

Zrinka Vrabec-Mojžes^{*}

Javna diplomacija i mediji

Summary

The answer to the question *what the public diplomacy is today* can't be found in academic and scientific literature because it's scarce and the subject itself hasn't been looked into enough.

Of course, there's a series of studies and articles about the public diplomacy which mostly originated in the USA, but we have to bear in mind that many things applied in the USA can't be applied to small countries such as Croatia. The main instruments which the public diplomacy uses are the media- particularly radio and television, films, books, brochures, magazines, cultural, scientific and educational exchange, but also the dialog with certain target groups. This study shows that the public diplomacy is not a „one-way street“, but it also includes the dialog and appreciation of the other side, which you try to convince in the legitimacy of certain aims of a country's foreign policy.

Ključne riječi: mediji, demokracija, diplomacija, propaganda

^{*} Autorica je magistrica znanosti, novinarka Radija 101 u Zagrebu

Definicija pojma javne diplomacije

Javna diplomacija je strana propaganda koju provode ili poduzimaju javni diplomati, a danas je to najvažniji zadatak za diplomatska poslanstva – tako je javnu diplomaciju u suvremenom svijetu definirao Geoff R. Berridge u svojoj knjizi *Diplomacija*.¹

Prema nekim teorijama, izraz «javna diplomacija» pripisuje se Edmondu A. Gullionu, američkom diplomatu koji gradi karijeru i koji je, razmišljajući o reakcijama javnosti na američke političke i vojne akcije u Vijetnamu i Kongu, 1965. godine upotrijebio izraz «javna diplomacija». Služeći kao diplomat u Sajgonu početkom pedesetih i u Kongu od 1960.-1963., iskusio je stvarne učinke koje stavovi javnosti imaju na osobno djelovanje diplomata.²

Javna diplomacija kao fraza ujedinjuje stvarni svijet s «bjelokosnom kulom tradicije». Definicija koju je dao Gullion kaže da je to: «disciplina koja se bavi utjecajem stavova javnosti na formiranje i vođenje vanjske politike, obuhvaća dimenzije vanjskih odnosa izvan tradicionalne diplomacije, bavi se utjecajem vlada na formiranje javnog mišljenja u drugim zemljama, kao i interakcijama privatnih grupa i interesa jedne zemlje s onima u drugim zemljama, izvještavanjem o vanjskoj politici i njegovim utjecajem na politiku koju vodi vlada druge zemlje, komunikacijom među onima čiji posao jest komunikacija – poput diplomata i stranih dopisnika, kao i procesom interkulturalnih komunikacija. Suština javne diplomacije je *preobražavajući tijek* informacija i ideja».

Glavni instrumenti kojima se koristi javna diplomacija jesu mediji – osobito radio i televizija, filmovi, knjige, brošure, magazini, kulturna, znanstvena i obrazovna razmjena, ali i dijalog s određenim ciljnim skupinama.

Zanimljiva je i definicija pojma javnog diplomata, prema riječima Stanton H. Burnetta, direktora USIA-e (United States Information Agency) osamdesetih godina. On napominje kako je javni diplomat, prije svega – diplomat. «Kada smo najbolji – kaže on, ne smijemo se razlikovati od dobre, stare definicije diplomata. Pridjev – *javni* ne odnosi se toliko na

¹ Geoff.R.Berridge,»Diplomacija», Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, str. 24

² Crocker Snow Jr: «Public diplomacy practitioners: a changing cast of characters»; Journal of Business Strategy, May 2006, Vol 27 Issue: Number 3, str. 18-21

način rada, već na publiku kojoj se obraćamo, on ukazuje na to da nismo usmjereni prema diplomatu našeg ranga u stranom ministarstvu, već prema javnosti».³

O tome što je javna diplomacija danas, teško je naći odgovore u akademskoj i znanstvenoj literaturi, jer je ima vrlo malo i ta tema nije dovoljno istražena. Naravno, postoji niz studija i članaka o javnoj diplomaciji nastaloj uglavnom u Sjedinjenim Državama, no mora se imati na umu da mnogo toga iz američke prakse ne može biti primijenjeno na male zemlje poput Hrvatske.

Tanka je crta između propagande i javne diplomacije.

Riječ *propaganda* svoje porijeklo vuče iz crkvenog vokabulara koji je označavao širenje religiozne doktrine kroz stoljeća. Prema Rječniku stranih riječi Bratoljuba Klaića, «Propaganda je plansko širenje učenja i principa (vjerskih, političkih, revolucionarnih, itd.); svrha propagande je da ljudi potpuno shvate neki novi nazor o svijetu i da ga prihvate kao svoj na dulje vrijeme.»...

Edward Murrow, prvi direktor USIA-e (United Station Information Agency) – Američke agencije za informiranje definirao je tu razliku na sljedeći način:

«Javna diplomacija je kreativnija, otvorena forma komunikacije koja se bazira na ideji pluralizma, dok propaganda ima drugačiju strukturu – njome se namjerno sužavaju mogućnosti za drugu stranu.»

Drugim riječima – dok je propaganda unilateralni oblik komunikacije, javna diplomacija u dijalog uključuje i drugu stranu, zbog čega je u proces uključen i određeni stupanj slušanja, a ne samo obasipanja informacijama ciljne skupine u stranoj javnosti.

Definirajući razliku između javne diplomacije i propagande, prof. Vukadinović kaže kako je propaganda usmjerena narodima, a ne službenim predstavnicima zemlje, pri čemu propaganda ne vodi računa o utjecaju koji bi mogla imati na službene predstavnike države. «Druga različitost odnosi se na isključivost propagande, koja u potpunosti podliježe nacionalnim interesima, za razliku od diplomacije, koja traži kompromis i spremna je čak korigirati neke svoje interese, propaganda je zainteresirana samo za slike koje će osigurati prednost vlastitom nacionalnom interesu».⁴

³ «Public Diplomacy, USA Versus USSR», RICHARD F.STAAR Editor, Cover Institution Stanford University, Stanford, California, str.81

⁴ Radovan Vukadinović, «Međunarodni politički odnosi»; Politička Kultura, Zagreb 2004, str. 182

Richard Ross, bivši američki izaslanik na Bliskom istoku definirao je javnu diplomaciju na još jednostavniji način: «Javna diplomacija je pridobivanje drugih naroda na svoju stranu». Naravno, to se može raditi na različite načine – prijetnjama, silom ili uvjeravanjem.

Uvjeravanje je, dakle, bit javne diplomacije. Ako se to radi na silu – kao što su Sjedinjene Države iskusile u Iraku – to neće imati previše uspjeha u pridobivanju strane javnosti. To se može činiti i novcem – tzv. dolarska diplomacija može imati uspjeha s određenim režimima, ali teško da će «upaliti» kod običnih ljudi s ulice. Najbolji primjer za to može se pronaći, smatra Jan Melissen, u američko-egipatskim odnosima. Vladajuće strukture u Kairu vjerojatno su zahvalne na američkoj pomoći i sklone američkoj politici, uz određene ograde. Međutim, najveći dio egipatske populacije još uvijek je izrazito neprijateljski raspoložen prema Sjedinjenim Državama.

Međutim – posao javne diplomacije jest doprijeti do najširih slojeva populacije upotrebljavajući ono što teoretičar Joseph Nye naziva: «soft power» - dakle, «nježna snaga». Soft power temelji se na privlačnosti određene zemlje, nacije, politike i ona pridobiva ljude da ih slijede, da se slažu i prihvaćaju tu zemlju.⁵

U svojoj definiciji javne diplomacije Jan Melissen navodi kako se ciljevi javne diplomacije mogu svesti na četiri točke:

- 1) javna diplomacija nastoji osigurati potporu za vanjskopolitičke ciljeve svoje zemlje preko javnih i neslužbenih aktera u inozemstvu
- 2) nastoji učvrstiti odnose sa stranom javnošću koja je suprotstavljena domaćoj
- 3) nastoji postići što veću upućenost i prisnost s određenom zemljom
- 4) javna diplomacija temelji se na dijalogu, širokoj suradnji u radu diplomacije, pri čemu se ne ustručava učiti od drugih.

⁵ Nye, J.S.Jr «Soft Power»: The means to success in the world politics, New York: Public Affairs, 2004

Uvod u temu

Stvaranje i razvoj ideje javne diplomacije u prvoj polovici 20. stoljeća vezani su za ime američkog predsjednika Woodrowa Wilsona.

Prema riječima Geoffreyja Berridga, tradicionalna diplomacija bila je vrlo službena, formalna, institucijska, spora, na osobnoj razini i često obavijena tajnom.

Ulaskom Sjedinjenih Američkih Država u veliku svjetsku politiku uključivanjem u Prvi svjetski rat nastaju promjene u dotadašnjim međunarodnim donosima. Nakon pobjede Saveznika 1918. godine počela je u Versaillesu mirovna konferencija na kojoj su pobjednice – Francuska, Velika Britanija Italija i Sjedinjene Američke Države - odlučivale o novoj koncepciji poslijeratnih međunarodnih odnosa.

Američki predsjednik Woodrow Wilson tada počinje zagovarati promjene u međunarodnim odnosima, koje je naveo u svojem odličnom govoru o četrnaest točaka. Wilson je u njemu predlagao novi oblik diplomacije: «Otvorene ugovore o miru, do kojih se dolazi na otvoren način, nakon kojih neće biti nikakvih privatnih međunarodnih sporazuma bilo kakve vrste, već će se diplomacija voditi uvijek iskreno i pred očima javnosti...» Time je najavio ono što je postalo poznato kao «nova diplomacija».

To se prije svega odnosilo na izlaganje diplomacije medijima i javnom mišljenju, te na vođenje izravnih pregovora između političara, dužnosnika, ministara, šefova vlada ili država.

O tome je li to dobro ili loše za diplomaciju, rasprave se još vode, no činjenica jest da «ništa nije toliko utjecalo na revoluciju diplomatskog umijeća kao trend konstantne medijske pažnje, i ne postoji način da se sat vrati unatrag, u vrijeme kada su pregovori bili skriveni od domaćih javnosti» – navodi Abba Eban.⁶

Jedan od pojmova vezanih za javnu diplomaciju jest – javno mišljenje. Profesor Vukadinović piše kako se javno mišljenje javlja kao odnos ili jedan od odnosa građana prema društvenim kretanjima i procesima koji mogu biti na internom planu razvoja, ili u vanjskoj politici neke zemlje. Ovdje se, dakako, prije svega misli na odnos građana prema

⁶ Abba Eban, *The New Diplomacy*; New York; Random House, 1983

političkim zbivanjima, odnosno prema vanjskoj politici pojedine zemlje i njezinoj usmjerenosti.⁷

O važnosti javnog mišljenja i njegova utjecaja na međunarodne odnose i formuliranje određene politike postoje različita mišljenja. Neki ga autori smatraju važnim faktorom međunarodnih odnosa, koji djeluje poput «nevidljive i nesavladive sile».

Dakako, ima i suprotnih mišljenja, prema kojima bi državnici vanjsku politiku trebali stvarati samostalno i bez utjecaja širih masa. Ukratko, pojam javnog mišljenja u novije je doba ušao u međunarodne odnose, što je rezultat mnogih društveno-političkih i tehnoloških promjena suvremenog svijeta.

Razvoj sredstava komunikacije

Ubrzan razvoj sredstava komunikacije počinje sredinom 19. stoljeća, kada su izumljeni telegraf i radio, što je izazvalo velike promjene u dotadašnjem načinu diplomatskog rada. Tehnološka ili informatička revolucija krajem 20. a napose početkom 21. stoljeća pokrenula je proces globalizacije.

Masovni mediji i komunikacije revolucionarno su utjecali na sudjelovanje javnosti u političkim procesima. Ili – kao što je u svojem izlaganju o ulozi medija u vanjskoj politici u Dubrovniku 2000. rekao Charles Northip, iz IREX ProMedia iz Zagreba: «Prošli su dani kada je vanjska politika bila samo u rukama diplomata. Prošli su dani kada građani bilo koje zemlje mogu biti izolirani od onoga što se događa na drugoj strani svijeta. Širenjem satelitskog emitiranja, interneta, faxeva, mobilnih telefona, došli smo do jeftinog i brzog pristupa informacijama bilo gdje u svijetu. A taj će pristup biti još brži, jeftiniji i rašireniji».⁸

Dakle, od prve polovice prošloga stoljeća mediji su počeli imati sve veću ulogu u stvaranju imidža neke zemlje ili predstavljanju njezine vanjske politike – kako tiskani, tako sve više i elektronički, koji u velikoj mjeri utječu na stvaranje javnog mnijenja, a onda posredno i na odluke političkih

⁷ Radovan Vukadinović, «Međunarodni politički odnosi»; Politička Kultura, Zagreb 2004, str. 182

⁸ Charles Northip, Role of Media in Democracy, Public Diplomacy and Media, International Seminar within the Framework of the Stability Pact for South Eastern Europe, Dubrovnik 2000: Diplomatic Academy, Zagreb 2000, str. 38

struktura. Elektronički mediji omogućuju najbrži pristup javnosti – osobito preko satelita i interneta. Time se brišu vremenske i prostorne razlike, a cijeli se svijet integrira u jedinstven informativni prostor.

Iako je radio bio prvi medij za komuniciranje s međunarodnom javnošću, nema sumnje da najveći utjecaj na javno mnijenje danas ima televizija, kao najpotpuniji način prenošenja informacija. Satelitski programi na međunarodnoj sceni stvorili su tzv. globalnu svijest – interes i spoznaju važnosti pitanja na drugome dijelu svijeta. Nastojeći naći odgovor na pitanje: Zašto je javna sfera postala tako važna u diplomaciji, Jan Melissen je slikovito opisao brzinu i dubinu promjena koje su se dogodile na planu masovnih komunikacija od polovice prošloga stoljeća. Kao primjer, uzeo je sastanak na najvišoj svjetskoj razini – onaj u Jalti 1945., na kojem su se našli najmoćniji državnici svijeta: Roosevelt, Churchill i Staljin. Oni su tamo raspravljali o budućnosti svijeta – no, javnost nije o tome znala ništa. O zaključcima velikih vođa bili su obaviješteni poslije – kad se svaki od njih vratio u svoju zemlju i procijenio što bi i koliko trebalo otkriti.

To je danas nezamislivo. S velikih multilateralnih sastanaka svjetskih državnika izvještavaju tisuće novinara, a svaki takav *summit* nerijetko prate i masovni prosvjedi antiglobalista, zelenih i sličnih pokreta. Diplomati i političari sve su više izloženi javnosti, ali je i javnost sve više aktivan dio međunarodne politike.⁹

Tri konceptualna modela Eytana Gilboa

U svojoj studiji **Diplomacija u medijskoj eri: tri modela upotrebe i efekata** izraelski autor Eytan Gilboa navodi kako su mediji promijenili značenje pojma MOĆI u suvremenoj svjetskoj politici. Danas podjednako značenje za postizanje određenog statusa u međunarodnoj

⁹ Jan Melissen: «Public Diplomacy in Contemporary Diplomatic Practices», DIPLOMATIC ACADEMY PROCEEDINGS, International Conference: Public Diplomacy and Media, Dubrovnik, Croatia, November 7-8, 2003; Diplomatic Academy, Ministry of Foreign Affairs, Zagreb, 2004, str.126.

zajednici imaju imidž političkih vođa jedne nacije i kontrola informacija te njihova ekonomska i vojna snaga.¹⁰

To znači da u suvremenom svijetu informacija postaje glavna ROBA u međunarodnim odnosima, i oblik pritiska, na jednak način kao što je to u vrijeme hladnog rata bila prijetnja vojnom silom. Masovni mediji, a naročito globalne televizije postali su glavni izvori informacija i za svjetsku politiku i ekonomiju, kako na domaćem tako i na međunarodnom planu i nijedan svjetski vođa ni političar, više si ne može dopustiti da podcijeni snagu televizijskih vijesti.

U tom kontekstu stvoren je novi pojam **teledemokracija**, prema autoru Davidu Gregenu. Taj pojam odnosi se na utjecaj snage medija na međunarodne odnose i promjene koje su globalne telekomunikacije unijele u načine interakcije između medija i diplomacije. Stvorene su i nove fraze: medijska diplomacija, teleplomacija, fotodiplomacija, instant diplomacija i slično..

Neki su analitičari pojam utjecaja medija na vanjskopolitičke odnose nazvali **CNN efektom**. Taj je pojam osobito primjenjiv u krizama u kojima se očekuje humanitarna intervencija međunarodne zajednice – kada su slike o ljudskoj tragediji poslone u svijet izvršile pritisak na svjetske političke vođe da donesu određene odluke o akcijama koje treba poduzeti da bi se nasilje zaustavilo.

U svojoj studiji autor Eytan Gilboa razlikuje tri konceptualna modela upotrebe medija kao instrumente vanjske politike i međunarodnog pregovaranja:

Javnu diplomaciju – u kojoj se vladini i nevladini sudionici koriste medijima i ostalim kanalima kako bi utjecali na javno mišljenje u stranim državama s kojima su u sukobu, zatim **medijsku diplomaciju** u kojoj dužnosnici koriste medije kako bi komunicirali sa stranim sudionicima i predstavili svoje ideje o rješenju sukoba i tzv. **medijsko-posredničku diplomaciju** u kojoj novinari privremeno preuzimaju ulogu diplomata i služe kao posrednici u međunarodnim pregovorima.

Prva dva modela već postoje, dok je treći relativno nov. Svaki od tih modela primjenjiv je tek ako su se za to stvorili određeni uvjeti i svaki od njih može se dodatno profesionalno i etički razgranati unutar tri glavne

¹⁰ Eytan Gilboa, Ban Ian University and Holon Institute of Technology, Israel: «Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects», *Diplomacy and Statecraft*, No.2 (June 2001)str 1-28; Frank Cass, London

skupine, koje su uključene u diplomaciju – dužnosnici, mediji i javno mišljenje.

Javna diplomacija i mediji tijekom hladnog rata

«Hladni rat kao dugo razdoblje međunarodnih odnosa u poslijeratnom svijetu i istodobno razdoblje međunarodnih političkih odnosa možemo okarakterizirati kao stanje u kojem su sve snage bile okupljene oko dvaju glavnih centara moći, sav međunarodni život odvija se unutar dvaju zatvorenih sistema (zapadnog i istočnog), a glavne su suprotnosti bile vezane za različite vrijednosti i njihovu raspodjelu u svjetskim odnosima. Glavni su akteri u bipolarnom modelu hladnog rata bile dvije velike države: SAD i SSSR.»¹¹

Upotreba medija kako bi se pridobilo javno mnijenje u zemljama čije su vlade neprijateljski nastrojene, najočitije je počela upravo tijekom hladnog rata. Smisao tog djelovanja bio je da se stvori pozitivno stajalište o politici, društvenom uređenju i ekonomskom sustavu vlastite zemlje u zemljama s druge strane željezne zavjese, kako bi se javnosti pružile suprotne informacije od onih koje je širila propaganda njihovih vlada.

Od 1948. do kasnih 1980-ih propaganda je dobila nove dimenzije i razvila nove tehnike, prije svega pod utjecajem razvoja nove tehnologije i sredstava masovne komunikacije. Osim preko njih, na stajalište građana izvan državnih granica nastojalo se utjecati na razne načine - od svemirskih letova, izložbi do parada, sportskih natjecanja i slično.

No, glavno oružje suprotstavljenih blokova bilo je emitiranje međunarodnih programa, s naglaskom na radiopostaje kao što su Voice of America, Radio Liberty i Radio Free Europe s američke strane i Radio Moskva sa sovjetske strane. Krajem 1980-ih američka Vlada je pokrenula i prekooceanske televizijske programe – poput Worldnet i Dialoguea. World-net bila je prva međunarodna satelitska televizija koja je povezala Sjedinjene Države sa svim kontinentima i s više od 50 država u svijetu. Reaganova administracija osnovala je Radio i Televiziju Marti, koji su bili namijenjeni destabilizaciji Castrova režima na Kubi, dok je u

¹¹ Radovan Vukadinović, «Međunarodni politički odnosi; Politička kultura, Zagreb 2004, str. 30

posthladnoratovskoj eri predsjednik Bill Clinton osnovao Radio Free Asia – s namjerom da se predstave i zaštite ljudska prava u Kini, kao i Radio Free Iraq – čiji je cilj bio oslabjeti Sadamov režima.¹² (više u poglavljima o USIA-i i Glasu Amerike).*

Američka informativna agencija i američki državni mediji u funkciji javne diplomacije

Iza javne diplomacije koja se miješala s propagandom u doba hladnog rata, od početka pedesetih u Sjedinjenim Državama stajala je USIA (United States Information Agency) – Američka agencija za informiranje, osnovana u kolovozu 1953. godine, za vrijeme administracije predsjednika Eisenhowera. Izvan Sjedinjenih Država njezin je poznatiji naziv bio USIS (kratica za United States Information Service) – dok je unutar Sjedinjenih Država upotrebljavana kratica USIA, kako se ne bi miješala s vrlo sličnim akronimom za United States Immigration Service – Američkim uredom za imigraciju.

Misija te agencije bila je «razumjeti, informirati i utjecati na strane javnosti promoviranjem američkih nacionalnih interesa, proširiti kontakte između američkih građana i institucija s građanima i sličnim institucijama u inozemstvu kroz razvijanje razmjene studenata, profesora, znanstvenika i različitih kategorija građana između Sjedinjenih Država i inozemstva».

Agencija je bila neovisna od State Departmenta i u vrijeme njezinog osnivanja, direktor je svoja izvješća davao Predsjedniku, preko Nacionalnog odbora za sigurnost (National Security Council), a ne državnom tajniku.

Kulturna i obrazovna suradnja ostala je u okrilju Ureda za obrazovanje i kulturu unutar State Departmenta sve do 1978., a onda je i taj dio preseljen u USIA-u. Ova je agencija radila prema **dva osnovna zakona:**

Prvi je bio tzv. **Smith-Mund Act**, odnosno Zakon o američkom informiranju i obrazovnoj razmjeni iz 1948., koji je specificirao na kojim se

¹² Nils H.Wessel: «Recasting U.S-Soviet Exchanges, Public Diplomacy USA versus USSR, RICHARD F.STAAR, Editor, Cover Institution Stanford University, Stanford, California, str. 159

razinama Vlada Sjedinjenih Država može uključiti u javnu diplomaciju, znanu i kao propaganda.

Drugim zakonskim aktom poznatim kao **Fulbright-Hays Act** određene su međunarodne kulturne i obrazovne aktivnosti i razmjene

Smith-Mundovim zakonom odobrena je propaganda kroz upotrebu najnovijih tehnoloških komunikacijskih dostignuća, a kao mjera hladnog rata, bila je usmjerena prvenstveno prema Sovjetskom Savezu i njegovim satelitima. Njime je omogućeno emitiranje i osnivanje informativnih programa, kao što je Glas Amerike (VOA), Radio Free Europe i Radio Liberty – koji emitiraju za europsku publiku i publiku na Bliskom istoku, Radio Farda – namijenjen publici u Iranu, Radio Free Asia, koji emitira u Aziji, Radio i TV Marti, koji emitira za publiku na Kubi i Radio Sawa, još jedna radiopostaja namijenjena Bliskom istoku, kao i Alhurra – satelitska televizija za Bliski istok. (više u poglavlju o Glasu Amerike).*

Prvotna je namjera bila da Glas Amerike zadrži imidž objektivnog medija, kao što je bilo tijekom emitiranja u Drugom svjetskom ratu. Ostali radiji i televizije koje je osnovala i financirala američka Vlada bili su mnogo više specifični u svojim anti-komunističkim namjerama i mnogo su više podsjećali na čistu propagandu.

Jedna od najvećih zanimljivosti Smith- Mundtova zakona jest odredba kojom je **eksplicite zabranjeno** da vijesti koje je USIA preko Glasa Amerike i ostalih međunarodnih servisa producirala i plasirala za publiku u inozemstvu budu emitirane na području Sjedinjenih Država. Razloge za takvu odredbu treba tražiti u vremenu kada je zakon napisan, objašnjava Allen Dolcal, bivši dužnosnik Odjela za javne poslove u veleposlanstvu Sjedinjenih Država u Zagrebu.¹³

Naime, Zakon je nastao početkom hladnog rata, a u to doba članovi američkog Kongresa nisu željeli da ono što se smatralo «propagandom» bude usmjereno na američke građane. Za razliku od Nijemaca koji mogu slušati Deutche Welle, ili Britanaca koji također mogu slušati međunarodne programe BBC-ja, Amerikanci nikada nisu mogli čuti Glas Amerike. Osim na dijelovima Istočne obale Amerike, gdje ga se moglo hvatati na kratkom valu. I to pravilo, ako se izuzme internet, preko

¹³ Allen Dolcal: Public Diplomacy and Its Role in the Foreign Service, «Public Diplomacy and Media», International Seminar within the Framework of the Stability Pact for South Eastern Europe, April 2000, Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Croatia, Diplomatic Academy, Zagreb 2000

kojeg se može slušati program i u Americi, vrijedi i danas. Međutim, postoje iznimke – naime, na zahtjev, informacije emitirane u inozemstvu mogu na engleskom jeziku biti dostupne novinskim agencijama, novinama, novinarskim udruženjima, radijskim programima, studentima, znanstvenicima koji se bave istraživanjima te članovima Kongresa.

Drugim Zakonskim aktom poznatim kao Fulbright-Hays Act određene su međunarodne kulturne i obrazovne aktivnosti i razmjene. Fulbrightov Program stipendija omogućio je davanje stipendija različitim skupinama studenata, znanstvenika i stručnjaka diljem svijeta. Kako bi se osiguralo da stipendije budu dodijeljene nepristrano i transparentno, postoji niz obrazovnih i kulturnih stručnjaka koji biraju primatelje stipendija.

Između ostalog USIA je pokrenula i programe Međunarodne omladinske razmjene (Youth Exchange Initiative) te program Razmjene ambasadora umjetnosti – koji je povezivao mlade glazbenike diljem svijeta. Isto tako, organiziranje tečajeva engleskog te otvaranje knjižnica i kulturnih centara spadalo je u poslove u organizaciji USIA-e.

Objašnjavajući dugoročne ciljeve američke javne diplomacije u doba hladnog rata Nils H. Wessell, direktor Ureda za istraživanja unutar USIA-e tijekom osamdesetih, smatrao je kako je to bilo: slabljenje sovjetske snage i utjecaja, u čemu je ključnu, iako možda na prvi pogled skromnu ulogu imala upravo kulturna, obrazovna i znanstvena razmjena. Ta razmjena izlagala je sovjetsko društvo utjecaju američkih znanstvenika, pisaca, umjetnika i studenata koji su trajali desetljećima.¹⁴

U svakom američkom veleposlanstvu u svijetu uspostavljena je dužnost atašea za tisak (Press Attache) ili kulturnog atašea (Cultural Attache), ili dužnosnika za odnose s javnošću (Public Affairs Officer), koji obnašaju različite dužnosti – od organiziranja konferencija za novinare, akademskih i znanstvenih razmjena, novinarskih stručnih putovanja u Sjedinjene Države, poticanja kulturne suradnje, postavljanja izložbi američke umjetnosti i slično.

U listopadu 1999. Zakonom o vanjskim poslovima i Zakonom o rekonstruiranju ukinuta je USIA-e, pri čemu su se aktivnosti vezane za informiranje, ali ne i emitiranje vratile u State Department, u Ured za javne poslove (Bureau of Public Affairs), kojem predsjednik državni podtajnik za

¹⁴ Nils H. Wessell, «Recasting U.S.- Soviet Exchanges», PUBLIC DIPLOMACY, USA VERSUS USSR, RICHARD F.STAAR, Editor, Cover Institution Stanford University, Stanford, California, str 211

javnu diplomaciju i javne poslove (Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs).

Funkcije emitiranja otada se smatraju neovisnim unutar tzv. Broadcasting Board of Directors, koji djeluje kao agencija neovisna o State Departmentu, odgovorna za civilno, međunarodno emitiranje američkih programa koje sponzorira američka Vlada. Ovu Agenciju nadgleda Broadcasting Board of Governors (BBG), dvostranačko tijelo koje čini osam uglednih američkih građana koje imenuje predsjednik Sjedinjenih Država, a potvrđuje Senat.

Publika

Postavljalo se, naravno i pitanje – kojoj se publici, odnosno javnosti u stranim zemljama obraćala USIA preko svojih medija.

Definirajući publiku radija i televizije pod pokroviteljstvom USIA-e diljem svijeta, Burnett ju je nazvao «međunarodnom informativnom elitom», koju je većina veleposlanstava izabrala za svoj glavni cilj. Njih se biralo zato što su utjecajni, a to su bili zato što su ujedno predstavljali i intelektualnu elitu. Međutim, pitanje koji ljudi i koje institucije su najutjecajnije, nije uvijek imalo isti odgovor.

U Europi, na primjer –ista elita ne utječe na vojna i ekonomska pitanja, iako se ponekad mogu preklopiti. Samo obrazovanje, međutim, daje im neke dodirne točke sa svim ostalim obrazovanim ljudima u svijetu, kao i neke i slične karakteristike, od kojih je jedna vrlo bitna – a to je razumijevanje engleskog jezika.

U tom su smislu istraživanja o slušateljima *Glasa Amerike* u zemljama Trećeg svijeta dokazala kako obrazovanje ima izravne veze s postotkom stalnih ili povremenih slušatelja. U Keniji, u kojoj je krajem 1980-ih 5% odraslog stanovništva imalo sekundarno obrazovanje, među njima je bilo 32% slušatelja *Glasa Amerike*, u urbanom Tunisu među 15% obrazovanih bilo je 37 % slušatelja *Glasa Amerike*, u Argentini među 19% obrazovanih – 66 % slušatelja, u Brazilu od 24% obrazovanih, 59% slušali su tu postaju.

Sažimajući rad USIA-e Stanton H. Burnett, koji je bio jedan od njezinih direktora tijekom 1980-ih, priznaje da Sjedinjene Države nisu uvijek postizale ono što su namjeravale, zato jer dugo nisu mogle odlučiti

što USIA zapravo radi. Na svojim počecima, ts se agencija bavila aktivnostima koje su vrlo bliske američkom shvaćanju pojma «propagande». A propaganda za prosječnog Amerikanca znači: «Manipuliranje, slogane, nešto na rubu laganja i posve sigurno nešto što se ne može smatrati razumnim dijalogom». Za vrijeme Carterove administracije proširilo se shvaćanje kako je uloga USIA-e tek osiguravanje platforme koja će publici diljem svijeta pružiti nediskriminirajuću širinu stajališta, što se razvilo u pojam «civiliziranog zagovaranja američke politike».

Civilizirano zagovaranje američke politike nije neutralno. Ono je ipak – «zagovaranje američke politike» - zaključuje Burnett. Međutim, ono zahtijeva poštovanje prema sposobnostima zaključivanja sugovornika s druge strane. Ako ste mu prenijeli točnu informaciju i raspravili s njime o svojem razumijevanju značenja te informacije, moguće je doći do tri rezultata: ili će on biti uvjeren, ili će ponuditi neke vlastite informacije i razmišljanja, ili će se dijalog nastaviti i donijeti, u platonskom smislu riječi – korist svima.

Sredinom 1990-ih godina prošlog stoljeća dogodile su se velike promjene u promišljanju buduće uloge USIA-e. Na to je utjecalo nekoliko činjenica – napominje Allen Dolcal.¹⁵

Padom Berlinskog zida označen je kraj hladnog rata. Time je prestala potreba plasiranja informacija u zemlje s druge strane željezne zavjese, kako bi se poništilo djelovanje njihove propagande.

Dogodila se, dakako i informatička revolucija, a sve to, za vrijeme administracije predsjednika Clintona potaknulo je uključivanje svih funkcija USIA-e u State Department, osim Ureda za međunarodno emitiranje (International Broadcasting Bureau), koji je postao neovisna agencija 1. listopada 1999. godine.

U međuvremenu, unutar State Departmenta osnovan je Odjel za odnose s javnošću (Public Affairs Department), na čelu kojeg je bio glasnogovornik. No, taj se odjel, objašnjava Dolcal, obraćao uglavnom američkoj publici i američkim medijima koji su smješteni u Washingtonu i prate vanjsku politiku.

¹⁵ Allen Dolcal: «Public Diplomacy and Its Role in the Foreign Service», «Public Diplomacy and Media», International Seminar within the Framework of the Stability Pact for South Eastern Europe, April 2000, Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Croatia, Diplomatic Academy, Zagreb 2000, str 18

Zbog toga je odlučeno da se unutar State Departmenta osnuje Ured za javnu diplomaciju (Bureau of Public Diplomacy and Public Affairs) na čelu kojeg je zamjenik državnog tajnika, što je vrlo visoka funkcija, budući da zamjenika ima ukupno šest.

Cilj spomenutog ureda jest ujediniti javnu i tradicionalnu diplomaciju te utjecati na javnost i političare u inozemstvu, na način kako to zahtijeva vanjska politika koju vode Sjedinjene Države. Naime, te dvije stvari moraju se ostvarivati paralelno – smatra Dolcal. Rekao je: «Ne može se javna diplomacija početi primjenjivati nakon što je odluka o vanjskoj politici već donesena i provedena, nego se to mora događati simultano - ako je cilj javne diplomacije povećati razumijevanje, utjecaj i informiranost javnosti u stranim zemljama i promovirati američke interese, čak i u neprijateljskom okruženju, u zemljama čiji su građani skeptični prema američkoj politici i njezinim ciljevima.»

Javna diplomacija i globalni mediji u posthladnoratovskom razdoblju

Osim što su države i vlade pokrenule javne diplomacije kroz medije, što je bilo tipično za doba hladnog rata, tijekom posljednja tri desetljeća sve veću ulogu imaju mediji čiji osnivači spadaju u nevladin sektor. Stoga su autori Signitzer i Coombs ponudili širu definiciju javne diplomacije, koja odražava porast važnosti uloge nevladinih aktera i međuovisnost svih aktera na globalnoj sceni. Ona glasi: «Javna diplomacija je način na koji i vlade i privatni poduzetnici, kao i grupe, utječu direktno ili indirektno na stajališta ili mišljenje javnosti, koji zatim vrše direktan pritisak na vanjskopolitičke odluke neke druge vlade». ¹⁶

Jedna od prvih i još uvijek najutjecajnijih satelitskih televizija svakako je CNN, koji je osnovao Ted Turner 1980. godine. CNN je skraćena za Cable News Network i zamišljena je kao međunarodni 24-satni informativni kanal koji se emitira preko satelita i kabelske televizije. Mnoge televizijske mreže poput SKY NEWS-a, EURONEWS-a, CNBC-a, a odnedavno i AL JAZEERE slijedile su izvornu ideju CNN-a.

¹⁶ Benno H. Signitzer and Timothy Coombs, «Public Relations and Public Diplomacy»: Conceptual Covergences, *Public Relations Review*, 18 (Summer 1992), str. 138

Prvi veći pothvat ove televizije bio je način na koji je ona pratila Zaljevski rat, odnosno vojnu akciju pod nazivom «Pustinjska oluja» 1991. godine. Bio je to prvi «televizijski rat», kojim je uvelike manipulirao Pentagon, a američki privatni mediji tom su prigodom odradili vrhunsku propagandu kojom su se predstavili interesi američke Vlade.

Jedan od značajnijih momenata bilo je i spektakularno praćenje terorističkog napada na Sjedinjene Države, 11. rujna 2001. godine. Način na koji je CNN izvještavao o događajima s terena posve sigurno je utjecao na potporu zemalja članica Ujedinjenih naroda vojnoj akciji u Afganistanu, kojom su talibani svrgnuti s vlasti.

Slijedio je još jedan televizijski rat – onaj u Iraku, kada je predstavljena nova metoda ratnog izvještavanja. Naime, veliki je broj specijalnih ratnih dopisnika s terena bio pridružen postrojbama američke vojske. Ti tzv. «embedded journalists» prenosili su uživo na CNN-u i ostalim satelitskim televizijama vojne akcije postrojbi koje su pratili, ali i o kojima su posve ovisili i time su se posredno stavili u službu proameričke propagande. Budući da se u međuvremenu svjetsko, ali i američko javno mnijenje okrenulo protiv rata u Iraku i politike koju vodi George Bush, i CNN je ponovo, barem za potrebe međunarodnog emitiranja, postao kritičniji i neovisniji.

Možda je najbolji primjer javne diplomacije preko globalnih medija iz naše novije povijesti medijsko praćenje rata na području bivše Jugoslavije, kao i njihov utjecaj na političke odluke svjetskih vođa o akcijama koje su poduzimali.

Britanski televizijski novinar Martin Bell u svojoj knjizi *In Harm's Way* opisuje svoje iskustvo ratnog izvjestitelja iz pakla Bosne i Hercegovine i postavlja pitanja o odnosu novinarstva, diplomacije i politike, koji je u tome ratu bio složeniji nego ikad.¹⁷

Bell tvrdi da do tada niti jedan rat, pa čak ni onaj Zaljevski, koji je sam po sebi izgledao kao da je režiran poput specijalnog medijskog događaja po mjeri CNN-a, nije bio toliko vođen pred javnošću, odnosno pred okom kamere.

O Zaljevskom ratu, kaže Bell, uglavnom se izvještavalo pod budnim okom vojne cenzure. U Bosni i Hercegovini cenzure najčešće nije bilo, jer se rat vodio anarhično, osobito sa srpske strane, a prenosive satelitske antene omogućivale su neposredne prijenose ljudskih tragedija i

¹⁷ Martin Bell: *In Harm's Way*, London, Hamish Hamilton ltd, Penguin Group, str. 135

strahota rata, bez ikakvog nadzora, ravno u dnevne sobe gledatelja diljem svijeta.

Jedan od učinaka takvog medijskog praćenja rata bili su pritisci na političke vođe Zapadnih zemalja da odgovore na neki način, makar samo i kroz izraze zabrinutosti iz Bijele kuće. U tom kontekstu Martin Bell sebe naziva članom kluba pod nazivom: «Nešto se mora učiniti». Naime, novinari na terenu u Bosni i Hercegovini bili su uglavnom razočarani inertnošću svojih vlada i neodlučnošću međunarodne zajednice da zaustavi pokolj koji se događao na europskom tlu krajem 20. stoljeća. I upravo su novinari svojim izvješćima najviše utjecali na javnosti tih zemalja da učine pritisak na svoje vlade, što je na kraju dovelo do vojne intervencije koja je zaustavila krvoprolića. Nažalost, puno prekasno.

Bell kaže kako je u ratu u Bosni i Hercegovini satelit postao jednako važno oružje kao snajperski metak ili druga sofisticirana vojna tehnika, zbog čega su moderni Machiavelliji i politički vođe nastojali nad njima preuzeti nadzor. To se svakako dogodilo s vođama svih triju vojski koje su ratovala na prostoru Bosne i Hercegovine: Muslimanima, Srbima i Hrvatima. Za Muslimane – Bošnjake u početku rata jedino stvarno oružje koje su imali bila je njihova medijska elokvencija – kaže Bell.

Kada je rat počeo u travnju 1992. nijedno pitanje nije bilo važnije za vođe bosanskih Srba od kontrole Sarajevske televizije. Za njih, kao i za ostale strane u ratu, televizija je bio alat kojim su obavještavali i kontrolirali svoje narode te opravdavali ono što su činili na terenu, ali i nastojali pridobiti naklonost vlada međunarodne zajednice. Sljedeće tri godine vodio se pravi televizijski rat. Sarajevska televizija redovito je emitirala i izvještaje stranih dopisnika koji su bili smješteni u Sarajevu. Njih bi vrlo ozbiljno proučavali u Predsjedništvu, kako bi očitale barometar svjetskog javnog mišljenja o stanju u Bosni i Hercegovini.

Martin Bell spominje kako je hrvatski zapovjednik HVO-a u srednjoj Bosni Tihomir Blaškić redovito tražio izvješća stranih novinara o akcijama njegovih vojnika. Televizija je imala golem utjecaj na ljude na terenu – budući da je diplomacija bila udaljena i neefikasna, a satelitski tanjuri bili su njihova jedina veza sa svijetom.

Uloga novinara u tome ratu bila je posve specifična. Budući da je u administraciji bosanske Vlade vladao kaos, uglavnom se informacije nisu dobivale posredstvom glasnogovornika, nego izravno od samih političkih vođa. Rezultat toga bila je mnogo veća odgovornost novinara koji su svjetskoj javnosti morali pojasniti što se zapravo događa na terenu. A to

je, kaže – najmanje što su mogli učiniti, budući da nitko drugi iz međunarodne zajednice nije činio gotovo ništa.

Lord Carrington, odgovarajući u jednom od svojih mnogobrojnih intervjua na pitanje je li televizijsko izvještavanje utjecalo na promjenu smjera britanske politike u Bosni, rekao je – kako se time pretpostavlja da je neki smjer uopće postojao. Nešto slično odgovorio je i Kofi Annan, generalni tajnik Ujedinjenih naroda: «Kada vlade imaju jasnu politiku, kada su predvidjele situaciju i znaju što žele učiniti i kojim putem krenuti, tada televizija na njih ima mali utjecaj. Međutim, kada postoji problem za koji se nije smislilo političko rješenje, onda se reagira naglo i bez promišljanja. Vlade moraju učiniti nešto kako bi izbjegle katastrofu u odnosima s javnošću».

Zbog tih i sličnih izjava, Martin Bell pita se u svojoj knjizi, koliko su novinari u takvim situacijama – intervencionisti? On smatra da je u ratu u Bosni naučena lekcija kako u situacijama političkog vakuuma, kada su vlade neodlučne i bez jasno određenog smjera koji bi trebale slijediti, televizijski izvještaji i slike imaju zapanjujući učinak i političku snagu da ih pokrenu.

Bell navodi dva klasična slučaja politike koja je vođena pod utjecajem televizije. Prvi je slučaj akcija IRMA kada je nesreća petogodišnje djevojčice navela Downing Street da u srpnju 1993. zračnim putem evakuiraju više od 40-ero ranjenih ljudi iz Sarajeva, iako su tisuće drugih koji su jednako tako patili prošli nezapaženo. BBC je tada posvetio više od pola svojih glavnih vijesti tom jednom slučaju, dok je kolektivnu nesreću uglavnom zanemario. Jedan od UN-ovih časnika na terenu, brigadir Vere Hayes, kaže Bell, ironično je predložio da IRMA ubuduće bude kratica za «Instant Response to Media Attention». Odnosno – trenutni odgovor koji je izazvan pozornošću medija.

Drugi primjer koji navodi Bell jest napad na sarajevsku tržnicu u veljači 1994. kada je poginulo 68-ero ljudi. Bilo je i prije sličnih masakara – na primjer napad na ljude koji su čekali kruh u svibnju 1992. ili na red za vodu u siječnju 1993., čije su posljedice bile jednako strašne i u kojima je poginulo mnogo ljudi. Bell se pita koja je bila razlika u tim događajima i što je ovu nesreću, na ljestvici grozota, učinilo medijski privlačnijom - broj mrtvih ili nešto drugo?

No, ovaj put, nošene tzv. CNN-efektom, kamere su se gotovo trenutačno našle na mjestu nesreće. Učinak te snimke bio je mnogo

snažniji od učinka prijašnjih napada i pokrenuo je međunarodnu javnost više nego ikad do tada.

No, najveći preokret u dotad neodlučnoj politici međunarodne zajednice izazvali su tragični događaji u Srebrenici. Naime, iako je CIA još od 1992., a osobito od 1994., zahvaljujući većem angažmanu Clintonove administracije, imala obavještajne podatke o etničkom čišćenju muslimanskog stanovništva, koje su provodili Srbi u Bosni, kao i dokaze da se planira zauzimanje Srebrenice, tek su medijska izvješća o stravičnom ubojstvu više od osam tisuća bošnjačkih dječaka i muškaraca na području tzv. sigurnosne zone Srebrenice utjecala na odluku Billa Clintona da SAD, kao vodeća zemlja članica NATO-a vojno intervenira u Bosni i Hercegovini.

Vijesti o masakru pojavile su se u svjetskim medijima tek u kolovozu 1995. Naime, 10. kolovoza Sjedinjene Države objavile su satelitske fotografije koje su upućivale na moguće masovne grobnice oko Srebrenice. Američki novinar David Rhode posjetio je Bosnu i 18. kolovoza u listu *Christian Science Monitor* objavio tekstove u kojima se dokazuje da se dogodio masakr velikih razmjera u Srebreničkoj oblasti, dok UN-ovi promatrači nisu učinili ništa da ga spriječe. Medijska su izvješća senzibilizirala svjetsku javnost da izvrši pritisak na svoje vlade da se konačno poduzme vojna akcija. Slijedila je vojna akcija "Deliberate Force" 14. rujna. Ta je akcija, nakon bombardiranja srpskih vojnih uporišta oko Sarajeva, te diljem Bosne i Hercegovine, kao i komunikacijskih centara pokraj Banjaluke, natjerala srpsku stranu da se odazove mirovnom procesu, koji je završio potpisivanjem Daytonskog sporazuma 21. studenog 1995. godine.

Vlade koje se ponose time da imaju nadzor nad događajima, uvijek će oklijevati s priznanjem da je neki elektronički medij ili izvještaj utjecao na njihove odluke. To bi za njih značilo gubitak dostojanstva – kao da priznaju da su promijenile svoju politiku zbog nekog oštrog komentara u magazinu *The Sun*. Možda su to i učinile – ali to nikada neće priznati – zaključuje Bell.

Učinci javne diplomacije preko globalnih televizija mogu biti dvojaki. Televizije su maksimalno skratile vrijeme slanja diplomatskih poruka za koje je prije trebalo nekoliko tjedana, na samo nekoliko minuta. Ta promjena ritma diplomatske komunikacije izazvala je neke dvojbe političara, osobito u kriznim situacijama.

Politički vođe, napisao je James F. Hoge, brinu se zbog gubitka nadzora i preziru gubitak vremena za promišljanje odluka, postizanje privatnih sporazuma ili oblikovanja javnog mišljenja. Danas se širenjem medija, povećava pritisak na političare da djeluju promptno na izvješća u vijestima, koja su zbog brzine često nepotpuna, bez konteksta i ponekad kriva. Ipak «i prijatelji i neprijatelji očekuju neke znakove odmah, jer će svaki vakuum u tome smislu biti brzo nečim popunjen».¹⁸

Međutim, iako brza diplomatska komunikacija može prouzročiti političke pogreške, ona isto tako može omogućiti državicima da učinkovito odgovore na neke rastuće krize. Globalne televizije često funkcioniraju kao izvor informacija u stvarnom vremenu, što je osobito važno za događaje koje traže neposrednu akciju, koja može imati ključan utjecaj na konačni rezultat.

Većina znanstvenika slaže se kako je uloga javne diplomacije još i veća u post-hladnoratovskoj eri.

Prema njima, javna diplomacija u širem smislu riječi može postati mnogo jače sredstvo za rješavanje američkih problema od oružja i ekonomskih sredstava, a u doba tehnološkog napretka koji je omogućio da se preko satelita komunicira s javnošću u stranim zemljama, doslovce «preko glava njihovih vlada» – kako pišu Nye i Owens, Amerika je dobila veliku priliku da potiče demokraciju.¹⁹

Zaključak

Sudeći prema svemu iznesenom, može se zaključiti da su Sjedinjene Države kolijevka javne diplomacije. U doba početaka te discipline, javnom diplomacijom bavila se uglavnom vlada i njezine agencije preko medija koje je osnovala i kontrolirala država.

Od polovice prošloga stoljeća proučavanje medijskog uključivanja u diplomaciju postaje sve značajnije, jer šefovi vlada ili država, pa i cijele međunarodne organizacije, sve više koriste medije kao sredstvo za komuniciranje, uvjeravanje i pregovaranje. Kompleksnost odnosa medija i diplomacije, pri čemu postoji široko konsenzus o tome da su mediji

¹⁸ James F. Hoge Jr, *Media Pervasiveness*, *Foreign Affairs*, 73; July/Aug 1994, str. 136-7

¹⁹ Nye and Owens, «America's Information Edge», str 30

transformirali modernu diplomaciju, nameće pitanje jesu li mediji pri tome ostali autonomni akter (utjecajan, ponekad i dominantan) ili su tek sofisticiran alat u rukama diplomata i državnika.

Od završetka hladnog rata do danas dogma da je javna diplomacija isključivo posao vlade napuštena je, a posao javne diplomacije sve su više preuzeli akteri iz nevladinog sektora, poput privatnih internacionalnih medija, nevladinih organizacija i multinacionalnih kompanija, koji često imaju veći utjecaj na stajališta međunarodne javnosti od vlade određene zemlje i politike koju provodi.

Naravno da su od prve polovice dvadesetog stoljeća do danas i sve ostale zemlje razvijale svoju «mašineriju» za javnu diplomaciju, no Amerika je sve do danas na tome planu zadržala prednost. Razlog tome jest prije svega činjenica da najveći broj svjetskih «igrača» među medijima potječe upravo iz Amerike, a slično je i s filmskom industrijom, multinacionalnim kompanijama i NGO-ima koji imaju globalni utjecaj.

Hrvatski primjer javne diplomacije usmjerene na podizanje potpore članstvu u NATO-u i EU-u dokazuje kako je, osim medija koji su ključni, u proces «uvjeravanja» javnosti (u ovom slučaju domaće) potrebno uključiti i druge, izravne oblike komunikacije s javnošću – poput izdavanja brošura za određene ciljne skupine, javnih tribina, seminara i konferencija u organizaciji pojedinih diplomatskih predstavništava, instituta, i naročito nevladinih udruga, kao i predavanja na srednjoškolskoj i akademskoj razini, na kojima dužnosnici NATO-a, Europske unije ili zemalja članica u izravnom kontaktu mogu odgovarati na pitanja zainteresiranih učenika ili studenata.

Jer – javna diplomacija nije «jednosmjerna ulica», kao što se više puta isticalo u ovome tekstu. Javna diplomacija uključuje dijalog i uvažavanje druge strane, koju se nastoji uvjeriti u opravdanost određenih ciljeva vanjske politike neke zemlje.

Literatura

Arno,Arnold: «The News Media as Third Parties in National and International Conflict», Washington D.C: US Foreign Service Insitute, 1987

Bell,Martin: In Harm's Way, London, Hamish Hamilton ltd, Penguin Group,1995.

Berridge, Geoff R: «Diplomacija», Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu

Burns, Nicholas: «Talking to the world about American Foreign Policy», The Harvard International Journal of Press, jesen 1996

Cohen ,Yoel: «Media Diplomacy», London: Frank Cass, 1986

Dickie, John: «The media and Travelling Diplomacy», Luton: University of Luton Press, 1997

DIPLOMATIC ACADEMY PROCEEDINGS, International Conference: Public Diplomacy and Media, Dubrovnik, Croatia, November 7-8, 2003; Diplomatic Academy, Ministry of Foreign Affairs, Zagreb, 2004

Eban, Abba: The New Diplomacy; New York;Random House, 1983

Gilboa Eytan: Ban Ian University and Holon Institute of Technology, Israel: «Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects», Diplomacy and Statecraft, No.2 (June 2001), Frank Cass, London

Gurevitch,Michael: «The Globalization of Electronic Journalism, Mass Media and Society», London, Edward Arnold, 1991

Howard, H,Frederick: «Global Communication and International Relations», Belmont, CA; Wadsworth 1993

Hoge, James F. Jr: Media Pervasiveness, Foreign Affairs, 73; July/Aug 1994

Isaacson,Walter: «Kissinger: A Biography», New York, Simon and Schuster, 1992

Internetske stranice Glasa Amerike, www.voanews.com

Internetske stranice Glasa Amerike www.voanews.com

Internetske stranice Radio Free Europe/Radio Liberty, www.rferl.com

- Internetske stranice Vlade Republike Hrvatske, www.vlada.hr
- Internetske stranice NATO-a, www.nato.int
- Koppel, Ted; Gibson Kyle: *Nightline: «History in the Making and the Making of Television»*, New York: Times Books, 1996
- Kennedy Robert F., «Thirteen Days, A Memoir of the Cuban Missile Crisis», New York, Signet 1969
- Kissinger, Henry: «Diplomacy», New York: Simon and Schuster, 1994
- Malone, Gifford: «Managing Public Diplomacy», *The Washington Quarterly* 8, Summer 1985.
- Manilow, Lewis: *New Diplomacy for a New Age*, Washington Post, 31. prosinac 1996
- Negrine, Ralph, «The Communication of Politics», London: Sage 1996, str.172
- Nick, Stanko: «Diplomacija: metode i tehnike», B.A.R.B.A.T, Zagreb 1997
- Nye, J.S.Jr «Soft Power»: *The means to success in the world politics*, New York: Public Affairs, 2004
- «Public Diplomacy, USA Versus USSR», RICHARD F.STAAR Editor, Cover Institution Stanford University, Stanford, California
- «Public Diplomacy and Media», International Seminar within the Framework of the Stability Pact for South Eastern Europe, Dubrovnik 2000: Diplomatic Academy, Zagreb 2000
- “Public Diplomacy Steps Taken Since 9/11 Not Enough»; Council Task Force Urges the Bush Administration to Counter America's Deteriorating Image as Anger at U.S. Deepens Post-Iraq War, September 18, 2003, COUNCIL ON FOREIGN RELATIONS
- Snow Jr, Crocker: «Public diplomacy practitioners: a changing cast of characters»; *Journal of Business Strategy*, May 2006, Vol 27 Issue: Number 3
- Signitzer, Benno H, Coombs, Timothy: «Public Relations and Public Diplomacy»: *Conceptual Covergences*, *Public Relations Review*, 18(Summer 1992)
- Vukadinović, Radovan: «Međunarodni politički odnosi»; *Politička Kultura*, Zagreb 2004

Vukadinović, Radovan; Čehulić Vukadinović Lidija; Božinović Davor: «NATO, Euroatlanska Integracija», Topical, Zagreb 2007

Wang, Jian: »Managing national reputation and international relations in the global era: Public diplomacy revisited«, Department of Communication, Purdue University, West Lafayette, USA, December 2005