljestva).

Yun (2006) raziše pojmovno konvergenco med odnosi z javnostmi in diplomacijo po koncu hladne vojne in ugotovi, da načela teorije odličnosti v odnosih z javnostmi veljajo tudi pri odličnosti v javni diplomaciji. Zöllner (2006) opozarja na konvergenco odnosov z javnostmi in nemško javno diplomacijo po terorističnem napadu na ZDA 11. septembra 2001. Collins (2003) preuči, kako so se v mednarodni politično vojaški zvezi NATO odnosi z javnostmi in javna diplomacija združili z drugimi komunikacijskimi funkcijami, kot je psihološko delovanje. Več drugih strokovnjakov je raziskovalo, kako konvergenca javnih odnosov in javne diplomacije vpliva na posredovanje sporočil in mnenj o nacionalni politiki in vrednotah, odzivih na naravne nesreče in konfliktih, kot je terorizem (Dutta-Bergman, 2005, 2006; J. Wang, 2007; Zhang, 2006, 2007).

Tudi svetovne igre, kot je olimpiada na Kitajskem leta 2008, so postale zanimive za raziskovalce odnosov z javnostmi, javne diplomacije in mehke in trde moči. Black in van der Westhuizen (2004) trdita, da je želja po promociji narodne identitete, izpolnitvi političnih ciljev in širitvi svetovnih trgov

vzrok gostiteljstvu takih dogodkov. Drugi povezujejo podporo Kitajske olimpijskim igram z njeno naraščajočo uporabo mehke in trde moči prek odnosov z javnostmi ter kulturne in medijske diplomacije, s katero promovira narodno identiteto in potrošniške izdelke. Y. Wang je zapisal (2008): »Kitajska namerava izkoristiti tako olimpijske igre leta 2008 kot tudi svetovno razstavo v Šanghaju za izvajanje javne diplomacije in promocijo znamke Kitajske« (Chinese Public Diplomacy Practice, str. 7). Tako lahko raziskujemo, kako so svetovne igre postale veliko več kot samo športni dogodki, saj so tudi sredstvo kulturne diplomacije. Tako kot teoretiki preučujejo »pingpong diplomacijo« med Kitajsko in ZDA v 1970-ih (Wasserstrom, 2000/2001), bodo sodobni strokovnjaki raziskovali nenavadne značilnosti olimpijskih iger leta 2008 kot sredstva diplomacije. Kitajska je prek iger poskušala izboljšati odnose z drugimi državami, hkrati pa so jo uporabljali aktivisti, da bi diskreditirali njeno politiko.

Mehka in trda moč

Teoretik in diplomat Joseph Nye je v 1980-ih zasnoval pojem mehke moči na področju mednarodnih odnosov (Ikenberry, 2004). Nye pravi (2004a): »Moč je sposobnost vplivanja na vedenje drugih, da dobimo rezultate, ki jih želimo« (str. 2). Ko je razvil ta pojem, ga je opredelil takole (Nye, 2003):

Mehka moč je sposobnost dobiti tisto, kar želiš, tako da pritegneš in prepričaš druge, naj prevzamejo tvoje cilje. Razlikuje se od trde moči, sposobnosti uporabe ekonomskih in vojaških groženj in nagrad, da bi delali po tvoji volji. (str. 2)

Nye (2004a) ugotavlja, da mehka moč izhaja iz narodove »kulture (tam, kjer je privlačna za druge), njegovih političnih vrednot (ko deluje v skladu z njimi doma in v tujini), in zunanje politike (ko se zdi legitimna in ima moralno težo)« (str. 11). Izguba spoštovanja in verodostojnosti na mednarodnem prizorišču lahko spodkoplje te temelje, kar manjša učinkovitost mehke moči in večja možnost uporabe trde sile. Zaradi večje uporabe trde sile, ki pogosto velja za manj etično od mehke, lahko država izgublja kredibilnost v še večji meri, hkrati pa lahko to povzroča večjo nestabilnost (Nye, 2002, 2003, 2004b, 2004c).

Literatura o mehki in trdi moči govori o tem, da sta oba pojma povezana in morata delovati vzajemno skladno. Van Ham (2005) ugotavlja, da mehka moč daje trdi »krinko legitimnosti (moralne in v mednarodnem pravu)« (str. 52), ki lahko pomaga premagati odpor in zmanjšati stroške. Nasprotno pa »mehka moč potrebuje vire in zavezanost, da bo z besed prešla na dejanja« (str. 52).

Nyjevo pojmovanje mehke moči se sklada s pojmovnim okvirjem Sriramesha in Verčiča (2003a) za analizo odnosov z javnostmi v različnih državah. Pojmi, kot so politične vrednote, moralna avtoriteta, kultura in komunikacijski viri, na katerih temelji mehka moč, ustrezajo spremenljivkam, ki so vezane na infrastrukturo države (politični sistem, ekonomski sistem, razvitost in raven aktivizma), kulturo in medijsko okolje. Slednji okvir bi lahko uporabili in izkoristili za analizo zmogljivosti mehke moči v določeni državi.

Pregled pomembne literature kaže, da so si pojmi organizacijska moč (npr. Mintzberg, 1983), odnosi z javnostmi in javna diplomacija podobni vsaj v načinu, kako se zanašajo na etično komunikacijo, verodostojnost in spremenljivke, kot so družbena kultura, politični sistemi in medijski sistemi. V skladu z Nyjevo (2004b) opredelitvijo mehke moči je ta neposredno uporabna za poslovno komuniciranje, pri čemer avtor vzporeja mednarodne odnose in vedenje organizacije.

Strateško komuniciranje in informacijske operacije

Strateško komuniciranje

Zahodne države imajo že desetletja strateško komuniciranje za vitalni element svoje moči, ki deluje hkrati s politično, z ekonomsko in vojaško močjo. Van Dyke (2001) ugotavlja: »Varnostna politika ZDA celo opisuje informiranje kot element državne moči in podpira njihovo uporabo kot sredstva za oblikovanje zaznavanja javnosti in spodbujanje ameriških demokratičnih idealov po vsem svetu« (str. 13). V skladu s takim glediščem organizacije z vsega sveta (Collins, 2003; Elsbach, 2006) in tudi druge države, kot je Združeno kraljestvo (Beelman, 2001), pri strateškem komuniciranju uporabljajo *upravljanje zaznavanja*. Namen takih »oblikovalnih« dejavnosti je vplivati na pripadnike tujih javnosti, naj zavzamejo mnenja ali stališča, ki so naklonjena politiki ali izdelkom organizacije ali države. Zveze, kot je NATO, so celo vpeljale celostne pristope k komuniciranju, ki usklajujejo te elemente moči (Combelles-Siegel, 1998).

Po terorističnih napadih 11. septembra 2001 na ameriškem ozemlju se je preučevanje strateškega komuniciranja kot uporabnega pojma poglobilo. Poročilo delovne skupine za strateško komuniciranje odbora za obramboslovje ZDA (Vitto, 2004) poudari pomen komuniciranja kot sestavnega dela državne strategije, vendar hkrati opozori: »[Strateško komuniciranje] je v krizi, zato se mora spremeniti z odločnostjo, ki ustreza naši predanosti diplomaciji, obrambi, obveščevalnim dejavnostim, odkrivanju in pregonu ter domovinski varnosti« (str. 2). Pozove tudi k bolj usklajenemu pristopu k strateškemu komuniciranju in doda: »Javna diplomacija, javne zadeve, psihološke operacije (PSYOP) in odkrite vojaške informacijske operacije morajo biti koordinirane in odločne« (str. 3).

Vlada ZDA je pozneje opredelila strateško komuniciranje kot proces *usmerjenega* oziroma celostnega komunikacijskega upravljanja, s katerim želi vplivati na bistvene skupine. Proces ima štiri stopnje (glej preglednico 39.3 spodaj), ki so primerljive z vedenjem v strateškem upravljanju odnosov z javnostmi (Cutlip in drugi, 2005; Guth in Marsh, 2005; J. Grunig in Repper, 1992). Kot pravi Združeni štab OS ZDA / U.S. Joint Staff (2007):

Strateško komuniciranje so usmerjeni procesi in trud vlade ZDA za razumevanje in angažiranje ključnih javnosti, da bi z uporabo usklajenih informacij, načrtov, programov in dejanj, ki so v skladu z drugimi instrumenti državne moči, ustvarili, okrepili in ohranili okoliščine, ki omogočajo širjenje državnih interesov in ciljev (str. xii).

Zaradi pomanjkanja teoretskega raziskovanja na tem področju, še posebno v okviru odnosov z javnostmi, je mednarodno pojmovanje strateškega komuniciranja težko teoretsko opredeliti. Vojaški strokovnjaki obravnavajo strateško komuniciranje z gledišča javne diplomacije in upravljanja bojišča. Eder (2007) pravi:

Glavna prednost strateškega komuniciranja izhaja iz načela vojne, ki mu pravimo množičnost. Strateško komuniciranje pomeni množenje informacij med vsemi posredniki javnih informacij ob pravem času in kraju, da bi dosegli določen cilj (...). Pronicanje različnih, neusklajenih informacij namesto množenja objav nedvoumnih sporočil, podprtih z znatno količino dejstev, je še posebej destruktivno med krizo (str. 62).

*Preglednica 3: PROCES STRATEŠKEGA KOMUNICIRANJA
(prirejeno po Thorp, 2007)*



Opisi strateškega komuniciranja kot koordiniranega in usklajenega procesa (Eder, 2007; Vitto, 2004) kažejo na pojmovanje komuniciranja, kot ga opredeljuje teorija odličnosti v odnosih z javnostmi (Dozier, 1995; J. Grunig, 1992; L. Grunig, J. Grunig, in Dozier, 2002). Strateško komuniciranje so v luči teorij odnosov z javnostmi opredelili tudi Hallahan, Holtzhausen, van Ruler,

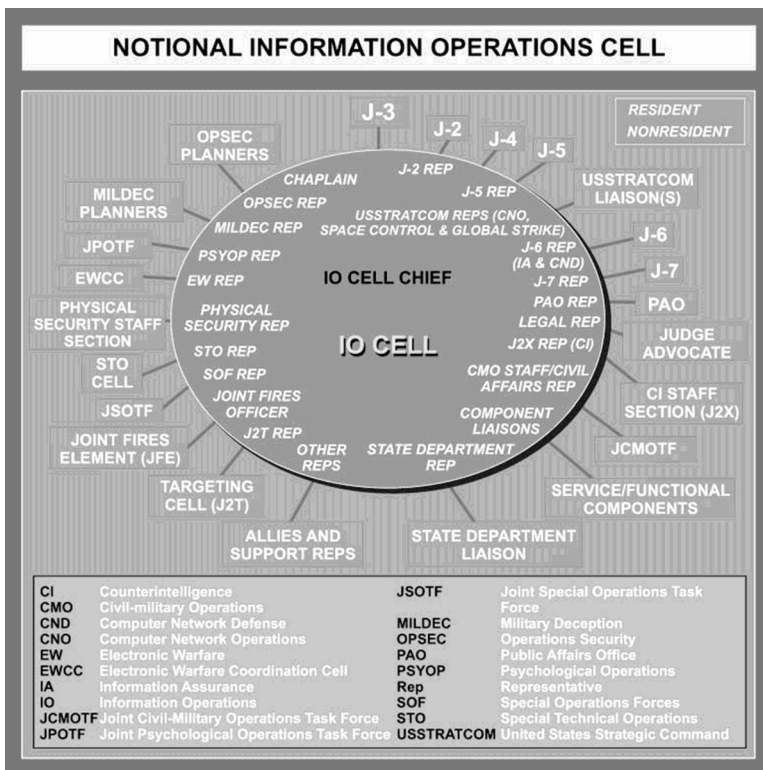
Verčič, in Sriramesh (2007: 17): »Pri strateškem komuniciranju gre za informativno, prepričevalno, diskurzivno in odnosno komuniciranje, ki se uporablja pri doseganju poslanstva organizacije.« (glej tudi van Ruler in Verčič, 2005).

Informacijske operacije

Informacijske operacije (IO) so opredeljene kot »elektronsko vojskovanje, operacije na računalniških omrežjih, psihološko delovanje, vojaško zavarovanje in varnostno delovanje, usklajeni z določenimi podpornimi in povezanimi zmogljivostmi, s katerimi vplivamo na, oviramo, onemogočamo in si prisvajamo sovražne človeške in avtomatizirane procese odločanja ter varujemo svoje« (Združeni štab OS ZDA, 2006: GL-9). Javne zadeve (npr. javne informacije ali odnosi z javnostmi) in javna diplomacija so povezane zmogljivosti informacijskih operacij. (Metz, 2006; Združeni štab OS ZDA, 2006).

Preglednica 4: ORGANIZACIJA CELIC INFORMACIJSKIH OPERACIJ, povzeto po U.S. Joint Publication 3-12 [Information Operations] (U.S. Joint Staff, 2006: IV-5).

688



Combelles-Siegel (1998) opaza, da je NATO mirovne operacije v Bosni in Hercegovini podprl s celostno informativno akcijo, s katero je »koordiniral in usklajeval rabo različnih informacijskih dejavnosti« (str. 2), kot so odnosi z javnostmi, javna diplomacija in psihološko delovanje. Preglednica 39.4 zgoraj prikazuje organizacijo pojmovnih (npr. značilnih) celic informacijskih operacij. Odnosi z javnostmi (kratica PAO) so približno na polovici desnega dela elipse. Predstavniki javne diplomacije oziroma uradniki za zvezo zunanjega ministrstva je spodaj desno. Psihološko delovanje s kraticama PsyOp in JPO TF pa je prikazano nasproti javnih zadev levo spodaj.

Informacijske operacije včasih povezujemo z upravljanjem zaznavanja. Collins (2003) opredeli upravljanje zaznavanja kot »dejanja, s katerimi se vpliva na odnos in nepristransko sklepanje tujih javnosti in ki so sestavljena iz javne diplomacije, psihološkega delovanja (PSYOPS), javnih informacij, zavajanja in prikritega delovanja« (str. 13).

Sodobna literatura obravnava tudi etične pomisleke, ki nastajajo ob združevanju odnosov z javnostmi in javne diplomacije z informacijskimi dejavnostmi, kot sta psihološko delovanje in zavajanje, ki se lahko uporabljata za zbežanje, zavajanje ali celo prisiljevanje javnosti. Van Dyke (2005) je po preučitvi odnosov z javnostmi organizacije NATO v Bosni in Hercegovini predlagal model etične komunikacije, ki bi lahko služil kot vodnik za celostne informacijske dejavnosti – celo tiste, kjer se uporablja prisila. Nekatere države in mednarodne politično-vojaške zveze so uveljavile načelo, da sta odnosi z javnostmi (ali javne informacije oziroma javne zadeve) in informacijske operacije ločeni, a usklajeni funkciji (Myers, 2004; F. Veltri, zasebna komunikacija, 2. januar, 2008). Te politike so zasnovane tako, da ohranjajo »verodostojnost ustanov [ki je potrebna za] ohranjanja javnega zaupanja« (Myers, 2004, § 1).

RAZPRAVA

Analiza zgodovinskih predhodnikov odnosov z javnostmi in javne diplomacije kaže, kot ugotavljajo Signitzer in Coombs (1992) ter Signitzer in Wamser (2006), da sta pojma konvergentna vsaj v praksi, če ne v teoriji. Ta razprava bo predstavila predhodnike do obdobja po koncu hladne vojne, pokazala, kako sta vojna in mir vplivala na konvergenco odnosov z javnostmi in javne diplomacije, ter opredelila tveganja in priložnosti, ki jih prinaša konvergenca.

Komunikacija v vojni in miru *Revolucije*

J. Grunig in Hunt (1984) sta zapisala, da je bila ameriška revolucija v 18. stoletju »eden najpomembnejših proizvodov dejavnosti, podobnih odnosom z javnostmi, v zgodovini« (str. 17). Cutlip in drugi (2000) dodajajo, da so se »da-

našnji vzorci, ki se upravljajo v praksi odnosov z javnostmi, razvili prek inovacij v mobilizaciji javnega mnenja« (str. 103), ki je bila del propagande ameriške vojne za neodvisnost. Isaacson (2003) pravi, da je imel Benjamin Franklin pri podpori revolucije dvojno vlogo: diplomata (veleposlanik v Franciji) in novinarja/strokovnjaka za odnose z javnostmi (pisec, tiskar in časopisni izdajatelj). Franklin in ameriška revolucija sta torej zgodnja primera tega, kako prepričljiva je lahko moč kombinacije odnosov z javnostmi in diplomacije.

Tudi industrijska in informacijska revolucija sta spodbujali konvergenco odnosov z javnostmi in javne diplomacije. Zaradi industrijske revolucije se je povečala potreba po strokovnjakih za komuniciranje in izboljšala raven strokovnosti v odnosih z javnostmi (Cutlip in drugi, 2000; J. Grunig in Hunt, 1984). Med temi strokovnjaki je bil tudi pionir odnosov z javnostmi, Edward L. Bernays, ki je želel doseči cilje odnosov z javnostmi s širjenjem kulturnih zamisli o umetnosti, znanosti in družbenih projektih, ki ustrezajo vzajemnim interesom organizacij in njihovih javnosti (Brummett, 2000).

Informacijska revolucija je tudi spremenila, kako člani družbe komunicirajo prek spleta in svetovnih družbenih mrež. Pratkanis in Aronson (1992) ugotavljata: »Narava družbenih odnosov v zahodnih družbah se je spremenila – iz majhnih, povezanih skupnosti s poudarkom na osebnih odnosih v mrežo neosebni, sekundarnih odnosov« (str. 23–24). Industrijska in informacijska revolucija sta torej pokazali, kako sta se pojma odnosov z javnostmi in javne diplomacije (npr. kulturne diplomacije) vse bolj prepletala.

Prva in druga svetovna vojna

Vključevanje propagande in metod prepričevanja v odnose z javnostmi je med obema svetovnjima vojnima in po njima postajalo vse bolj pomembno. Za doseganje podpore doma in v tujini so vlade med prvo svetovno vojno organizirale skupine novinarjev in ustanovljale urade, kot je Odbor za javno informiranje ZDA (U.S. Committee on Public Information) (Cutlip in drugi, 2000; J. Grunig in Hunt, 1984). Kunczik (2003) razloži, kako so vojskujoči se narodi, kot so Nemčija, Velika Britanija in ZDA, s publiciteto in propagando napadali verodostojnost sovražnikov, ustvarjali svojo mednarodno podobo in opravičevali vojne podvige. V tem obdobju so se odnosi z javnostmi in javna diplomacija še bolj združevali: »Po prvi svetovni vojni se je podoba diplomacije vse bolj spreminjala. Posredovanje zunanje politike se je povečalo. Danes skoraj vsako (odkrito) dejanje zunanje politike upošteva [sic] odnose z javnostmi (učinek na podobo)« (Kunczik, str. 405).

Na odnose z javnostmi in javno diplomacijo v drugi svetovni vojni je vplivala javna kritika vladnega nadzora nad informacijami in cenzure med prvo svetovno vojno, ki je problematizirala združevanje propagande, odnosov z javnostmi in javne diplomacije, kakršno je poosebljal Creelov odbor. Cros-

sen (2003) pravi: »Nadzor nad informacijami je bila v 1940-ih občutljiva tema. Že sama beseda cenzura je dišala po totalitarizmu.« (§ 3). Zato so vlade ustanovljale telesa, kot je Svet za vojne informacije in oglaševanje ZDA (U.S. War Information and the Advertising Council), in spodbujale novinarje, naj pri poročevalskem delu upoštevajo prostovoljni novinarski kodeks (Crossen, 2003). Takšne politike so predstavljale zgodnje poizkuse vlad, da bi vodile medijsko diplomacijo, razločevale med propagando in odnosi z javnostmi in ustvarile vtis, da upoštevajo javno mnenje, ne pa manipulirajo z njim. (Parry-Giles, 2005).

Hladna vojna

Zaradi grožnje jedrske vojne po drugi svetovni vojni je nastala potreba po premišljenem javnem komuniciranju in diplomaciji med državami z jedrskim orožjem. Ko se je hladna vojna stopnjevala, so si voditelji držav bolj prizadevali za združitev odnosov z javnostmi in diplomacije, hkrati pa so se želeli distancirati od skritih propagandnih poizkusov. Zaradi potrebe po upravljanju takih konfliktov so ustanovljali specializirane informacijske agencije in uporabljali pristope strateškega komunikacijskega menedžmenta, ki so spodbujali dialog prek koordiniranih komunikacijskih dejavnosti, kot so odnosi z javnostmi, javna diplomacija, pogajanja, prepričevanje in prisila.

Med hladno vojno so raziskovalci odnosov z javnostmi in politologi začeli preučevati in uporabljati komuniciranje v vsem razponu med konflikti in sodelovanjem – oziroma vojno in mirom. Komunikologi so začeli raziskovati odnose z javnostmi kot funkcijo strateškega menedžmenta, ki bi se lahko uporabila pri reševanju konfliktov (Ehling, 1984, 1985, 1992). Teorija odličnosti v odnosih z javnostmi je pojasnila, kako naj bi bili odnosi z javnostmi samostojni, vendar vključeni v druge komunikacijske funkcije (Dozier, 1995; J. Grunig, 1992; L. Grunig in drugi, 2002). Vključenost omogoča koordinacijo, vendar si ne sme podrežati odnosov z javnostmi. Informacijske operacije bi morale pomeniti združevanje odnosov z javnostmi, informacijskih ali zavajajočih operacij pod enim poveljstvom, ne pa poveljevanje ene ali druge. Ta odnos lahko razumemo kot analogen razmerju med odnosi z javnostmi in trženjem v korporativnem okolju. Funkciji z integracijo druga drugo podpirata, vendar morajo trženje in odnosi z javnostmi, da dosežejo največji učinek, ostati ločeni – tako kot morata biti funkciji odnosov z javnostmi in psiholoških operacij usklajeni, a različni.

Medtem so politologi razvili pojme, kot sta preventivna in prisilna diplomacija, ki se lahko uporabljata za preprečitev jedrske vojne (Jentleson, 2000; de Wijk, 2003), Nye (2002, 2003, 2004a, 2004b) pa je predstavil koncept mehke moči kot kooperativen in ne prisilen pristop k diplomaciji.

Vojna proti terorizmu

Odnosi z javnostmi in javna diplomacija so se še bolj zbližali in se s propagando povezali v kontroverzna združbo, ko so postale informacije orožje v vojni proti terorizmu. Poročilo delovne skupine za strateško komuniciranje odbora za obramboslovje ZDA pravi (Vitto, 2004):

Dogodki 11. septembra 2001 so sprožili nov način razmišljanja o nacionalni varnosti. Globalna vojna proti terorizmu je nadomestila hladno vojno kot meta pripoved nacionalne varnosti. Vlade, mediji in javnosti uporabljajo okvir terorizma v spoznavne, ocenjevalne in komunikacijske namene. (str. 17)

Ko se je hladna vojna končevala, se je dvopolni konflikt med svetovnimi velesilama spremenil v manjše, a številnejše večpolarne konflikte med številnimi državami in nedržavnimi akterji. Ironično je zaradi konca hladne vojne številne politične in vojaške voditelje za kratek čas preplaval občutek varnosti, ki je povzročil demobilizacijo številnih obrambnih in diplomatskih zmogljivosti nekdanjih nasprotnikov.

Zaradi demobilizacije se je zmanjšal pomen velikih vojaških sil, diplomatskih programov in mehke moči (Blinken, 2003; Krauthammer, 2000; Nye, 2002, 2003, 2004b, 2004c). Vendar Nye (2004) trdi, da »je postajala mehka moč bolj in ne manj pomembna« (Nye, 2004, § 8), ker so nove komunikacijske tehnologije, kot je internet, omogočile aktivističnim skupinam in posameznikom, da iz informacij črpajo moč in napadajo veliko večje organizacije in države (Armistead, 2004; van Dyke, 2005; J. Grunig in L. Grunig, 1997). Peterson (2002) pravi, da imajo posamezniki zdaj »več mehke moči, s katero neposredno, posredno in prek vlad vplivajo na globalne zadeve« (str. 15).

Strategije konflikta so postale tudi bolj asimetrične, ko so nedržavni akterji, radikalne skupine in teroristične mreže začeli napadati države z veliko vojaško in gospodarsko močjo. Nemeth (2000) pravi: »Ker niso imeli taktične ali strateške prednosti, so nasprotniki [od Vietnama naprej] iskali druga sredstva kot izenačenje vojaške moči, s katerimi bi zmanjšali moč ali podporo nasprotniku« (str. 14). Teroristične skupine so začele izpopolnjevati uporabo informacijske moči za širjenje strahu in ustrahovanje velikih skupin ljudi, države in zveze pa so uporabljale isto moč, da so se odzvale ali celo preprečevale teroristično taktiko.

Z informacijsko revolucijo in vojno proti terorizmu so prišli predstavniki za odnose z javnostmi in diplomati na prve bojne črte konfliktov. Zaradi narave omejenih politično-vojaških podvigov in nevojaških operacij (NVO), med drugim tudi mirovnih operacij, se je povečal pomen odnosov z javnostmi, javne diplomacije in drugih nesmrtonosnih dejavnikov mehke moči

(Clark, 2000). Phillpot (1996) je na primer opisal značilen sestanek vojaškega osebja zveze NATO, ki mu je bil priča v Bosni in Hercegovini med prvim polnim letom izvajanja mirovnih operacij zveze NATO:

Takoj za [vojaškim poveljnikom] Nashem v dveh vrstah sedijo štabni častniki. Med vojno bi bilo v prvi vrsti operativno osebje, ki bi takoj sporočalo najnovejše spremembe ognjene in zračne podpore, v premikih oklepnih enot, obveščevalnih informacij in logistike ... Za Nashem pa so sedeli zaposleni, kakršnih je bolj vaje župan velikega mesta: politični svetovalec, strokovnjak za odnose s civilisti, predstavnik dveh skupnih komisij, strokovnjak za odnose z javnostmi in odvetnik. (str. 60)

Ko se je načrtovanje vojne proti terorizmu bolj razvilo, so začeli vladni strokovnjaki za odnose z javnostmi tesno sodelovati s specialisti za vojaško psihološke dejavnosti (PsyOps), ki včasih veljajo za sodobno inačico propagandistov iz prve in druge svetovne vojne. V nasprotju s poizkusi v 20. stoletju, ki so si prizadevali ločiti propagando od odnosov z javnostmi in diplomacije, so jih začele zahodne države in zveze hkrati z drugimi komunikacijskimi funkcijami vključevati v programe, kot so informacijske operacije, upravljanje zaznavanja in strateško komuniciranje. Nekateri so videli vzrok te usmeritve v prizadevanjih držav za nadzor informacij (Sharkey, 1991), drugim pa se je zdela nujno sredstvo za uskladitev informacijskih prizadevanj in koordinacijo sporočil (Vitto, 2004).

Združevanje informacijskih dejavnosti in strateškega komuniciranja

Tako kot na začetku prve svetovne vojne, so se vladam poskusi nadziranja sporočil in medijskih kanalov proti koncu hladne vojne in po njej maščevali. Združene države Amerike so poskušale nadzorovati medijski dostop do bojnih operacij v Granadi (1983), Panami (1989) in v Perzijskem zalivu (1990–1991), zgledujoč se po britanskem modelu nadzora informacij o bojevanju med falklandsko vojno (1982). Združeni narodi so uporabili britanski pristop pri upravljanju novičarskih medijev med operacijami v nekdanji Jugoslaviji (1991–1995), zaradi česar so jih obtoževali, da so vojaški predstavniki za stike z javnostjo »redno lagali novinarjem, kar so počeli odločno in iz prepričanja, da je natančno in neodvisno poročanje manj pomembno od vojaške strategije in uspeha« (Beelman, 2001: 17). Novičarske medijske organizacije, ki so jih omejitve političnih in vojaških oblasti izjemno motile, so se odločno uprle nadzоровanju informacij.

Zaradi napetih odnosov z novičarskimi mediji je zveza NATO spremenila strategijo javnih informacij, psiholoških dejavnosti in diplomacije v vojaških operacijah. Ko je NATO začel z mirovnimi operacijami v Bosni in Hercegovini

ni konec leta 1995, so te načrte še vedno dopolnjevali. NATO je hitro odobril celostno informativno kampanjo, da bi strateškim javnostim redno posredoval natančne informacije, ki so temeljile na svobodnem in neodvisnem poročanju iz nekdanje Jugoslavije.

Model, ki ga je uporabil NATO, je vplival na sodobne informacijske operacije in programe strateškega komuniciranja, ki združujejo in usklajujejo informacijske dejavnosti. ZDA so leta 1996 objavile enega prvih priročnikov za informacijske operacije (glej Beelman, 2001; Uprava kopenske vojske ZDA / U.S. Department of the Army, 2003). Leta 1999 se je koncept informacijskih operacij razširil tudi na nevojaške vladne agencije, ko je ameriški predsednik Bill Clinton odobril program za informiranje mednarodne javnosti (IPI) za upravljanje in usklajevanje sporočil, ki so jih posredovale državne agencije ZDA (Adair in Blanton, 2006). Po terorističnih napadih 11. septembra 2001 so začele ZDA razvijati širšo komunikacijsko strategijo, ki se je razvila v strateško komuniciranje (npr. Ministrstvo za zunanje zadeve ZDA / U.S. Department of State, 2007) in ki je ponudila »drugačen in bolj celosten pristop k prizadevanjem za informiranje javnosti« (Bush, 2002: 31).

Zunaj ZDA so vlade in mednarodne zveze razvijale celovite informacijske programe, ki so jih uporabljale kot primarni vir moči. Ti programi so bili pogosto razumljeni kot izrazi mehke moči, ker lahko dejavnosti javnega komuniciranja odpravijo potrebo po trših oblikah gospodarske ali vojaške moči v zgodnjih fazah konfliktov in prizadevanjih za pomoč po njih (U.S. Institute of Peace, 1996).

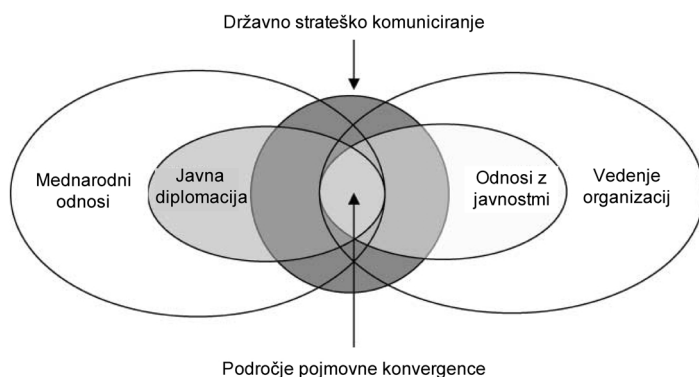
Odnosi z javnostmi in javna diplomacija: mednarodni model konvergence

Celostni komunikacijski programi, kot je politično-vojaški pristop k strateškemu komuniciranju, so v mednarodnih odnosih in vedanju organizacij ustvarili nov model konvergence, ki pojasnjuje, kako se odnosi z javnostmi in javna diplomacija, nekoč samostojna pojma, na področjih, na katere posega mednarodno politično-vojaško strateško komuniciranje, združujeta.

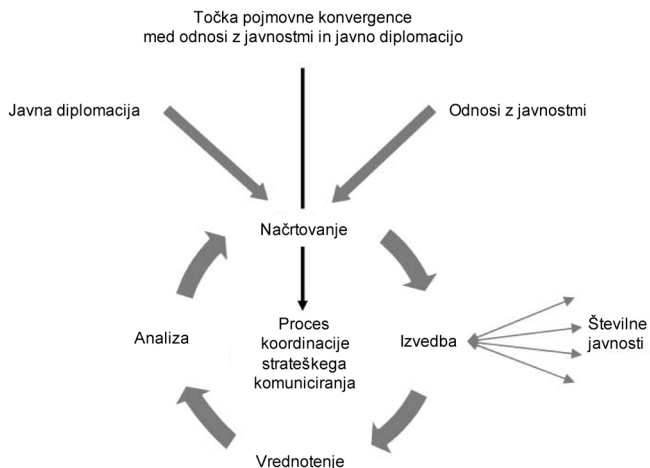
Prvič, globalizacija in nove oblike medijskih kanalov so številnim velikim organizacijam omogočile uporabo načinov gospodarskega in političnega vpliva, ki je bilo nekoč rezervirano za izbrane države (Signitzer in Wamser, 2006). Mednarodni odnosi in organizacijske dejavnosti se torej na globalni ravni pogosto prekrivajo. Drugič, teoretiki in praktiki so pokazali, kako so si odnosi z javnostmi in javna diplomacija podobni, kar kaže na to, da se konvergenca poraja v teoriji in udejanja v praksi. Tretjič, koordiniran pristop h komunikacijskemu upravljanju, ki ga izkazuje strateško komuniciranje, usklajuje različne oblike informacijskih dejavnosti doma in v tujini z drugimi dejavniki državne moči.

Strateško komuniciranje je torej prostor konvergence vedènja organizacij in mednarodnih odnosov ter njenih podrejenih funkcij: odnosov z javnostmi oziroma javne diplomacije. Preglednica 39.5a (spodaj) predstavlja splošno področje konvergence mednarodnih odnosov, vedènja organizacij, javne diplomacije in odnosov z javnostmi. Preglednica 39.5b (spodaj) pa predstavlja specifično točko, kjer se javna diplomacija in odnosi z javnostmi prekrivajo med usklajevanjem komunikacijskih načrtov, procesov, tem, sporočil in drugih elementov komunikacijskega vedènja.

Preglednica 5a: MODEL KONVERGENCE ODNOSOV Z JAVNOSTMI IN JAVNE DIPLOMACIJE VAN DYKA IN VERČIČA (področje pojmovne konvergence)



Preglednica 5b: MODEL KONVERGENCE ODNOSOV Z JAVNOSTMI IN JAVNE DIPLOMACIJE VAN DYKA IN VERČIČA (točka pojmovne konvergence)



Posledice

Zgodovinske smernice ponujajo veliko dokazov, da konvergenca odnosov z javnostmi in javne diplomacije obstaja, vsaj v praksi. Vitto (2004) je ta fenomen opisal takole:

Razlike med javnimi zadevami in javno diplomacijo še vedno vplivajo na doktrino, razporeditev sredstev in organigrami. Vendar predstavniki javne diplomacije in javnih zadev uporabljajo podobna sredstva in metode, njihove javnosti pa so globalne in lokalne. V svetu globalnih medijev, globalnih javnosti in prepustnih meja to razlikovanje izgublja pomen. (str. 12)

V luči teh dokazov morajo teoretiki in praktiki temeljito premisliti, kakšne so posledice te usmeritve.

Večji pomen odnosov z javnostmi

Strateško komuniciranje prepoznava pomen odnosov z javnostmi (van Dyke, 1997, 2005; Jurkowsky in van Dyke, 2000; Kirby, 2000) in njihovim predstavnikom omogoča, da sodelujejo pri odločanju (Philpott, 1996). Kirby (2000) v študiji, ki jo je izdala ameriška vojaška pomorska akademija U.S. Naval War College priznava: »Čeprav je kontroverzna, se ta integracija nadaljuje, zaradi česar postajajo javne zadeve (PA) več kot samo obrobni igralec« (str. 3–4). Ugotavlja tudi, da so odnosi z javnostmi »postali dodatki k prizadevanjem informacijskih operacij, kjer pomagajo pri koordinaciji tem in sporočil« (str. 3). Tak opis odnose z javnostmi dvigne na raven »polnega sodelovanja« (L. Grunig in drugi, 2002: 383) in jim dodeli odgovornost za koordinacijo sporočil kot dela strateškega procesa odločanja.

Dodeljevanje odgovornosti za upravljanje etičnega komuniciranja in legitimnost dejanj(a) odnosom z javnostmi

L. Grunig in drugi (2002) so primerjali odnose z javnostmi z vestjo organizacije, saj se uporabljajo kot »menedžerska funkcija, ki je najbolj odgovorna za vključitev moralnih vrednot in družbene odgovornost v odločitve organizacije« (str. 554). Zaradi sodelovanja v celostnih komunikacijskih programih imajo predstavniki za odnose z javnostmi priložnost, da v odločanje o uporabi dejavnosti, kot so psihološke operacije in zavajanje, vključijo okvir samorefleksije (van Ruler in Verčič, 2005). Tako so na primer predstavniki za odnose z javnostmi zveze NATO v Bosni in Hercegovini svojim vojaškim poveljnikom svetovali o »etični naravi [vojaških] akcij in kako bi lahko

posledice teh akcij razumele strateške javnosti« (Van Dyke, 2005: 306). Na podlagi izkušenj zveze NATO v Bosni in Hercegovini in pridobljenih naukov je Van Dyke predlagal etični okvir celostnih programov, ki vključuje cel spekter komunikacijskih dejavnosti, od dialoga do prisile.

Promocija odnosov z javnostmi kot vključene, a ločene funkcije

Programi, kot so informacijske operacije in strateško komuniciranje, nudijo teoretično in praktično »obliko strukture za združevanje komunikacijskih aktivnosti« (L. Grunig in drugi, 2002: 277), ki hkrati ločuje odnose z javnostmi od drugih funkcij. Preglednica 4 predstavlja, kako so komunikacijske funkcije vključene v pojmovne celice informacijskih operacij. Preglednica 1 pa predstavlja, kako sta funkciji odnosov z javnostmi in informacijskih operacij razdvojeni in usklajeni. Podobno strukturo je v svojih celostnih informacijskih prizadevanjih uporabljal NATO in ohranjal neposredno odgovornost med svetovalci za odnose z javnostmi in višjimi predstavniki:

Javne zadeve in informacijske operacije sta ločeni, a povezani funkciji (...) obe zahtevata načrtovanje, razvoj sporočil in medijsko analizo, vendar se njuna prizadevanja razlikujejo glede na ciljno javnost, obseg in namen ... Čeprav je koordinacija bistvena, bo zaporedje nadrejenosti in podrejenosti še vedno ločeno, torej bodo javne zadeve neposredno odgovorne poveljujočemu. Tako se ohranja verodostojnost javnih zadev in se izogiba vtisu v medijih ali javnosti, da dejavnosti javnih zadev koordinirajo ali vodijo informacijske operacije (F. Veltri, osebna korespondenca, 2. januar, 2008: 7).

Morebitna izguba verodostojnosti in zaupanja javnosti

Uporaba odnosov z javnostmi in javne diplomacije hkrati s psihološkimi dejavnostmi in z zavajanjem po koncu hladne vojne je postala kontroverzna in spominjala na negativni povratni učinek propagandnih prizadevanj med prvo in drugo svetovno vojno: »Nekaj podobnega se je zgodilo med drugo svetovno vojno, ko so [ameriški] kongresniki odločno odklanjali »nezdrave« domače propagandne dejavnosti Urada za vojno informiranje (Office of War Information)« (Cone, 2007, § 15). Rothrock (1997) opozarja, da bi lahko bila taka prizadevanja »v nasprotju z imperativom ljudske volje in bistveno vezjo zaupanja med ljudstvom in njihovo vlado ali pa bi ju celo preseгла« (str. 223).

Trenutni kamen spotike se nanaša na vladne službe in programe, ki so nastali z namenom koordiniranja javnih informacij, diplomacije in propagandnih dejavnosti. Leta 2002 je ameriška vlada zaprla Urad za strateški

vpliv (Office of Strategic Influence), ki so jo nekatere skupine in odbori za nadzor obtoževali, da je posredovala »tujim medijskim organizacijam novice, najbrž celo izmišljene, kot del prizadevanj, da bi vplivala na javno mnenje in politike v naklonjenih in nenaklonjenih državah« (Schmitt, 2002: 1). Tudi po zaprtju urada so ameriške državne agencije obtoževali, da manipulirajo z informacijami, upravljajo s percepcijo in vplivajo na tuje novičarske medije (Borger, 2002; Gerth, 2005; Schmitt, 2003; Shanker in Schmitt, 2002, 2004). Zdi se, da je zadnja verzija osnutka terenskega priročnika za kopensko vojsko (U.S. Department of the Army, v tisku) obtožbam dala težo, saj uvršča odnose z javnostmi med dejavnosti, ki so »nujne za vpliv na tuje javnosti« (Slovarček-7).

Izginjanje konceptualnih in disciplinarnih meja

L'Etang (2004) opozarja, da lahko združevanje odnosov z javnostmi in diplomacije zamegli odnos med obema pojmomoma, kar lahko ustvari zmedo, ki ni nujno v interesu države ali stroke odnosov z javnostmi. J. L'Etang je dokumentirala konvergenco odnosov z javnostmi in diplomacije v britanski zgodovini in zapisala:

Ko so se odnosi z javnostmi razvijali kot diskreten poklic, se je povečevala tudi njihova vloga v državni politiki. To je pritegnilo pozornost medijev, ki so se zavedli, da je v političnem procesu vse več nevidnih in plačanih intervencij svetovalcev za odnose z javnostmi. Postalo je tudi očitno, da so postajali nekateri strokovnjaki za odnose z javnostmi bolj neposredno vpleteni v mednarodno diplomacijo, a ne vedno v britanskem interesu. Ti premiki so se medijem in do neke mere tudi stroki zdeli kontroverzni (str. 146).

Tveganja napak v komuniciranju, ki lahko zaostrijo konflikte

Uporaba komunikacijskih aktivnosti, ki jih ne vodita teorija in etika, v praksi (npr., Bowen, 2000, 2004; Seib in Fitzpatrick, 1995) je lahko neosveščena ali, še huje, katastrofalno stopnjuje konflikt in z njim povezane stroške (Luttwak, 1999). Na primer, modeli strateškega komuniciranja, ki poskušajo »ustvariti, utrditi ali ohraniti razmere, ki so naklonjene nadaljnjemu uresničevanju nacionalnih interesov in ciljev« (Združeni štab OS ZDA / U.S. Joint Staff, 2007: xii) odražajo asimetričen pristop k komuniciranju (J. Grunig in Hunt, 1984). Kruckeberg in Vujnović (2005) opozarjata na pretirano zanašanje na take prepričevalne pristope k komuniciranju, ki imajo lahko v obdobju po hladni vojni in v decentralizirani, globalni družbi izjemno velike posledice. Ti pristopi niso učinkoviti pri grajenju odnosov kot simetričnih

oziroma dialoških pristopov k komuniciranju, ki upoštevajo tudi interese in cilje strateških javnosti (Dozier, 1995; J. Grunig, 1992; L. Grunig in drugi, 2002).

Napačno upravljanje z močjo informacij lahko torej zmanjšuje pomen odnosov z javnostmi, slabi javno zaupanje v državo in zasebne ustanove, poveča možnost uporabe trde sile in podaljša ali poveča negativne posledice konflikta. Tak izid ne upošteva nasvetov strategov, kot je Sun-tzu, kitajski general, ki je pred več kot 2.500 leti zapisal: »Stokrat zmagati v stotih bitkah ne pomeni vrhunec spretnosti. Obvladati nasprotnika brez boja pa odraža najvišjo odličnost« (Sun-tzu, 1998/6. stoletje p.n.š, str. 64–65).

Zaključek

Konvergenca odnosov z javnostmi in javne diplomacije prek mednarodnih programov za strateško komuniciranje je v zadnjih dveh desetletjih hitreje napredovala v praksi kot v teoriji. Teorija že dolgo preučuje odnose z javnostmi in javno diplomacijo, čeprav sta se pojma razvijala v drugih disciplinah. Poleg tega se je akademsko preučevanje konvergence odnosov z javnostmi in javne diplomacije omejilo na normativen koncept. Ta pozitiven koncept konvergence je osnovan na trhlih teoretskih temeljih, ki se mu raziskovalci ne posvečajo v večji meri. Pomanjkanje teoretskega raziskovanja odnosov z javnostmi na tem področju je treba nadoknaditi, preden bodo napačne, ki se pojavljajo v praksi, omajale verodostojnost odnosov z javnostmi in javne diplomacije. Nadaljnje raziskave morajo upoštevati priložnosti in tveganja, ki izhajajo iz konvergence in združevanja.

Pojmovna konvergenca priča o napredku komunikacijskega upravljanja (menedžmenta) v mednarodnih odnosih, tako na strani odnosov z javnostmi kot tudi javne diplomacije. Pravzaprav v mnogočem osrednja vloga komunikacijskega procesa v sodobnih vojaških in političnih operacijah ustreza središčnemu položaju komuniciranja v številnih poslovnih dejavnostih. Praktiki in študenti odnosov z javnostmi morajo opazovati, preučevati in izkoristiti priložnosti, ki jih ponuja razvoj z raziskovanjem in s študijami primerov. Tako lahko premagamo strah pred tem, da si bomo umazali roke z rešničnostjo in se lotimo dela.

LITERATURA

- Adair, K. in Blanton, T. (2006): *The national security archive: Rumsfeld's roadmap to propaganda*. Dokument prenesen 8. februarja 2008 s strani <http://www.gwu.edu/~nsarchiv/NSAEBB/NSAEBB177/index.htm>.
- Adelman, K. L. (1981): Speaking of America: Public diplomacy in our time. *Foreign Affairs*, 59(4), 913–936.

- Armistead, L. (2004): *Information operations: Warfare and the hard reality of soft power*. Washington, DC: Brassey's.
- Beelman, M. (2001): The dangers of disinformation in the war on terrorism. *Nie-man Reports*, 55(4), 16–18.
- Belay, G. (1997): Ethics in international interaction: Perspectives on diplomacy and negotiation. V: F. Casmir (ur.), *Ethics in intercultural and international communication* (str. 227–265). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Black, D. in van der Westhuizen, J. (2004): *The allure of global games for 'semi-peripheral' politics and spaces: a research agenda*. *Third World Quarterly*, 25(7), 1195–1214.
- Blinken, A. (2003): Winning the war of ideas. V: A. T. J. Lennon (ur.), *The battle for hearts and minds: Using soft power to undermine terrorist networks* (str. 282–298). Cambridge, MA: MIT Press.
- Borger, J. (2002, 7. marec): Information is now a casualty of war. *The Guardian Weekly*. Dokument prenesen 25. julija 2007 s strani <http://www.guardian.co.uk/GWeekly/Story/0,,662814,00.html>.
- Bowen, S. A. (2000): *A theory of ethical issues management: Contributions of Kantian deontology to public relations' ethics and decision making*. Neobjavljena doktorska disertacija, University of Maryland, College Park.
- Bowen, S. A. (2004): Expansion of ethics as the tenth generic principle of public relations excellence: A Kantian theory and model for managing ethical issues. *Journal of Public Relations Research*, 16(1), 65–92.
- Brummett, B. (ur.) (2000): *Reading rhetorical theory*. New York: Harcourt College Publishers.
- Bush, G. W. (2002): *The national security strategy of the United States*. Washington, DC: The White House.
- Cone, S. (2007): The Pentagon's propaganda windmills: How »Arkansas' Quijote« tilted against militarism and challenged the marketplace of ideas in America. *Journalism History*, 33(1), 24–41.
- Clark, W. (2000, 22. maj): Visions of the 21st century: How will we fight? *Time*, 155(21), 1.
- Collins, S. (2003, poletje): Mind games. *NATO Review*, 13–16.
- Combelles-Siegel, P. (1998): *Target Bosnia: Integrating information activities in peace operations*. Washington, DC: National Defense University.
- Crossen, C. (2003, 19. marec): In every war but one, the government had media under control. *The Wall Street Journal*, B1.
- Cutlip, S., Center, A. in Broom, G. (2005): *Effective public relations* (9. izd.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Dozier, D. M. (z Grunig, L. A. in Grunig, J. E.). (1995): *Manager's guide to excellence in public relations and communication management*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Dutta-Bergman, M. (2005): Operation Iraqi Freedom: Mediated sphere as a public relations tool. *Atlantic Journal of Communication*, 13(4), 220–241.
- Dutta-Bergman, M. (2006): U.S. public diplomacy in the Middle East: A critical cultural approach. *The Journal of Communication Inquiry*, 30(2), 102.
- van Dyke, M. A. (1997, maj): *NATO military public information: IFOR lessons learned*. Predstavitev na Ministrstvu za obrambo, Bukarešta, Romunija.

- van Dyke, M. A. (2001, julij): *From coercion to collaboration: Toward a new communication continuum*. Prispevek predstavljen na 8. mednarodnem simpoziju o raziskovanju v odnosih z javnostmi, Bled, Slovenija.
- van Dyke, M. A. (2005): *Toward a theory of just communication: A case study of NATO, multinational public relations, and ethical management of international conflict*. Neobjavljena doktorska disertacija, University of Maryland, College Park.
- Eder, M. (2007): Toward strategic communication. *Military Review*, 4(87), 61–70.
- Ehling, W. P. (1984): Application of decision theory in the construction of a theory of relationship management, I. *Public Relations Research and Education*, 1(2), 25–38.
- Ehling, W. P. (1985): Application of decision theory in the construction of a theory of relationship management, II. *Public Relations Research and Education*, 2(1), 4–22.
- Ehling, W. P. (1992): Estimating the value of public relations and communication to an organization. V: J. E. Grunig (ur.), *Excellence in public relations and communication management* (str. 617–638). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Elsbach, K. (2006): *Organizational perception management*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Gerth, J. (2005, 11. december): Military's information war is vast and often secretive. *The New York Times*, str. A1.
- Grunig, J. E. (z Dozier, D. M., Ehling, W. P., Grunig, L. A., Repper, F. C. in White, J.). (ur.). (1992): *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Grunig, J. E. in Grunig, L. A. (1997, julij): *Review of a program of research on activism: Incidence in four countries, activist publics, strategies of activist groups, and organizational responses to activism*. Prispevek predstavljen na 4. mednarodnem simpoziju o raziskovanju v odnosih z javnostmi, Upravljanje z okoljskimi vprašanji, Bled, Slovenija.
- Grunig, J. E. in Hunt, T. (1984): *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, J. E. in Repper, F. C. (1992): Strategic management, publics, and issues. V: J. E. Grunig (ur.), *Excellence in public relations and communication management* (str. 117–157). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Grunig, L. A., Grunig, J. E. in Dozier, D. M. (ur.). (2002): *Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Grupp, R. W. (2008) Gaining respect through corporate diplomacy [IPRA frontline online]. Dokument prenesen 18. februarja 2008 s strani <http://www.ipra.org/frontlinedetail.asp?articleid=747>
- Guth, D. W. in Marsh, C. (2005): *Adventures in public relations: Case studies and critical thinking*. Boston: Pearson.
- Hallahan, K., Holzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D. in Sriramesh, K. (2007): Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication* 1(1), 3–35.
- van Ham, P. (2005): Power, public diplomacy, and Pax Americana. V: Melissen, J. (ur.), *The new public diplomacy: Soft power in international relations* (str. 47–66). Hampshire, England: Macmillan.

- Hiebert, R. (2005): Commentary: New technology, public relations, and democracy. *Public Relations Review*, 31(1), 1-9.
- Ikenberry, G. J. (2004): Review of the book *Soft power: The means to success in world politics*. *Foreign Affairs*, 83(3), 136.
- Isaacson, W. (2003): *Benjamin Franklin: An American life*. New York: Simon and Schuster.
- Jentleson, B. W. (2000): *Coercive prevention: Normative, political, and policy dilemmas* (Peaceworks, št. 35). Washington, DC: U.S. Institute of Peace.
- Jurkowsky, T. in van Dyke, M. (2000): *Vision 21: A study of U.S. Navy public affairs in the 21st century*. Washington, DC: Department of the Navy.
- Kirby, J. (2000): *Helping shape today's battlefield: Public affairs as an operational function*. Neobjavljen rokopis, U.S. Naval War College, Newport, RI, USA.
- Krauthammer, C. (1990, 26. marec): Don't cash the peace dividend. *Time*, 135(13), 88.
- Kruckeberg, D. in Vujnovic, M. (2005): Public relations, not propaganda, for US public diplomacy in a post-9/11 world: Challenges and opportunities. *Journal of Communication Management*, 9(4), 296-204.
- Kunczik, M. (2003): Transnational public relations by foreign governments. V: S. Krishnamurthy in D. Verčič (ur.), *The global public relations handbook: Theory, research, and practice* (str. 399-424). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- L'Etang, J. (2004): *Public relations in Britain: A history of professional practice in the Twentieth Century*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Luttwak, E. (1999): Give war a chance. *Foreign Affairs*, 78(4), 36-44.
- Melissen, J. (ur.). (2005): *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. Hampshire, England: Macmillan.
- Meyers, R. (2004, 27. september): *Policy on public affairs relationship to information operations* [Memo CM-2077-04]. Washington, DC: Joint Staff.
- Metz, T. (2006, maj-junij): Massing effects in the information domain: A case study in aggressive military operations [elektronska verzija]. *Military Review*, 2-12.
- Mintzberg, H. (1983): *Power in an around organizations*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Nemeth, C. (2000, november): The winds of change: The role of public information in the era of information operations. *Journal of Peace, Conflict and Military Studies*, 1(2), Article 4. Dokument prenesen 27. julij 2007 s strani <http://www.uz.ac.zw/units/cds/journals/volume1/number2/article4.html>.
- Nye, J. (2002): *The paradox of American power: Why the world's superpower can't go it alone*. New York: Oxford University Press.
- Nye, J. (2003, 10. januar): Soft power: Propaganda isn't the way. *International Herald Tribune*, str. 6.
- Nye, J. (2004a): *Soft power: The means to success in world politics*. New York: PublicAffairs.
- Nye, J. S. (2004b): Soft power and leadership. *Leadership*, pomladna izdaja. Dokument prenesen 15. oktobra 2007 s strani <http://hbswk.hbs.edu/archive/4290.html>.
- Nye, J. (2004c): The decline of America's soft power [elektronska verzija]. *Foreign Affairs*, 83(3), 16-20.

- Parry-Giles, S. (2005): From total war to total diplomacy: The Advertising Council and the construction of the Cold War consensus [recenzija knjige]. *The Journal of American History*, 91(4), 1528–1529.
- Philpott, T. (1996, september): Enforcing peace in Bosnia. *The Retired Officer Magazine*, 60–66.
- Peterson, P. (2002): Public diplomacy and the war on terrorism. *Foreign Affairs*, 81(5), 74–94.
- Pratkanis, A. in Aronson, E. (1992): *Age of propaganda: Everyday use and abuse of persuasion* [elektronska verzija]. New York: Henry Holt.
- Robinson, L. (2006, 26. maj): The propaganda war: The Pentagon's brand-new plan for winning the battle of ideas against terrorists. *U.S. News and World Report*, 140(20), 9–31.
- Rothrock, J. (1998): Information warfare: Time for some constructive criticism? V: J. Arquilla in D. Ronfelt (ur.), *In Athena's camp: Preparing for conflict in the information age* (str. 217–230). Santa Monica, CA: RAND.
- Rubin, B. (2002): *Blood on the doorstep: The politics of preventive action*. Washington, DC: Brookings Institution Press.
- van Ruler, B. in Verčič, D. (2002, julij): *The Bled manifesto on public relations*. Prispevek predstavljen na 9. mednarodnem simpoziju o raziskovanju v odnosih z javnostmi, Bled, Slovenija.
- van Ruler, B. in Verčič, D. (2005): Reflective communication management: Future ways for public relations research. V: P. J. Kalbfleisch (ur.), *Communication Yearbook 29* (str. 239–273).
- van Ruler, B., Verčič, D., Bütschi, G. in Flodin, B. (2004): A first look for parameters of public relations in Europe. *Journal of Public Relations Research*, 16(1), 35–63.
- Schmitt, E. (2002, 26. februar): Bush seals fate of office of influence in Pentagon. *The New York Times*, str. A1.
- Schmitt, E. (2003, 5. december): Pentagon and bogus news: All is denied. *The New York Times*, str. A6.
- Seib, P. in Fitzpatrick, K. (1995): *Public relations ethics*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace.
- Seitel, F. S. (2007): *The practice of public relations* (10. izd.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Shanker, T. in Schmitt, E. (2002, 16. december): Pentagon may push propaganda in allied nations. *The New York Times*, str. A1.
- Shanker, T. in Schmitt, E. (2004, 13. december): Pentagon weighs use of deception in broad arena. *The New York Times*, str. A1.
- Sharkey, J. (1991): *Under fire: U.S. military restrictions on the media from Grenada to the Persian Gulf*. Washington, DC: Center for Public Integrity.
- Signitzer, B. H. in Coombs, T. (1992): Public relations and public diplomacy: Conceptual convergences. *Public Relations Review*, 18(2), 137–147.
- Signitzer, B. H. in Wamser, C. (2006): Public diplomacy: A specific governmental public relations function. V: C. Botan in V. Hazelton (ur.), *Public Relations Theory II* (str. 435–464). New York: Routledge.
- Sriramesh, K. in Verčič, D. (2001): International public relations: A framework for future research. *Journal of Communication Management*, 6(2), 103–117.

- Sriramesh, K. in Verčič, D. (ur.). (2003a): *The global public relations handbook: Theory, research, and practice*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Sriramesh, K. in Verčič, D. (2003b): A theoretical framework for global public relations research and practice. V: K. Sriramesh in D. Verčič (ur.), *The global public relations handbook: Theory, research, and practice* (str. 1–19). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Steinbock, D. (2003): Toward a mobile information society. *Georgetown Journal of International Affairs*, 4(2), 120–126.
- Sun-tzu. (1998): *The art of war* (prevedla Y. Shijing in J. J. L. Duyvendak). Hertfordshire, England: Wordsworth Editions. (Originalno delo objavljeno v 6. stoletju pr.n.št.).
- Thorp, F. (2007): Strategic communication in the [U.S.] Department of Defense. *Sightings*, 13(4), 3–6.
- U.S. Department of the Army (2003): *Information operations: Doctrine, tactics, techniques, procedures* [terenski priročnik 3–13/100–6]. Dokument prenesen 23. julija 2007 s strani <https://atiam.train.army.mil/soldierPortal/atia/adlsc/view/public/7422-1/fm/3-13/toc.htm>.
- U.S. Department of the Army (v tisku): *Operations* [končni odobreni osnutek]. Washington, DC: Author.
- U.S. Department of State (2007, junij): *U.S. national strategy for public diplomacy and strategic communication*. Dokument prenesen 8. februarja 2008 s strani www.state.gov/documents/organization/87427.pdf.
- U.S. Department of State. (2008a): *Bureau of Public Affairs*. Dokument prenesen 12. februarja 2008 s strani <http://www.state.gov/r/pa/>.
- U.S. Department of State. (2008b): *Under Secretary For Diplomacy and Public Affairs*. Dokument prenesen 12. februarja 2008 s strani <http://www.state.gov/r/>.
- U.S. Joint Staff. (1998, oktober): *Joint doctrine for information operations* [skupna publikacija 3–13]. Washington, DC: Department of Defense.
- U.S. Joint Staff. (2005, maj): *Public affairs* [skupna publikacija 3–61]. Washington, DC: Department of Defense.
- U.S. Joint Staff. (2006, februar): *Information operations* [skupna publikacija 3–13]. Washington, DC: Department of Defense.
- U.S. Joint Staff. (2007, december): *Joint operation planning* [skupna publikacija 5–0]. Washington, DC: Department of Defense.
- Vitto, V. (2004): *Report of the U.S. Defense Science Board Task Force on strategic communication*. Washington, DC: Department of Defense.
- Wang, J. (2007): Telling the American story to the world: The purpose of U.S. public diplomacy in historical perspective. *Public Relations Review*, 33(1), 21–30.
- Wang, Y. (2008, marec): Public diplomacy and the rise of Chinese soft power. *The Annals of the Academy of Political Social Science*, 616, Annals 257.
- Wasserstrom, J. (2000/2001, zima): Beyond ping-pong diplomacy. *World Policy Journal*, 17(4), 61–66.
- de Wijk, R. (2003): The limits of military power. V: A. T. Lennon (ur.), *The battle for hearts and minds: Using soft power to undermine terrorist networks* (str. 3–28). Cambridge, MA: MIT Press.

- Wilson, L. (1996): Strategic cooperative communities: A synthesis of strategic, issue management, and relationship-building approaches in public relations. V: H. M. Culbertson in N. Chen (ur.), *International public relations: A comparative analysis* (str. 67–80). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Yun, S. (2006): Toward public relations theory-based study of public diplomacy: Testing the applicability of the excellence theory. *Journal of Public Relations Research*, 18(4), 287–312.
- Zhang, J. (2006): Public diplomacy as symbolic interactions: A case study of Asian tsunami relief campaigns. *Public Relations Review*, 32(1), 26–32.
- Zhang, J. (2007): Beyond anti-terrorism: Metaphors as message strategy of post-September-11 U.S. public diplomacy. *Public Relations Review*, 33(1), 31–39.
- Zöllner, O. (2006): A quest for dialogue in international broadcasting: Germany's public diplomacy targeting Arab audiences. *Global Media and Communication*, 2(2), 160–182.