

POSODOBITEV FUNKCIJE ODNOSOV Z JAVNOSTMI V SLOVENSKI VOJSKI

MODERNISATION OF PUBLIC RELATIONS IN THE SLOVENIAN ARMED FORCES

POVZETEK

Vojaški odbor zveze Nato je septembra 2007 potrdil nova pravila o odnosih z javnostmi, ki so jih pripravili v uradu tiskovnega predstavnika in svetovalca predsednika vojaškega odbora (Nato Military Committee) polkovnika Bretta Boudreauxa. Nova Natova izhodišča glede komuniciranja z javnostmi, ki obsegajo vsa pomembnejša področja delovanja in nekatere posebnosti vojaške funkcije odnosov z javnostmi, so zanimiva tudi za slovensko vojaško teorijo in prakso. Nekatere najpomembnejše poudarke novih Natovih pravil predstavljamo v prvem delu prispevka, v drugem delu pa se ukvarjamo z dosedanjim razvojem in dejavnostjo vojaške funkcije odnosov z javnostmi v okviru Ministrstva za obrambo in Slovenske vojske. Podrobnejša analiza in primerjava z Natovim dokumentom pokažeta, da bo koncept odnosov z javnostmi v Slovenski vojski treba posodobiti in dopolniti. Spremeniti bo treba dosedanjo linijo odgovornosti častnikov za odnose z javnostmi in dati prednost komuniciranju z notranjo javnostjo. Po zgledu zaveznitva bo v Slovenski vojski treba več pozornosti nameniti tudi bolj sistematičnemu izobraževanju in usposabljanju vojaških oseb ter častnikov za odnose z javnostmi. Ob naraščajočem pomenu te dejavnosti in vrsti novih postopkov, ki jih za zdaj urejajo že precej zastarela navodila iz leta 1999, pa se

vse bolj kaže tudi potreba po pripravi temeljnega dokumenta, ki bo podrobneje opredeljeval vojaško funkcijo odnosov z javnostmi in posamezne vidike v okviru obrambnega ter nacionalnovarnostnega sistema. Treba bo določiti razmerja do informacijskega delovanja in vprašanja, ki zadevajo vključevanje množičnih medijev v vojaške operacije. V nadaljnji praksi bi morali na vseh ravneh in področjih dosledno uveljaviti pravilo komunikacijskega načrtovanja, ki je bilo v preteklosti zanemarjeno. Ob tem bi bilo dobro preveriti, ali so komunikacijska orodja, ki jih je razvil obrambni sistem pri komuniciranju z različnimi ciljnim javnostmi, dovolj izkoriščena in načrtno razporejena.

K L J U Č N E B E S E D E

MC 0457/1, odnosi z javnostmi, notranja javnost, informacijsko delovanje, tiskovni predstavnik, častnik za odnose z javnostmi.

A B S T R A C T

In September 2007, the NATO Military Committee adopted new rules on public relations, which were prepared in the bureau of the press officer and the advisor to the military committee president (NATO Military Committee), Colonel Brett Boudreau. New NATO starting points regarding communication with the public that include all most important areas of operation and the particularities of the function of military public relations are interesting also for Slovenian military theory and practice. Some of the most important points of the new NATO rules will be presented in the first part of this article, while the second part will deal with the past development and activities of the function of military public relations within the Ministry of Defence and the Slovenian Armed Forces. A detailed analysis and a comparison with the NATO document show that the public relations concept in the Slovenian Armed Forces is yet to be updated and supplemented. The current line of responsibility of the public relations officers will have to be changed and priority must be given to communication with the internal audience. Following the example of the Alliance, additional attention will have to be given to a more systematic education and training of military personnel and

Roman Bric

public relations officers in the Slovenian Armed Forces. Given the growing importance of this activity and a variety of new procedures, now governed by relatively outdated instructions from the year 1999, rises a need to prepare a fundamental document, defining the function of military public relations and individual aspects within the defence and national security system. The relationships towards information operations and questions surrounding the inclusion of mass media in military operations will have to be defined. In further practice, the rule of communication planning, which was neglected in the past, should be consistently introduced. In regards to the latter, it would be wise to verify if the communication tools, developed by the defence system in communicating with different target audiences, are well utilised and methodically arranged.

KEY WORDS

MC 0457/1, public relations, internal audience, information operations, press officer, public relations officer.

ZVEZA NATO SPREMINJA KONCEPT KOMUNICIRANJA Z JAVNOSTMI

Zveza Nato po letu 2004 doživlja intenzivne spremembe, ki so posledica prilagajanja novim varnostnim in političnim razmeram v Evropi ter svetu. Poleg širitve članstva, preoblikovanja vojaške strukture in konceptualnih izhodišč pri vojaškoobrambnem načrtovanju ter izvajanju operacij se spreminja tudi delovanje podpornih funkcij in drugih notranjih področij delovanja. Eno teh je področje odnosov z javnostmi, ki skrbi za ugled organizacije in javno komuniciranje. Tako je tudi lani sprejeti dokument Military Policy on Public Affairs – MC 0457/1¹ (v nadaljevanju MC 0457/1) v primerjavi s predhodno različico MC 0457 doživel več vsebinskih sprememb. Po mnenju predlagateljev je bil tako opravljen temeljni vsebinski premik od koncepta informiranja javnosti (PI – Public Information) do celostne obravnave javnih zadev (PA – Public Affairs)² oziroma odnosov z

¹ Dokument Military Policy on Public Affairs z oznako MC 0457/1, ki ga je 14. septembra 2007 odobril Vojaški odbor zveze Nato (North Atlantic Military Committee), je dosegljiv na Natovi spletni strani <http://www.nato.int/ims/docu/mc0457en.pdf>.

² Tako se je spremenil tudi naziv častnika za odnose z javnostmi – PAO (Public Affairs Officer), ki je nadomestil izraz PIO (Public Information Officer), čeprav se v praksi še uporabljata oba.

javnostmi (PR – Public Relations), kot to dejavnost pogosteje označujejo na civilnem področju. Boudreau (2007: 26) navaja dva temeljna vsebinska razloga za spremembo. Prvič, dosedanja praksa informiranja javnosti je bila usmerjena predvsem k množičnim medijem in ni vključevala komuniciranja z (vojaško) interno javnostjo ter lokalnimi skupnostmi, obveščanje pa je bilo pretežno enosmerno. Nujnost sprememb v načinu komuniciranja se je pokazala v obdobju po koncu hladne vojne³ in zlasti po 11. septembru 2001 ter z naraščajočim vplivom interneta in razvojem drugih oblik globalnega komuniciranja. Premike v konceptu komuniciranja z javnostmi največje vojaške sile si tako lahko razlagamo v kontekstu sprememb v mednarodnem varnostnem okolju⁴ in znanstvenih razprav o legitimnosti sodobnega vojaštva.⁵

Drugi razlog za spremembe pa je ločitev splošne funkcije komuniciranja z javnostmi od vojaških funkcij informacijskega delovanja (Information Operations – Info Ops), ki lahko poteka v različnih oblikah in kombinacijah z uporabo psihološkega delovanja (Psy Ops), elektronskega ali omrežnega bojevanja (electronic warfare, network operations), varnostnega delovanja in zavajanja (security operations, deception) ter kot klasično obveščevalno delovanje. Dokument je razdeljen na več vsebinskih sklopov. Poleg uvodne razlage o razvojnih spremembah in novih pogledih, ki na novo opredeljujejo cilje in poslanstvo odnosov z javnostmi v zvezi Nato, podrobneje opredeljuje funkcijo in načela delovanja ter ravni odgovornosti. Veliko pozornosti namenja načrtovanju in izvajanju, organizaciji ter metodologiji odnosov z javnostmi, pri čemer so opredeljeni tudi procesi in mehanizmi vojaškega delovanja. V posebnem poglavju obravnava tudi odnose z javnostmi Natovih poveljstev in enot v operacijah kriznega odzivanja.

³ Moskos (2000: 1) obdobje po koncu hladne vojne opredeljuje kot postmoderni tip razvoja sodobnih vojsk, ki temeljito spreminja koncept razvoja oboroženih sil. Za to obdobje sta značilna opuščanje obveznega služenja vojaškega roka in intenzivnejše prilagajanje oboroženih sil zahtevam civilne družbe.

⁴ Po mnenju Grizolda (2005: 93) sta obdobje po koncu hladne vojne, predvsem pa 11. september povzročila »spremenjeno percepcijo groženj varnosti« in »prepad« v pojmovanju vloge zavezništva v novih varnostnih razmerah, ki ga bo zavezništvo moralo preseči.

⁵ Z vprašanjem legitimnosti vojaštva sta se temeljito ukvarjala Huntington (1957) in Edmonds (1988), v jedro znanstvene obravnave pa ga postavlja tudi Jelušič (1997: 68), ki ugotavlja, da se na nacionalni ravni na strani civilne družbe in politične države, ki v odnosu do vojaštva sestavljata civilno okolje, do oboroženih sil »oblikujejo posebne vrste pričakovanja in zahteve«. Gre za proces spreminjanja vrednot v razvitih industrijskih družbah, ki ne sproža le dvoma v legitimnost vojaštva, temveč sproža krizo legitimnosti celotne nacionalnovernostne politike (Jelušič 1997: 225). Na to soodvisnost opozarja tudi Kotnik (2002: 105).

TRI TEMELJNA PODROČJA DELOVANJA V ODNOSIH Z JAVNOSTMI

Dokument opredeljuje tri temeljna področja vojaške funkcije odnosov z javnostmi, in sicer (1) odnose z množičnimi mediji, (2) odnose z notranjo javnostjo in (3) odnose z lokalnimi skupnostmi. Usmeritve veljajo za vse strukture, enote in poveljstva ter osebje, ki delujejo pod okriljem zveze Nato ali so podpora Natovim vojaškim organom. Temeljno poslanstvo vojaških odnosov z javnostmi je »podpora poveljnikom s pravočasnim sporočanjem natančnih informacij ciljnim javnostim« (MC 0457/1, tč. 5), ozaveščanje javnosti o vojaških vidikih vloge, ciljev, operacij, misij, dejavnosti in problemov zavezništva, njihovo boljše razumevanje ter tako povečevanje ugleda in verodostojnosti organizacije. Ključne ciljne javnosti so opredeljene kot zavezniške, mednarodne, regionalne, lokalne ali notranje in druge posebne javnosti, odvisno od izvajane dejavnosti in posameznega primera.

Precejšnja pozornost je še vedno namenjena odnosom z množičnimi mediji, s katerimi poveljstva in štabi sodelujejo prek svojih častnikov za odnose z javnostmi. Poleg obveščanja o rednih dejavnostih odgovarjajo na vprašanja novinarjev, posredujejo dodatna pojasnila in informacije, gradiva ter slikovni material, pripravljajo izjave in intervjuje vojaških predstavnikov Nata ter zagotavljajo dostop do operativnih enot in njihovih vojaških predstavnikov. Programi odnosov s skupnostmi so usmerjeni v komuniciranje med Natovimi delujočimi sestavami in vojaškimi predstavniki v državah zavezništva ter drugih območjih delovanja, kjer se vzpostavljajo odnosi s predstavniki oblasti, lokalnega prebivalstva, gospodarstva, civilnih organizacij in skupnosti, akademskih krogov in različnih interesnih skupin, združenj, povezanih z vojsko ter drugimi pomembnimi dejavniki, ki delujejo na interesnem območju lokalne skupnosti.

INTERNO KOMUNICIRANJE NI SESTAVINA RUTINSKIH UKAZOV IN SLUŽBENIH NAVODIL

Velik poudarek je namenjen komuniciranju z notranjo javnostjo, ki je opredeljeno kot organizacijsko komuniciranje z uniformiranimi pripadniki in civilnimi osebami ter njihovimi družinskimi člani. Notranje komuniciranje je namenjeno obveščanju o delovanju enot, poveljstev in posameznikov ter njihovi dejavnosti in se razlikuje od službenih informacij (administrative information) ali usmeritev, ki jih običajno vsebujejo dnevna povelja, rutinski

ukazi in službena navodila, ki potekajo po liniji vodenja in poveljevanja oziroma v okviru t. i. poveljniškega komuniciranja (Command Information). Kljub ločevanju vsebin pa je poveljniška linija v sodelovanju s podpornimi službami odgovorna tudi za učinkovito in sprotno obveščanje notranjih javnosti o pomembnih dogodkih in procesih, ki zadevajo zaposlene, seznanjanje o delu njihovih poveljstev ter ciljnih in dejavnosti organizacije, kar vpliva na povečevanje motiviranosti, učinkovitosti in kakovosti dela pripadnikov, poveljniškega osebja ter vseh zaposlenih.

LINIJA ODGOVORNOSTI PRI KOMUNICIRANJU Z JAVNOSTMI

Kot je zapisano v 21. točki dokumenta, je funkcija odnosov z javnostmi vzpostavljena kot neposredna podpora poveljniku in je ni mogoče »prenesti na druge ravni poveljevanja ali si jo kakor koli podrediti«. Častniki za odnose z javnostmi oziroma tiskovni predstavniki poveljstev so poveljnikov glavni svetovalci na področju odnosov z javnostmi, ki so poveljniku neposredno odgovorni, pri svojem delu pa upoštevajo tudi napotke višjih poveljstev (MC 0457/1, tč. 9). To pomeni, da mora biti delovanje na področju odnosov z javnostmi znotraj vojaškega krila zavezništva dobro usklajeno, in sicer tako po vertikalni liniji na vseh ravneh poveljevanja kot tudi na horizontalni ravni z nacionalnimi oboroženimi silami in drugimi organizacijami, ki delujejo pod okriljem Nata. Učinkovita podpora poveljnikom zahteva, da je funkcija vojaških odnosov z javnostmi vključena v operativno načrtovanje v vseh Natovih poveljstvih. Podporo častnikom, ki se ukvarjajo z odnosi z javnostmi, in svetovanje poveljnikom pa zagotavljajo tudi urad (služba) za odnose z javnostmi in druge administrativne službe. Funkcija odnosov z javnostmi z zmogljivostmi, ki so odvisne od ravni in obsega nalog, poteka v vseh Natovih poveljstvih. Najmanjša raven vključuje uresničevanje komunikacijskih načrtov in dejavnosti v okviru sprejetih načel, sodelovanje z množičnimi mediji, spremljanje in analizo medijev ter lastno produkcijo (pisna gradiva, slikovna gradiva in spletne storitve).

VOJAŠKA FUNKCIJA ODNOSOV Z JAVNOSTMI JE LOČENA OD INFORMACIJSKEGA DELOVANJA

Funkcija vojaških odnosov z javnostmi ne more in ne sme biti vključena v načrtovanje ali izvajanje informacijskega in psihološkega delovanja ter zavajanja. Informacijsko delovanje je sestavni del ofenzivnih ali defenzivnih

vojaških operacij, ki potekajo na vseh ravneh poveljevanja in so usmerjene v onesposobitev nasprotnika ter povečanje učinka lastnih sil, informiranje javnosti pa spada med nevojaške dejavnosti⁶. V 23. točki novih Natovih pravil je zapisano: »funkciji odnosov z javnostmi in informacijskega delovanja sta ločeni, toda sorodni«, v nadaljevanju pa je pojasnjeno, da »funkcija odnosov z javnostmi ni sestavina informacijskega delovanja⁷«. V prejšnji doktrini informiranja javnosti to ni bilo razmejeno, kar je po mnenju polkovnika Boudreaua povzročalo zmedo v poveljniških vrstah in dvom novinarjev v verodostojnost informacij brez manipulativnih namenov (Bourdeau 2007: 27).

PRISTOPI PRI KOMUNICIRANJU Z JAVNOSTMI

Glede na intenzivnost komuniciranja z javnostmi dokument predvideva tri stopnje: zelo aktiven, aktiven in reaktiven (pasiven) pristop. Stopnja aktivnosti v odnosih pri komuniciranju z javnostmi je odvisna od interesa organizacije (zveze Nato) in pričakovanih učinkov javne objave ter odziva javnosti.

Pristop je odvisen tudi od upoštevanja odziva zunanjih ali notranje javnosti in »ni nujno vedno enak v enakih primerih« (MC 0457/1, tč. 25). Dokument predvideva tri stopnje v komuniciranju z javnostmi, in sicer:

- a) zelo aktiven pristop, ko organizacija dogodku ali aktivnosti namenja visoko stopnjo pozornosti in v medijsko obravnavo vplaga velike napore s t. i. »potiskanjem informacij«;
- b) aktiven pristop, ko organizacija dogodku ali aktivnosti namenja običajno pozornost;
- c) reaktiven (pasiven) pristop, ki se uporablja takrat, ko organizacija ni zainteresirana za javno obravnavo dogodka ali aktivnosti (prav tam).

Vir informacij je v običajnih okoliščinah znan, zaradi operativnih razlogov ali osebne varnosti pa ga je včasih treba prikriti. Za medije in javnost so lahko koristne tudi informacije za objavo brez navedbe vira (not for attribution) ali anonimne izjave (on background), vendar je pri posredovanju takih informacij treba definirati način uporabe.

⁶ Informacijsko delovanje (Info Ops) je definirano kot vojaška funkcija, ki je usmerjena v opravljanje vojaške informacijske dejavnosti »z namenom ustvariti želene učinke na voljo, razumevanje in zmogljivost nasprotnikov, potencialnih nasprotnikov ter drugih udeležencev, ki jih odobri Severnoatlantski svet, v podporo ciljem poslanstva zavezništva.« (MC 0457/1, Slovar pojmov in izrazov). Tudi po definiciji, ki je zapisana v slovenski vojaški doktrini (2006: 67–70), informacijsko delovanje poteka na vseh ravneh poveljevanja in je sestavni del načrtovanja.

⁷ »PA is not an Info Ops discipline«. (MC 0457/1, tč. 23)

Možnost javnega delovanja in objavljanja imajo tudi druge nepooblaščen osebe in pripadniki zveze Nato, ki morajo po liniji vodenja in poveljevanja pridobiti predhodno soglasje nadrejenih, o predmetu javne razprave in načinu javnega delovanja pa se posvetujejo s predstavniki služb za odnose z javnostmi. Izvzeta so znanstveno-strokovna publicistična dela, ki morajo vsebovati izjavo, da »izražena avtorjeva mnenja ne izražajo nujno tudi uradnih stališč zveze Nato« (MC 0457/1, tč. 33, str. 10).

JAVNO NASTOPANJE VOJAŠKIH OSEB IN VLOGA ČASTNIKA ZA ODNOS Z JAVNOSTMI

Za nastopanje v javnosti in posredovanje izjav so odgovorni poveljniki Natovih vojaških poveljstev, ki imenujejo tudi svoje tiskovne predstavnike oziroma častnike za odnose z javnostmi. Vojaški predstavniki lahko izjave in komentarje dajejo le v okviru svojih pristojnosti in delovanja na svojem območju odgovornosti. Pravila določajo dve kategoriji vojaških predstavnikov, pooblaščenih za javno nastopanje (MC 0457/1, tč. 27). Uradni govorci (Official Spokepersons) so najvišji predstavniki in pooblaščen tiskovni predstavniki, od katerih se pričakuje, da množičnim medijem in drugim javnostim posredujejo najpomembnejša sporočila o vojaških zadevah Nata. Imenovani govorci (Designated Spokepersons) pa so predstavniki Natovega medijskega informacijskega centra in strokovnjaki za posamezna področja, določeni za obveščanje zunanjih ali notranjih javnosti o posebnih in konkretnih zadevah ali temah. Častnik za odnose z javnostmi pri sodelovanju vojaških oseb z mediji pojasni osnovna pravila, ki jih je treba upoštevati, in vnaprej določi način opredeljevanja posameznih dogodkov, intervjujev, obiskov enot in drugih medijskih aktivnosti. Intervjuvanci smejo govoriti le o zadevah, ki spadajo na področje njihovega strokovnega znanja in odgovornosti. Izogibati se morajo ugibanju o dogodkih, incidentih, zadevah ali političnih odločitvah, ki jih ne komentirajo. Njihov nastop je strogo omejen z okvirom njihovih pristojnosti, izogibati se morajo komentarjem o zadevah in dejavnostih, pri katerih sami ali njihova enota ne sodelujejo.

UPORABA INTERNETA IN SPLETNIH ORODIJ

Internet je eno najbolj učinkovitih orodij komuniciranja in obveščanja ciljnih javnosti. Internetne strani morajo ponujati informacije za različne ciljne skupine, »zato morajo biti aktualne, preproste za pregledovanje, vizualno

privlačne, interaktivne in izdelane skladno z Natovimi vizualnimi smernicami« (MC 0457/1, tč. 40). Zato je bil leta 2008 uveden tudi Natov internetni televizijski kanal (www.natochannel.tv), ki je namenjen predstavitvi vloge Nata ter posameznih držav pri zagotavljanju globalne varnosti (Petrovič 2008: 21). Intenzivnost delovanja in uporaba novih orodij se v zadnjem obdobju povečujeta, na kar opozarja tudi usmeritev na aprilskem vrhunskem zasedanju zveze Nato v Bukarešti, kjer so poudarili potrebo po »posodobitvi Natovih strateških komunikacijskih zmogljivosti in pristopa, še posebej v podpori Natovih operacij in misij« (prav tam).

Za upravljanje vsebin in zunanjo podobo Natovih spletnih strani so odgovorni častniki za odnose z javnostmi. Pri komuniciranju prek internetnih strani poveljstev lahko izdajo tudi podrobnejše lokalne smernice. Splošne omejitve in pravila javnega komuniciranja pa veljajo tudi pri elektronskem komuniciranju. Vsaka informacija ali elektronski zapis, namenjen javni objavi na spletu, mora skozi postopek predhodne odobritve, da se preprečijo morebitne zlorabe in dostop nepooblaščenih zunanjih oseb do informacij. Pripadniki lahko komunicirajo s prijatelji, družino in stanovskimi kolegi ter svoje izkušnje sporočajo širši javnosti, »če pri tem upoštevajo določbe o varnosti in primernosti«. Natovo osebje se mora posvetovati s svojo linijo poveljevanja, preden na internetu objavi informacije in slikovno gradivo, povezano z Natom, je zapisano v 44. točki Natovega dokumenta.

MEDIJSKI INFORMACIJSKI CENTRI IN VKLJUČEVANJE V VOJAŠKE OPERACIJE

Eno glavnih Natovih načel je, da imajo mediji pravico do poročanja o Natovih vojaških in drugih dejavnostih ter dostop na vojskovališče (MC 0457/1, tč. 53). Pri vseh vojaških operacijah pod vodstvom Nata ali drugih dejavnosti, ki vključujejo večjo razmestitev sil, se na vojskovališču vzpostavijo zmogljivosti, ki so namenjene za delovanje medijev. To so Natovi medijski informacijski centri (Nato Media Information Centre – NMIC), ki praviloma delujejo na varnostno dostopnih lokacijah. Centri NMIC se vzpostavljajo tudi ob večjih vajah in drugih dogodkih. Pod okriljem osrednjega centra lahko na različnih lokacijah deluje tudi več podrejenih medijskih informacijskih centrov (Media Information Centres – MIC).

Za akreditiranje novinarjev in drugih predstavnikov medijev so odgovorne posamezne države članice. Sektor zveze Nato za javno diplomacijo je

odgovoren za preverjanje novinarjev, akreditiranih na sedežu Nata. Pri dostopu do Natovih medijskih informacijskih centrov, zmogljivosti, objektov in pripadnikov Natova vojaška služba za odnose z javnostmi vodi evidenco medijev ter novinarjev in jim praviloma izda Natovo registracijsko kartico s fotografijo. Posamezne medije lahko zastopajo akreditirani novinarji (79. člen Protokola I z leta 1977), vojni dopisniki (4. člen Ženevskega protokola III iz leta 1949) ali svobodni novinarji. Vse pravice po ženevski konvenciji lahko uveljavljajo samo novinarji s statusom vojnega dopisnika. Predstavniki medijev, ki jih gosti Nato, podpišejo izjavo o prevzemu odgovornosti, s čimer se odrekajo vsem zahtevam in morebitnim tožbam zaradi kakršnih koli poškodb ali škode.

Vojaška poveljstva in pripadniki Nata pri delu v nevarnih okoljih ne morejo zagotoviti popolne zaščite novinarjev. Skladno s tem se morajo novinarji, ki želijo delovati v takih okoljih, predhodno usposobiti za delovanje na vojnih območjih v sestavi vojaških enot. Za zagotovitev ustrezne pripravljenosti in usposobljenosti novinarjev so odgovorni novinarji in njihovi delodajalci. Od novinarjev se pričakuje, da bodo opremljeni z lastno osebno zaščitno opremo (neprebojni jopič, čelada). Akreditiranim dopisnikom se lahko zagotovijo tudi dodatna zaščitna sredstva, logistična oskrba, podpora za preživetje (hrana, nastanitev) in dostop do komunikacij ter prevoz.

RAVNANJE OB VEČJIH INCIDENTIH IN ŽRTVAH MED PRIPADNIKI NATA

Informacije o večjih incidentih, v katere so vpletene sile zveze Nato, ki vključujejo izgube, nesreče in škodo na objektih ter opremi, se javno potrdijo »na najustreznejši nižji ravni v Natovi liniji poveljevanja« (MC 0457/1, tč. 58). Uradna sporočila, s katerimi se javno potrdi incident, se pripravijo na podlagi tesnega usklajevanja z vpletenimi državami in organizacijami. Države in organizacije, ki sodelujejo s silami zavezništva, si pridržijo posebno pravico do objave konkretnih podatkov o incidentih, v katere so vpleteni njihovo osebje, objekti ali oprema, vključno z imeni ubitih ali ranjenih oseb, podatki o poškodovanih objektih ali opremi ter s stanjem preiskav ali zdravljenja. V najboljšem primeru vojaška služba za odnose z javnostmi prva obvesti medije in tako prehiteli nasprotnike v njihovih prizadevanjih, da medijsko poročanje o situaciji oblikujejo in priredijo za svoje namene (MC 0457/1, tč. 59). Za objavo imen, državljanstva in osebnih podatkov o morebitnih žrtvah

in drugih udeležencih je odgovorna posamezna država. Kadar pride do izgub med operacijo, ki še poteka, Natova služba za odnose z javnostmi medijem pravočasno sporoči pomembne in preverjene informacije, pri čemer upošteva posebno pravico držav, ki prispevajo sile, da same poskrbijo za seznanitev z okoliščinami dogodka. To zahteva hitro in proaktivno usklajevanje, s katerim se zagotovi doslednost sporočil med Natovimi in nacionalnimi funkcijami odnosov z javnostmi.

RAZVOJ ODNOSOV Z JAVNOSTMI V SLOVENSKI VOJSKI

Razvoj podporne vloge odnosov z javnostmi v okviru Slovenske vojske je tesno povezan z razvojem in organiziranostjo centralne Službe za odnose z javnostmi Ministrstva za obrambo (v nadaljevanju SOJ). SOJ deluje kot samostojna organizacijska enota šele od leta 2004, pred tem pa je v manjši zasedbi deloval v okviru kabineta ministra za obrambo. Krovna služba na ravni ministrstva se je vnovič reorganizirala leta 2007, hkrati pa je bil ustanovljen tudi Oddelek za odnose z javnostmi Slovenske vojske. Predlagane spremembe leta 2007 so bile utemeljene s sklepom Vlade o novem Modelu organiziranosti odnosov z javnostmi na ravni Vlade ter sprejetimi predlogi reorganizacije Službe za odnose z javnostmi (v nadaljevanju: *Reorganizacija SOJ*) in reorganizacije oddelka za odnose z javnostmi Slovenske vojske (v nadaljevanju *Reorganizacija oddelka SV*).

ORGANIZIRANOST NA PODROČJU (VOJAŠKIH) ODNOSOV Z JAVNOSTMI

Začetki formalnega delovanja na področju odnosov z javnostmi segajo v leto 1991, ko je bila v kabinetu ministra za sodelovanje z mediji pristojna strokovna oseba, ki je usklajevala tudi delo TV-studia Poljče in pozneje ustanovljene revije Slovenska vojska (Reorganizacija SOJ, str. 4). Takšna oblika komuniciranja z javnostmi je veljala do leta 1994, ko je ministrstvo vzpostavilo bolj sistematičen pristop v komuniciranju z javnostmi. Tako je bil v okviru kabineta ministra ustanovljen oddelek za odnose z javnostmi, v katerem so bili poleg vodje še sodelavec za odnose z javnostmi, sodelavec za protokol in zgodovinsko dejavnost, tajnica, uredništvo revije Slovenska vojska (štirje zaposleni) in TV-studio Poljče (dva zaposlena). V tem obdobju je bilo komuniciranje ministrstva z javnostmi popolnoma centralizirano, zaradi

potreb po učinkovitejšem pridobivanju informacij znotraj Slovenske vojske pa je bilo vzpostavljeno delovno mesto predstavnika za odnose z javnostmi tudi v Slovenski vojski. V tej vlogi so se do takrat izmenjavali t. i. motivatorji, ki so odnose z javnostmi opravljali v enotah in na ravni Generalštaba kot eno svojih dopolnilnih dejavnosti. Leta 1995 je na ravni ministrstva nastal prvi formalnopravni akt (Navodilo o načinu obveščanja javnosti o delu Ministrstva za obrambo), ki je vzpostavil temeljna pravila in način obveščanja javnosti o delu Ministrstva za obrambo ter določil pristojnosti za komuniciranje predstavnikov ministrstva z javnostmi. Akt, v katerega so leta 1999 vnesli manjše popravke ter dopolnitve, še velja.

Nov premik na področju odnosov z javnostmi v MO in SV je bil dosežen v letih 1998 in 1999, ko je bila opravljena obsežnejša reorganizacija. Iz sestave SOJ sta bila v novoustanovljeno samostojno Službo za publicistiko vključena uredništvo revije Slovenska vojska in TV-studio Poljče, v okviru ministrstva pa je bila na novo ustanovljena tudi Služba za protokol. Reorganizacijo podpornih služb so določale vse večje zahteve medijev in javnosti, povezane s strateškimi cilji vključevanja Slovenije v evroatlantske povezave in razvojem stroke, ter vse večji vpliv novih komunikacijskih orodij (internet). Potreba po večji preglednosti je pospešila načrtnejše delovanje v okviru SOJ-a, ki je med svoje ciljne javnosti uvrstil tudi notranjo javnost. Obveščanje javnosti je potekalo prek spletnih strani ministrstva (www.mors.si), prenovljene revije Slovenska vojska, posebne štirinajstdnevne oddaje Pripravljeni na TV-Slovenija⁸ in intraneta (<http://intra.mors.si>), ki je dostopen le zaposlenim.

VZPOSTAVLJANJE FUNKCIJE ODNOSOV Z JAVNOSTMI V SLOVENSKI VOJSKI

Na podlagi svojih izkušenj in mednarodnega sodelovanja je služba leta 1998 pripravila *Smernice za odnose z javnostmi MO RS*, ki so bile v pomoč predstavnikom ministrstva pri javnem nastopanju, hkrati pa so nakazovale strategijo nadaljnjega razvoja te službe. V tem obdobju (1998–2000) je SOJ v sodelovanju s SV začel bolj sistematično vzpostavljati strukturo predstavnikov

⁸ 14-dnevna oddaja Pripravljeni s prispevki in tematiko o delovanju Slovenske vojske, sistema zaščite in reševanja ter drugimi obrambnovojaškimi temami je bila na 1. programu nacionalne TV redno predvajana od marca 1998 do februarja 2002. V tem obdobju je bilo pripravljenih sto 30-minutnih oddaj, ki so bile predvajane v nedeljskem dopoldanskem terminu. Po njeni ukinitvi je leta 2003 med Ministrstvom za obrambo in TV Slovenija prišlo do vnovičnega dogovora o sorodni oddaji ŠČIT, ki pa je bila že po prvem predvanju 25. 3. 2003 zaradi ostrih medijskih polemik in nasprotovanja ukinjena.

za odnose z javnostmi v Slovenski vojski, in sicer tako na ravni Generalštaba, ki je dobil stalnega predstavnika za odnose z javnostmi, kot tudi na ravni takratnih operativnih poveljstev SV in večjih enot. Leta 1999 je bil uveden tudi institut tiskovnih predstavnikov ministrstva in Slovenske vojske, za katerega so pristojni po dveh letih ugotovili, da je za slovenske razmere neustrezen in je bil konec leta 2001 odpravljen (Reorganizacija SOJ, str. 4).

Od leta 2001 do 2004 se je SOJ kadrovsko okrepil predvsem na področju obveščanja notranje javnosti (uvedba intraneta), priprave spletnih strani in načrtovanja (prav tam). Z reorganizacijo Slovenske vojske se je v tem obdobju spremenila tudi struktura predstavnikov za odnose z javnostmi v Slovenski vojski. Tiskovnega predstavnika pa je v tem času imenovala tudi Uprava RS za zaščito in reševanje, s čimer so bili pokriti vsi najpomembnejši podsistemi obrambnega sistema. Koordinacijo vseh predstavnikov za odnose z javnostmi opravlja SOJ.

CENTRALIZACIJA FUNKCIJE ODNOSOV Z JAVNOSTMI V SLOVENSKI VOJSKI

Z reorganizacijo SOJ in Oddelka za odnose z javnostmi SV so bili na ravni centralne Službe za odnose z javnostmi MO ustanovljeni trije oddelki: **Oddelek za odnose z mediji in komuniciranje z javnostmi, Oddelek za multimedije** (TV-studio Poljče, internet, intranet) in **Uredništvo revije Slovenska vojska**. V vseh oddelkih je zaposlenih 16 oseb. Ločeni oddelek za odnose z javnostmi Slovenske vojske, ki deluje precej samostojno, naj bi po novem zaposloval 13 ljudi, saj so z reorganizacijo pod skupno vodstvo prešli tudi pomočniki za odnose z javnostmi na višjih ravneh poveljevanja.⁹ V utemeljitvi predloga o ustanovitvi samostojnega oddelka je zapisano, da je najpomembnejši cilj reorganizacije »učinkovitejše in centralizirano notranje in zunanje komuniciranje« (Reorganizacija oddelka SV, tč. 4.1, str. 9), kar naj bi dosegli s podreditvijo častnikov za odnose z javnostmi na nižjih ravneh poveljevanja in njihovo vključitvijo v enovit oddelek, ki deluje v okviru Generalštaba Slovenske vojske. Centralizacija vseh ravni funkcije odnosov z javnostmi na krovni ravni je z vidika linije vodenja in poveljevanja ter načela enostarešinstva vprašljiva ter funkcionalno neustrezna. Takšna

⁹ Načelniku oddelka na ravni GŠSV so podrejeni pomočniki za odnose z javnostmi v Poveljstvu sil, 1. in 72. brigadi, PDRIU, Poveljstvu za podporo in brigade zračnih sil – BRZOL.

organiziranost je tudi v nasprotju z Natovimi načeli, ki temeljijo na konceptu, da je častnik za odnose z javnostmi poveljnikov glavni svetovalec na področju odnosov z javnostmi in da njegove funkcije ni mogoče »prenesti na druge ravni poveljevanja ali si jo kakor koli podrediti« (MC 0457/1, tč. 58). Pri izpolnjevanju ukaza po liniji vodenja in poveljevanja je poveljniku na nižji ravni tako odvzeta funkcija odnosov z javnostmi, ki je vodena po drugi liniji (prek oddelka za odnose z javnostmi). Položaj, ki poveljniku odvzema eno od strateških funkcij, objektivno lahko privede do konflikta interesov, blokad v komuniciranju in različnega pristopa med linijo poveljevanja in vzporedno linijo odnosov z javnostmi.

SISTEM NOTRANJEGA KOMUNICIRANJA PRILAGODITI ZAHTEVAM POKLICNE VOJSKE

Nekatere študije¹⁰ kažejo, da učinek notranjega komuniciranja in pretok ključnih informacij po liniji vodenja in poveljevanja ter drugih službenih kanalih ne sledita spremembam, ki so nastale po ukinitvi obveznega služenja vojaškega roka in uvedbi popolne poklicne vojske. Rezultati najnovejše ankete med bralci revije Slovenska vojska (april 2008) povedo, da se kakovost informiranja poklicnih pripadnikov v primerjavi s prejšnjim naborniškim sistemom Slovenske vojske ni izboljšala, čeprav so se zahteve poklicnih pripadnikov zelo spremenile. Anketi z enakimi vprašanji, ki sta bili med bralci revije Slovenska vojska opravljeni v presledku devetih let (1999–2008), pri ključnih vsebinskih vprašanjih kažeta enake rezultate. Sklepna ugotovitev bralcev je, da revija (in drugi informacijski viri v sistemu) premalo piše o resničnih problemih pripadnikov Slovenske vojske ter zaposlenih na Ministrstvu za obrambo in da o tem največ izvedo iz množičnih medijev. To je za hierarhično urejeno vojaško organizacijo slab kazalnik, še zlasti zato, ker nadrejeni, ki bi morali imeti na voljo večino pomembnih informacij, kot informacijski vir zasedajo šele peto mesto. Kljub razvoju novih orodij komuniciranja (internet in intranet) in kadrovske krepitvi služb za odnose z javnostmi se informiranost notranje javnosti v primerjavi s stanjem leta 1999 ni

¹⁰ Revija Slovenska vojska je leta 1999, ko je še veljal naborniški sistem, in aprila 2008 med bralci izvedla anketo o splošni obveščenosti o dogajanju v Slovenski vojski in na Ministrstvu za obrambo ter najpomembnejših informacijskih virih. Hkrati so bralci odgovarjali tudi na vprašanja, kako pogosto obiskujejo spletne strani, katerih informacij je po njihovem mnenju premalo in česa bi v izboru informacij za zaposlene na MO moralo biti več. (Bric, 2008b)

izboljšala (Bric 2008b). Interne informacije (intranet, oglasne deske) so bralci kot vir seznanjenosti o dogajanju na Ministrstvu za obrambo in v Slovenski vojski med različnimi možnostmi (množični mediji, revija Slovenska vojska, sodelavci, govorice, informacije nadrejenih, spletne strani) uvrstili šele na predzadnje mesto, le pred revijo Obramba. To kaže na nezadovoljivo uporabo veljavnih orodij komuniciranja, saj internet redno obiskuje le devet odstotkov vprašanih, intranet pa 12 odstotkov, pri čemer je slednji za večino vojakov nedostopen. Študija kaže, da tudi revija Obramba, kljub odkupu tretjine izvodov, nima pomembnejšega vpliva na seznanjenost zaposlenih v okviru ministrstva in Slovenske vojske. Potrjuje se domneva, da vzpostavitev popolne poklicne vojske s precejšnjim zaostankom sledi tudi področje specializiranih vojaškostrokovnih in informativnih občil, ki s svojimi vsebinami ne dosegajo vseh ključnih ciljnih javnosti v obrambnem sistemu¹¹. Anketa kaže, da zaposleni najbolj pogrešajo informacije o pravicah in dolžnostih zaposlenih v Slovenski vojski, o možnostih napredovanja, usposabljanja in izobraževanja, o politiki plač, novih ukrepih in zakonodaji, ki zadevajo zaposlene, ter druge delovnopravne vsebine. Tudi drugih splošnih informacij, pojasnil in vojaškostrokovnih vsebin je premalo, so nepopolne in premalo dostopne prek rednih oblik obveščanja, ki jih je razvil obrambni sistem¹². Vojaška organizacija ima slabo razvite tudi možnosti za pretok povratnih informacij (feedback) in se nanje s popravki svojih odločitev ne odziva¹³. O tem bodo morali v naslednjem obdobju razmisliti odločevalci na najvišjih političnih, uradniških in vojaških dolžnostih v sistemu, tiskovni predstavniki in svetovalci za odnose z javnostmi ter uredniki glasil, ki se ukvarjajo z obrambno-vojaškim področjem.

NADALJNJE DOGRAJEVANJE VOJAŠKE FUNKCIJE ODNOSOV Z JAVNOSTMI V SLOVENSKI VOJSKI

Oblikovanje vojaške funkcije odnosov z javnostmi je tesno povezano z usklajenim delovanjem in razvojem te dejavnosti v okviru obrambnega

¹¹ Na razstavi evropskega vojaškega tiska septembra 2007 je bilo v okviru slovenske predstavitve razstavljenih 11 tiskanih občil in periodičnih publikacij, katerih skupna naklada znaša 62.368 izvodov. (Pelko, A. in drugi 2007).

¹² Septembra 2008 je bilo na intranetu MO objavljenih 70 aktualnih vesti, samo štiri objave so bile povezane s temami, ki jih anketiranci navajajo kot najbolj zaželene. Med najpogostejšimi objavami na intranetu so vesti o obiskih, sprejemih, ogledih, usposabljanjih, postrojih, športnih in drugih javnih dogodkih ter prireditvah v okviru Slovenske vojske.

¹³ Zaposleni, ki v matični ustanovi ne dobijo zadovoljivih razlag, postavljajo svoja vprašanja tudi na ljubiteljskem spletnem portalu www.vojak.si, ki jih skrbnik spletne strani potem posreduje MO.

sistema. Funkcija odnosov z javnostmi postaja čedalje bolj pomemben element upravljanja z ugledom in vzpostavljanja notranje ter zunanje percepcije zaupanja v učinkovitost obrambnega sistema, katerega pomembnejši sestavni del je Slovenska vojska. Z uvedbo popolne poklicne vojske se pomen vojaških odnosov z javnostmi povečuje, hkrati pa se v primerjavi s prakso in tehnikami civilnih odnosov z javnostmi razvijajo tudi nekatere posebne oblike delovanja¹⁴. Zato bo treba na ravni ministrstva in Slovenske vojske po zgledu razvitih sistemov izpopolniti še nekatere sestavine odnosov z javnostmi, ki v sedanji praksi še niso zadovoljive, in sicer:

- a) posodobitev in oblikovanje pravil o komuniciranju z javnostmi ter drugih sistemskih aktov na krovni ravni ter uskladitev s pravili zveze Nato;¹⁵
- b) določitev pravil obveznega komunikacijskega načrtovanja;
- c) oblikovanje pravil o vključevanju predstavnikov množičnih medijev v vojaške operacije in usposabljanju novinarjev skladno s pravili zveze Nato;
- č) uskladitev pravil s postopki zveze Nato ob izrednih dogodkih;¹⁶
- d) izboljšanje dostopa do informacij javnega značaja, delovnopравnih vsebin ter pomembnih sistemskih odločitev in sprememb;
- e) vzpostavitev interaktivnih oblik komuniciranja in kanalov povratne informacije, izboljšanje medosebnega in mednivojskega komuniciranja, vzpostavitev dialoga s sindikati, interesnimi skupinami, stanovskimi združenji in strokovno javnostjo;
- f) izboljšanje komunikacijske podpore liniji vodenja in poveljevanja;
- g) izboljšanje dostopa do intraneta, uvedba interaktivnih spletnih orodij;
- h) sinergija organizacijskih, funkcionalnih in kadrovskih zmogljivosti na področju komuniciranja z javnostmi, profiliranje ciljnih javnosti in racionalen izbor učinkovitih komunikacijskih orodij;
- i) posodobitev in diverzifikacija vsebin lastne produkcije, povečanje obsega vojaškostrokovne publicistike;

¹⁴ Vojaškim enotam priključeni (embbded) novinarji, izbrana skupina novinarjev (media pool), usposabljanje novinarjev za delovanje v nevarnih okoliščinah, zelena knjiga pravil o medsebojnem obnašanju, varnostne omejitve in lastna odgovornost novinarjev oziroma medijskih hiš, korelacija med vlogo odnosov z javnostmi in informacijskim delovanjem (Info Ops), dejaven – reaktiven pristop pri uresničevanju nalog v zvezi z odnosi z javnostmi itn.

¹⁵ V okviru tega bo treba formalno opredeliti in določiti postopke informacijskega delovanja (Info Ops) ter vloge odnosov z javnostmi v smislu sprememb, ki jih v praksi prinaša dokument MC 0457/1 in so bile sprejete po oblikovanju slovenske vojaške doktrine leta 2006.

¹⁶ Navodilo o ravnanju ob izrednem dogodku v mednarodnih operacijah je bilo sprejeto februarja 2004 in dopolnjeno septembra istega leta.

- j) vzpostavitev sistema usposabljanja s področja (vojaških) odnosov z javnostmi na vseh ravneh;
- k) posodobitev in okrepitev informativnih vsebin in promocijskih orodij v funkciji pridobivanja poklicnih vojakov ter prostovoljne rezerve za Slovensko vojsko;
- l) okrepitev sodelovanja z drugimi državami, izmenjava izkušenj s področja odnosov z javnostmi ter vključevanje v procese komuniciranja na mednarodni ravni.

V nadaljnjem postavljanju sodobne vojaške organizacije bo treba dopolniti manjkajoče normativne podlage in posodobiti pravila, ki so bila oblikovana še v času naborniškega sistema. Analiza sedanjega stanja in primerjave z drugimi obrambnimi sistemi kažejo, da bo treba najti boljše rešitve tudi za sedanjo razdrobljenost in nekoordinirano produkcijo informativnih ter promocijskih vsebin in premajhno podporo vojaškostrokovne publicistike, ki ne sledi potrebam¹⁷. Skladno z razvojem vojaške organizacije bi bilo v prihodnje treba razmisliti o ustreznosti sedanjih organizacijskih oblik in statusni ureditvi lastne produkcije z ustanovitvijo samostojne vojaške založbe ali institucije v okviru sistema, ki ne bo neposredno vpeta v vlogo odnosov z javnostmi, hkrati pa bo z njo povezana pri realizaciji nekaterih ciljev. Drugačen pristop in nove rešitve bodo potrebne tudi za izboljšanje stanja na področju specializiranih medijev – od ustrezne opredelitve ciljnih javnosti in učinkovite uporabe obstoječih komunikacijskih orodij do nove opredelitve vsebinskih konceptov ter uvedbe sodobnejših pristopov¹⁸ – s katerimi bi hitreje sledili potrebam sistema v spremenjenih okoliščinah po uvedbi popolne poklicne vojske in globalnim spremembam v razvoju novih komunikacijskih tehnologij. Tudi boljše povezanost akterjev na področju odnosov z javnostmi v Slovenski vojski, »ki razmeroma samostojno in neusklajeno obveščajo javnost o delu enot in poveljstev« (Reorganizacija oddelka SV, str. 7) je v tako majhni vojaški organizaciji, kot je

¹⁷ Po nekaterih podatkih bi Slovenska vojska potrebovala od 250 do 300 knjižnih pripomočkov, učbenikov, priročnikov in drugih strokovno-znanstvenih publikacij, ki jih zdaj primanjkuje (več v Bric 2008a).

¹⁸ Uvedba elektronskih časopisnih različic in drugih oblik internetnega obveščanja notranjih ter zainteresiranih zunanjih javnosti, dinamične multimedijske predstavitve, interaktivne objave, forumi, spletni dnevniki (blogi) vojaških oseb in mnenjskih avtoritet, ankete, nagradne igre in druga produkcija na lastnih spletnih straneh, brezplačni telefoni ter proaktivno oglaševanje, namenjeno populaciji potencialnih poklicnih vojakov. Glavna težava so usposobljeni in motivirani kadri, ki jih v sistemu primanjkuje, kar je posledica togih pravil in zastarele miselnosti visokih uradniških struktur.

Slovenska vojska, mogoče doseči z jasnejšimi pravili obnašanja, enotno strategijo in medsebojnim usklajevanjem, ne pa s koncentracijo moči¹⁹.

Tako na krovni ravni kot v posameznih podsistemih bo treba izpopolniti tudi sistem internega komuniciranja in ravnanja z informacijami, ki so premalo usmerjene v podporo liniji vodenja in poveljevanja. Predvsem bo treba dvigniti tudi strokovno raven častnikov za odnose z javnostmi, se bolj intenzivno vključiti v mednarodno izmenjavo ter obogatiti zakladnico strokovnih znanj, izkušenj in literature z uporabo učinkovitih orodij, sodobnih tehnik in veščin komuniciranja vojaških oseb.

SKLEP

Dokument MC 0457/1 je obvezen predpis za vojaške osebe in druge pripadnike, ki se ukvarjajo z odnosi z javnostmi v strukturah zveze Nato, ki pa ne predpisuje notranje regulacije posameznih članic. Vsekakor je sprememba krovnih doktrinarnih izhodišč pomemben znak in podlaga za čimprejšnjo uskladitev delovanja v okviru zavezništva ter ravnanje vojaških predstavnikov na vseh ravneh in vojaških sestavah v okviru zveze Nato. Spremembe na področju vojaškega javnega delovanja in sodelovanja z mediji določajo razvitejši vojaški sistemi (ZDA, Velika Britanija, Kanada itn.) z dolgo vojaško tradicijo, ki se spremembam sprti prilagajajo tudi na normativni ravni. Kako temu sledijo druge, zlasti novejšje članice zveze Nato, brez resne primerjalne analize ni mogoče oceniti, izkušnje združenja EMPA pa kažejo, da vojaška praksa ni enotna.

Obrazložitve in uporaba pravil Natovega dokumenta MC 0457/1 so usmerjene predvsem na praktično raven delovanja in ne vsebujejo poglobljenih strokovnih analiz ter znanstvenoraziskovalnih podatkov. Vendar so nova navodila koristen pripomoček, ki zelo natančno opredeljuje cilje, posamezne postopke in ravnanje, zlasti vključevanje medijev v vojaške operacije, različne pristope in način delovanja ter razmerja odgovornosti med posamezniki, pooblaščenimi za vojaške odločitve, ter na koncu pojasnjuje tudi ključne pojme. Pogrešamo pa konkretnejše napotke pri ravnanju z zaupnimi podatki, pri čemer so praktiki vojaških odnosov z javnostmi mnogokrat v dvomu. Pri obravnavi tega

¹⁹ Ob podreditvi častnikov za odnose z javnostmi na vseh ravneh delovanja so s sedanjo vlogo načelnika oddelka za odnose z javnostmi združene še vloga tiskovnega predstavnika Slovenske vojske in pooblaščenca za dostop do informacij javnega značaja, kar daje nosilcu vseh treh funkcij veliko moč. Gre tudi za konflikt interesov, kajti ista oseba, ki je po službeni dolžnosti odgovorna za celovito obveščanje javnosti, v vlogi pooblaščenca razsoja o javnem pomenu neke informacije ali dokumenta.

občutljivega vprašanja so se snovalci dokumenta zavedali, da je »pridobivanje uradnega dovoljenja za objavo zaupnih informacij (...) lahko okoren in dolgotrajen postopek« (MC 0457/1, tč. 50), hkrati pa ugotavljajo, da so mnoge od informacij, ki uradno še nosijo oznako zaupnosti, v javnosti že znane. Dobra seznanjenost častnika za odnose z javnostmi s postopki ravnanja z zaupnimi podatki je sicer nujna, vendar ne rešuje ključnega vprašanja, kako ravnati v primerih, ko so pritiski medijev upravičeni.

Slovenska vojska je še vedno v obdobju oblikovanja posameznih prvin vojaške prakse. Eno teh področij je tudi vojaška funkcija odnosov z javnostmi. Čeprav se Slovenska vojska v raziskavah javnega mnenja na lestvici zaupanja že ves čas uvršča med najbolj ugledne institucije, pa negativna medijska obravnava nekaterih pojavov in odzivi nanje kažejo, da v praksi ni dosledno uveljavljeno načelo komunikacijskega načrtovanja na vseh ravneh in področjih delovanja v institucijah obrambnega sistema, od sprejemanja odločitev do končne izvedbe. To se kaže tako pri rednih procesih dela vojaških in obrambnih dejavnosti, usposabljanj, strokovnih srečanj in sodelovanja v vojaških operacijah kot pri spremembah zakonodaje in sprejemanju pomembnih odločitev ter sistemskih sprememb, uvajanju novih vojaških tehnologij in sistemov opremljanja ter izvajanju drugih dejavnosti in delovnih procesov v okviru obrambnega sistema, ki so se v preteklosti s komunikacijskega vidika obravnavali premalo premišljeno in brez jasne strategije. Napočil je čas, da se to področje uredi, vendar pa ključni dejavniki niso zgolj v vojski, temveč v širšem podpornem okolju obrambnega sistema in državne politike, ki lahko odločilno vplivajo na vsakokratni pristop do javne obravnave posameznih tem.

VIRI

- Aleksandra PELKO in drugi, 2007: *European Military Press Media Exhibition Catalogue - 1st Edition*, 39-42, Ljubljana: Public Information Office, Ministry of Defence of the Republic of Slovenia.
- Anton GRIZOLD, 2005: *Slovenija v spremenjenem varnostnem okolju*, Ljubljana: Založba FDV.
- Brane PETROVIČ, 2008: *Natova internetna televizija je začela delovati*, revija Slovenska vojska 12., 21, Ljubljana: MO RS.
- Branimir FURLAN in drugi, 2006: *Vojaška doktrina*, Ljubljana: Poveljstvo za doktrino, razvoj, izobraževanje in usposabljanje.
- Brett BOURDEAU, 2007: *Highlights of the New NATO Military Public Affairs Policy*, *The Three Swords Magazine* 1125-30, Stavanger: JWC Public Affairs Office.
- Charles C. MOSKOS, et al. 2002: *The Postmodern Military: Armed Forces after the Cold War*, New York: Oxford University Press.

- Igor KOTNIK-DVOJMOČ, 2002: *Preoblikovanje oboroženih sil sodobnih evropskih držav*, Ljubljana: Založba FDV.
- Ljubica JELUŠIČ, 1997: *Legitimnost sodobnega vojaštva*, Knjižna zbirka *Teorija in praksa*, Ljubljana: FDV.
- Ljubica JELUŠIČ, 2003: *Slovenian public opinion on security, defence and military issues*. V: VLACHOVÁ, Marie (ur.). *The public image of defence and the military in Central and Eastern Europe*. Geneva: Centre for the Democratic Control of Armed Forces (DCAF); Belgrade: Centre for Civil-Military Relations (CCMR), 2003, str. [182]-200.
- Model organiziranosti odnosov z javnostmi na ravni Vlade Republike Slovenije*, sklep št. 09100-1/2007/5 z dne 22. 2. 2007, Ljubljana: Urad Vlade za komuniciranje.
- Nato Military Policy on Public Affairs - MC 0457/1*, 2007, Bruselj: North Atlantic Military Committee, http://www.nato.int/lms/doc/mc0457_en.pdf (sept. 2008).
- Navodilo o načinu obveščanja javnosti o delu Ministrstva za obrambo*, št. 021-385/95 z dne 26. 10. 1995 in št. 017-04-36/99 (1999), Ljubljana: MO.
- Navodilo o ravnanju v primeru izrednega dogodka v mednarodnih operacijah*, šifra 017-04-11/2004-12 (2004) Ljubljana: MO RS.
- Reorganizacija Službe za odnose z javnostmi 2005*, Ljubljana: Služba za odnose z javnostmi MO RS.
- Reorganizacija oddelka za odnose z javnostmi*, 2007, Ljubljana: Oddelek za odnose z javnostmi in promocijo, Generalštab Slovenske vojske.
- Roman BRIC, 1999: *Poročilo o rezultatih ankete med bralci revije Slovenska vojska*, II. dopolnjena izdaja, Ljubljana: SOJ MO.
- Roman BRIC, 2002: *Interno komuniciranje v oboroženih silah*, magistrsko delo, Ljubljana: FDV.
- Roman BRIC, 2008a: *Sodobni trendi v razvoju vojaške publicistike*, revija *Slovenska vojska* 2, 24-27.
- Roman BRIC, 2008b: *Poročilo o rezultatih ankete med bralci revije Slovenska vojska in primerjava z rezultati ankete iz leta 1999*, I. izdaja, Ljubljana: Služba za odnose z javnostmi MO.
- Smernice Ministrstva za obrambo Republike Slovenije za odnose z javnostmi*, 1999, Ljubljana: Kabinet ministra, Služba za odnose z javnostmi, MO.