

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBNE VEDE**

Blaž Habjan

**JAVNA DIPLOMACIJA V MEDNARODNIH ORGANIZACIJAH – PRIMER UNICEFA
Diplomsko delo**

Ljubljana, 2008

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBNE VEDE**

Blaž Habjan

Mentor: doc. dr. Milan Brglez

Somentorica: mag. Kristina Plavšak Krajnc

JAVNA DIPLOMACIJA V MEDNARODNIH ORGANIZACIJAH – PRIMER UNICEFA

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

Hvala
mentorju dr. Milanu Brglezu,
somentorici mag. Kristini Plavšak Krajnc
in prijatelju mag. Andražu Zidarju
za strokovne nasvete in podporo pri pisanju diplomske naloge.

Nalogo posvečam mami Jelki, partnerki Isabelle
in hčerki Lori Zori.

JAVNA DIPLOMACIJA V MEDNARODNIH ORGANIZACIJAH – PRIMER UNICEFA

Opredelitev javne diplomacije, analiza možnosti njenega izvajanja v mednarodnih organizacijah ter analiza strukture UNICEF-a in njegovih komunikacijskih dejavnosti so bile podlage za sklep, da imajo javnodiplomatske aktivnosti pomembno vlogo pri uresničevanju UNICEF-ovega poslanstva. Javni diplomaciji danes vse države priznavajo status pomembnega sredstva zunanje politike, v mednarodnih organizacijah, kot je UNICEF, pa o njej ne govorijo. Kljub temu jo skozi svoje programe, ki imajo sicer visoko stopnjo soglasja in legitimnosti v mednarodni skupnosti, ves čas zelo transparentno in učinkovito izvajajo. Medvladna organizacija UNICEF zunanjo politiko z mednarodnimi subjekti izvaja skozi diplomatske aktivnosti. Velik del njenih zunanjepolitičnih naporov pa se nanaša tudi na komunikacijo s civilno družbo. Ta je, z izjemo notranje javnosti, vsa tuja. V veliki meri je cilj teh aktivnosti krepitev zavesti javnosti v razvitih državah o nujnosti globalne solidarnosti oz. povečanje sredstev, ki jih države in zasebniki namenjajo za razvojno pomoč pri uresničevanju pravic otrok v državah v razvoju. UNICEF torej spreminja odnos civilne družbe in posredno uradnih državnih predstavnikov do mednarodnih vprašanj. To pa so javnodiplomatske aktivnosti, ki jim organizacija v veliki meri posveča svoje programe strateškega komuniciranja, kot so Komuniciranje za razvoj, Zagovorništvo otrokovih pravic in Izobraževanje za razvoj. Nič manj zavzeto pa se trudijo doseči isti cilj tudi z ostalimi komunikacijskim aktivnostmi, kot sta upravljanje z novicami in izgrajevanje partnerstev.

KLJUČNI POJMI: diplomacija, javna diplomacija, odnosi z javnostmi, strategija, UNICEF.

PUBLIC DIPLOMACY IN THE INTERNATIONAL ORGANIZATIONS – CASE UNICEF

Definition of public diplomacy, analyses of its use in international organizations and analyses of UNICEF structure and its communication activities gave me the arguments to conclude that public diplomacy activities have important role at implementation of UNICEF's mission. Nowadays, when all states recognize importance of public diplomacy as a mean of foreign policy, the term does almost not exist in the vocabulary of international organizations as it is UNICEF. On the other hand UNICEF all continuously and efficiently uses it through its programs, which have high level of consensus and legitimacy in international community. To implement its foreign policy intergovernmental organization UNICEF use diplomatic activities. But a big part of its foreign policy efforts considers communication with foreign civil society. The main objective of these activities is to strengthen public awareness in developed countries about necessity of global solidarity respectively about funds that countries and a private sector dedicate to assistance in implementation of child rights in developing countries. With other words, UNICEF is changing attitude of civil society and indirect as well the attitude of states officials and representatives towards international issues. So, these are public diplomacy activities and UNICEF is devoting a lot of attention to them through their programmes of Communication for development, Advocacy of children's rights and Education for development. As well the organization follow the same objective with other communication activities as they are news management and partnership building.

KEY WORDS: diplomacy, public diplomacy, public relations, strategy, UNICEF.

KAZALO

I. UVOD	7
1.1. Metodologija.....	9
II. JAVNA DIPLOMACIJA	12
2.1. Opredelitev javne diplomacije	12
2.1.1. Razmerje med sodobno javno diplomacijo in javno diplomacijo	14
2.1.2. Razmerje med javno diplomacijo in tradicionalno diplomacijo	16
2.1.3. Razlika med javno diplomacijo in podobnimi dejavnostmi	18
2.1.3.1. Zagovorništvo in javna diplomacija.....	19
2.1.4. Javna diplomacija kot uporabnik, vir in skrbnik mehke moči.....	20
Slika 2.1: Umestitev javne diplomacije v shemo komunikacije države in njene civilne družbe z drugo državo in njeno civilno družbo.....	23
2.2. Koncept javne diplomacije	24
2.2.1. Vsebine javne diplomacije	25
2.2.2. Način delovanja javne diplomacije.....	27
2.2.3. Igralci javne diplomacije.....	28
Slika 2.2: Igralci javne diplomacije in odnosi med njimi	28
2.2.3.1. Sporočevalci	29
2.2.3.2. Naslovniki in sporočevalci	30
2.2.3.2.1. NVO kot partnerji javne diplomacije.....	31
2.2.3.2.2. Mediji kot partnerji javne diplomacije.....	32
2.2.3.3. Naslovniki	34
2.2.3.3.1. Tudi tuja vlada naslovnik javne diplomacije?.....	34
2.2.3.3.2. Različnih pristopi k različnim javnostim.....	35
Slika 2.3: Komunikacijska piramida javne diplomacije (McClellan 2004)	36
2.2.3.3.3. Razmerja med javno diplomacijo in domačo javnostjo.....	37
III. JAVNA DIPLOMACIJA MEDNARODNIH ORGANIZACIJ.....	39

3.1. Opredelitve javne diplomacije mednarodnih organizacij	39
3.2. Ključni elementi za obstoj javne diplomacije v mednarodnih organizacijah.....	40
3.2.1. Zunanji odnosi.....	41
3.2.2. Lastna volja.....	42
3.2.3. Tuja civilna družba	43
IV. JAVNA DIPLOMACIJA IN UNICEF	45
4.1. Ključni elementi za javno diplomacijo v UNICEF-u	45
4.1.1. Zunanji odnosi UNICEF-a	45
4.1.2. Lastna volja v UNICEF-u	46
4.1.3 Tuja civilna družba in UNICEF	47
4.2. Koncept javne diplomacije v UNICEF-u.....	47
4.2.1. Javna diplomacija v strukturi UNICEF-a	48
4.2.2. Vsebine javne diplomacije v UNICEF-u	50
4.2.3. Način delovanja javne diplomacije v UNICEF-u.....	51
4.2.3.1. Upravljanje z novicami	52
4.2.3.2. Strateško komuniciranje	53
4.2.3.2.1. Komuniciranje za razvoj.....	53
4.2.3.2.2. Zagovorništvo otrokovih pravic.....	54
4.2.3.2.3. Izobraževanje za razvoj.....	56
4.2.3.3. Ustvarjanje razmerij – partnerstvo	57
4.2.4. Igralci UNICEF-ove javne diplomacije.....	61
Slika 4.1.: Igralci javne diplomacije v UNICEF-u.....	61
4.2.4.1. Sporočevalci v UNICEF-u.....	62
4.2.4.1.1. Nosilci javne diplomacije v UNICEF-u	62
4.2.4.1.2. Izvajalci	62
4.2.4.2. Naslovniki in sporočevalci v UNICEF-u	63
4.2.4.2.1. Nacionalni odbori kot partnerji javne diplomacije UNICEF-a.....	64
Slika 4.2.: Ali UNICEF razumete kot medvladno ali kot nevladno organizacijo?.....	66
4.2.4.2.2. Ambasadorji dobre volje.....	67
4.2.4.3. Naslovniki UNICEF-a	68
VI. SKLEP	69

I. UVOD

»Ali bi bombardiral državo, v kateri živi Michael Jordan?«

Vprašanje, s katerim si belijo glave mladi košarkarji v srbskem filmu *Nebeška vaba*, ki se dogaja med bombardiranjem Beograda leta 1999, je za iztočnico svojega komentarja uporabil Goran Vojnovič v časopisu *Dnevnik*. Zaključil je z ugotovitvijo, da so vse vojske enako »hudobne«, po zaslugi Air Jordana in podobnih zvezdnikov pa se vendarle manj boji ameriške kot ruske.

Oboroževanje in upravljanje z orožji, kot je Air Jordan, ki razorožijo nasprotnika, ne da bi bilo treba groziti ali celo posredovati, je tema te diplomske naloge. Namesto pogosto obravnavanemu ameriškemu arzenalu se bomo posvetili UNICEF-ovemu¹ in njegovemu načinu uporabe le-tega.

Pri nas UNICEF v glavnem poznamo skozi delo UNICEF-a Slovenija, svojevrstne izpostave krovne organizacije pri nas. Glavnina njegovega dela sodi v ustvarjanje odnosov z zasebnim sektorjem. Za to diplomsko delo je postalo zanimivo vprašanje, ali to delo vpliva tudi na odnos slovenske vlade in drugih vej oblasti do UNICEF-a, njegovih pobud in sploh do vprašanj položaja otrok v svetu. Po priporočilu mentorja dr. Milana Brgleza bo diplomsko delo skušalo odgovore odkriti s pogledom skozi prizmo javne diplomacije. Kot somentorica je pri nalogi sodelovala mag. Kristina Plavšak Krajnc, komunikologinja, ki se je z javno diplomacijo veliko ukvarjala.

Že bežen pogled skozi to prizmo je nakazal, da bo potrebno kadre razvrstiti v pravilnem vrstnem redu. Na začetek je bilo treba postaviti tiste, ki dajejo odgovore, kaj naj bi javna diplomacija danes bila, in spoznati tudi vzporedne zgodbe o povezanih pojmi, kot je npr. mehka moč alias Air Jordan v primeru ZDA. Sledili so kadri z odgovorom na vprašanje, ali

¹ UNICEF – Mednarodni sklad Združenih narodov za otroke je bil ustanovljen l. 1946 za pomoč otrokom žrtvam II. svetovne vojne. Leta 1950 svoje delo preusmeri v pomoč otrokom v državah v razvoju. Danes si prizadeva, da bi vsi otroci lahko uživali pravice, zapisane v Konvenciji o otrokovih pravicah. Zagovarja načelo unicverzalnosti v uresničevanju pravic otrok ter prazporejanje finančnih, materialnih in drugih virov na mednarodni ravni za pomoč državam v razvoju ter mednarodno solidarnost.

je javna diplomacija sploh mogoča v mednarodnih organizacijah. Ko je imela zgodba trdno podlago, se pozornost preusmeri v številne pojavne oblike komunikacije v UNICEF-u, ki spominjajo na javno diplomacijo. Na podlagi spoznanega v prvih dveh delih sledi poskus objektivne presoje, ali te pojavne oblike tudi resnično odražajo javno diplomacijo na delu.

Zakaj je ta zorni kot UNICEF-a tako zanimiv? Organizacija je primer mednarodne vladne organizacije, ki že na prvi pogled v še večjem obsegu kot druge izvaja številne aktivnosti, s katerimi želi spreminjati odnos javnosti predvsem do otrok in skozi njih do vrste globalnih, regionalnih in lokalnih vprašanj. Danes marsikatera mladenka ali mladenič pozna UNICEF in kakšnega od ambasadorjev dobre volje, vedo, da je otrokom po svetu treba pomagati, da so oni največje žrtve vojn, da opravljajo izkoriščevalska dela in da se trguje z njimi po celem svetu. Ob vsem tem pa še niso slišali za OZN, kaj šele, da bi jim kaj pomenila priimka Annan in Moon.

Kljub temu se termin javna diplomacija v povezavi z UNICEF-om ne omenja nikjer. Zato je bil toliko večji izziv poskušati dokazati, da UNICEF vsaj v industrijsko razvitih državah skozi svoje programe zagovorništva, izobraževanja za razvoj, informiranja in ne nazadnje zbiranja sredstev močno posega v polje javne diplomacije.

Ta je razmeroma novo poimenovanje stare dejavnosti. Komuniciranje s tujimi javnostmi oz. dejavnosti, ki jih danes vključuje javna diplomacija, so stare vsaj toliko, kot je stara diplomacija. Kljub temu, da sta tako pojem kot dejavnost močno uveljavljena v znanosti o mednarodnih odnosih in širše, znanstveno analitičnega pristopa k obravnavi te dejavnosti skorajda ni. V literaturi prevladujejo opisi praks in navodila za njeno izboljšanje. V pomanjkanju teoretičnih besedil na temo javne diplomacije je zato skoraj nujno vsako njeno obravnavo začeti z uokvirjanjem oz. opredelitvijo, kaj pod tem pojmom razumemo. To še posebej velja, če pristopimo k analizi javne diplomacije izven domene držav kot njenih nosilk. Prav zato je bilo tudi v primeru tega dela potrebno najprej natančno opredeliti samo javno diplomacijo in šele temu je lahko sledilo njeno obravnavanje v kontekstu mednarodnih organizacij. Od tega je bilo odvisno nadaljevanje – umeščanje posameznih komunikacijskih dejavnosti UNICEF-a v koncept javne diplomacije.

Potrditev domneve, da več aktivnosti UNICEF-a sodi v sfero javne diplomacije, ob dejstvu, da se izrazu v organizaciji izogibajo, bi po eni strani pomenila, da je ugled javne diplomacije izven stroke zelo nizek. Po drugi strani pa bi UNICEF-ova učinkovita uporaba

javne diplomacije lahko pomenila vzpodbudo zagovornikom nove javne diplomacije, ki naj bi bila nekompromitirana, k njeni širši in doslednejši uporabi.

1.1. Metodologija

Kot širši raziskovalni problem sta izpostavljena koncept javne diplomacije in javna diplomacija v mednarodnih organizacijah. Kaj je torej javna diplomacija in ali je javno diplomacijo v mednarodnih organizacijah sploh mogoče izvajati.

Ožji raziskovalni problem pa predstavlja javna diplomacija v UNICEF-u. Pozornost se usmeri predvsem na vprašanja, ali UNICEF pri izvajanju svojega poslanstva uporablja koncept javne diplomacije, katere dejavnosti UNICEF-a bi lahko označili za javnodiplomatske, kdo so komunikatorji in kakšna je pri tem vloga nacionalnih odborov UNICEF-a.

Teza diplomskega dela skuša dokazati sledeče:

»Velik del komunikacijskih aktivnosti UNICEF-a sodi v sfero javne diplomacije, še posebej tisti del, ki se nanaša na komunikacijo v razvitih državah.«

Večina avtorjev, ki obravnavajo javno diplomacijo, ne zanika možnosti, da se ta izvaja tudi v mednarodnih organizacijah (Leonard 2002a, 2002b; Signitzer & Coombs 1992; McClellan 2004; Riordan 2005, itd.): nekateri to celo izpostavijo (Melissen 2005). Kljub temu se v literaturi o javni diplomaciji mednarodne organizacije ne pojavljajo kot nosilci le-te. Tudi v UNICEF-u tega termina ne uporabljajo, kljub temu, da vrsta aktivnosti, ki jih v organizaciji izvajajo, spominja na uporabo koncepta javne diplomacije.

Naloga razdela koncept javne diplomacije, kriterije, ki jo omogočajo v mednarodnih organizacijah, in v nadaljevanju obravnava tako formalne povezave kot tudi funkcionalne plati komuniciranja v UNICEF-u, ki s konceptom javne diplomacije najbolj sovpadajo.

Koncept javne diplomacije bomo poskušali zgraditi z odgovori na tri vprašanja:

1. Katere so vsebine javne diplomacije?
2. Na kakšen način se javna diplomacija izvaja?
3. Kdo so akterji oz. skupine akterjev javne diplomacije?

Za tako opredeljen predmet proučevanja so bili opravljeni naslednji metodološki pristopi:

1. Konceptualna analiza pri določanju pomena posameznih pojmov oz. njihovih opredelitev ter razmerja med njimi.
2. Analitična metoda pri obravnavi koncepta javne diplomacije.
3. Generiranje in sintetiziranje podatkov.
4. Osebni razgovor oz. intervju.
5. Sodelovanje z udeležbo.
6. Mnenjska poizvedba.

Naloga najprej opredeli tematiko. V uvodu je postavljena hipoteza in razlaga načinov, s katerimi jo poskuša potrditi. V njem so navedeni tudi uporabljeni metodološki pristopi in razložena struktura naloge.

Sledi poglavje »Javna diplomacija«, ki je razdeljeno na dve podpoglavji, in sicer »Opredelitev javne diplomacije« in »Koncept javne diplomacije«. V prvem podpoglavju je povzeta zgodovina javne diplomacije in predstavljeni ključni družbeni pojavi, ki so povzročili njen razmah v zadnjih 100 letih. Javna diplomacija je razložena na podlagi opredelitev uveljavljenih avtorjev, obravnavana v razmerju do diplomacije; prikazana je razlika med novo javno diplomacijo in tradicionalno, predstavljene so sorodne dejavnosti javne diplomacije in poudarjene razlike med njimi. Pojasnjeno je tudi razmerje med javno diplomacijo in mehko močjo.

V podpoglavju »Koncept javne diplomacije« so odgovori na tri delovna vprašanja: katere so vsebine javne diplomacije, kateri so načini njenega izvajanja in kdo so njeni igralci.

V tretjem poglavju so opredeljene mednarodne organizacije in javna diplomacija v njih. Analizirani so trije ključni elementi za obstoj javne diplomacije v mednarodnih organizacijah, izpostavljeni na podlagi opredelitve javne diplomacije, na kateri temeljijo vsa izvajanja v 3. in 4. poglavju.

Sledi ključno poglavje, v katerem je predstavljena organizacija UNICEF s poudarkom na analizi elementov javne diplomacije v njej. Analiza se začne s pregledom ključnih elementov za izvajanje javne diplomacije v UNICEF-u, sledijo pa poglavja v okviru koncepta javne diplomacije v UNICEF-u. Gre za poglavja, ki odgovarjajo na delovna

vprašanja, zastavljena že pri obravnavi koncepta javne diplomacije – vsebine, način izvajanja in igralci javne diplomacije. Dodana je še struktura UNICEF-a, ki že sama v veliki meri odraža močno vlogo javne diplomacije v delovanju organizacije.

V sklepnem poglavju so predstavljene glavne ugotovitve, ki potrjujejo postavljeno tezo.

II. JAVNA DIPLOMACIJA

2.1. Opredelitev javne diplomacije

Že v predantičnem času jim ni bilo vseeno za mnenje tujih javnosti. Sklicevanje na narod in njegovo podobo sega v čas, ki ga opisuje Biblija, pa tudi v antični Grčiji in Rimu, Bizancu in renesančni Italiji jim niso bile neznane aktivnosti vplivanja na tuje javnosti. Pravi zagon je množičnemu komuniciranju (in s tem veliko večje možnosti vplivanja na javnosti) dal izum tiskarskega stroja. To je omogočilo, da so se pojavili tudi prvi pionirji odnosov z javnostmi, vključno s tujimi javnostmi, kot je bil kardinal Richelieu v Franciji. Vrhunec ustvarjanja identitete je Francija doživela s sončnim kraljem Ludvikom XIV. in je bila vse do revolucije v uporabljanju mednarodnih odnosov javnostmi oz. kultiviranju podobe svoje države preko meja daleč pred drugimi evropskimi silami. Tudi po revoluciji je s Talleyrandom Francija ostala v vrhu uspešnosti upravljanja s tujim javnim mnenjem, vendar sta bila v tem enako uspešna tudi Canning v Veliki Britaniji in seveda Metternich v Avstriji. V 20. stoletju je nastopil čas za profesionalno izgrajevanje podobe držav. Novo identiteto je morala ustvariti Turčija pod Ataturkom. V istem obdobju so intenzivno ustvarjale nacije in razvijale svoje identitete države s fašističnim ali komunističnim režimom, kar je bilo vse prej kot nedolžno početje (Kuncik 2003: 401,402). Prefinjene metode javne diplomacije je posebej uspešno uporabila Velika Britanija, ki je prepričala Ameriko, da jo podpre v njenem boju proti Hitlerju.

Borba političnih voditeljev za naklonjenost tujih javnosti torej ni nov pojav. Vsekakor pa drži, da se je krepila vzporedno z rastjo moči javnega mnenja. Ta moč javnega mnenja, ki se odraža v demokratični odgovornosti (*democratic accountability*), se je v sredini osemdesetih let XX. stoletja razvila v prepričanje, da je mogoče ali celo nujno javnost neposredno vplesti tudi v diplomacijo (Hocking 2005: 29).²

Demokratična odgovornost je po Hockingu (2005: 29-33) eden od petih elementov, ki omogočajo povezavo med javnostjo in izvajanjem diplomacije. Sledijo ji globalizacija, komunikacijska in informacijska tehnologija, mediji, osredotočenost na podobo v mednarodni politiki oz. možnost "spremembe podobe" (*rebranding*) držav. V spletu teh

² To stališče so predstavljali zagovorniki zborovanja državljanov, kar so dokazovali z zaključnimi fazami hladne vojne. Eden od zagovornikov takšnega pristopa pravi, da se vlade odzivajo na številne dražljaje, skoraj zagotovo pa na tiste grožnje, ki prihajajo od zunaj in katerih glavni vir miroljubnih pobud so »običajni državljani in prostovoljne organizacije« (Hocking, v Melisen 2005: 29).

elementov se javnost (tuja in domača) v odnosu do diplomacije pojavlja kot cilj, na katerega želi diplomacija vplivati; kot ustvarjalec diplomacije, ki lahko deluje preko vlade oz. v skladu z njo ali pa povsem samostojno; in nazadnje kot porabnik diplomacije, predvsem konzularnih uslug.

Že Hockingova razčlemba javne diplomacije v veliki meri pokaže na zapletenost razporeditve pojmov in dejstev, v katerih se giblje javna diplomacija, kar pojasnjuje obstoj različnih opredelitev te dejavnosti. Skoraj vsak avtor ima svojo, vsi pa se strinjajo, da gre za odnos s civilno javnostjo v tuji državi. Vendar to samo po sebi ne določa javne diplomacije v zadostni meri, saj je takšnih dejavnosti kar nekaj. Te razlike med njimi bomo poskušali označiti v nadaljevanju, pred tem pa o javni diplomaciji velja navesti nekaj opredelitev različnih avtorjev; tako teoretikov kot praktikov.

Kaj je Gullion³, človek, ki naj bi prvi uporabil termin javna diplomacija leta 1965 ob ustanovitvi Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy, razumel pod tem pojmom, je povzeto v eni prvih brošur Murrowega centra (Gullion v Cull⁴ 2006: 1):

»Javna diplomacija ... operira z vplivom na stališča javnosti o oblikovanju in izvajanju zunanjih politik. Vključuje dimenzije mednarodnih odnosov, ki so izven dosega tradicionalne diplomacije; načrtno ukvarjanje vlade z javnim mnenjem v drugi državi; interakcijo zasebnih skupin in interesov iz različnih držav; poročanje o zunanjih zadevah in vpliv na politiko; komunikacijo med tistimi, ki so zadolženi zanj, kot so diplomati in zunanji dopisniki; ter proces medkulturnega dialoga.«

Mogoče gre za nekoliko previdno izraženo misel, vendar težko spregledamo, da namen vplivati na odločitve tuje vlade (politične voditelje tuje države) preko vplivanja na njeno javnost ni izrecno izpostavljen. Slednje je namreč značilnost večine opredelitev javne diplomacije, ki so se uveljavile pred pojavom koncepta sodobne javne diplomacije konec devetdesetih let 20. stoletja. Takšna je tudi najpogosteje uporabljena definicija Signitzerja in Coombsa, ki pravi, da je javna diplomacija način, s katerim lahko vlada kot zasebniki in skupine vplivajo posredno ali neposredno na tista javna stališča in mnenja, ki neposredno

³Edmund Gullion je bil dekan Fletcher School of Law and Diplomacy na Tufts University in spoštovan uslužbenec zunanjega ministrstva (foreign affairs officer).

⁴Cull v opombi navaja, da je citat iz brošure Murrow Center pridobil na PDF spletni strani 'what is Public Diplomacy' - <http://www.publicdiplomacy.org/1htm> s pomočjo aktualnega direktorja centra prof. Leeja McKnighta.

oblikujejo zunanjepolitična stališča druge vlade (Signitzer in Coombs 1992:138 v Plavšak Krajnc 2004: 4).

Podobno meni ameriški diplomat Michael McClellan (2004), ki javno diplomacijo razume kot državno strateško planiranje in izvajanje informativnih, kulturnih ter izobraževalnih programov z namenom, da se v ciljnih državah ustvarja takšno javno mnenje, ki bo omogočalo njihovim političnim voditeljem sprejemati naklonjene odločitve zunanji politiki države, ki izvaja javno diplomacijo. Javna diplomacija je ciljno usmerjena in osredotočena na kratkoročne in dolgoročne rezultate. Za razliko od Signitzer-Coombsove razlage, ki dopušča, da lahko javno diplomacijo izvajajo tudi zasebniki, ta predvidi kot nosilca javne diplomacije izključno državo in je po tej plati bližje Gullionovemu razumevanju. Obenem želi preko javnega mnenja vplivati na usklajeno ravnanje tuje vlade z zunanjepolitičnimi interesi svoje vlade na vseh področjih in ne le na področju zunanje politike, kar v svojih definicijah poudarjajo tako Gullion kot tudi Signitzer-Coombs.

Na takšnem razumevanju javne diplomacije, ki njene dejavnosti ne omejuje na vplivanje na zunanjepolitično ravnanje tuje vlade, gradi tudi Kristina Plavšak Krajnc (2004: 5). Pravi, da je javna diplomacija oblika prepričevalnega komuniciranja s tujimi javnostmi v kontekstu uresničevanja zunanjepolitičnih ciljev oz. kot pravi Grubanova: »V osnovi gre za prepričevalno komunikacijo, s katero skušajo vlade z informiranjem in prepričevanjem vplivati na stališča in mnenja javnosti v tujini oz. v tujih državah, da bi ustvarili ustrezen pritisk na politične odločevalce in s tem vplivali na odločitve in dejavnosti njihovih vlad skladno s svojimi cilji in interesi.« (Gruban 2002: 10).

2.1.1. Razmerje med sodobno javno diplomacijo in javno diplomacijo

Potreba po oblikovanju pojma *sodobna javna diplomacija* je v veliki meri posledica kompromitiranja pojma *javna diplomacija* z vsiljeno vlogo *izboljševalca prodaje* posameznih politik in vrednot. Govorimo lahko tudi o *ameriškem modelu javne diplomacije*, ko postaneta satelitska TV in internet njeni temeljni sestavini za globalno upravljanje in manipuliranje v cilju uveljavljanja ameriških nacionalnih interesov (glej Guček 2003). Bush je šel v tej nameri celo tako daleč, da je najel marketinške svetovalce za izvajanje javne diplomacije o dogajanju v zvezi z 9/11. (glej Riordan 2005: 187-188). V literaturi tudi zato prevladuje razmišljanje, da je javna diplomacija manipuliranje s tujimi javnostmi.

Ian Melissen, ki je uredil zbornik z naslovom *Nova javna diplomacija*, navedeno McClellanovo (2004) definicijo ocenjuje kot preveč mehanicistično in ambiciozno; sporno se mu zdi, da je javna diplomacija orodje zunanje politike za uresničevanje kratkoročnih ciljev. Ker temelji na kredibilnosti in zaupanju, je lahko usklajena le s srednjeročnimi in z dolgoročnimi zunanjepolitičnimi cilji. V nasprotnem primeru javna diplomacija zunanjih ministrstev ne more služiti kot diplomatsko orodje, ki je lahko uspešno tudi onkraj dosega tradicionalne diplomacije, saj bi se z vsako napako zunanje politike naperi javne diplomacije izničili, če ne bi celo škodili doseganju ciljev. (glej Melissen, 2005:15).

Kot eno najbolj natančnih definicij Melissen navede Sharovo. Ta javno diplomacijo opredeli kot proces, v katerem se vodijo neposredni odnosi z ljudmi v državi, da bi prodrli interesi in se širile vrednote tistih, ki jih predstavljajo. Blizu mu je tudi Tuchova razlaga, da gre za vladni proces komuniciranja s tujimi javnostmi z namenom, da prispeva k razumevanju njenih idej in idealov, institucij in kulture, kot tudi nacionalnih ciljev in politik (glej Melissen 2005: 11-12). Skupno jima je izogibanje postavljanju okvirov vpliva javne diplomacije tam, kjer to storijo nekateri drugi avtorji z omejitvijo vpliva na zunanjo politiko tuje vlade oz. civilne družbe.

Tudi Mark Leonard poskuša javno diplomacijo ločiti od vloge neposrednega izvrševalca zunanje politike določene države. Pravi, da bi morala javna diplomacija graditi odnose, in sicer najprej z razumevanjem potreb drugih držav, kultur in ljudi, temu pa naj sledi iskanje področij, kjer je mogoče oblikovanje skupnih interesov (Leonard 2002 a). Marija Manojlović in Celia Helen Thorheim (2006: 32) pravita, da se načelno s takšno idejo strinjajo tudi zunanja ministrstva, vendar v praksi to udejanja le redkokatera država. »Kot kaže, večina držav ni pripravljena sprejeti preferenc tujcev niti, če te na dolgi rok prinašajo zmago obema (win-win situation)«, pravita avtorici. Države še vedno najprej ukrepajo in šele potem poskušajo dejanja politično upravičiti.

Sodobna javna diplomacija temelji na dialogu, pravi Melissen(2005: 21-24). V primerjavi z *javno diplomacijo* ni le komunikacija sporočil, izvajanje promocijskih kampanj, omogočanje odnosov predstavnikov vlade s tujimi javnostmi za zunanje politične cilje ..., temveč aktivno gradi odnose in vzdržuje mreže nevladnih akterjev doma in v tujini s predstavniki civilne družbe tuje države. Takšna *sodobna javna diplomacija* presega obliko propagande, ki jo izvajajo diplomati, in postaja prevladujoč del diplomatske prakse.

Prav z mislijo na *sodobno javno diplomacijo* smo pri definiciji utemeljitelja pojma javna diplomacija, torej Guillonu, poudarili neizpostavljanje ključne vloge vpliva javnega mnenja na odločitve vlade glede njenega zunanjepolitičnega ravnanja. Zdi se, da je tudi sam razmišljal, kot razmišljajo zagovorniki nove javne diplomacije: da ne gre le za vpliv na vlado, ampak se zunanjepolitični odnosi izvajajo vedno bolj tudi neposredno preko akterjev civilne družbe.

2.1.2. Razmerje med javno diplomacijo in tradicionalno diplomacijo

Pod diplomacijo lahko razumemo zunanjo politiko neke države, postopke in metode v mednarodnih pogajanjih in reševanje sporov, aparat zunanjega ministrstva neke države, specifično dejavnost in spretnost diplomatov v pogajanjih in taktično sredstvo, ki ga uporabljajo države v medsebojnem komuniciranju. (Benko 1987: 454).

Javne diplomacije ni mogoče postaviti ob bok diplomaciji kot sopomenki za zunanjo politiko ali kot označevanju spretnosti pogajalcev ali aparatov zunanjega ministrstva. Lahko pa jo primerjamo z diplomacijo kot »taktičnim sredstvom, ki ga uporabljajo države v medsebojnem komuniciranju, da bi uresničevale svoje interese, torej sredstvo zunanje politike.« (Benko 1987: 454). Ob diplomaciji Benko kot sredstva zunanje politike navaja še ekonomska sredstva, sredstva prisile in tudi javno mnenje ter propagando. Njegova opredelitev javnega mnenja in propagande kot sredstev zunanje politike oz. propagande kot sredstva, s katerim lahko v veliki meri vplivamo na javno mnenje, vsebuje večino elementov, ki jih sicer lahko podrobneje porazdelimo med propagando, kulturnimi politikami, trženjem držav in seveda javno diplomacijo⁵. Skladno s to razporeditvijo lahko zaključimo, da je javna diplomacija eno od sredstev zunanje politike. Ernest Petrič pravi, da skupaj z diplomacijo in propagando sodi med zunanjepolitična sredstva prepričevanja (1996: 887-888).

»Temeljna razlika med tradicionalno diplomacijo in javno diplomacijo je, da je prva namenjena odnosom med predstavniki držav ali drugimi mednarodnimi akterji, javna diplomacija pa je usmerjena k splošni javnosti v tujih družbah oz. neuradnim skupinam, organizacijam in posameznikom« (Melissen 2005: 5). Ali drugače, potrebujemo jo za

⁵ Med navedenimi tehnikami propagande v mednarodnih odnosih Benko navaja radio in televizijo (VOA, BBC), čitalnice, razstave, informacijske urade v drugih državah, oddelke za tisk v veleposlaništvih, kongrese za mir, politične svoboščine ...; torej večino tehnik, ki jih pripisujemo tudi javni diplomaciji.

rešitve, kjer je poleg podpore tuje vlade, ki je v domeni tradicionalne diplomacije, potrebna tudi mnenjska podpora širše javnosti ali posamičnih tujih javnosti.« (glej McClellan 2004).

Ostaja pa problem umestitve javne diplomacije v obstoječo diplomatsko strukturo. Po eni strani gre za večje ambicije avtorjev, ki javne diplomacije ne vidijo zgolj kot še eno sredstvo zunanje politike, ampak »kot izraz širših vzorcev sprememb v diplomaciji ..., ko se diplomatska praksa premika od ekskluzivnega sveta diplomatov proti glavni cesti.« (Melissen 2006). Po drugi strani je problem skoraj semantične narave, saj nekateri diplomacijo in javnost vidijo kot nezdružljiva pojma.

»Tudi danes, ko je pomen svetovnega javnega mnenja široko prepoznan, tradicionalno razmišljujoči diplomati, tako kot njihovi predhodniki v času Versaillskih pogajanj pred skoraj sto leti, ne morejo povsem razumeti, kako je lahko učinkovita diplomacija v kakršnem koli pomenu javna (kot je takrat zahteval Woodrow Wilson). Tradicionalno gledano bi se morala diplomacija odvijati tiho, med posamezniki za zaprtimi vrati, zaupno, kot proces pogajanja; ravno nasprotno pa se javna diplomacija osredotoča v informiranje, izobraževanje in v pomanjkanju boljšega izraza, v naslado (šund – delectation) ter nagovarja širšo javnost.« (John Brown 2002)

Navedbo Johna Browna je treba popraviti v tem, da Woodrow Wilson ni govoril o javni diplomaciji, ampak je nasproti tajni diplomaciji postavil odprto demokratično diplomacijo (glej Plavšak 2004, 6). Odprta diplomacija predstavlja antipol tajne diplomacije, javna diplomacija pa v diplomatski praksi predstavlja poseben vidik diplomacije, razpet med vplivanjem domače javnosti na zunanjo politiko (Fisher, 1979 v Širnik 2002) in poskus neposrednega vplivanja vlad na tujo javnost (Delaney, 1968 v Širnik 2002). Vendar bistvo ostaja. Res je, da se javna diplomacija v veliki meri zaradi predsodkov *tradicionalistov* še vedno počasi prebija na mesto v zunanji politiki držav, ki ji po mnenju mnogih avtorjev pripada. Z napredkom tehnologije in komunikacij so ljudje dobili dostop do različnih medijev in virov informacij, in to spreminja tudi pogled na diplomacijo, njene naloge, njen pristop in funkcije. Javni diplomaciji se ni mogoče izogniti; še več, prehaja v središče diplomacije. Ker ne sme biti le še eno orodje zunanje politike, ampak del ustvarjanja svetovne politike (glej Melissen 2005: 5), se avtorji, ki govorijo o sodobni javni diplomaciji, strinjajo, da mora ta postati osrednji integralni del pri odločanju v zunanji politiki oz. v procesu ustvarjanja politik, če želimo uspešno reševati probleme na področjih, ki presegajo domet tradicionalne diplomacije. Javna diplomacija temelji na dialogu, zato

zahteva celoten proces načrtovanja in izvajanja bistveno več časa kot pri aktivnostih tradicionalne diplomacije. V skladu s tem morajo ministrstva za zunanje zadeve razviti zmogljivosti za dolgoročneje politično razmišljanje in geopolitično analiziranje. (glej Riordan 2005: 192).

Razmerje med tradicionalno in javno diplomacijo zelo dobro pojasni Plavšak (glej 2004: 15), ki sodobne načine delovanja javne diplomacije razume kot dopolnjujoče in do neke mere prekrivajoče: na eni strani se ohranja vloga tradicionalne diplomacije s funkcijami, kot jih opredeljuje Dunajska konvencija o diplomatskih odnosih (OZN 1961), ki jo po drugi strani dopolnjujejo in nadgrajujejo (v smislu dodane vrednosti) mrežni, komunikacijski, tržni načini delovanja. Ali, kot pravi John Hemery (2005: 203) v odgovoru na dilemo, ali naj bo javna diplomacija delo diplomatov ali pa naj se z njo ukvarjajo profesionalni graditelji mrež: »Ob tolikšni mednarodni aktivnosti nevladnih igralcev morajo diplomati zaobjeti obe dimenziji, če želijo učinkovito predstavljati nacionalne interese v vsestranski prepletenosti mrež vladnih in nevladnih odnosov v sodobnem mednarodnem sistemu.«

2.1.3. Razlika med javno diplomacijo in podobnimi dejavnostmi

Veliko prvin javne diplomacije sovpada s prvinami propagande, nation brandingom, kulturnimi odnosi oz. zunanjo kulturno politiko, mednarodnimi odnosi z javnostmi, zagovorništvo in mnogimi drugimi dejavnostmi, ki sodijo v področje komuniciranja. Mnogi jo celo enačijo z njimi, kot npr. Diplomatski slovar iz leta 2001, kjer je javna diplomacija pojasnjena kot propaganda, ki jo izvajajo diplomati (Berridge 2001).

Nekateri avtorji pa javno diplomacijo vidijo kot krovno dejavnost, ki omenjene dejavnosti vključuje. Bruce Gregory (glej 2005: 8) v svojem delu kot elemente javne diplomacije obravnava dejavnosti, kot so kulturna diplomacija (kulturni odnosi), mednarodno medijsko oddajanje, vladni odnosi z javnostmi, politične komunikacijske kampanje, izgrajevanje demokracije in odprte vojaško informacijske kampanje, samo javno diplomacijo pa razume kot instrument državnitva, ki je lahko udejanjan na različne načine.

Vendar se je javna diplomacija utrdila v svojih temeljnih predpostavkah in že več avtorjev jo je opredelilo tudi v razmerju do večine zgoraj navedenih dejavnosti. Prepričanje nekaterih, da je javna diplomacija več kot zgolj še eno orodje diplomacije, kaže na

nesmiselnost zanikanja njenega obstoja. Melissen⁶ je s takšnim argumentom branil njen naziv, ta argument pa lahko služi tudi kot obramba celotnega koncepta. Po drugi strani pa obstajajo tudi koncepti, ki pravijo, da tvorita javna diplomacija in strateško komuniciranje instrument zunanje politike, ki obsega vse navedene dejavnosti; k temu dodajajo še diplomacijo, politično komuniciranje, demokratizacijo (democracy building) in odprte vojaške informacijske operacije (glej Green 2005).

Vseeno pa si podrobneje oglejmo nekaj elementov, ki javno diplomacijo kot orodje zunanje politike ločijo od zagovorništva. To sta dejavnosti, ki se v UNICEF-u najpogosteje prepletata.

2.1.3.1. Zagovorništvo in javna diplomacija

Zagovorništvo pomeni postaviti se za svoje pravice ali poskušati spremeniti zadeve, ki te prizadevajo. Sistemsko zagovorništvo, ki mu lahko rečemo tudi družbena akcija, vključuje prizadevanja za spremembo zakonodaj, politik, praks, priložnosti ali stališč. Usmerjeno je v spremembe sistema, ki bodo vplivale na življenje skupine ljudi. (glej MS Society of Canada: 2)

Zagovorništvo otrokovih pravic je ena od temeljnih dejavnosti UNICEF-a. Prav zato je v luči te diplomske naloge morda še najpomembneje pojasniti oz. določiti odnos med javno diplomacijo in zagovorništvom. V svojih pojavnih oblikah se ozaveščevalne kampanje, ki jih uporablja javna diplomacija in s katerimi se začnejo skoraj vse družbene akcije, kamor pa sodi sistemsko zagovorništvo, med seboj ne razlikujejo.

V ožjem pomenu besede se pojma razlikujeta glede javnosti, ki jo neposredno nagovarjata. Večina definicij javne diplomacije tu izpostavlja tujo civilno družbo, večina zagovorniških definicij pa ključne odločevalce v družbi, torej predstavnike oblasti. Medtem ko javna diplomacija oblasti ne nagovarja neposredno, je to glavna naloga zagovorništva,

⁶ „Nekateri pravijo, da bi bilo bolje, če bi namesto o *javni diplomaciji* govorili o političnem komuniciranju ali strateškem komuniciranju. Sam verjamem, da je naziv javna diplomacija upravičen. Krepi pogled, da je javna diplomacija del širšega procesa, v katerem države in drugi akterji medsebojno predstavljajo sebe in svoje interese. Javna diplomacija ni samostojni fenomen in nikakor ne samo vrsta nove tehnike marketinga, oglaševanja, upravljanja z mediji, *spindoktoriranje* pri vodenju mednarodnih odnosov, ampak izraz širših vzorcev sprememb v diplomaciji. Ključno je priznanje, da se diplomatska praksa premika v neko drugo fazo, od ekskluzivnega sveta diplomatov proti glavni ulici.“ (Melissen 2005b)

čeprav le-ta podporo pogosto išče tudi pri širši javnosti, tako da je v praksi ta ločnica bistveno manj zaznavna.

Pomembna razlika med obema je v naboru ciljev. Z zagovorništvom se borimo izključno za cilje, ki imajo svojo osnovo v zakonodaji, oz. za pravice, ki iz te zakonodaje izhajajo, ali pa za spremembo same zakonodaje. Javna diplomacija je v tem pogledu širši pojem, saj se glede vsebine in ciljev ne omejuje, čeprav celo države vse pogosteje iščejo, če je le mogoče, za uveljavljanje svoje zunanje politike oporo v mednarodnem pravu (uveljavljanje pravice do zaščite integritete, uveljavljanje pravice zagotavljanja varnosti celo daleč od matične države ipd.)

Zagotovo so cilji tisto, kar predstavlja temeljno ločnico med zagovorništvom in javno diplomacijo; medtem ko je lahko prvo osnovna dejavnost različnih posameznikov in predvsem organizacij, je javna diplomacija lahko izključno le sredstvo zunanje politike in mora zato podpirati cilje te politike; teh pa je veliko in so med seboj zelo raznoliki.

Za razmišljanje o pojavnih oblikah različnih komunikacijskih dejavnosti mednarodnih organizacij, ki se jih povezuje z javno diplomacijo in se jim pripisuje podobnost, je pomembna ugotovitev, da ne gre zgolj za podobnost, ampak za iste tehnike komuniciranja in iste etapne cilje. Kulturni odnosi, branding, zagovorništvo ipd., vsi temeljijo, vsaj v svoji začetni fazi, na ozaveščanju (awareness) najširše javnosti o problemu, ki ga želijo reševati. Kampanje ozaveščanja javnosti o nekem problemu oz. temi so iztočnice za doseganje različnih nadaljnjih komunikacijskih ciljev, pa naj bodo ti iz nabora ciljev javne diplomacije, zagovorništva, trženja, kulturnih odnosov ali raznolikih družbenih akcij. Dejavnosti se ločujejo v nosilcih posameznih strategij, vsebini in morda po končnem naslovniku. Tehnike se razlikujejo le v odtenkih in vključujejo vsa orodja, ki jih trženje in odnosi z javnostmi kot osnovni komunikacijski vedi in praksi premoreta.

2.1.4. Javna diplomacija kot uporabnik, vir in skrbnik mehke moči (soft power)

Izraza mehka in trda moč je v mednarodne odnose oz. v sfero proučevanja le-teh leta 1990 vpeljal Joseph Nye. Definicija mehke moči je pridobiti druge, da želijo doseči enak rezultat, kot ga želiš sam (glej 2004: 111), medtem ko je trda moč tista, s katero je mogoče druge prisiliti v nekaj, kar želiš (glej Nye 1990: 166). V kontekstu mednarodnih odnosov pomeni mehka moč imeti »sposobnost doseči zaželene zunanjepolitične cilje preko

ustvarjanja privlačnosti politike, prepričevanja, določanja medijske-javne agende z namero preoblikovanja preferenc drugih držav, njihovega sledenja in strinjanja z želenim delovanjem«. (Nye and Owens v Plavšak 2004: 7)

Zakaj mehka moč v mednarodnih odnosih pridobiva na veljavi v primerjavi s trdo močjo? Nye (glej 2004: 18, 19) pravi, da trda moč izgublja svojo veljavo iz več razlogov:

1. Jedrsko orožje je sicer sprejemljivo za zastraševanje, uporabno pa je le v najbolj ekstremnih okoliščinah.
2. Doba komunikacij, napredka in demokracije je spodbudila nacionalizme, kar onemogoča, da bi tako osveščenemu prebivalstvu neposredno vladali kot v nekdanjih imperijih. Bilo bi stroškovno neučinkovito.
3. Sodobna družba vojno kot način razreševanja konfliktov odobrava le izjemoma.

Seveda se v takšnih okoliščinah tudi države, ki razpolagajo z največ viri trde moči, zatekajo k izpopolnjevanju in h kopičenju mehke moči. Ta pride bistveno bolj do izraza v demokratičnih državah, kjer je moč razpršena, medtem ko diktatorji mehko moč drugih držav pogosto povsem ignorirajo. Za mehko moč je še značilno, da sicer lahko vpliva tudi na kratkoročne, neposredne cilje (possessive goals), a veliko večji vpliv ima na širše, dolgoročne cilje, ki oblikujejo okolje (milieu goals) in pri katerih je trda moč povsem neuporabna. Takšni cilji so: preprečevanje nalezljivih bolezni, varovanje okolja, ustvarjanje demokracije, ... (glej Nye 2004: 16,17).

Večini javnosti so privlačnejše tiste države, ki v mednarodnih odnosih prispevajo k uokvirjenju problemov, ki so s svojo kulturo in idejami bližje prevladujočim mednarodnim normam in katerih zunanja kredibilnost je okrepljena z njihovimi vrednotami in s politikami (glej Melissen 2005: 4). Govorimo lahko o treh glavnih skupinah virov mehke moči (Nye 2004: 11), in sicer o kulturi, političnih vrednotah ter zunanji politiki. Nye navaja tudi nekaj konkretnih potencialnih virov mehke moči držav: število Nobelovih nagrajencev; prodaja glasbe, knjig, obiska internetnih strani; število turistov; število prošenj za politični azil; pričakovana življenjska doba prebivalstva; ODA v odstotku GDP; uspešnost športnikov; popularnost nacionalnih športov v svetu; blagovne znamke multinacionalk; javna diplomacija ... (glej Nye 2004: 76)

V kakšnem odnosu sta torej javna diplomacija in mehka moč? V literaturi neposrednih opredelitev tega razmerja ni. A iz posredne obravnave teh vprašanj je jasno, da je javna

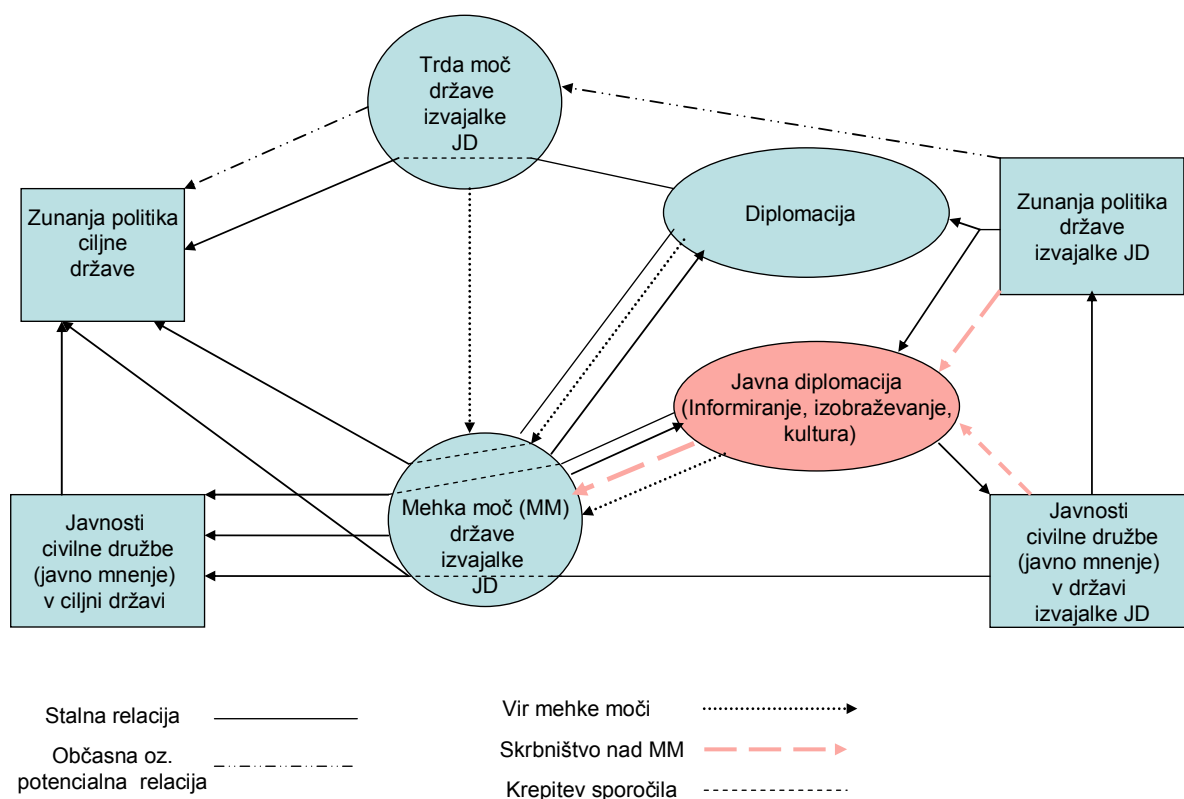
diplomacija uporabnik mehke moči, s katero v večji ali manjši meri razpolaga vsak subjekt mednarodnih odnosov. Ena redkih misli, ki neposredno govori o razmerju med javno diplomacijo in mehko močjo ter pritrjuje omenjenemu razmišljanju, je zapisana na spletni strani, ki jo ureja Združenje za diplomatske študije in trening (ADST). ADST navaja: »Na večino javne diplomacije lahko gledamo kot na smiselno izkoriščanje tistega, kar Joseph Nye imenuje državno nevojaško mehko moč.«.

Nye očitno vidi javno diplomacijo kot uporabnika, saj večino poglavja⁷, ki govori o uporabi mehke moči, nameni tej dejavnosti. Po drugi strani pa, kot vidimo, navaja Nye javno diplomacijo tudi kot enega od virov mehke moči. Mogoče je, da je s tem mislil na mrežno javno diplomacijo oz. vodenje legitimne zunanje politike, ki predstavlja tudi moralno avtoriteto, kar pomeni, da je kot dober uporabnik tudi vir mehke moči. Lahko pa je javna diplomacija tisti vir, ki kakovostno nadgrajuje obseg razpoložljive mehke moči. To trditev je mogoče povezati z mislijo Hockinga, da je pomanjkanje hegemonskih razsežnosti mehke moči⁸ tisto, kar angažira javno diplomacijo v državi (glej Melissen 2005: 35). Javna diplomacija potemtakem ni le eden od uporabnikov mehke moči, ki jo usmerja v želeno smer ali svoja sporočila skozi mehko moč okrepi in tako posamično povečuje njeno učinkovitost, temveč s svojim strateškim pristopom razpoložljivi mehki moči dodaja vrednost in jo krepi. Recimo, da je v tej svoji funkciji javna diplomacija skrbnik ali upravljalca mehke moči v kontekstu zunanje politike.

⁷ »Wielding Soft Power« (Nye 2004: 99-125)

⁸ »Če ljudje delajo, kar želiš, skozi kulturno afiniteto (oz. politično privlačnost, kar predpostavlja koncept mehke moči – op. avt), zakaj potem vlagati toliko energije v javno diplomacijo?« (Hocking v Melissen 2005: 35).

Slika 2.1: Umestitev javne diplomacije v shemo komunikacije države in njene civilne družbe z drugo državo in njeno civilno družbo



V shemi zaradi preglednosti niso prikazane povratne relacije. Izhodišče je, da se ves čas sprejema sporočila zunanje politike ciljne države in njene javnosti oz. civilne družbe s strani diplomacije in civilne družbe države izvajalke javne diplomacije, še posebej pozorno pa s strani tistih, ki izvajajo javno diplomacijo. Diplomacija in javna diplomacija v shemi nastopata v vlogi komunikacijskega sredstva zunanje politike in vira mehke moči. Javna diplomacija ima še funkcijo skrbnika mehke moči.

Dejansko to pomeni, da mehko moč preko javne diplomacije upravlja zunanja politika. Preko demokratičnih mehanizmov in s tem vpliva na zunanjo politiko pa ima navsezadnje moč upravljanja z mehko močjo tudi volilno telo – javnosti civilne družbe. Na ta način vpliva tako na diplomacijo kot javno diplomacijo.

So pa javnosti civilne družbe tudi same pod vplivom lastne javne diplomacije, saj se »vsaka javna diplomacija začne na domačem pragu«, kot pravi Riordan. Javnosti civilne

družbe skozi javno diplomacijo ves čas mimo lastne zunanje politike komunicirajo z javnostmi tuje države, vključno z uradno zunanjo politiko. Slednjo nagovarja tako neposredno kot tudi posredno preko javnosti civilne družbe iste države. Ta element javne diplomacije Henrikson (2006: 11) imenuje *konsolidacija* in ga označi celo kot najpomembnejšega izmed petih ciljev javne diplomacije, vezanih na zunanjo politiko, ki jih je izpostavil.⁹

Vsa sporočila diplomacije drugi državi gredo ali skozi javno diplomacijo ali pa ob pomoči trde moči.

2.2. Koncept javne diplomacije

“V svetu po 11. septembru diplomacija ugotavlja, da je sposobnost navdihovanja javnosti danes pogosto najmočnejše orožje v mednarodni politiki, kar je za javno diplomacijo priložnost, da to moč obrzda in jo usmeri v ustvarjanje pogojev za uspeh posebnih politik.”
(Leonard, Alakeson 2000: 38)

Ob predstavitvi, ki bo še nekoliko bolj osvetlila koncept javne diplomacije, je treba ponovno opozoriti na dve vrsti razumevanja javne diplomacije, ki ju opisujemo s pojmom javna diplomacija in sodobna javna diplomacija. To dvojnost odraža tudi koncept hierarhične in mrežne javne diplomacije oz. kakor pravi Hocking (glej 2005: 35), obstoj dveh svetov javne diplomacije, ki pa se prepletata. Za oba je značilno, da poudarjata pomen mehke moči, vendar nosita v sebi različne implikacije za njeno razumevanje in razumevanje odnosa med javno diplomacijo in mehko močjo.

Hierarhični model predstavlja diplomacijo, ki deluje na predvideni osrednji vlogi medvladnih odnosov, v kateri javna diplomacija ostaja tehnika za doseganje političnih ciljev. Kot taka ostaja kljub pridobljeni prefinjenosti in odobravanju sprememb vzorcev v mednarodni politiki na ravni realističnega modela javne diplomacije kot propagande. (glej Hocking 2005: 36)

Mrežni model predstavlja nasprotno podobo delovanja sistema diplomacije v 21. stoletju. Mrežna javna diplomacija se usmerja na podobnosti med ljudmi, gradi mostove med

⁹ Poleg konsolidacije (*consolidation*) so to še obvladovanje (*containment*), prežemanje (*penetration*), razširitev (*enlargement*) in preoblikovanje (*transformation*) (glej Henrikson 2006).

tistimi, ki gojijo iste cilje, medtem ko vladno orientirana diplomacija skrbi za odnose med skupinami, ki vidijo predvsem medsebojne razlike (glej Hemery 2005: 203). Po Cooperju je za uspešnost diplomacije, ki se kaže v odprtosti in mednarodnem sodelovanju, pomembno vzpostaviti večnivojsko sodelovanje, v katerega so vključeni številni tipi akterjev. Takšno kooperativnost lahko zagotovi le javna diplomacija (glej Melissen 2005: 5). Dejstvo je, da v globaliziranem svetu odgovori vlad na probleme ne zadostujejo. Zato je pomembno v te procese vključiti tudi zasebne in javne mreže, ki so po možnosti relativno trajne, povezane, vendar neodvisne, ki imajo skupne interese do politike in medsebojno sodelujejo ter si izmenjujejo znanje in druge vire. Delovanje mrež je v primerjavi s centraliziranimi sistemi odločanja v prednosti, saj ima manj problemov s transnacionalnimi ovirami in hitreje ter natančneje usmerja svoja sporočila. Za soočenja z vedno bolj kompleksnimi, večrazsežnostnimi problemi je potrebno vzpostaviti politične mreže, ki bodo vključevale tako vladne akterje kot vse ostale, ki ne sodijo pod njeno okrilje – civilno družbo in gospodarstvo. Dober primer uspešnega tvorjenja in delovanja takšnih mrež je proces, povezan z Ottavsko konvencijo o protipehotnih minah (glej Hocking 2005: 36-39).

2.2.1. Vsebine javne diplomacije

Iz opisanega mrežnega modela izhaja, da je javna diplomacija zelo primerna za reševanje problemov, ki kažejo konflikt idej in vrednot, kot npr. varnostna vprašanja – terorizem ali pa formiranje držav (nation-building), in netradicionalnih problemov – onesnaževanje okolja, epidemije, finančna nestabilnost, organiziran kriminal, demografske spremembe, migracije, energija in drugi naravni viri. Netradicionalni problemi so globalno povezani in jih še tako močna nacija ne more posamično reševati, niti tega ne zmore še tako močno izključno sodelovanje vlad držav. Tovrstnih vprašanj ni mogoče reševati z »izboljšanjem prodaje« svojih vrednot in idej, ampak z vključevanjem v dialog številnih akterjev iz lastne civilne sfere kot tudi tujih civilnih družb. (Riordan 2005: 187)

Če je javna diplomacija edina alternativa za uspešno reševanje netradicionalnih problemov, ki v glavnem sodijo v multilateralno okolje, pa to ne pomeni, da je neprimerna v bilateralnih odnosih oz. sodelovanju. Melissen (2005: 11) ugotavlja, da v regijah, za katere je značilna močna gospodarska in politična soodvisnost ter povezanost na ravni civilne družbe, kot so npr. Evropska unija, Kanada in ZDA, javna diplomacija postaja ključna tudi v bilateralnih odnosih.

2.2.2. Način delovanja javne diplomacije

Leonard loči tri dimenzije javne diplomacije: upravljanje z novicami, strateško komuniciranje in ustvarjanje razmerij (relationships). Za slednje velja, da je najdaljoročnejša in vključuje ustvarjanje ter vzdrževanje razmerja s posamezniki preko štipendij, treningov, seminarjev, konferenc ipd. (glej Leonard 2002 b: 8-21)

Javna diplomacija želi rezultate, zato so stališča in izkušnje poslušalca enako pomembna kot sporočilo, ki mu ga posreduje sporočevalec¹⁰. Zasnovana mora biti na *razumevanju ciljne javnosti*, kar Leonard izpostavi kot prvega od štiri izzivov britanske javne diplomacije. Drugo izhodišče je izogibanje pretiranemu *enosmernemu toku sporočanja*, saj lahko postane razumljen kot vsiljevanje, npr. kot vsiljevanje zahodne kulture preostalemu svetu. Poseben izziv je stopiti *preko intelektualnih oblik komunikacije* in prenesti sporočilo na vsesplošno razumljiv način. Ker velik del učinkovite komunikacije sodi v sfero neverbalnega, so pomembne simbolne geste in popularni pristopi. Po Leonardu je zadnji izziv *dokazovanje pomembnosti*, kar lahko izboljšamo tudi z osredotočenjem na nišno diplomacijo. Biti vodilni v niši pa pomeni voditi aktivnosti predvsem skozi strateško sporočanje. Vzorčni primer je Norveška, ki je nadsorazmerno aktivna v mednarodni areni in se je v svetu profilirala kot pomembna mirovniška sila. (glej Leonard 2002 b: 47-53) To je dosegla izključno s poudarjanjem zelenega sporočila, ki ga je usmerila v prioritete ciljne javnosti. Namesto vlaganja sredstev v oddajanje preko TV in radijskih postaj se je Norveška usmerila v mediacije v konfliktih, prispevanje mednarodni razvojni pomoči in pogosto sodelovanje v mirovniških silah. Majhna država je našla diplomatsko nišo in povečala svoj ugled ter vlogo. (Nye 2004: 112).

Koncept javne diplomacije ne predpostavlja le sodelovanja, ampak tudi tekmovalnost. Tako Leonard (2002 b: 22 - 30) loči kompetitivno in kooperativno javno diplomacijo. Določena država ima v posamezni državi večji interes kot v preostalem svetu in nekatere povsem razdelane cilje, ki se jim ne namerava odreči. Gre za vprašanja dostopa do trga, političnega vpliva, investicij in druga, ki prinašajo neposredno korist le njej. Zaradi takšnih močnih bilateralnih interesov so posamezne javne diplomacije v kompetitivnem odnosu. To ne pomeni, da ni prostora ali potrebe za določene multilateralne aktivnosti, le da so te

¹⁰ »Naš cilj niso vaše besede, ampak odgovor, ki ga želite,« je ameriška državna podsekretarka za javno diplomacijo Charolette Beers sporočila ameriškim uslužbencem za vladne odnose z javnostmi. (Leonard, 2000: 47). Njeno sporočilo je sicer eno vidnejših marketinških pravil: »Ni pomembno, kaj govorite, pomembno je, kaj drugi slišijo.«

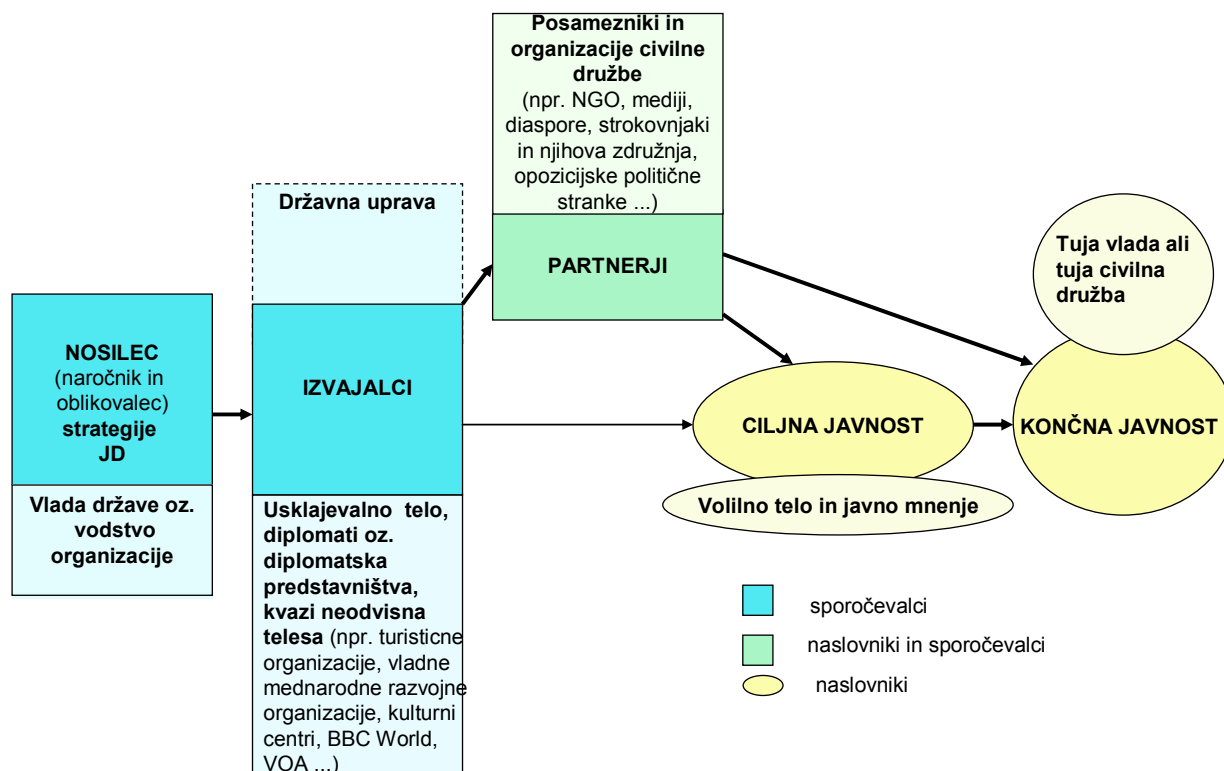
namenjene reševanju povsem drugih problemov, kot so podpiranje dobrega vladanja in vrednostnih sistemov, vključno z demokracijo.

Sodelovanje javnih diplomacij je mogoče tudi v sicer izključujočih se vprašanjih, npr. na področjih, kjer vpletene države nimajo tako močnega interesa. To so običajno depriviligirane države in regije, ki jih nobena država ne šteje za svoj prednostni cilj. Tudi v takšnih primerih je smiselno, da se države povežejo in nastopajo kooperativno.

2.2.3. Igralci javne diplomacije

Javna diplomacija je predvsem komunikacijski proces. Kot v vsakem komunikacijskem procesu lahko tudi v javni diplomaciji ločimo dve temeljni skupini igralcev: *sporočevalci* (oddajniki) in *naslovniki* (prejemniki). Za nazornejši prikaz odnosov med igralci v tem procesu smo uvedli posebno skupino *sporočevalci & naslovniki* in zveze med predstavniki teh treh skupin predstavili v naslednji sliki:

Slika 2.2: Igralci javne diplomacije in odnosi med njimi



Predstavljene so le osnovne zveze med igralci, povratna komunikacija ni prikazana.

Med sporočevalce sodijo nosilci javne diplomacije in izvajalci. Nosilci so tisti, ki potrjujejo strateške načrte in prednostne naloge, izvajalci pa so odgovorni za njihovo izvajanje. Slednji s ciljno javnostjo lahko komunicirajo neposredno, lahko pa posredno preko partnerjev, ki so jih pridobili z javnodiplomatskimi aktivnostmi v preteklosti. Ciljna javnost je vedno tuja civilna družba oz. tuje volilno telo, končna javnost pa so lahko tudi tuja vlada oz. drugi predstavniki tuje države.

2.2.3.1. Sporočevalci

Mark Leonard (2002 b: 99) je britanski vladi na področju strategije javne diplomacije za njeno usklajevanje priporočil:

1. Zunanje ministrstvo naj ob posvetovanjih ministrstva za obrambo, oddelka za mednarodni razvoj in domačih oddelkov pripravi jasno strategijo Velike Britanije v svetu, ki bo okvir za načrtovanje drugih organizacij.
2. Ustanovitev osrednjega telesa za uspešno strateško usklajevanje¹¹ v Londonu, ki bo imelo dovolj vpogleda v vse organizacije, ki izvajajo javno diplomacijo.
3. Strategijo javne diplomacije vgraditi v strateški načrt vsake ustanove.
4. Javno diplomacijo na terenu (v tujini) bi morali voditi vodje predstavništva, da se bo zagotovo odražala v vseh dejavnostih predstavništva.

Navedena priporočila britanski vladi smo uporabili za prepoznavanje igralcev na strani sporočevalcev javne diplomacije, ki smo jih ponovno razvrstili v dve skupini:

1. **Nosilec** – To je organ, ki v strategijo zunanje politike umesti tudi strategijo javne diplomacije in jo seveda hkrati vključi v svoj strateški komunikacijski načrt, kar pomeni, da je na koncu tudi njen pomemben izvajalec. V primeru države je to vlada oz. v njenem imenu najprimernejše zunanje ministrstvo, v primeru drugih organizacij pa vodstvo organizacije.

¹¹ Britanska vlada je to že uresničila, med drugimi tudi Hemery (2005: 202) govori o britanskem Public Diplomacy Strategy Board, ki ga sestavljajo predstavniki osmih ministrstev in agencij ter nevladni strokovnjaki za zunanje zadeve, marketing, oblikovanje in radiodifuzijo.

2. Izvajalci – Tisti najbolj odgovorni za izvajanje javne diplomacije, ki so za to službeno zadolženi. Ti so lahko posebno usklajevalno telo, diplomati, posebne državne ali kvazidržavne agencije, kot so British Council, United States Information Agency, nacionalne turistične organizacije, Fulbright, JET, ali na določenih področjih celo javni mediji,¹² kot so BBC World Service, Deutsche Welle, RFI, VOA, pa tudi vladne humanitarne in razvojne organizacije, npr. USAID, CIDA, DFID ...

Obenem so lahko izvajalci tudi zaposleni v državni upravi oz. službah, kjer so komunikacijske strategije usklajene s strategijo javne diplomacije države. V primeru organizacij so to notranje javnosti (zaposleni, organi, člani, prostovoljci ...).

Avtorji se v glavnem strinjajo, da izvajalci – v tem primeru diplomati ali drugi uslužbenci zunanjih ministrstev kot najbolj izpostavljeni pri izvajanju javne diplomacije – niso najbolj primerni za neposredno komunikacijo s ciljnim javnostmi javne diplomacije. Državljeni so običajno še posebej nezaupljivi¹³ do informacij, posredovanih s strani tujih vlad. Te javnosti imajo veliko več zaupanja v neformalne sporočevalce, torej nevladne, kar pomeni, da bodo sporočilo od njih sprejele z večjo naklonjenostjo. Riordan je zato vladam in diplomatom v odnosu do nevladnih partnerjev namenil vlogo katalizatorja in koordinatorja njihovih aktivnosti v okviru širše strategije (Melisen 2005: 191). Ali, kot pravi Kristina Plavšak: »Sodobni diplomati se soočajo z novimi izzivi in nalogami: po eni strani so pri svojem profesionalnem delovanju vedno bolj odvisni od množičnih medijev in vsebin, ki jih ti prenašajo, po drugi pa morajo vzdrževati podporo različnih javnosti svoji zunanji politiki in negovati njeno ugodno podobo, s čimer postajajo svojevrstni predstavniki za odnose z javnostmi in z mediji, komunikacijski upravljavci in koordinatorji.« (2004: 15)

2.2.3.2. Naslovniki in sporočevalci

V tej skupini smo prepoznali posameznike in organizacije, ki so pomembni partnerji izvajalcev javne diplomacije pri izvajanju strategije javne diplomacije na področju neposrednega sporočanja tuji javnosti. Za analizo zvez med igralci javne diplomacije smo

¹² Leonard (2002, 100) v priporočilih britanski vladi glede strategije javne diplomacije priporoča skupni nastop navedenih javnih medijev na področjih, kjer bodo izvajali strategijo kooperativne javne diplomacije z EU državami.

¹³ Sicer se vse institucije, zlasti pa politične, soočajo z velikim nezaupanjem javnosti. Leonard navaja raziskavo MORI, ki ugotavlja, da le 20% ljudi zaupa politikom in vladam, medtem ko zdravnikom 91% in televizijskim novicam 71%. (Leonard, 2002: 54)

to skupino poimenovali partnerji, v tuji literature pa jih pogosto imenujejo agenti. Gre za posameznike in organizacije civilne družbe, domače in tuje, kot so mednarodne in nacionalne nevladne organizacije (v nadaljevanju NVO), mediji, diaspore, strokovnjaki in njihova združenja, opozicijske politične stranke, podjetja, sindikati (glej Leonard 2002 b).

Kot naslovnike in sporočevalce smo jih opredelili zato, ker so z nosilcem javne diplomacije v takšnem odnosu, da na njih ne more vplivati iz izključno formalnih razlogov, ampak mora že v odnosu do njih uporabljati mehkejša orodja komunikacije.

V skladu s tezo Gregoryja (2005: 8), ki razume javno diplomacijo kot instrument državnštva (statecraft), ki je lahko udejanjan na različne načine, moramo upoštevati, da večina partnerjev javne diplomacije v njenem celotnem procesu nastopa v več vlogah, kot igralci pa so tako naslovniki kot sporočevalci. Ključna razlika med nosilci in izvajalci, ki smo jih uvrstili v skupino sporočevalcev, je, da dejavnosti partnerjev ne izhajajo iz formalne zavezanosti k izvajanju strategije javne diplomacije, ampak so posledica vpliva mehke moči ali pa prekrivajočih se interesov s strategijo javne diplomacije. Predvsem s tistimi, ki neposrednih lastnih interesov v sodelovanju nimajo, je potrebno komunicirati mehko moč podobno kot s ciljno javnostjo. Od njih se pričakuje, da bodo sami kot prepričani ali zainteresirani partnerji sporočila posredovali ciljni javnosti še učinkoviteje, kot bi jih izvajalci sami.

2.2.3.2.1. NVO kot partnerji javne diplomacije

NVO kot partnerji javnih diplomacij drugih subjektov zaslužijo nekaj več pozornosti, saj so lahko ključni partnerji v komunikaciji s civilno družbo v tuji državi in s tem v njenem vplivu na tujo vlado. V primerjavi z vladami imajo tri ključne prednosti: kredibilnost, izvedensko znanje in ustrezne mreže aktivistov, strokovnjakov, tujih politikov ... Ljudje se hitro vprašajo, kaj je v ozadju določene diplomatske izjave, medtem ko NVO označuje podoba neodvisnosti in s tem kredibilnosti, kakršne ne more doseči nobena država. Po raziskavi Environics International Global Issues 65 odstotkov državljanov v državah G7 zaupa NVO, da delajo v korist družbe, in le 45 odstotkov meni, da tako ravnajo vlade. Riordan pravi, da ta kredibilnost izhaja tudi iz dejstva, da so NVO običajno kritične tudi do svojih vlad (Riordan 2005: 183). Kredibilnost jim v kombinaciji s strokovnostjo daje avtoriteto, skupaj z mrežami podpornikov pa tudi mobilizacijsko moč, ki je diplomatske misije nimajo niti je ne želijo imeti.

Res pa je, da tovrstno sodelovanje prinaša nekatere svojstvene probleme, zato mora biti NVO-jev partner (vlada) ob različnih odstopanjih od »partijske linije« dovolj sproščen in si dovoliti tudi neizogibne opustitve nadzora, ki jih tovrstno partnerstvo zahteva (Leonard 2002b: 57). Vendar so mnoge vlade na več področjih našle rešitve vključevanja NVO v proces javne diplomacije.

Kar nekaj je znanih primerov uspešnega sodelovanja med nekaterimi vladami in NVO. Tak primer je reševanje »diamantnega konflikta«, ki je z denarjem, pridobljenim s tihotapljenjem diamantov, financiral vojne v Sierra Leoneju, Angoli in Liberiji. Poznan je pod imenom Kimberley Process¹⁴ in ne bi uspel brez sodelovanja NVO. Drugi primer je sodelovanje pri odpisovanju dolgov v letu 2000, ki ne bi moglo biti uspešno, če bi bilo odvisno le od G7-8. Ta povezava držav deluje brez prave kontinuitete, zato je bilo treba drugje zagotoviti institucionalno gonilo in okvir. To je dala britanska vlada, NVO pa so s svojim znanjem in drugimi viri spravile problem dovolj v ospredje političnega dnevnega reda. Morda najboljši je že omenjeni primer o sodelovanju vlad Kanade in Norveške z več NVO v boju proti pehotnim minam, ki je privedel do prepovedi uporabe le-teh z Ottavsko konvencijo. (Leonard 2002b: 55-58)

2.2.3.2.2. Mediji kot partnerji javne diplomacije

Ob rojstvu »medijske diplomacije«, ki jo Širnik (2002: 44) povezuje z diplomatsko dejavnostjo OZN, se je zastavljalo vprašanje, ali je javna diplomacija funkcija medijev ali politike. Izkazalo se je, da gre za slednje. To pojasnjuje Siobhan McEvoy-Levy (2001: 2), ki pravi, da retorika javne diplomacije medijem ni le izpostavljena, tako kot je diplomatska, ampak je za njih ustvarjena. Prav tako neizpodbitno drži, kar pravi Kristina Plavšak (2004: 10), da se mediji aktivno vključujejo v procese komunikacije med vladami in javnostmi o mednarodni politiki ter so celo sami postali zunanjepolitično sredstvo tako za pomirjanje kot tudi zaostrovanje konflikta. Velik pomen, ki ga obe avtorici upravičeno pripisujeta medijem za javno diplomacijo, se nanaša na njihovo vlogo orodja ali kanala javne

¹⁴ Vlade zainteresiranih držav so skupaj s predstavniki diamantne industrije in NVO, kot sta Global Witness in HRW, pripravile shemo, po kateri člani sheme ne morejo poslati pošiljke nebrušenih diamantov na legalni trg, če nimajo certifikata, da so *brez konflikta*. (www.kimberleyprocess.com)

diplomacije. Velja pa tudi za medije kot partnerje javnih diplomacij, zato jih bomo v tem poglavju posebej obravnavali.

Čeprav se zaradi njihove vseprisotnosti na prvi pogled zdi drugače, pa je medije v primerjavi z drugimi partnerji težje prepoznati in označiti kot partnerje javne diplomacije. To pa zato, ker je posredovanje informacij širši javnosti njihova primarna dejavnost. Izvajalci javne diplomacije jih uporabljajo kot orodje za izvajanje svoje dejavnosti oz. kot kanal za sporočanje, kot to počno vsi, ki prakticirajo odnose z mediji.

Za razliko od medija kot orodja ali kanala javne diplomacije bi moral biti medij – partner rezultat dela izvajalcev javne diplomacije v smislu Leonardove tretje dimenzije javne diplomacije: ustvarjanja razmerij. Kadar gre za uveljavljanje nacionalnega interesa preko meja, domača uredništva medijev avtonomno in dejavno stopijo na stran domače politike in kot partnerji poročajo v njenem interesu. Njihova sporočila so v prvi vrsti namenjena domači javnosti, pogosto pa je pravi cilj tujina.

Sporočanje preko domačih medijskih partnerjev, čeprav neposredno preko satelitov, pa skoraj nikoli ne more doseči takšnih rezultatov (ratingov), kot jih lahko dosežejo neodvisni novinarji oz. mediji iz ciljne države (Hoffman 2002: 5). Vedno obstaja nevarnost, da se v tujini znajdejo le kot povzetki nenaklonjenih novinarjev ciljne države. Zato je eden od pomembnih ciljev izvajalcev javne diplomacije, da na svojo stran pridobijo medije v ciljnih državah. V hierarhičnem modelu izvajanja javne diplomacije, ki ga je predstavil McCellan s svojo komunikacijsko piramido javne diplomacije¹⁵, so tovrstni podporniki na predzadnji stopnji petstopenjske lestvice. Na tej stopnji se odraža podpora stališčem države izvajalke javne diplomacije s strani urednikov, mnenjskih publicistov, političnih voditeljev, analitikov itd. Podpora temelji na prepričanju, da je takšno zagovorništvo v interesu ciljne države ("Two Step Flow"). Člani te javnosti so lahko sodelovali pri programih akademske in profesionalne izmenjave, študirali v državi izvajalki javne diplomacije, lahko govorijo jezik te države ... (McClellan 2004)

V praksi do najizrazitejših oblik takšnih partnerstev prihaja v razmerah t.i. nation buildinga, ko neodvisnim medijskim pobudam v avtoritarnih, zaprtih državah roko ponudijo tuje javne

¹⁵ Komunikacijska piramida je v celoti predstavljena v Sliki 3.

diplomacije, ki želijo države demokratizirati¹⁶ ali pa prodreti s kakšno drugo ideologijo¹⁷. Javne diplomacije morajo pridobiti kanal, da lahko sporočajo necenzurirane informacije javnosti v državi, kjer javno diplomacijo izvajajo. V začetnih fazah demokratizacije je nujno in koristno tuji javnosti preko satelitov in morebitnih drugih kanalov posredovati lastne programe. Pod takšnim pritiskom so npr. mnoge večinsko muslimanske države bile prisiljene odpreti medijski prostor zasebnim in neodvisnim televizijskim ter radijskim kanalom. Podobno se je dogajalo tudi v drugih prebujajočih se demokracijah. Ko se pojavijo neodvisni mediji, potrebujejo kar največjo možno podporo za svoj obstoj in uspešno delovanje. Zato jih mora javna diplomacija, ki želi prodreti s svojo ideologijo v neko državo, podpreti. Ti mediji so v boju za gledalca ali bralca v razmerju do državnih medijev bistveno bolj uspešni kot tuji mediji in so najpomembnejši kanal za širjenje ideje svobode in demokracije (glej Hoffman 2004). To so ugotovile tudi ZDA, ki so v arabskem svetu ustanovile številne radijske in televizijske postaje, med drugimi leta 2004 tudi Televizijsko mrežo Bližnji vzhod z raznovrstnim programom, pa se gledanost ne more primerjati z Al Džazirino. Zato so v zadnjih letih začele koristiti zasebni kapital za izvajanje javne diplomacije, v delo pa vključujejo tudi nevladne organizacije (Černigoj 2006: 30).

2.2.3.3. Naslovniki

Med avtorji je skoraj soglasno sprejeto, da tuja širša javnost oz. civilna družba kot naslovnik javne diplomacije le-to celo opredeljuje v njenem bistvu. Kljub temu se porajajo določena vprašanja tudi na področju naslovnikov sporočil javne diplomacije. V tem poglavju se bomo dotaknili vprašanj, ali ni kljub vsemu pravi naslovnik vlada tuje države, kako pristopiti k različnim javnostim v ciljni državi glede na njihovo odzivnost na izvajano javno diplomacijo, in razmerja med javno diplomacijo in domačo javnostjo.

2.2.3.3.1. Tudi tuja vlada naslovnik javne diplomacije?

Zanimivo je, da v strokovni javnosti obstaja precejšnje strinjanje o civilni družbi kot končnem naslovniku v primeru javne diplomacije. Že iz Signitzer-Coombsove definicije je razvidno, da imata kot končnega naslovnika v mislih vlado tuje države. Pravita namreč, da je diplomacija način, s katerim lahko vlada kot posamezniki in skupine vpliva posredno ali

¹⁶ Primer je prizadevanje ameriške javne diplomacije ob podpori drugih zahodnih držav po demokratizaciji islamskih držav, v preteklosti pa tudi vzhodnoevropskih držav ali pa držav na zahodnem Balkanu. (Hoffman 2002)

¹⁷ Primer javne diplomacije Al Kaide in njenega sodelovanja s televizijsko postajo Al Džazira. (Hoffman 2002)

neposredno na tista javna stališča in mnenja, ki neposredno oblikujejo zunanjepolitična stališča druge vlade (Signitzer in Coombs 1992:138 v Plavšak 2004). Vplivati želimo torej na vlado, zato se civilna družba te ciljne države ponudi le kot posrednik za doseg cilja.

Drugačno razporeditev igralcev dobimo, če izhajamo iz konteksta središčnosti vlade v mednarodnih odnosih ali iz realističnega modela javne diplomacije kot propagande po Hockingu in na razporeditev pogledamo skozi prizmo ugotovitve Riordana (2005: 181-187), da je javna diplomacija oz. javni diplomatski pristop nujen predvsem za reševanje vprašanj, kjer ne zadostuje le dogovor ali pridobitev podpore posameznih vlad, ampak te vlade tudi same potrebujejo podporo različnih posameznih in najširše javnosti. V tem primeru ni dvoma, da je končni naslovník javne diplomacije civilna družba. Tovrstnih primerov iz prakse je veliko, še posebej v obdobju protiterorističnega boja, ko so se vlade islamskih držav pridružile boju proti terorizmu, imajo pa težave z lastnim ljudstvom, ki s teroristi pogosto simpatizira.

Tuja javnost oz. civilna družba je končni naslovník lahko tudi v primeru Hockingove (glej v Melissen 2005, 36 »mrežne javne diplomacije«, v diplomu poglavje 2.2), ki smo jo v tem delu poistovetili s sodobno javno diplomacijo. Ta predpostavlja večnivojsko sodelovanje vključno z neodvisnimi zasebnimi in javnimi mrežami.

2.2.3.3.2. Različnih pristopi k različnim javnostim

Že v poglavju, kjer smo obravnavali partnerje javne diplomacije, je bilo rečeno, da se pri partnerjih vlogi izvajalcev in naslovníkov prepletata. Kako je potrebno prilagajati pristop k posameznim javnostim iz hierarhične razvrstitve glede na kakovost odnosa z izvajalcem javne diplomacije oz. njihovo odzivnost na izvajano javno diplomacijo, je nazorno prikazal McClellan (2004) s svojim piramidnim komunikacijskim modelom javne diplomacije. McClellan opozarja, da izhaja v modelu iz javne diplomacije, kot jo razumemo v njenih zgodnejših definicijah.

V modelu se javnost širi s tem, ko se niža stopnja, in predstavlja temelj za stopnjo, ki je nad njo. To pomeni, da se mora posameznik najprej *zavedati* sporočil javnega diplomatskega delovanja, da lahko razvije *zanimanje* in željo po več informacijah in *vedenju*, da na koncu postane *zagovornik* (agent; op. avtorja) in neposredno vpliva na *akcijo*. Zadnji korak je tako že v domeni običajne diplomatske komunikacije.

Slika 2.3: Komunikacijska piramida javne diplomacije (McClellan 2004)



OZAVEŠČANJE – Širša javnost se seznanja z obstojem države in same javne diplomacije, ki jo ta izvaja v določeni državi preko novinarskih člankov, projektov mednarodne pomoči, vojaških akcij, javnih dogodkov, radijskih in televizijskih oddaj itd. Te aktivnosti podpirajo tradicionalni mediji.

INTERES – Javnost v ciljni državi začne aktivneje spremljati novice in informacije o državi, ki izvaja javno diplomacijo. Kulturni dogodki (koncerti in razstave), študij jezika, knjižnice in kulturni centri ter drugi programi, ki temeljijo na informiranju, pritegnejo tiste posameznike,

ki jih zanima država izvajalka javne diplomacije, in jim omogočijo višjo stopnjo znanja. Široka dostopnost informiranja v domačem jeziku ciljne države.

ZNANJE – Javnost ciljne države aktivno išče več znanja o državi izvajalki javne diplomacije, njeni kulturi, zgodovini, ekonomiji, politiki itd. s pomočjo govornikov, predavanj, intervjujev, knjižnic, seminarjev, akademskih programov (študij o državi izvajalki na univerzah, partnerstvo med univerzami, obiskovanje predavanj), kulturnih dogodkov ipd. V to javnost sodijo študentje, intelektualci, novinarji ...

ZAGOVORNIŠTVO – Podpora stališčem države izvajalke javne diplomacije s strani urednikov, mnenjskih publicistov, političnih voditeljev, analitikov itd. Temelji na prepričanju, da je tovrstno zagovorništvo v interesu ciljne države ("Two Step Flow"). Člani te javnosti so sodelovali pri programih akademske in profesionalne izmenjave, študirali v državi izvajalki javne diplomacije, lahko govorijo jezik te države ...

AKCIJA – Glasovi ciljne države pri glasovanju v mednarodnih organizacijah, podpisovanje trgovinskih sporazumov in pogodb, vključevanje v vojaške zveze itd. Namen je podpreti državo izvajalko javne diplomacije. Na tem nivoju poteka tradicionalna medvladna diplomacija.

Podobno, vendar štiristopenjsko hierarhijo vplivov javne diplomacije na javnost najdemo tudi pri Leonardu (2002b: 9,10). Kot temelj nadaljnjih vplivov postavi *seznanjanje* javnosti z nosilcem javne diplomacije, sledita pridobivanje *naklonjenosti* ter *povezovanje* (engaging) javnosti z nosilcem, temu pa vplivanje na ljudi, kar je že stopnja akcije po McClellanu.

2.2.3.3.3. Razmerja med javno diplomacijo in domačo javnostjo

Komuniciranje s tujo javnostjo sodi v pojmovno okolje diplomatskega komuniciranja, medtem ko sodi komuniciranje z notranjo javnostjo v domeno običajnih odnosov z javnostmi (glej Šmigoc 2003, 15). Tudi Kristina Plavšak (2004, 8) pravi, da naj bi načelno bili javna diplomacija na eni strani in odnosi z domačo javnostjo oz. vladni odnosi ter odnosi z javnostmi zunanjega ministrstva ločeni. Ugotavlja pa, da »takšno strogo razlikovanje v časih komunikacijsko-informativne prepletenosti in soodvisnosti /.../ skoraj ni možno.«

Da javna diplomacija zaobjame tudi odnose z domačo javnostjo, trdijo nekateri zagovorniki sodobne javne diplomacije. Tako Shaun Riordan (2005: 186) poudarja, da se mora vsaka strategija javne diplomacije začeti s strategijo javne diplomacije doma – pridobivanjem podpore institucij in pripadnikov domače civilne družbe.

III. JAVNA DIPLOMACIJA MEDNARODNIH ORGANIZACIJ¹⁸

V prvem delu diplomskega dela smo koncept javne diplomacije razgradili in opredelili tako celoto kot posamezne elemente. Vsaka od obravnavanih opredelitev javne diplomacije je dopuščala nekatera nedoločena področja, saj jih je bila večina pisanih skozi optiko države kot nosilke javne diplomacije. Za verodostojno opredelitev javne diplomacije v mednarodnih organizacijah pa je potrebno tudi ta področja opredeliti in tako javno diplomacijo natančneje določiti. Zato bomo javno diplomacijo razumeli kot

na mehki moči temelječe sredstvo funkcionalno avtonomne zunanje politike, s katerim želi nekdo preko vpliva na civilno družbo tuje države vplivati tako na zunanjepolitično ravnanje uradnih predstavnikov te države kot tudi na zunanjepolitične odločitve subjektov civilne družbe te države.

V nadaljevanju bomo najprej to opredelitev in dobljeno strukturo javne diplomacije preizkušali v kontekstu mednarodnih organizacij kot nosilcev javne diplomacije.

3.1. Opredelitve javne diplomacije mednarodnih organizacij

Mednarodne organizacije predstavljajo pomembne nosilce mehke moči, ki so vredni vse pozornosti¹⁹. Nekatere od teh organizacij posegajo v ključna vprašanja mednarodnih odnosov, kot so zagotovitev mednarodnega miru in varnosti ter razvoj in krepitev političnega, ekonomskega in funkcionalnega sodelovanja med državami (Benko 1987: 347). Številne med njimi, še posebej tiste s področja zaščite človekovih pravic in okoljevarstva, svoje dejavnosti temeljijo na podpori javnosti oz. mehki moči²⁰.

Kljub temu nabor literature o javni diplomaciji mednarodnih organizacij ni ravno obsežen. Dosledno se jih v kontekstu javne diplomacije obravnava kot partnerje pri izvajanju javne diplomacije držav ali kot primere dobre prakse izvajanja katere od prvin javne diplomacije. Zato velja skozi prizmo opredelitev javne diplomacije in nekaterih izjav posameznih piscev

¹⁸ Tako za mednarodne vladne kot za mednarodne nevladne organizacije velja, da so rezultat stopnjujočih se integracijskih procesov v mednarodni skupnosti, ki sta jih sprožili industrijska revolucija in prometno-tehnološka revolucija v obdobju 19. stoletja. (Benko 1987: 346)

¹⁹ Nye temu nameni podpoglavje, v katerem med drugim pravi, da tudi mednarodne vladne organizacije razvijajo lastno mehko moč (OZN, WTO), čeprav so same stvaritve volje držav. (2004: 94-95)

²⁰ Pri tem velja ponoviti pripombo Nyea, da je imel npr. Greenpeace v letu 2001 proračun v višini 157 milijonov dolarjev v primerjavi s Svetovno trgovinsko organizacijo, ki je razpolagala z 90 milijoni dolarjev.

pogledati, ali so po njihovem mnenju mednarodne organizacije sploh lahko nosilci javne diplomacije kot orodja zunanje politike za komuniciranje s tujimi javnostmi oz. za krepitev odnosov z njimi in s tem kot uporabnika in /ali skrbnika mehke moči.

Iz opredelitev javne diplomacije je razvidno, da nihče ne zanika možnosti izvajanja javne diplomacije mednarodnih organizacij. Nekateri, kot npr. McClellan, vzpostavijo razlago na način, da zaobjame le države. Signitzer-Coombsova definicija pa po drugi strani vključuje možnost, da jo lahko izvajajo celo zasebniki in zasebne skupine. Sklepati je mogoče, da te možnosti mednarodnim organizacijam ne odreka. Slednje velja tudi za opredelitve, ki so blizu zagovornikom sodobne javne diplomacije. Tako npr. Sharova (poglavje 2.2.1.) opredelitev v nobenem elementu ne nakazuje, da bi javna diplomacija lahko bila izključno dejavnost države. Melissen (2005:12) navaja Greenpeace in Amnesty International kot mednarodni nevladni organizaciji, ki jima učinkovitost kampanj vplivanja na tuje javnosti zavidajo številna zunanja ministrstva. Prav tako je videl na delu javno diplomacijo pri, kot pravi, medijsko razmišljujočem (under media-minded) Kofi Annanu in s tem pri nadnacionalni organizaciji Združenih narodov, pa tudi pri Barrosu, pod katerim Evropska unija prednostno izvaja komunikacijsko strategijo. Da je javna diplomacija celo temelj identitete in prevladujoča komponenta sposobnosti nevladnih organizacij, pa pravi Hocking (2005: 35).

3.2. Ključni elementi za obstoj javne diplomacije v mednarodnih organizacijah

Opredelitve piscev torej ne zanikajo možnosti izvajanja javne diplomacije s strani mednarodnih organizacij, vendar je niti izrecno ne potrjujejo. Da bi pregnali vse dvome o možnostih obstoja javne diplomacije pri mednarodnih organizacijah, bomo analizirali še prisotnost nekaterih nujnih elementov, ki izhajajo iz naše opredelitve javne diplomacije. Ti so torej neizogibni za ustvarjanje okolja, v katerem se lahko razvija in izvaja javna diplomacija, oz. bi njihova odsotnost lahko v temelju zamajala tezo, da mednarodne organizacije lahko vodijo javno diplomacijo. Ti elementi so vodenje zunanjih odnosov oz. obstoj zunanje politike, obstoj lastnega avtonomnega interesa in odnosi s tujo civilno družbo. V primeru držav je obstoj teh elementov nevprašljiv, zato jim prej nismo posvečali posebne pozornosti.

3.2.1. Zunanji odnosi

Mednarodne organizacije lahko vodijo zunanjo politiko, saj je po Schermers-Blokkerju (glej 1995, 1686, 1875-1883) večina mednarodnih organizacij mednarodno pravnih subjektov in imajo sposobnost sodelovanja v mednarodnih odnosih. Vendar avtorja obenem poudarjata, da njihov status mednarodno pravne osebe ni izenačen z državami.

Države nasprotujejo razširjanju atributov državne suverenosti na mednarodne organizacije celo tam, kjer bi bilo to mogoče. Tako mednarodne organizacije niso podvržene principom zakonodajnih pogodb, pogodb o človekovih pravicah in Dunajskim konvencijam o diplomatskih odnosih in imunitetah.

Mednarodne organizacije nimajo ozemlja. Iz tega izhaja pomembna komponenta zunanjih odnosov mednarodnih organizacij, ki ni značilna za države – to je odnos med organizacijo in državo gostiteljico. Pogodba o gostovanju med njima je nadomestek za ozemlje in naj bi zagotavljala organizaciji neodvisno delovanje.

Za razliko od držav so zunanji odnosi mednarodnih organizacij veliko bolj osredotočeni na usklajevanje (koordiniranje). Le z usklajevanjem se lahko izogibajo podvajanju opravljanja nalog s sorodnimi organizacijami, obenem pa morajo usklajevati tudi odnose s svojimi članicami in med njimi. Znotraj držav takšno delo opravi osrednja avtoriteta, mednarodnim organizacijam pa ostane zgolj usklajevanje. K lažjemu soočanju s tem problemom je veliko prispevala uveljavitev stalnih predstavnikov držav članic pri mednarodnih organizacijah.

Zunanji odnosi držav in mednarodnih organizacij pa imajo tudi veliko skupnega. Tako se v ničemer ne razlikujejo v uporabi instrumentov zunanjih odnosov. Od najbolj temeljnih, kot so sporazumi in diplomatski odnosi, do simboličnih, kot so zastave. Pravila Dunajske II konvencije (OZN 1986) – *The Vienna Convention on the Law of Treaties Between States and International Organizations or Between International Organizations* so skoraj popolnoma enaka pravilom Dunajske I konvencije (OZN 1969) – *Vienna Convention on the Law of Treaties*. Imajo pravico do aktivnega in pasivnega predstavljanja in jo v veliki meri tudi izvajajo.

Mednarodne organizacije uporabljajo tudi simbole, ki so bili v zunanjih odnosih tradicionalno značilni le za države. Številne mednarodne organizacije imajo svoje zastave

in uveljavljajo pravila njihove uporabe tako, da so včasih izenačene z državami. Ladje lahko na primer plujejo pod zastavo ZN ob zastavi države, kjer je ladja registrirana.

3.2.2. Lastna volja

Zunanji odnosi so bolj formalna kategorija kot javna diplomacija. Lahko jih je dokazati že z uporabo instrumentov zunanjih odnosov in podvrženostjo mednarodnemu pravu. Za razvoj javne diplomacije pa je pomembno, da organizacija razvija avtonomne in funkcionalne zunanje odnose oz. lastno zunanjo politiko. Pri tem igra ključno vlogo že omenjena distinktivna volja organizacij. Ta je namreč pogoj, da o javni diplomaciji nekega nosilca sploh lahko govorimo. Brez nje bi bilo namreč tisto, kar se kaže kot javna diplomacija nekega nosilca, le posredovanje interesa drugih subjektov mednarodnih odnosov. Takšnim skušnjavam in pritiskom so še posebej podvržene mednarodne vladne organizacije, ki so produkt držav ustanoviteljic.

In kaj je pravzaprav distinktivna volja mednarodnih organizacij? Benko (1987: 349) pravi, da distinktivna volja mednarodnih vladnih organizacij ločuje njihova stališča od stališč in volje njenih ustanoviteljic. Nastajati začne že z ustanovitvijo organov organizacije, ko so iz epizodnih mednarodnih konferenc nastale stalne konference s konstituiranim sekretariatom. Ta je bil v začetku odvisen od ene države in se je ukvarjal s tehničnimi in z materialnimi vprašanji. Zatem pa je postajal vse bolj neodvisen in se je začel ukvarjati tudi s vsebinskimi vprašanji. Na mednarodnih konferencah so začeli sprejemati sklepe z večino in ne s soglasjem, kot na začetku. S konstituiranjem posebnih organov konferenc se je začela pojavljati distinktivna volja mednarodnih organizacij, ki ni bila identična s pravno voljo držav ustanoviteljic. To je bilo najprej značilno za funkcionalne mednarodne organizacije v drugi polovici 19. stoletja. Distinktivna volja je tudi ključni element, ki organizacijo loči od mednarodne konference. (glej Benko 1987: 348- 349).

Nye (2004:94) generiranje avtonomnega interesa mednarodne organizacije vidi tudi v diplomaciji znotraj vsake organizacije, ki je posebna in prevzema lastne karakteristike. Te se odražajo skozi posebno proceduro in kulturo organizacije.

3.2.3. Tuja civilna družba

Pomemben pomislek o mednarodni organizaciji kot nosilki javne diplomacije se porodi, ko poskušamo mednarodni organizaciji določiti tujo nevladno javnost. Komunikacija z njo je namreč temeljna značilnost javne diplomacije. Mednarodne organizacije nimajo domače javnosti, zato bi v njihovem primeru to pomenilo, da javno diplomacijo kot orodja zunanjih odnosov predstavljajo vse njihove komunikacijske aktivnosti z nevladnimi javnostmi (z izjemo internega komuniciranja). Vsaka komunikacija mednarodne organizacije namreč vpliva na »zunanjepolitično ravnanje uradnih predstavnikov te države kot tudi na zunanjepolitične odločitve subjektov civilne družbe iz te države«, kar izpostavljamo v naši opredelitvi javne diplomacije v uvodu v to poglavje. Že odnos do same organizacije, ki je odvisen od njenega ravnanja oz. komuniciranja, za državo naslovnico in njeno civilno družbo predstavlja mednarodni odnos.

Tako široko razumevanje javne diplomacije mednarodnih organizacij bi bilo predvsem zaposlenim v mednarodnih organizacijah težko sprejemljivo. Toliko bolj, če vemo, da so programi, s katerimi organizacije uresničujejo svoje poslanstvo, pogosto izključno komunikacijski. Marsikdo, ki se tega ni zavedal, bi se težko sprijaznil, da je vsaj delno, če ne povsem, v službi javne diplomacije organizacije. To potrjuje tudi pogovor z Jensom Matthesom (2007), vodjo UNICEF-ovega programa zagovorništva otrokovih pravic v industrijsko razvitih državah. Ocenjuje, da bi bilo etično vprašljivo, če bi agencije Združenih narodov uporabljale javno diplomacijo.

Očitno je, da prevladuje tradicionalno razumevanje javne diplomacije, ki je v javnosti kompromitirano. Če bi jo razumeli, kot jo razumeta Melissen ali Leonard, kjer gre pri javni diplomaciji za razumevanje potreb drugih držav, kultur, ljudi, čemur naj sledi iskanje področij, kjer je mogoče oblikovanje skupnih interesov (Leonard 2002 b), takšnih odporov ne bi bilo ali pa bi se pojavili v bistveno blažji obliki. Predvsem bi lahko brez dvoma glavno delovanje UNICEF-a in podobno delujočih organizacij opredelili za javno diplomacijo.

Ker pa takšno razumevanje javne diplomacije še ni prevladalo, bomo pri opredeljevanju javne diplomacije mednarodnih organizacij posamezne komunikacijske aktivnosti ocenjevali skozi prizmo namena ali cilja določene komunikacije. V primeru, kjer je namen določene aktivnosti spremeniti odnos vlade in civilne družbe neke države do problema, ki

ima mednarodne razsežnosti, to vsekakor velja za javno diplomacijo, tudi ko gre za odnos do organizacije same. V primeru, kjer je namen aktivnosti mednarodne organizacije spremeniti odnos do problema, ki nima neposrednih mednarodnih razsežnosti in so komunikacijske aktivnosti v korist javne podobe mednarodne organizacije oz. odnosa z določenimi javnostmi le vzporedne in pripete na osnovne aktivnosti, pa v našem delu o javni diplomaciji izrecno ne bi govorili.

IV. JAVNA DIPLOMACIJA IN UNICEF

V poglavju Javna diplomacija mednarodnih organizacij smo odpravili glavne pomisleke o možnosti obstoja javne diplomacije mednarodnih organizacij. Omejili smo pojmovni okvir javne diplomacije v mednarodnih organizacijah na tiste njene odnose s civilno družbo, ki vplivajo na njeno razumevanje mednarodnih problemov in odnos njene vlade do njih. V nadaljevanju bomo najprej poskušali dokazati, da so trije ključni elementi, ki jih morajo izpolnjevati mednarodne organizacije, da so lahko nosilci javne diplomacije, značilni tudi za UNICEF. Naloga se potem osredotoči na elemente javne diplomacije v UNICEF-u. V analitični okvir, ki smo ga strukturirali v drugem poglavju skozi analizo javne diplomacije in ga predstavljajo posamezna podpoglavja, bomo vnašali tiste elemente komuniciranja UNICEF-a, ki v največji meri odražajo naravo javne diplomacije.

4.1. Ključni elementi za javno diplomacijo v UNICEF-u

Trije ključni elementi za obstoj javne diplomacije v mednarodnih organizacijah, ki smo jih opredelili v tretjem poglavju, so obstoj avtonomne zunanje politike, distinktivna volja in tuja civilna družba. Ali UNICEF razpolaga z njimi?

4.1.1. Zunanji odnosi UNICEF-a

O izvajanju zunanjih odnosov v mednarodnih organizacijah smo dejali, da je večina takšnih, ki imajo mednarodno pravno subjektiviteto in sposobnost sodelovanja v mednarodnih odnosih. (glej Schermers&Blokker 1995, 1686, 1875-1883)

Ali je takšen tudi UNICEF? Glede na to, da se z državami in drugimi mednarodnimi subjekti pogaja in podpisuje sporazume, mu najverjetneje mednarodne subjektivitete ne moremo oporekati in posledično niti ne sodelovanja v mednarodnih, to je zunanjih odnosih. Med najbolj osnovne tovrstne aktivnosti spada recimo pogajanje na unilateralni ravni s posameznimi vladami o izvajanju dejavnosti v njihovi državi in o gostovanju pri njih. UNICEF v državi ne more delovati, če se o tem ni dogovoril in podpisal sporazuma. Seveda sama dejavnost UNICEF-a narekuje številna pogajanja in sodelovanja z različnimi mednarodnimi subjekti. Drug primer je mednarodno sodelovanje na multilateralni ravni, npr. v OCHA kot koordinativnem telesu OZN za koordinacijo humanitarne pomoči. Takšna

sodelovanja na multilateralni ravni predstavljajo tudi vsi dogovori o koordinaciji dela na terenu s številnimi agencijami OZN-ja in mednarodnimi nevladnimi organizacijami.

Ne potrebujemo posebnih dokazov in pričevanj o uporabi instrumentov zunanjih odnosov. Več kot očitno je, da UNICEF uporablja vse, od najbolj temeljnih, kot so sporazumi in diplomatski odnosi, do simboličnih, kot so npr. zastave.

4.1.2. Lastna volja v UNICEF-u

Dognali smo, da je distinktivna volja celo ključna lastnost mednarodnih organizacij, ki jih tudi loči od mednarodnih konferenc.

Na podlagi številnih uspešnih kampanj, ki jih bomo navedli v nadaljevanju naloge, lahko sklepamo, da lastna volja organizacije v zunanji politiki v veliki meri obstaja. Naj na tem mestu izpostavimo le dva tipično diplomatska dogodka, to sta srečanji voditeljev držav za otroke (1990 in 2002) ter sprejetje in ratifikacija Konvencije o otrokovih pravicah. UNICEF je bil svojevrstno gonilo obeh srečanj. Brez iniciativnega zunanjepolitičnega angažmaja vodstva organizacije in zaposlenih ter tudi dejavnih predstavnikov vlad v izvršnem odboru bi bili ti in drugi mednarodni dogodki ter pobude bistveno manj uspešni.

V primeru UNICEF-a je distinktivno voljo mogoče celo lažje opredeliti kot pri drugih organizacijah. Izjava o poslanstvu kot ustanovni akt in Konvencija o otrokovih pravicah, ki novodobno skoraj povsem opredeljuje poslanstvo UNICEF-a, dajeta organizaciji zelo močne temelje za kreiranje lastne premočrtne politike. Drugačna volja organizacije in članic se pokaže na srečanjih, kot je bil Milenijski vrh. Odvijal se je v okviru OZN, države članice OZN pa imajo tudi vpliv na delo UNICEF-a kot ene izmed agencij OZN. UNICEF je dokaj uspešno uveljavil svoje prioritete med razvojnimi cilji tisočletja, čeprav ne vseh in ne z zelenimi poudarki. Kljub temu, da za obema organizacijama stojijo iste države, si je torej UNICEF ločeno prizadeval, da bi bil zaključni dokument drugačen, kot je. David Hulme (2007 12, 24) ob sicer očitno uspešni uvrstitvi UNICEF-ovih tem v zaključni dokument navaja tudi razočaranje UNICEF-a, ker je bilo vprašanje zdravja ljudi v zaključnem dokumentu omenjeno brez pravega poudarka in ker v dokumentu ni bila omenjena Konvencija o otrokovih pravicah. Med članstvom in organizacijo, ki jo tvorijo, obstajajo torej vsebinske razlike tudi glede vprašanj, ki se rešujejo skozi zunanje odnose.

4.1.3 Tuja civilna družba in UNICEF

Glede opredelitve tuje civilne družbe kot sogovornika UNICEF-a je razumljivo, da načelno tudi za UNICEF velja enako kot za vse mednarodne organizacije. Tujo civilno družbo, skozi katero lahko izvaja javno diplomacijo, predstavljajo vse nevladne organizacije in posamezniki z izjemo notranje javnosti.

Da UNICEF izvaja komunikacijo s tujimi civilnimi družbami, je razvidno skozi celotno delovanje organizacije. V skoraj vsaki predstavitvi je poudarjeno, da organizacija na terenu sodeluje s partnerji tako iz vladnih kot nevladnih vrst. Obenem UNICEF z informiranjem preko medijev, predvsem pa s svojimi programi pomoči otrokom skoraj ves čas nagovarja civilno družbo v lokalnih skupnostih (glej Black, 1996: xii). V priročniku Brand Book (UNICEF 2003: 6) so navedeni naslednji naslovniki komunikacij iz vrst civilne družbe:

- otroci in njihovi skrbniki
- zagovorniki otrokovih pravic
- mednarodne NVO, mednarodna profesionalna združenja in multinacionalke
- zasebni uporabniki medijev
- ozaveščeni posamezniki, vključno s prostovoljci v skupnostih in z drugimi aktivisti, akademiki, študentje in drugi raziskovalci, ombudsmani, odvetniki za človekove pravice, duhovni in kulturni voditelji, filantropi, starši, učitelji, pripadni sistemu OZN, uporabniki človekoljubne pomoči, darovalci ...
- ambasadorji dobre volje, nacionalni odbori in družine zaposlenih v UNICEF-u

4.2. Koncept javne diplomacije v UNICEF-u

Koncept javne diplomacije smo v prvem delu (poglavje 2.2.) začeli s Hockingovim (2005: 35) razločevanjem hierarhičnega in mrežnega modela. Če bi morali izbrati, ali je model javne diplomacije v UNICEF-u hierarhični ali mrežni, bi ga zagotovo lažje poistovetili z mrežnim. Večina njegovega delovanja odgovarja vsem lastnostim, ki smo jih pripisali mrežnemu modelu javne diplomacije.

Svoje javnodiplomatske cilje UNICEF dosega z delovanjem na več ravneh²¹: od ravni posameznika in družine do lokalne ravni in naprej po političnih entitetah vse do ministrstev

²¹ V nadaljevanju bodo lastnosti, s katerimi smo v drugem poglavju opredelili posamezne elemente javne diplomacije in jih bomo našli tudi v dejavnostih UNICEF-a, podčrtane.

in predstavnikov držav do mednarodne ravni. (glej UNICEF b) Povsem enako velja tudi za komunikacijo, kar je razvidno iz prejšnjega poglavja. (glej UNICEF 2003: 6) V svojem delovanju teži h kooperativnosti nevladnih in vladnih struktur.

UNICEF-ovo poslanstvo, skrb za otroke, je vrednota, na katero se vsi podobno odzivamo. Predstavlja tisto, na kar se po Hemeryju (2005: 203) osredotoča mrežna javna diplomacija – podobnost med ljudmi. Kot moralna norma je lastna vsem narodom, kulturam in civilizacijam. Tega so se zavedali tudi kreatorji UNICEF-a po drugi svetovni vojni, ko so določili, da v organizaciji ne bo obvezne članarine, ampak bodo sklad polnili izključno s prostovoljnimi prispevki.

Toda modela se v UNICEF-u vendarle prepletata. Vlade držav so še vedno ključni partnerji, saj gre za medvladno organizacijo, ki mora ne le upoštevati dejstvo, ampak tudi spoštovati mednarodno ureditev, ki temelji na suverenosti držav. Mandat in delo UNICEF-a v posamezni državi, kjer izvaja svoje programe pomoči, sta odvisna od države gostiteljice. V razvitih državah, kjer deluje preko nacionalnih odborov kot nevladnih organizacij, pa obstaja interes UNICEF-a, da ohranja podporo vlad, ki se odraža skozi proračunski prispevek UNICEF-u in skozi politično podporo njegovim mednarodnim projektom (konference, sestanki na vrhu, mednarodni dokumenti ...). Zato se javna diplomacija UNICEF-a ne pojavlja le kot nov, drugačen pristop k reševanju mednarodnih problemov, ampak se uporablja tudi kot tehnika za doseganje političnih ciljev, kar je značilnost hierarhičnega modela.

4.2.1. Javna diplomacija v strukturi UNICEF-a

Strukture organizacije kot značilnosti javne diplomacije do zdaj nismo posebej obravnavali. Vendar gre pri UNICEF-u za tako specifično strukturo, ki jo močno opredeljuje sam koncept javne diplomacije v organizaciji, da ji bomo namenili posebno poglavje.

»Strukturo UNICEF-a so skozi desetletja previdno oblikovali v decentralizirano in fleksibilno organizacijo, katere moč je na terenu in v odnosih z lokalnimi skupnostmi. Organizacijo, ki je vedno visoko vrednotila prispevek lokalnega osebja, in organizacijo, ki je že od samih začetkov z nacionalnimi odbori v industrializiranih državah in s prodajo voščilnic uspešno pridobivala podporo civilnih družb.« (Black, 1996: xii).

In o čem govorimo, ko govorimo o tej posebni strukturi organizacije znotraj OZN? Po eni strani govorimo o mreži uradov, ki izvajajo programe pomoči otrokom v 156 državah v razvoju in se združujejo v 8 regionalnih uradov, sedež pa ima organizacija v New Yorku.

Za predmet tega dela pa je zelo pomembna druga stran. In sicer 37 nacionalnih odborov, ki delujejo v industrijsko razvitih državah. To so samostojne nevladne organizacije, ustanovljene po predpisih nacionalnih zakonodaj, ki v skladu s pogodbo z UNICEF-om predstavljajo organizacijo v posameznih državah in zanjo opravljajo dejavnosti, kot sta zbiranje sredstev ter zagovorništvo otrokovih pravic.

Če pretvorimo to strukturo UNICEF-a v industrijsko razvitih državah v jezik javne diplomacije, dobimo nevladne organizacije, ki so partnerji medvladne organizacije, skozi katere ta nagovarja civilno družbo s svojimi sporočili. Shaun Riordanu pravi, da k učinkovitosti javne diplomacije matične organizacije, ki po svojem formalnem statusu sodi v vladni sektor, pomembno prispeva sporočanje preko posrednikov – partnerjev iz nevladnega sektorja, še posebej nevladnih organizacij. Mreža nacionalnih odborov je torej edinstven kanal za uspešno izvajanje javne diplomacije.

Te nevladne organizacije ali nacionalne izpostave združujejo 6 milijonov darovalcev (posameznikov, organizacij, podjetij in korporacij), še več kupcev UNICEF-ovih proizvodov in več kot 40.000 prostovoljcev. Več kot 800 znanih igralcev, glasbenikov, športnikov in umetnikov sodeluje z UNICEF-om in/ali nacionalnimi odbori UNICEF-a na mednarodni, nacionalni oz. državni ravni. (glej UNICEF Slovenija a 2006)

Organizacijska struktura UNICEF-a pogosto združuje funkcije vodje komuniciranja, zagovorništva in zunanjih odnosov pri UNICEF-ovih uradih na terenu. Praksa povezovanja teh funkcij potrjuje, da se v organizaciji močno zavedajo pomena učinkov komuniciranja, ki ga mi prepoznavamo kot javno diplomacijo, v UNICEF-u pa je očitno del celovite komunikacijske strategije. Tako lahko sklepamo tudi na podlagi dejstva, da ima UNICEF enotne napotke za izdelavo medijskih, zagovorniških in komunikacijskih strategij zunanjih odnosov. (Simič 2008)

4.2.2. Vsebine javne diplomacije v UNICEF-u

Povedali smo že, da predvsem zagovorniki nove javne diplomacije oz. mrežnega modela le-te pravijo, da je zelo primerna za reševanje netradicionalnih problemov. To so problemi, ki odražajo konflikt vrednot, in globalno povezani problemi, ki jih niti zelo močna nacija ne more posamično reševati, saj zahtevajo vključevanje številnih akterjev iz civilne sfere v dialog, (navedeno v drugem poglavju tega dela). Takšna je glavna problematika, ki jih poskuša reševati UNICEF.

OZN je bila ustanovljena za ohranjanje mednarodnega miru in varnosti v svetu, če povzamemo preambulo Listine Združenih narodov (glej OZN 1945). UNICEF kot del sistema uresničuje to poslanstvo, na kar je v izjavi ob podelitvi Nobelove nagrade za mir UNICEF-u leta 1965 opozoril njegov tedanji izvršni direktor Henry R. Labouisse. Dejal je: »Nagrada UNICEF-u pomeni slovesno potrditev, da je blaginja današnjih otrok tesno povezana z mirom in blaginjo v jutrišnjem svetu.«

Sicer pa so UNICEF-u v OZN dali mandat, da promovira KOP in zagovarja otrokove pravice, kot izhajajo iz nje, ter da pomaga vladam držav pri uresničevanju teh. (glej UNICEF 2008a,19) Med področji dela UNICEF-a je zato veliko takšnih, ki sodijo med reševanja t.i. netradicionalnih problemov. Skozi štiri področja, to so zdravje, izobrazba, enakost in zaščita, si prizadeva uveljaviti celoten spekter pravic, ki izhajajo iz KOP. (glej UNICEF 2003, 10) Na ta način se spopada s preprečevanjem širjenja epidemij s pomočjo pri osnovnem zdravstvenem varstvu otrok, kjer po obsegu izstopa program cepljenja otrok, vključno s soočenjem s HIV/AIDS-om. Program zagotavljanja pitne vode in ustreznih sanitarij ter osnovne higijene je v tem pogledu prav tako zelo pomemben. Skozi program in prednostno nalogo zaščite otrok se spopada s kriminalom, kot je izkoriščevalsko delo otrok, ali pa se s programi boja proti trgovanju z otroki sooča s problemom mednarodnih migracij, ki jih preprečuje s celotnim spektrom razvojne pomoči državam v razvoju. Vključevanje otrok v osnovno šolo, še posebej deklic, ki je prav tako UNICEF-ova prednostna naloga, najbolj trajno vpliva na spremembe v družbi. Posledice teh sprememb pa segajo preko meja. Z višjo stopnjo izobrazbe prebivalstva se povečuje mednarodno sodelovanje (trgovina); demografske spremembe (znižanje rojstev) imajo prav tako pomemben vpliv na mednarodni položaj države; enako je s stopnjo razvoja, ki je tesno povezana z izobrazbo prebivalstva (glej UNICEF 2008b).

Na vseh navedenih področjih se porajajo problemi, za katere lahko najdemo rešitve le ob ustreznem sodelovanju vlad in/ali civilnih družb.

UNICEF izvaja večino razvojnih programov v korist otrok v državah v razvoju. Pri UNICEF-ovih aktivnostih v programih v korist otrok v razvitih državah pa se programsko delo ciljno zoži na populariziranje mednarodne razvojne pomoči oz. globalne solidarnosti ter promocijo otrokovih pravic.

4.2.3. Način delovanja javne diplomacije v UNICEF-u

Na izzive v komunikaciji, ki jih izpostavlja Leonard (glej Leonard 2000: 47-53) v priporočilih britanski vladi in ki so v drugem poglavju predstavljeni kot osnova opredelitve načina javne diplomacije, UNICEF odgovarja že s svojo uveljavljeno korporativno naravo delovanja.

Iz strukture UNICEF-ove organizacije, ki temelji na prisotnosti na terenu, je razvidno, da se je ciljnim javnostim tako približala, da ji ob korektnem operativnem delu razumevanje ciljnih javnosti ne bi smelo povzročati težav. UNICEF je mednarodna organizacija in kot taka že po naravi potisnjena v neprestano koordinacijo z okoljem. Tu ni prostora za enosmerni tok sporočanja. Kot posledica dialoga se je zgodila morda celo največja prelomnica v zgodovini UNICEF-a, nastanek KOP. Maggie Black v knjigi *Children First* (1996) piše, da je ideja o KOP nastala v koaliciji mednarodnih nevladnih organizacij za otroke in UNICEF ji sprva niti ni bil naklonjen. Končno jo je sprejel in posledično tudi vse države, z izjemo ZDA in Somalije. Postala je podlaga njegovega poslanstva in odločilno spremenila način dela organizacije same.

Način komuniciranja, ki presega intelektualne oblike komunikacije, je večkrat poudarjena premisa v dokumentih o korporativni komunikaciji in del pravilne uporabe blagovne znamke, kar je razvidno iz priročnika *Brend book* (UNICEF 2003), ki je nastal ob prenovi blagovne znamke UNICEF leta 2003. V njem je posebej izpostavljen pomen preproste in razumljive komunikacije.

Zadnji Leonardov izziv, dokazovanje pomembnosti, ki se osredotoči na nišno diplomacijo, kjer naj naše delovanje presega strateško sporočanje, pa je morda v celoti lasten delovanju UNICEF-a. Po eni strani zato, ker je že njegova misija omejena in predstavlja nišo, to je skrb za otroka v mednarodni skupnosti, po drugi strani pa zato, ker ta misija

seveda daleč presega strateško sporočanje. UNICEF kot edina organizacija znotraj OZN, ki je posvečena izključno otrokom, ima v niši veliko prednost pred drugimi, otrokom namenjenimi organizacijami. Ne glede na privilegiran položaj lahko vizijo organizacije, ki je »ostati gonilna sila v prizadevanjih za izgradnjo sveta, v katerem bodo uresničene pravice vsakega otroka do zdravja, izobrazbe, enakosti, zaščite« (UNICEF 2003), razumemo kot izraz namere ohranjanja nesamoumevnega primata v niši.

Prav tako lahko pri UNICEF-u najdemo prvine kompetitivne in kooperativne javne diplomacije, ki jo kot eno od možnih delitev izpostavlja Leonard (2000: 22 - 30). Ne le javna diplomacija, celoten spekter delovanja organizacije je pri izvajanju pomoči kooperativno naravnani. Na terenu prisotne humanitarne organizacije usklajujejo izvajanje pomoči in razvojnih programov. Drugače je na področju zbiranja sredstev, kar je tudi teritorialno določeno – izvaja se v glavnem v industrijsko razvitih državah. Tu do sodelovanja med dobroteljnimi organizacijami in drugimi agencijami OZN prihaja le izjemoma. V običajnih okoliščinah med njimi vlada tekmovalen odnos. (Simič 2008)

Kako oz. skozi katere programe pomoči in oblike komuniciranja UNICEF najizraziteje izvaja javno diplomacijo, bomo prikazali skozi predstavitev treh dimenzij komuniciranja v UNICEF-u, ki jih sicer Leonard prepoznava kot tri dimenzije javne diplomacije: upravljanje z novicami, strateško komuniciranje in ustvarjanje razmerji. (glej Leonard 2002: 8-21 ali poglavju II. 2.2.2)

4.2.3.1. Upravljanje z novicami

Gre za reaktivno komuniciranje oz. upravljanje z dnevno komunikacijo, ki odraža potrebo po povezovanju komuniciranja s tradicionalno diplomacijo. Christopher Ross razume javno diplomacijo kot javni obraz tradicionalne diplomacije in pravi, da javna diplomacija podpira tradicionalno z nagovarjanjem nevladnih javnosti (v Leonard, 2002: 12). Ker pa v javnem komuniciranju ne moremo povsem ločiti naslovnikov naših sporočil, mora to upoštevati tudi dnevna komunikacija z najširšo javnostjo. Zato mora biti ta usklajena z diplomatskimi aktivnostmi.

Maša Simšič (2008) iz UNICEF-a Slovenija pravi, da UNICEF v priročniku za komuniciranje spodbuja svoje komunikatorje, da svoje delo integrirajo s programi in pri delu z mediji tudi z zagovorništvom in zunanjimi odnosi. UNICEF in še posebej nacionalni

odbori se redno odzivajo tudi s komunikacijo z nevladno javnostjo v primeru kriznih razmer, na primer posledicami naravnih nesreč, konfliktov in spopadov, pa tudi s pojasnjevanjem stališč UNICEF-a o občutljivih temah, ki se pojavijo v javnosti. Dodaja, da ima UNICEF natančno izdelan postopek nastajanja in usklajevanja strategije, stališč in sporočil za komunikacijo, ki seveda upošteva tudi stališča tistih, ki so odgovorni za zunanje odnose organizacije.

4.2.3.2. Strateško komuniciranje

V poglavju strateško komuniciranje v UNICEF-u bomo predstavili tri UNICEF-ove programe, ki vsak zase predstavljajo obliko celovitega strateškega komuniciranja, razlikujejo pa se po vsebinskih poudarkih in glede na ciljno javnost. To so programi Komuniciranje za razvoj, Zagovorništvo otrokovih pravic in Izobraževanje za razvoj. Skoraj vsi programi pomoči, nekateri pa izključno, vsebujejo komponento strateškega komuniciranja (Simič 2008), skozi katero uresničujejo tudi cilje, ki bi jih zlahka uvrstili med tiste, ki jih drugi mednarodni subjekti uresničujejo preko javne diplomacije. V UNICEF-u pa jih, kot smo že rekli, kot takšnih ne prepoznavajo.

4.2.3.2.1. Komuniciranje za razvoj

UNICEF k reševanju problemov oz. k izboljšanju položaja otrok pristopa s svojimi dolgoročnimi razvojnimi programi. Njihovi cilji so usposobiti države in prebivalstvo za uspešno samostojno zoperstavljanje problemom, ki jih ovirajo v razvoju skupnosti in izboljšanju položaja otrok. Zato je strateško komuniciranje, imenovano Komuniciranje za razvoj, neodtujljiv del programov razvojne pomoči. Na pomenu je pridobilo v 80-tih, ko so tudi s komunikacijskimi intervencijami reševali pomanjkanja joda pri otrocih, odpravljali otroško paralizo, razširjali nabor obveznih otroških cepiv ... Danes je to komuniciranje vključeno v skoraj vse programe pomoči, ki jih izvaja UNICEF.

Izvaja se z namenom (a) pridobivanja politične podpore, (b) motiviranja in mobiliziranja civilne družbe v podporo skupnim ciljem, (c) aktivnega vključevanja gospodinjestev in skupnosti z namenom ozaveščanja, prevzemanja pozitivnega odnosa in spoštovanja vrednot, da bi tako dosegli želene spremembe v vedenju in delovanju posameznikov. (glej UNICEF 2008c)

Komuniciranje za razvoj je UNICEF-ov način izvajanja strateškega komuniciranja, ki je po obsegu in načinu dela širši kot v drugih agencijah OZN ali tistih organizacijah, ki so usmerjene v razvojno pomoč. Naslanja se na splet različnih komunikacijskih strategij, ki vključujejo tako zagovorništvo na politični ravni kot izvajanje družbene mobilizacije in strategije vedenjskih sprememb na ravni skupnosti in družin.

Razvojni program pomoči, ki se izvaja tudi s pomočjo Komuniciranja za razvoj, se v glavnem osredotoča na spremembe v državah naslovnica. Zato so elementi javne diplomacije razmeroma redki (odvisno od vsebine programa samega). Seveda bi jih našli bistveno več, če bi upoštevali tudi tiste, ki se nanašajo na odnos med državo naslovnico in UNICEF-om.

4.2.3.2.2. Zagovorništvo otrokovih pravic

Zagovorništvo otrokovih pravic je kot poseben UNICEF-ov program strateškega komuniciranja vsebinsko ožji in natančneje opredeljen kot Komuniciranje za razvoj, ki je krovni program za različne kampanje strateškega komuniciranja. Razlika je tudi v tem, da se Zagovorništvo otrokovih pravic izvaja tudi oz. predvsem v industrijsko razvitih državah preko nacionalnih odborov UNICEF-a. In velik del teh aktivnosti lahko opredelimo za javno diplomacijo.

Že v opredelitvi v končnem osnutku strategije programa Zagovorništva otrokovih pravic v industrijsko razvitih državah (glej UNICEF 2008č: 1) je poudarjeno, da UNICEF skozi program izpostavlja mednarodne, regionalne in nacionalne probleme glede uveljavljanja pravic otrok. Slednje, torej pravice v korist otrok iz države naslovnice, poskuša UNICEF s programom zaščititi oz. uveljaviti s sprejemanjem določenih politik, praks, zakonodaje ali z zagotovitvijo razpoložljivih sredstev. Za uveljavljanje pravic otrok na mednarodni in regionalni ravni, najpogosteje gre za korist otrok v državah v razvoju, pa skuša povečati prizadevanja države naslovnice za uresničevanje milenijskih ciljev. To počne z zagotavljanjem ustrezne višine in značaja sredstev, namenjenih razvojnim programom, pa tudi z uveljavljanjem ustrezne trgovinske in zunanje politike.

Z našo opredelitvijo javne diplomacije se tako ujema celoten del UNICEF-ovih zagovorniških aktivnosti v določeni državi, ki se nanaša na pravice otrok v svetu in se izvaja skozi komunikacijo s civilno družbo. V omenjeni strategiji zagovorništva je zapisano,

da se zahteve iz programa v glavnem nanašajo na vlade držav, in poudarjeno, da so včasih manj javno izpostavljene intervencije učinkovitejše. Takšno, recimo temu klasično zagovorništvo, seveda ni javna diplomacija. Je pa javnim kampanjam in partnerstvu s civilno družbo že v sami strategiji namenjeno toliko prostora, da je jasno razvidno, da nacionalni odbori UNICEF-a svoje zagovorniške aktivnosti v glavnem izvajajo javno, z mobiliziranjem javnosti oz. partnerjev iz civilne družbe. Temu pritrjuje tudi Maša Simšič iz UNICEF-a Slovenija, ko pravi, da njihova organizacija prav javnim zagovorniškimi kampanjam namenja tudi največ razpoložljivih virov v okviru programa Zagovorništva otrokovih pravic.

Seveda pa zagovorništvo ni dejavnost, ki bi se izvajala izključno v industrijsko razvitih državah; pri slednjih ima le najbolj izrazito javnodiplomatsko komponento, ker občutno poudarja globalno solidarnost oz. pomen razvojne pomoči (glej UNICEF 2008č). Nastopa v vodilnih in najbogatejših državah na svetu, ki imajo možnost, da ne le z zgledom, ampak tudi s sredstvi in zunanjo politiko učinkovito vplivajo na položaj otrok drugje po svetu.

UNICEF je na globalni ravni sposoben izvajati učinkovite zagovorniške kampanje, ki so v velikem delu javnodiplomatske. Ima veliko izkušenj in dolgo tradicijo. Primer takšne globalne zagovorniške akcije, ki je bila izpeljana s pomočjo diplomacije in javne diplomacije, je bila kampanja za uresničevanje sprejetih ciljev prvega srečanja na vrhu za otroke leta 1990. Dosegla je cilje, kot so mobilizacija javne podpore, pridobivanje političnih zaobljub in sprejem konkretnih ciljev za izboljšanje položaja otrok v svetu. In ne le to. Srečanje je oživilo in spodbudilo idejo, da svetovna srečanja lahko prinesejo konkretne izboljšave v dobro človeštva. Do takrat so nekatera srečanja obveljala za »mlatenje prazne slame«. Previdno načrtovanje in dobro vodenje Jima Granta, takratnega izvršnega direktorja UNICEF-a, je v tem primeru to preprečilo. Takoj po končanem srečanju je Grant začel pritiskati na države, naj začnejo s pripravami akcijskih načrtov za izboljšanje položaja otrok na nacionalnih ravneh. Srečeval se je z državniki, UNICEF-ova mreža osebja na terenu (uradi in nacionalni odbori; op. BH) pa je bila zadolžena za zagotovitev vključevanja ciljev vrha v nacionalne akcijske načrte (glej Hulme 2007: 6). Hulme nadaljuje, da so bile vse tovrstne aktivnosti UNICEF-a močno podprte z ozaveščevalnimi aktivnostmi in iskanjem aktivne podpore v mrežah različnih civilno družbenih pobud, v medijih, pri slavnih osebnostih, v gospodarstvu in med otroki.

Čeprav so glavni cilj tovrstnih aktivnosti spremembe notranje politike, ki sodijo v sklop razvojne pomoči v posameznih državah, vplivajo tudi na zunanjepolitično ravnanje določene države. Poleg tega, da gre za odnos do lastnih otrok, je vladam pogosto vsaj enako pomemben mednarodni vidik takšnih potez in vtis na mednarodno skupnost. Prav zato se morata diplomacija in javna diplomacija UNICEF-a podpirati. V primeru navedenih prizadevanj UNICEF-a in njegovega direktorja Jima Granta je očitno, da je šlo za diplomatsko akcijo, kar daje posledično tudi načrtovani in izvedeni komunikaciji s civilno družbo javnodiplomatski značaj.

4.2.3.2.3. Izobraževanje za razvoj

Izobraževanje za razvoj je program, ki sodi med prizadevanja za zagovorništvo otrokovih pravic. Značilno zanj je, da se ga izvaja med otroki in da je tej ciljni skupini tudi prilagojen. V UNICEF-u ga poznajo že od začetka šestdesetih let prejšnjega stoletja. Čeprav ga izvajajo tudi drugi deli UNICEF-a in pomembno prispeva k uspehu njihovega dela, igra osrednjo vlogo pri delu Nacionalnih odborov.

V osnutku okvirne politike za izvajanje programa Izobraževanje za razvoj, namenjene nacionalnim odborom UNICEF-a, je program opredeljen kot splet aktivnosti, s katerimi UNICEF med otroki in mladimi promovira razvoj, mir, strpnost, družbeno pravičnost in okoljsko ozaveščenost in jih tudi usposablja, da lahko sami udeležujejo in promovirajo te vrednote lokalno in globalno. UNICEF tako sledi trem ciljem: zavedanje otrokovih pravic, državljansko vključevanje in sodelovanje ter krepitev globalne solidarnosti.

V UNICEF-u priznavajo programu velik prispevek in vpliv pri dvigovanju ozaveščenosti o KOP in njenem uveljavljanju v industrijsko razvitih državah, pri promociji UNICEF-ovega dela, njegovi opaznosti in pri oblikovanju mladih zagovornikov in bodočih darovalcev sredstev. (glej UNICEF 2008d)

Iz opredelitve in priznavanja učinka lahko sklepamo, da gre v veliki meri za doseganje javnodiplomatskih ciljev. Promoviranje obče civilizacijskih vrednot, predvsem globalne solidarnosti, kar predstavlja večino aktivnosti samega programa, je javna diplomacija, saj implicira spremembo obnašanja do tujih držav, kultur, narodov. Krepitev globalne solidarnosti kot cilj je torej usmerjena izključno k slednjemu, v veliki meri pa to podpirata tudi cilja dvig zavesti o otrokovih pravicah in uveljavljanje državljanske participacije.

Program je idealno uresničenje javnodiplomatskega principa. Ciljna javnost so otroci in mladi, ki pa so obenem tudi partnerji oz. posredniki v komuniciranju. Krepitev obeh vlog je del programa. V UNICEF-u pravijo, da tako spreminjajo svet z otroki in obenem za otroke. Gre za krepitev pozitivnih vrednot, zato tudi legitimnost ni vprašljiva. Vključuje vse elemente, ki smo jih v različnih poglavjih drugega dela naloge prepoznavali kot značilne za dobro sodobno javno diplomacijo:

- temelji na dialogu
- gradi in vzdržuje mreže (šole, otroški in mladinski klubi ter neformalne skupine)
- pravice otrok so tema, ki združuje
- omogoča sodelovanje na več ravneh
- izvaja se preko partnerjev (agentov), ki s še večjo kredibilnostjo podajo vsebino

Lep primer je projekt International Day of Children's Broadcasting (ICDB). Ena nedelja v decembru je proglašena za dan, ko naj bi radijske in televizijske postaje predali v roke mladim. Ti imajo tako priložnost, da javno izrazijo svoja stališča o svetu okoli sebe. Vsako leto se določi tudi tema iz nabora tem programa Izobraževanje za razvoj, ki naj bi ji namenili več pozornosti. UNICEF in partnerske organizacije, ki skupaj z radijskimi in televizijskimi postajami organizirajo ta dan, s tem uveljavljajo pravico mladih do sodelovanja, hkrati pa pridobijo medijsko pozornost, ki je toliko bolj kredibilna, saj sporočila, ki jih posredujejo mladi v eter, v veliki meri sovpadajo s sporočili UNICEF-a (glej UNICEF 2008e).

4.2.3.3. Ustvarjanje razmerij – partnerstvo

»Izzivi, ki zadevajo otroke, močno presegajo zmožnosti vsake posamezne organizacije. Gradnja sveta, ki bo po meri otrok, zahteva partnerstvo vsake vlade, vsakega posameznika in vsake organizacije, ki deli vrednote OZN in spoštuje pravice otrok. To vključuje ugledne in običajne posameznike, organizacije civilne družbe, organizacije prostovoljcev, dobrodelne fundacije, sindikate, verske organizacije, akademske in raziskovalne organizacije in seveda, otroke in mladostnike same.«
(UNICEF 2008f)

Partnerstvo je torej temelj delovanja UNICEF-a in pomembna prvina tudi tradicionalne, predvsem pa sodobne ali mrežne javne diplomacije. UNICEF stalno komunicira z vladami držav, ki so mu kot medvladni organizaciji, posvečeni otrokom, dale mandat za izvajanje tega poslanstva in mu v državi, kjer izvaja programe za otroke, s sklenitvijo pogodbe delovanje omogočajo. Po drugi strani je v stalnih odnosih s civilno sfero, katere podporo nujno potrebuje za uspeh svojih programov pomoči, ki jih samostojno ne bi bil sposoben izvesti. Za določena globalna prizadevanja potrebuje UNICEF podporo vsake vlade, vsakega posameznika in vsake organizacije, ki so jim blizu vrednote OZN in spoštujejo otrokove pravice. To so lahko ugledni ali običajni posamezniki, organizacije prostovoljcev, človekoljubni skladi, sindikati, verske organizacije, akademske in raziskovalne organizacije in seveda otroci in mladi ter njihove organizacije.

Maggy Black (1986: 233) piše, da je UNICEF v zgodnjih letih v državah prejemnicah pomoči v glavnem podpiral programe vlad za izboljšanje položaja otrok in mater. Pri tem se je v veliki meri opiral na specializirane agencije OZN. Ko pa so v UNICEF-u sredi 60-tih svoje delovanje širili na izboljšanje socialne blaginje, so spoznali, da tudi na terenu – ne le v državah donatorkah, kjer so delovali nacionalni odbori – v nevladnih organizacijah najdejo izkušenega in kompetentnega partnerja. Njihova prednost v primerjavi z UNICEF-om kot medvladno organizacijo je bila relativna svoboda, ki so jo nevladne organizacije uživale v državah v razvoju. Z usmerjanjem in podpiranjem njihovih programov je UNICEF lahko eksperimentiral in utiral pot neuveljavljenim programom pomoči, nekatere programe, ki se ne bi izšli ob masovnem pristopu, je lahko izvajal na osebni ravni itd. Blackova (1986: 234) pravi, da »čeprav je UNICEF v poročilih zadržal informiranje, izobraževanje, ozaveščanje – komunikacijo itd. kot primarne dejavnosti sodelovanja z nevladnimi organizacijami, je bila od sredine 60-tih tudi ideja ob programskem sodelovanju zapisana prepričljivejše kot prej.«

Izvajanje Blackove kaže na to, da so v UNICEF-u pomembnost sodelovanja z nevladnimi organizacijami na področjih, ki so značilna za javno diplomacijo, očitno razumeli že od samih začetkov.

Primerov, ko je javnodiplomatsko razmišljanje v odnosu do partnerjev celo krojilo korake delovanja UNICEF-a, je veliko. Nekateri so oblikovali celo organizacijsko strukturo organizacije. V prvih letih po II. svetovni vojni so številne nevladne organizacije brez predsodkov podpirale UNICEF, informirale javnost v bogatejših državah o položaju otrok in

delu UNICEF-a ter zanj celo zbirale sredstva. Maggy Black piše (glej 1986: 232), da so se v izvršnem odboru UNICEF-a leta 1952 odločili, da pomembnejše mednarodne nevladne organizacije povabijo k oblikovanju odbora nevladnih organizacij, katerega predstavniki so lahko sodelovali na sejah UNICEF-ovega izvršnega odbora. V UNICEF-u so upali, da bo svetovalni status vodilnim organizacijam prispeval k povečanju informiranja in razumevanja javnosti za potrebe otrok in njihovo uresničevanje s strani UNICEF-a in partnerjev. Kot pravi Blackova, je bil to del strategije populariziranja skrbi za otroke, ustvarjanju večjega pritiska na donatorje (v tistem času so to bile večinoma vlade industrijsko razvitih držav.; op.a.) in obenem opogumljanja vlad v državah prejemnicah pomoči k bolj predanemu sodelovanju. V UNICEF-u so se že od vsega začetka močno zavedali, da bodo njihova sporočila učinkovitejša, če jih bodo komunicirali skupaj oz. skozi nevladni sektor. In to so tudi izvajali.

Še večji vpliv na nadaljnje delovanje UNICEF-a je imela vzpostavitev mreže nacionalnih odborov za UNICEF. Tudi to so partnerske organizacije iz nevladnega sektorja, ki pa imajo dolgotrajno in vedno pomembnejšo vlogo v strukturi UNICEF-a, s primarno nalogo zbiranja sredstev za UNICEF v državah, kjer delujejo. Celotni posamezniki imajo kot partnerji svoj edinstven prostor v UNICEF-u. To so ambasadorji dobre volje, znane osebnosti, ki so se odzvale povabilu UNICEF-a, da del svoje slave delijo z UNICEF-om in tako prispevajo k izrazitemu komunikacijskemu učinku.

V poglavju Izobraževanje za razvoj smo povedali, da so UNICEF-ov neposredni partner tudi aktivno sodelujoči otroci in mladi. UNICEF-ovi programi vzpodbujanja vključevanja in aktivnega sodelovanja otrok in mladih v družbi po eni strani odražajo uresničevanje temeljnega poslanstva²² in Mednarodne konvencije o pravicah otrok²³, po drugi pa so tudi pomembno orodje ozaveščanja družbe kot vidnejšega cilja javne diplomacije organizacije.

²² "Posebnega pomena za uveljavitev javnega mnenja v mednarodnih odnosih so tista določila v statutih nekaterih mednarodnih organizacij, katerih cilj je zagotoviti neposredno širšo udeležbo posameznih družbenih skupin, profesionalnih in drugih organizacij v mednarodnih procesih. /.../ Tako je bil npr. v OZN na temelju ustanovne listine in na podlagi prakse vzpostavljen konzultativni sistem za nekatere nevladne organizacije... Javno mnenje v mednarodnih odnosih ima večjo težo zaradi obstoja specializiranih agencij OZN, kot so UNESCO, Mednarodna organizacija za delo, itd." (Benko 198f:465 -457). UNICEF zagotovo sodi med organizacije, ki jih navaja Benko, in ima to zapisano v izjavi o poslanstvu (glej UNICEF 1996). Ob tem, da mednarodni NGO-ji, ki zagovarjajo pravice otrok, redno sodelujejo v sistemu OZN, je UNICEF v zadnjih letih uvedel tudi prakso, da se ob večjih mednarodnih konferencah na temo otrok organizirajo tudi t.i. mladi forumi, ki se jih udeležujejo otroci in mladostniki iz različnih držav. Primer je npr. Youth forum leta 2002 ob posebni seji GS OZN na temo otrok. (op. a.)

²³ MKOPO v členih 13, 14, 15 in 17 govori o pravicah otrok, ki se nanašajo na pravico do sodelovanja.

Na spletni strani UNICEF-a lahko najdemo posebno stran, namenjeno partnerstvu z nevladnim sektorjem. Tam so partnerje razdelili na partnerje iz civilne družbe in partnerje iz gospodarstva oz. korporativne partnerje (op.a.; navedeni so tudi v poglavju 4.1.3 Tuja civilna družba in UNICEF). Partnerji so ločeni glede na ravni delovanja: lokalno, regionalno, globalno. Kot nevladni partnerji se pojavljajo tako velike mreže, kot je npr. Safe the Children, pa tudi posamezni vaški odbori za vodo. V 156 državah, kjer UNICEF izvaja programe, je na stotine nevladnih organizacij, s katerimi ima UNICEF podpisane sporazume o sodelovanju. (glej UNICEF 2008f)

Korporativne partnerje v UNICEF-u ločijo glede na obliko sodelovanja (sponzorstva, vezano trženje, posebni dogodki), med koristmi partnerstva s podjetji pa so:

- finančna podpora
- raziskovalna in razvojna pomoč
- tehnično znanje
- dostop do logističnih mrež
- razširjeni komunikacijski kanali

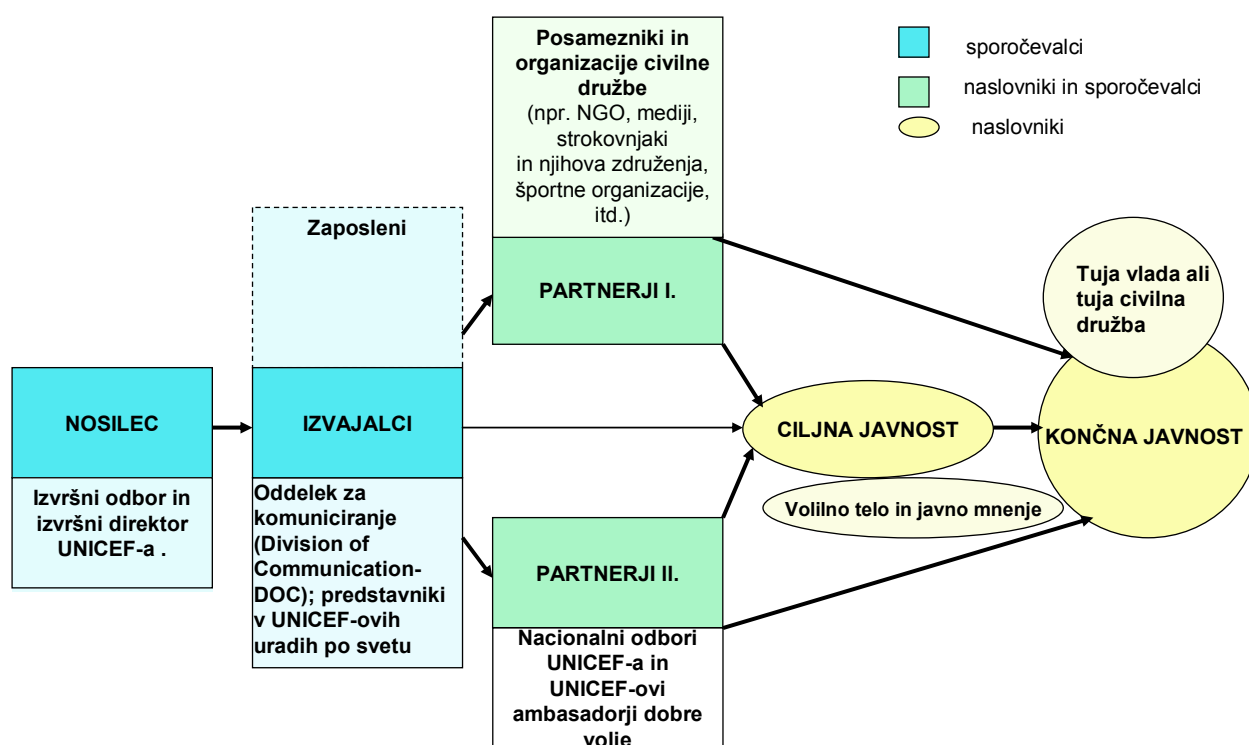
Partnersko sodelovanje s podjetji je najuspešnejše, če je večplastno in vključeno v t.i. public affairs, strategijo družbene odgovornosti ter marketinško in komunikacijsko strategijo.

V tradicionalnem pojmovanju javne diplomacije so mediji tista javnost, ki ji je potrebno namenjati največ pozornosti. UNICEF odnosom z mediji in informiranju širše javnosti namenja izjemno pozornost. Poleg oddelkov za komuniciranje v New Yorku, Ženevi in drugih regionalnih uradih ima tudi vsak UNICEF-ov urad na terenu vsaj enega zaposlenega, ki je zadolžen za odnose z mediji. Tudi z mediji poskuša UNICEF ustvariti partnerski odnos, zato ne preseneča število dejavnosti, ki jih izvajajo skupaj. Partnerstvo se najizrazitejše odraža ob obeleževanju že omenjenega ICDB, ko mnogi radiodifuzni mediji na pobudo UNICEF-a za en dan prepustijo eter otrokom.

4.2.4. Igralci UNICEF-ove javne diplomacije

Uvodoma predstavljamo shemo igralcev javne diplomacije, kot smo jo razdelali v poglavju 2.2.3., vendar z umeščenimi igralci, ki nastopajo v UNICEF-ovem javnodiplomatskem komunikacijskem procesu.

Slika 4.1.: Igralci javne diplomacije v UNICEF-u



Predstavljene so le osnovne zveze med igralci, povratnih komunikacij nismo prikazali. V shemi smo izpostavili posebno skupino partnerjev – Partnerji II. V njej so nacionalni odbori UNICEF-a in ambasadorji dobre volje kot posebnosti delovanja UNICEF-a. Obe skupini predstavljata vmesno stopnjo med izvajalci javne diplomacije in partnerji. Za razliko od drugih partnerjev le-ti v javnosti neposredno in kompetentno predstavljajo UNICEF. V primerjavi z ostalimi izvajalci v UNICEF-u in izvajalci, kot jih opredeljujemo pri državah, pa so tudi veliko bolj neodvisni od nosilca javne diplomacije, torej UNICEF-a.

Nosilec javne diplomacije v UNICEF-u je izvršni odbor kot najvišji organ organizacije, ki sprejema strateške načrte organizacije, med njimi tudi komunikacijskega, ki vključuje aktivnosti in cilje javne diplomacije. Ključna izvajalca sta izvršni direktor in oddelek za komuniciranje, ki prevzemata tudi koordinacijsko vlogo. Med izvajalce sicer sodijo vsi zaposleni. Slednji lahko s ciljno javnostjo komunicirajo neposredno, lahko pa posredno preko partnerjev, ki so jih pridobili z javnodiplomatskimi aktivnostmi v preteklosti. Ciljna javnost je vedno tuja civilna družba oz. tuje volilno telo, končna javnost pa so lahko tudi tuja vlada oz. drugi predstavniki tuje države.

Podrobneje bomo kategorije igralcev obravnavali v naslednjih podpoglavjih.

4.2.4.1. Sporočevalci v UNICEF-u

4.2.4.1.1. Nosilci javne diplomacije v UNICEF-u

Kot je značilno za hierarhične organizacije, je tudi v UNICEF-u vodilno telo **izvršni odbor** in tako tudi nosilec javne diplomacije. Sestavlja ga 36 predstavnikov različnih vlad, ki pripravljajo politike, odobravajo programe in odločajo o administrativnih in finančnih načrtih ter proračunu. Predstavniki dajejo navodila za delo izvršnemu direktorju UNICEF-a, ta pa jih mora informirati o delu organizacije. (glej UNICEF 2008g)

Izvršni odbor sprejema in odobrava vse načrte in strategije UNICEF-a, tudi tiste, ki določajo dejavnosti s področja javne diplomacije.

4.2.4.1.2. Izvajalci

Kljub pomembni vlogi pri oblikovanju predlogov politik, načrtov in strategij in mogoče celo uveljavljanju distinktivne volje, ki nastaja v organizaciji, **izvršnega direktorja** ne moremo uvrstiti med nosilce javne diplomacije. Je ključni izvajalec, ki s pomočjo **Oddelka za komuniciranje** v največji meri koordinira komunikacijo, namenjeno nevladnim javnostim. Oddelek oblikuje in tudi izvaja komunikacijsko strategijo organizacije, načrte komuniciranja in načine ad hoc komuniciranja. Vse naštetu mora pripraviti v sodelovanju z drugimi oddelki. Delo je razporejeno med 6 sekcij, in sicer:

- **Sekcija razvojnih profesionalcev** (Development Professionals Section): zadolžena za vsebino razvoja, raziskave in pisanje ter urejanje vsebin za različne javnosti;

- **Sekcija za medije** (Media Section): zadolžena za strategijo odnosov z mediji, načrtovanje in izvajanje odnosov z mediji;
- **Sekcija za mladino** (Youth Section): zadolžena za komunikacijo z otroki in mladimi o njihovih temah z namenom, da krepí njihov glas in njegov učinek uporablja za UNICEF-ovo globalno zagovorništvo ter zunanje odnose;
- **Partnerstvo in blagovna znamka** (Partnership and Brand): zadolžena za razvoj vizualnih materialov (**visual identities**), oblikovanje in upravljanje z blagovno znamko, tehnično podporo, partnerstvo, dogodke ...;
- **Sekcija za internet, radiodifuzijo in podobo** (Internet, Broadcast & Image Section): zadolžena za oblikovanje, razvoj in upravljanje spletne strani; video produkcijo, distribucijo ter marketing UNICEF-ove televizije, radia Vodcasta in Podcasta; upravljanje spletnega foto arhiva ...;
- **Tisk in jezik** (Print and Language); zadolžena za tisk in distribucijo zagovorniških publikacij ter prevajanje.

Med oddelki, ki v največji meri izvajajo javno diplomacijo, je še Programski oddelek. Ta nadzoruje izvajanja komuniciranja za spreminjanje vedenja, torej strateško komuniciranje, ki se nanaša na razvojne programe pomoči. Pomembno vlogo pa imata še oddelka za Javna zaveznitva in mobilizacijo virov ter Oddelek za zbiranje sredstev iz zasebnih virov in partnerstva.

Navedeni koordinatorji in izvajalci so nastanjeni na sedežu organizacije UNICEF-a in izvajajo javno diplomacijo na globalni ravni. Največ dela pri izvajanju javne diplomacije na ravneh posamezne države pa opravijo UNICEF-ovi uradi na terenu in nacionalni odbori UNICEF-a, ki smo jih uvrstili med naslovnike in sporočevalce – partnerje.

4.2.4.2. Naslovniki in sporočevalci v UNICEF-u

V poskusu opredelitve skupine naslovnikov in sporočevalcev javne diplomacije v UNICEF-u že drugo poglavje posvečamo partnerstvu v UNICEF-u. Prvič smo partnerstvo obravnavali kot eno od treh dimenzij javne diplomacije po opredelitvi Leonarda in v grobem že povzeli glavne značilnosti UNICEF-ovega odnosa z njimi pri uresničevanju javnodiplomatskih ciljev. Ugotovili smo, da v UNICEF-u tudi za izvajanje javnodiplomatskih ciljev partnerstva z nevladnim sektorjem gojijo že od samih začetkov. V shemi št. II sta prikazani dve kategoriji partnerjev. V prvo sodijo tisti, katerih odnos do UNICEF-a kot

nosilca javne diplomacije se ne razlikuje bistveno od odnosa partnerjev drugih javnih diplomacij.

Zato se bomo v tem poglavju osredotočili na kategorijo Partnerji II, v katero smo uvrstili dve skupini partnerjev UNICEF-a, ki imata v UNICEF-u posebno mesto in jim moramo že zaradi tega nameniti več pozornosti, obenem pa so pri njih aktivnosti s področja javne diplomacije še posebej izrazite. To so nacionalni odbori in ambasadorji dobre volje.

Obe skupini predstavljata vmesno stopnjo med izvajalci javne diplomacije in partnerji. Skupini sodita v sfero civilne družbe, vendar za razliko od drugih civilnodružbenih partnerjev v javnosti predstavljata in celo simbolizirata UNICEF.

4.2.4.2.1. Nacionalni odbori kot partnerji javne diplomacije UNICEF-a

Veliko ljudi v industrijsko razvitih državah pozna UNICEF zaradi dela njegovih nacionalnih odborov, ki v teh državah promovirajo otrokove pravice, zbirajo sredstva za UNICEF-ove programe in so s strani UNICEF-a pooblašteni, da podpirajo cilje UNICEF-a in nosijo njegovo poslanstvo.

UNICEF poskuša preko nacionalnih odborov vplivati na stališča in mnenja različnih nacionalnih javnosti in graditi partnerstva za uresničevanje svojega poslanstva. Ta del odraža koncept sodobne javne diplomacije, vendar UNICEF preko nacionalnih odborov uresničuje tudi cilje, ki so bližje njegovemu tradicionalnemu pojmovanju. Kljub temu, da v Dogovoru o priznanju (UNICEF 2001) ni izrecno zapisano, da naj bi vplivali na uradna zunanjepolitična stališča in ravnanja države, ter je pravzaprav poudarjeno, da nacionalni odbor promovira in zastopa interese le v razmerju do civilne družbe, se vpliv na vlado seveda dogaja. Informiranje, zagovorništvo, program izobraževanja za razvoj, zbiranje sredstev in ne nazadnje prodaja UNICEF-ovih izdelkov zaznamujejo javni prostor in oblikujejo podobo UNICEF-a v takšni meri, da mora to upoštevati tudi uradna politika. In to je namen tradicionalne javne diplomacije.

Na primer, prostovoljni prispevek vlade Republike Slovenije v UNICEF-ov sklad je sicer še vedno sorazmerno nizek, vendar se je od leta 1998 do leta 2007 povečal za 20-krat v darovanju v splošni sklad, poleg tega pa vlada preko UNICEF-a redno usmerja tudi sredstva za mednarodno nujno pomoč. Od osamosvojitve in do leta 1998, ko je UNICEF

Slovenija močno povečal svoje aktivnosti, je bil ta prispevek ves čas vsaj 20-krat nižji kot leta 2007. Tudi prispevek države, ki odraža svojevrstno stališče države do mednarodne humanitarne politike, je eden od ciljev delovanja nacionalnega odbora, čeprav ne prednostni. O tem priča odstavek iz uvoda v Program dela in finančni načrt UNICEF-a Slovenija 2006 (UNICEF Slovenija 2006b), kjer je zapisano:

»Nova vlada je prav tako prvič pripravila Zakon o mednarodnem sodelovanju in humanitarni pomoči. To zahteva v naslednjih letih skupno strategijo in delovanje UNICEF-a in UNICEF-a Slovenija – predsednice nacionalnega odbora, upravnega odbora, gospodarskega odbora in izvršne direktorice – da se še izboljša odnos z vlado, morebiti sprejme sporazum o medsebojnem sodelovanju med vlado in UNICEF-om ter pridobi več sredstev za UNICEF in otroke v svetu tudi s strani Vlade R Slovenija.«

Višji vladni prispevek in izboljšanje odnosov z vlado sta v nadaljevanju programa zapisana tudi kot cilj nacionalnega odbora. Pa vendar v Sloveniji uspešnost tradicionalne javne diplomacije UNICEF-a ni razvidna le iz denarnega prispevka države. Zagotovo ni mogoče zanesljivo trditi, da je predvsem delo UNICEF-a Slovenija motiviralo državo, da se izpostavi kot podpredsedujoča izvršnemu odboru UNICEF-a v letih 2000 do 2002 ali kot organizatorica posveta o nasilju nad otroki leta 2005, kakor tudi ne, da je izključno prispevalo kar k trem srečanjem predsednika vlade in kasneje republike dr. Janeza Drnovška ter izvršne direktorice UNICEF-a Carol Bellamy (Ljubljana, Davos, New York). Zagotovo pa izgrajena prepoznavnost organizacije in podpora, ki si jo je zagotovila med širšo javnostjo in vplivnimi posamezniki, nista bila zanemarljiva dejavnika.

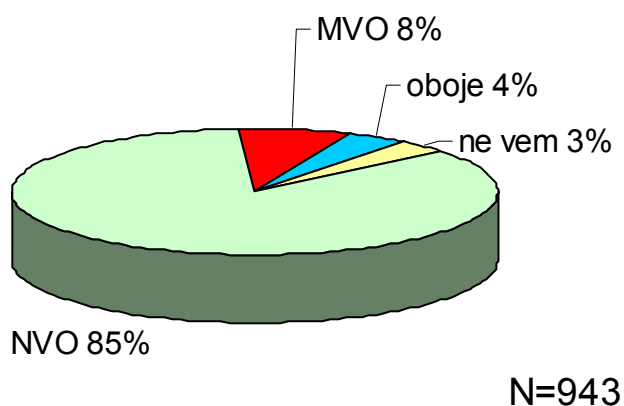
Še ena značilnost uspešne javne diplomacije, ki jo UNICEF skozi nacionalne odbore dosledno uresničuje, je že omenjeno izvajanje javne diplomacije preko partnerjev iz nevladnih vrst, kar strokovnjaki javne diplomacije posebej izpostavljajo kot enega ključnih prijemov za učinkovitost sporočanja. Nevladne organizacije naj bi imele bistveno večjo kredibilnost, kot jo imajo vladni predstavniki.

Zanimivo iztočnico za razmišljanje o odnosu med nacionalnimi odbori kot NVO in UNICEF-om kot medvladno organizacijo je dal Jens Matthes (intervju, 2007: 1), ki vodi UNICEF-ov program zagovorništva otrokovih pravic v industrijsko razvitih državah. Vprašali smo ga, če ocenjuje, da ima mehka moč, s katero razpolagajo nacionalni odbori kot nevladni partnerji UNICEF-ove javne diplomacije, vpliv na nacionalne vlade, da sprejemajo otrokom prijazne

rešitve. Odgovoril je, da ga dolgoročno zagotovo imajo, vendar je poudaril, da so nacionalni odbori razumljeni kot UNICEF in ne kot nevladni partnerji, ki bi zato imeli večjo kredibilnost. Sklepamo lahko, da ta vpliv nacionalnih odborov Matthes pripisuje medvladni naravi UNICEF-a.

Pri vladnih funkcionarjih in zaposlenih uradnikih lahko to celo drži. Smo pa njegovo stališče glede razumevanje statusa nacionalnih odborov vseeno soočili z mnenjsko poizvedbo med najzvestejšimi darovalci UNICEF-a Slovenija.

Slika 4.2.: Ali UNICEF razumete kot medvladno ali kot nevladno organizacijo?



Na vprašanje, ali razumejo UNICEF kot medvladno ali nevladno organizacijo, jih je od 943 kar 801 odgovorilo, da je UNICEF nevladna organizacija, 71, da je medvladna, medtem ko se jih 32 ni moglo odločiti oz. niso razumeli vprašanja. Pravilen odgovor, da je oboje, torej UNICEF v svetu medvladna in UNICEF Slovenija nevladna organizacija, je podalo le 39 vprašanih. 85 odstotkov najzvestejših darovalcev torej razume UNICEF kot nevladno organizacijo.

Rezultat popolnoma pritrjuje odgovoru Jensa Matthesa v delu, ko pravi, da ljudje enačijo nacionalne odbore in UNICEF. K takšnemu poenotenju razumevanja UNICEF-a si v organizaciji intenzivno prizadevajo že od leta 2003, ko so prenovili blagovno znamko in so si v procesu njenega uveljavljanja zastavili ta cilj (glej UNICEF 2003). Pomembnejša pa je

ugotovitev, da je zaradi poenotenega razumevanja nacionalnih odborov in UNICEF-a slednji tudi kot medvladna organizacija v zavesti darovalcev razumljen kot del nevladnega sektorja.

S stališča vladnega oz. medvladnega subjekta kot nosilca javne diplomacije je to zagotovo dosežek. Najverjetneje pa ga celo presega in je vsaj v Sloveniji danes nacionalni odbor v tisti javnosti (vlada), za katero je bolj kredibilen sogovornik, če se predstavlja kot predstavnik medvladne organizacije, razumljen tako, v javnosti, ki večjo kredibilnost pripisuje nevladnemu sektorju (splošna javnost), pa kot NVO. Ni veliko organizacij, ki bi jim uspelo v javnosti tako prepričljivo ustvariti takšen vtis; tudi zato je UNICEF toliko bolj vreden obravnave skozi prizmo javne diplomacije.

4.2.4.2.2. Ambasadorji dobre volje

UNICEF-ovi ambasadorji dobre volje imajo s stališča izvajanja UNICEF-ove javne diplomacije zelo podobno vlogo kot nacionalni odbori UNICEF-a. To je razvidno iz dokumenta *A Guide to Working with Goodwill Ambassadors* (UNICEF 2004), kjer so opredeljene njihove naloge in pravila sodelovanja z njimi kot uglednimi predstavniki civilne družbe.

Od leta 1953, ko je Danny Kay postal prvi ambasador dobre volje, »so UNICEF-ovi ambasadorji pomagali vplivati na vladne politike v imenu otrok, predstavljati njihove pravice po celem svetu in zbirati sredstva za programe, ki jih podpira UNICEF,« je zapisano v dokumentu. To počno z vplivanjem na javno zavest in njenim usmerjanjem na probleme otrok ter na nujnost njihovega prednostnega obravnavanja; hkrati tudi pomagajo pri zbiranju sredstev za UNICEF.

UNICEF-ovi ambasadorji so vodilni na svojem profesionalnem področju – umetnost, znanost, film, zabava, šport, gospodarstvo in druga področja – in so pripravljeni uporabiti doseženi položaj v družbi za promocijo pravic in potreb otrok. Morajo biti predani vrednotam in načelom, zapisanim v Listini Združenih narodov (OZN 1945), Splošni deklaraciji o človekovih pravicah, Konvenciji o otrokovih pravicah in drugim mednarodnim dokumentom in smernicam, ki jih podpira UNICEF. Identificirajo se s temeljnim poslanstvom UNICEF-a, ki ga predstavljajo izgradnja sveta po meri otrok, promocija in varovanje pravic vsakega otroka ter uresničevanje potreb in izboljšanje položaja vseh

otrok, še posebej tistih v najmanj razvitih državah sveta. Zato so se pripravljene aktivno in neposredno vključiti v širjenje razumevanja in uresničevanje otrokovih pravic, zapisanih v Konvenciji o otrokovih pravicah in drugih mednarodnih aktih ter v oblikovanje otrokom naklonjenega javnega mnenja in bivanjskega okolja. Prepoznani so kot pomembni predstavniki civilne družbe in kot strastni, pogumni, navdušujoči, skrbeči, načelni, verodostojni in sposobni zagovorniki otrok ter njihovih pravic. (glej UNICEF2004)

Ker smo do zdaj spoznali, da imajo mnoge aktivnosti UNICEF-a značaj javne diplomacije – vplivajo na mednarodno obnašanje vlad in nacionalnih civilnih družb, je očitno, da so ambasadorji dobre volje v veliki meri naslovniki in sporočevalci njegove javne diplomacije.

Sicer pa je bil UNICEF pionir na področju dela z znanimi osebnosti. Dany Kaye ni bil le prvi UNICEF-ov, ampak prvi ambasador dobre volje nasploh. Danes to ali pa zelo podobno obliko predstavljanja organizacije v javnosti in pridobivanja javne podpore uporabljajo še mnoge druge nevladne in medvladne organizacije.

4.2.4.3. Naslovniki UNICEF-a

Neposredne naslovnike javne diplomacije UNICEF-a smo obravnavali že v poglavju 4.1.3 Tuja civilna družba in UNICEF. Naslovniki javne diplomacije UNICEF-a se bistveno ne razlikujejo od naslovnikov javne diplomacije nasploh in tudi vprašanja v zvezi s tem ostajajo ista, kot že obravnavana v prvem delu. V vsakem primeru je naslovnik civilna družba, s stališča tradicionalne javne diplomacije pa je končni naslovnik lahko tudi vlada.

VI. SKLEP

Skozi konceptualno analizo pri določanju pomena posameznih pojmov in njihovih opredelitev ter medsebojnih razmerij, smo v prvem delu opredelili javno diplomacijo, ki nam je potem služila kot kriterij za izbor elementov javne diplomacije v UNICEF-u. Naša opredelitev se glasi:

Javna diplomacija je na mehki moči temelječe sredstvo funkcionalno avtonomne zunanje politike, s katerim želi nekdo preko vpliva na civilno družbo tuje države vplivati tako na zunanjepolitično ravnanje uradnih predstavnikov te države kot tudi na zunanjepolitične odločitve subjektov civilne družbe te države.

Potem je bilo potrebno opredeliti tudi igralce javne diplomacije. Kot v vsakem komunikacijskem procesu tudi pri javni diplomaciji lahko ločimo glavne – to so sporočevalci in naslovniki. S stališča javne diplomacije kot komunikacijskega sredstva zunanje politike smo v prvo skupino vključili nosilce, ki so glavni odločevalci v organizaciji, in izvajalce, ki so ostali predstavniki organizacije. Naslovniki so ciljne javnosti oz. civilna družba tuje države in končna javnost, ki je lahko tudi vlada ali drug organ oblasti, ki ima ključni vpliv na zunanjo politiko država. V javni diplomaciji pa pomembno vlogo igra posredna javnost, to so partnerji – agenti, ki so na eni strani v vlogi naslovnika in na drugi v vlogi sporočevalca.

Zelo pomembna za razumevanje celotnega koncepta javne diplomacije je bila tudi umestitev pojma mehke moči v razmerju do javne diplomacije. To razmerje smo opredelili v treh točkah, in sicer vir mehke moči, uporabnik mehke moči in skrbnik mehke moči. Z njo je treba racionalno upravljati, saj je njeno razpolaganje omejeno.

Navedeno bi zadostovalo za nadaljnje delo, če bi analizirali koncept javne diplomacije države. Ker pa je naš predmet analize mednarodna organizacija, se je bilo potrebno poglobiti v posebnosti tovrstnega nosilca.

Iz opredelitev javne diplomacije je bilo razvidno, da nihče ne zanika možnosti izvajanja javne diplomacije mednarodnih organizacij. Za potrditev teze, da je javna diplomacija v mednarodnih organizacijah možna, pa opredelitev javne diplomacije, na kateri gradimo

naše delo, narekuje potrditev obstoja lastnega avtonomnega interesa (distinktivne volje), vodenja zunanjih odnosov oz. obstoj zunanje politike in odnosov s tujo civilno družbo.

Danes je najširše sprejeto, da so mednarodne organizacije mednarodne pravne osebe, vendar so močno drugačne od držav. Enako je z vodenjem zunanjih odnosov mednarodnih organizacij. Mednarodne organizacije vodijo zunanje odnose, ki se kljub številnim skupnim točkam z zunanjimi odnosi držav od njih tudi močno razlikujejo. Ugotovitev zadostuje našemu kriteriju, da zunanji odnosi in zunanja politika pri mednarodnih organizacijah obstajata in da je s tem izpolnjen eden od ključnih pogojev za obstoj javne diplomacije mednarodnih organizacij.

Če želimo govoriti o javni diplomaciji v zunanjih odnosih mednarodnih organizacij, morajo biti ti vodeni avtonomno. Sicer bi bilo tisto, kar se kaže kot javna diplomacija nekega nosilca, le posredovanje interesa drugih subjektov mednarodnih odnosov. Veliko avtorjev, nekatere smo v nalogi tudi navedli, kot eno pogostih značilnosti mednarodnih organizacij izpostavlja distinktivno voljo, zato lahko zaključimo, da je zadovoljen tudi ta kriterij za obstoj javne diplomacije mednarodnih organizacij.

O tem, da mednarodne organizacije komunicirajo s civilno družbo, ni dvoma. Pri obravnavi tega elementa smo postavili kriterije, s katerimi smo se omejili na tiste odnose, ki ustrezajo javni diplomaciji v njenem najožjem pomenu. Drugače bi vsi odnosi, ki jih imajo mednarodne organizacije s civilno družbo, sodili v sfero javne diplomacije, saj gre v primeru vseh za tuje civilne družbe. Zato kot javnodiplomatske komunikacije nismo upoštevali tiste komunikacije s civilno družbo, ki nima neposrednih mednarodnih razsežnosti in so komunikacijske dejavnosti v korist javne podobe mednarodne organizacije oz. odnosa z določenimi javnostmi le vzporedne.

Z analitičnim pristopom k tematiki smo ugotovili, da so mednarodne organizacije brez zadržkov lahko nosilke javne diplomacije, kot smo jo opredelili. Ali je tako v UNICEF-u? To v analitičnem delu naloge sicer ni izmerjeno. Na podlagi številnih uspešnih kampanj, ki so obravnavane v nalogi in med katerimi bi lahko izpostavili značilno diplomatske dogodke, npr. dve srečanji voditeljev držav za otroke (1990 in 2002) ter sprejetje in ratifikacijo Konvencije o otrokovih pravicah, lahko sklepamo, da avtonomija organizacije v zunanji politiki v veliki meri obstaja. Brez iniciativnega zunanjepolitičnega angažmaja vodstva

organizacije, zaposlenih in tudi dejavnih predstavnikov vlad v izvršnem odboru, ti in drugi mednarodni dogodki ter pobude ne bi bili tako uspešni.

Kot elemente javne diplomacije v celotni komunikaciji UNICEF-a smo ocenili in izpostavili tiste, ki odgovarjajo naši opredelitvi le-te. Ugotovili smo, da v ta krog sodijo mnoge aktivnosti upravljanja z novicami, strateškega komuniciranja in strategije ustvarjanja partnerstev. Prav tako ugotavljamo, da mednarodna organizacijska struktura UNICEF-a skoraj v popolnosti odgovarja potrebam izvajanja javne diplomacije. Poleg standardnih igralcev javne diplomacije ima namreč UNICEF dve skupini igralcev, ki javno diplomacijo organizacije ključno opredeljujeta in imata malo ali nobene primerjave v drugih organizacijah. To so nacionalni odbori UNICEF-a in ambasadorji dobre volje kot nevladni predstavniki vladne organizacije v posamičnih državah.

Obravnavanje komunikacijskih aktivnosti UNICEF-a s civilno družbo (upravljanje z novicami, strateško komuniciranje, ustvarjanje razmerji) pokaže, da so številne med njimi usmerjene v spreminjanje njenega odnosa in posredno odnosa vlad do mednarodnih vprašanj. To pa je tista posamična lastnost javne diplomacije, ki jo najbolj opredeljuje.

V ta krog sodijo tudi dejavnosti, ki v industrijsko razvitih državah oblikujejo naklonjeno okolje zbiranju sredstev za UNICEF-ove programe. Populariziranje razvojne pomoči oz. globalne solidarnosti z množičnimi mediji, strokovnimi javnostmi, otroki in mladostniki ter odraslimi, ki se z otroki profesionalno ukvarjajo, in drugimi posamičnimi javnostmi je namenjeno spreminjanju njihovega odnosa in odnosa države do enega osrednjih mednarodnih vprašanj. To je odnos med razvitim severom in nerazvitim jugom ter vprašanje, kdo vse je odgovoren za reševanje problema nerazvitih držav. Večina teh UNICEF-ovih aktivnosti se odvija pod okriljem dveh programov, ki nosita veliko značilnosti strateškega komuniciranja, in sicer program Zagovorništva otrokovih pravic in Izobraževanja za razvoj.

UNICEF pri uresničevanju svojega poslanstva v veliki meri upošteva elemente, ki smo jih izpostavili kot pomembne za uspešno izvajanje javne diplomacije. Razumevanje ciljnih javnosti kot prvega med njimi zagotavlja s stalno prisotnostjo na terenu. Dialog in usklajevanje namesto enosmernega toka sporočanja sta mu lastna že kot mednarodni organizaciji, kjer je usklajevanje edini način odločanja v zunanji politiki. Enostavno

poročanje je del pravilne uporabe blagovne znamke; z dokazovanjem pomembnosti pa zaradi natančno določenega področja dela, to so otroci in njihove pravice, tudi nima težav.

Pri obravnavi nacionalnih odborov kot igralcev javne diplomacije UNICEF-a smo na primeru UNICEF-a Slovenija ugotovili, da UNICEF uspešno izkorišča nevladno naravo svojega predstavnika v Sloveniji. Kot vedo povedati zaposleni na UNICEF-u Slovenija, je bilo s strani nekaterih državnih uslužbencev in funkcionarjev še konec devetdesetih mogoče slišati, da je UNICEF Slovenija le ena izmed tisočih nevladnih organizacij in naj temu prilagodi tudi svoja pričakovanja do njih. Danes je UNICEF Slovenija ena od treh večjih partnerskih organizacij, ki je redno vabljen k sodelovanju, ko se država odloči, da bo ponudila mednarodno pomoč v naravnih nesrečah ali humanitarnih krizah. Tudi redni letni prispevek države UNICEF-u se temu primerno ves čas povečuje.

Obseg analitičnega in raziskovalnega dela, ki je bilo opravljeno za to nalogo, pritrjuje tezi, da velik del komunikacijskih aktivnosti UNICEF-a sodi v sfero javne diplomacije. Še posebej tisti del, ki se nanaša na komunikacijo v razvitih državah.

Za še večjo verodostojnost te trditve bi potrebovali več empiričnih podatkov, ki bi jih lahko pridobili z ustreznimi raziskavami. V ta namen bi bilo koristno opraviti panelno javnomnenjsko raziskavo o ugledu organizacije in jo primerjati z natančno analizo aktivnosti nacionalnih odborov in ambasadorjev v istih obdobjih in aktivnostmi državnih predstavnikov na področjih, ki jih pokriva UNICEF. Takšno analizo stanj bi bilo dobro opraviti v več državah, kjer delujejo nacionalni odbori. Tega za to delo, zaradi omejenih virov, ni bilo mogoče opraviti.

Ne glede na to, da v UNICEF-u termin javna diplomacija nima prostora, o njej v organizaciji veliko razmišljajo, jo strateško načrtujejo in tudi izvajajo.

VII. BIBLIOGRAFIJA

- ADST – Association For Diplomatic Studies and Training (2006): *An Online Exploration of Diplomatic History and Foreign Affairs: Contemporary Diplomacy - Public Diplomacy*. Dostopno na <http://www.usdiplomacy.org/diplomacytoday/contemporary/public.php> (18. februar 2008).
- Anholt, Simon (2007): *Nation branding, place branding, destination branding, country branding: Competitive Identity ... what does it all mean?* Dostopno na <http://www.earthspeak.com/> (3. februar 2008).
- Bellamy, Carol (1999): *UNICEF: 10th Anniversary of the Adoption of the Convention on the Rights of the Child*. Dostopno na http://www.unicef.org/media/media_11958.html (4. september 2008).
- Benko, Vlado (1987): *Mednarodni odnosi*. Maribor: Založba obzorja.
- Berridge, G. R. in Alan James (2001): *A Dictionary of Diplomacy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Black, Magge (1986): *The Children and The Nations: The Story of UNICEF*. Sydney: Macmillan.
- Black, Maggie (1996): *Children First – The Story of UNICEF, Past and Present*. New York: Oxford University Press.
- Brown, John (2002): *The Purposes and Cross-purposes of American Public Diplomacy. American Diplomacy*. Dostopno na http://www.unc.edu/depts/diplomat/archives_roll/2002_0709/brown_pubdipl/brown_pubdipl.html (22. januar 2008).
- Cull, Nicholas J. (2006): *Public Diplomacy' Before Gullion: The Evolution of a Phrase*. Dostopno na <http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2652/gullion.pdf> (11. januar 2008).
- Černigoj, Lavra (2006): *Javna diplomacija in Republika Slovenija*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Encyclopædia Britannica*, Dostopno na <http://www.britannica.com/ebc/article-9368084> (14. marec 2008).
- Green, Fitzhugh (1988): *Our First Public Diplomats*. Dostopno na <http://www.usdiplomacy.org/diplomacytoday/contemporary/public.php> (9. januar 2008).
- Gregory, Bruce (2005): *Public Diplomacy and Strategic Communication: Cultures, Firewalls, and Imported Norms*. Dostopno na <http://www8.georgetown.edu/cct/apsa/papers/gregory.pdf> (4. februar 2008).

- Gruban, Darja (2002): *Javna diplomacija kot sodobna diplomatska praksa*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Guček, Bojan (2003): *Sedem fragmentov k zunanji politiki*. Dostopno na <http://www.prihodnost-slovenije.si/uprs/ps.nsf/krf/CB261848EBE2C81EC1256E940046C579?>- OpenDocument (13. februar 2008).
- Hemery, John (2005): *Training for Public Diplomacy: and Evolutionary Perspective*. V Jan Melissen (ur.): *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, 196–209. New York: Palgrave Macmillan.
- Henrikson, Alan K. (2006): *What Can Public Diplomacy Achieve?* Netherland Institute of International Relations 'Clingendael'. Dostopno na http://www.clingendael.nl/publications/2006/20060900_cdsp_paper_dip_c.pdf (4. september 2008).
- Hocking, Brian (2005): *Rethinking the »New« Public Diplomacy*. V Jan Melissen (ur.): *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, 28–41. New York: Palgrave Macmillan.
- Hoffman, David (2002): *Beyond Public Diplomacy (US Propaganda in Muslim Countries)*. (March-April), Dostopno na <http://www.foreignaffairs.org/20020301faessay7974/david-hoffman/beyond-public-diplomacy.html> (4. september 2008).
- Hulme, David (2007): *Global Public Policy and the Millennium Development Goals (MDGs): A Short History of the World's Biggest Promise*. Manchester: University of Manchester Press.
- Klabbers, Jan (2002): *An Introduction to International Institutional Law*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kuncizik, Michael (2003): *Transnational Public Relations by Foreign Governments*. V Krishnamurthy Sriramesh in Dejan Verčič (ur.): *The Global Public Relations Handbook*, 399–424. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Leonard, Mark (2002a): *Diplomacy by other means*. *Foreign Policy* (september/oktober), 48–56.
- Leonard, Mark (2002b): *Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Center.
- Leonard, Mark in Vidhya Alakeson (2000): *Going Public: Diplomacy for the Information Society*. London: Foreign Policy Centre.
- Manojlovic, Marija in Thorheim, Celia Helen (2006) *Crossroads of Diplomacy: New Challenges, New Solutions*. Netherland Institute of International Relations 'Clingendael'. Dostopno na http://www.clingendael.nl/publications/2006/20060900_cdsp_paper_dip_c.pdf (2. september 2008).

- Matthes, Jens (2007): Intervju z UNICEF-ovim regionalnim svetovalcem za zagovorništvo otrokovih pravic. Ženeva, avgust.
- McClellan, Michael (2004): *Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy*. Vienna Diplomatic Academy. Dostopno na <http://www.publicdiplomacy.org/45.html> (28. december 2007).
- McEvoy-Levy, Siobhan (2001): *American Exceptionalism and US Foreign Policy: Public Diplomacy at the End of the Cold War*. New York; Palgrave.
- Melissen, Jan (2005): *Introduction; The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice*. V Jan Melissen (ur.): *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, 3–28. New York: Palgrave Macmillan.
- Melissen, Jan (2006): *Public Diplomacy between Theory and Practice – The Present and Future of Public Diplomacy: A European Perspective*. The 2006 Madrid Conference on PD. Dostopno na http://www.clingendael.nl/publications/2006/20061200_cdsp_paper_melissen.pdf (2. avgust 2008).
- MS Society of Canada: *Advocacy Guide*. Dostopno na http://www.msocalgary.org/advocacy_guide.htm (4. april 2008).
- Nye, Joseph (1990): Soft Power. *Foreign Policy* (september/oktober), 153–171.
- Nye, Joseph S. Jr. (2004): *Soft Power – The Means to Success in World Politics*. New York: Perseus Publishing.
- OZN (1945): *Ustanovna listina Združenih narodov – The Charter of the United Nations*. Dostopno na <http://www.un.org/aboutun/charter/index.html> (12. september 2008).
- OZN (1989): *Konvencija o otrokovih pravicah – Convention on the Rights of the Child*. Dostopno na <http://www.unicef.si/main/knjiznica.wlgt?Id=4909> (12. september 2008).
- OZN (1961): *Dunajska konvencija o diplomatskih odnosih – The Vienna Convention on Diplomatic Relations*. Dostopno na [http://www.unog.ch/80256EDD006B8954/\(httpAssets\)/7F83006DA90AAE7FC1256F260034B806/\\$file/Vienna%20Convention%20\(1961\)%20-%20E.pdf](http://www.unog.ch/80256EDD006B8954/(httpAssets)/7F83006DA90AAE7FC1256F260034B806/$file/Vienna%20Convention%20(1961)%20-%20E.pdf) (12. september 2008).
- OZN (1969): *Dunajska konvencija o pogodbenem pravu – The Vienna Convention on the Law of Treaties*. Dostopno na http://untreaty.un.org/ilc/texts/instruments/english/conventions/1_1_1969.pdf (12. september 2008).
- OZN (1986): *The Vienna Convention on the Law of Treaties between States and International Organizations or Between International Organizations*. Dostopno na http://untreaty.un.org/ilc/texts/instruments/english/conventions/1_2_1986.pdf (12. september 2008).
- Petrič, Ernest (1996): *Zunanja politika majhnih držav*. Teorija in praksa 33(6), 876–97.

- Plavšak Krajnc, Kristina (2004): *Javna diplomacija – temeljni koncepti in trendi*. Media forum, center za javno komuniciranje. Dostopno na <http://www.media-forum.si> (13. marec 2008).
- Riordan, Shaun (2005): *Dialogue-based Public Diplomacy: A New Foreign Policy Paradigm*. V Jan Melisen (ur.) *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, 180–96. New York: Palgrave Macmillan.
- Schermers, Henry in Niels M. Blokker (1995): *International Institutional Law*. Haag: Kluwer Law International.
- Signitzer, Benno H. in Coombs, Timothy (1992): *Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Covergences*. *Public Relations Review* 18(2), 137–47.
- Simič, Maša (2008): Intervju s svetovalko izvršne direktorice za odnose z javnostmi v UNICEF-u Slovenja. Ljubljana (12. maj 2008).
- Spletna stran Kimberley Process (2000). Dostopno na <http://www.kimberleyprocess.com> (9. marec 2008).
- Šmigoc, Mateja (2003): *Komuniciranje v diplomaciji*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Širnik, Boštjan (2002): *Diplomacija XX. Stoletja*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- UNICEF (1996): *UNICEF's Mission Statement*. Dostopno na http://www.unicef.org/about/who/index_mission.html (7. junij 2008).
- UNICEF (2001): *Recognition Agreement: Cooperation Agreement between UNICEF and the National Committee for UNICEF*. New York: UNICEF, Division of Communication.
- UNICEF (2003): *Brand Book*. New York: UNICEF, Division of Communication, april.
- UNICEF (2004): *A Guide to Working with Goodwill Ambassadors*. New York: UNICEF, Division of Communication.
- UNICEF (2006): *Annual Report 2006*. Dostopno na <http://www.unicef.org/about/annualreport/> (9. avgust 2008).
- UNICEF (2008a): *What You Should Know About Financial and Business Processes at UNICEF*. April, arhiv avtorja.
- UNICEF (2008b): *What we do?* Dostopno na <http://www.unicef.org/whatwedo/index.html> (12. september 2008).
- UNICEF (2008c): *Communication for Development in UNICEF: FAQs Draft Document*. Maj, arhiv avtorja.
- UNICEF (2008č): *Child-Rights Advocacy in Industrialized Countries; A Guidance Framework for UNICEF National Committees*. Final Draft 27. 02., arhiv avtorja.

- UNICEF (2008d): *Education for Development: A Policy Framework for UNICEF's National Committees*. Dostopno na <http://www4.intranet.unicef.org/> (17. maj 2008).
- UNICEF (2008e): *International Children's Day of Broadcasting (ICDB)*. Dostopno na http://www.unicef.org/videoaudio/video_icdb.html (12. september 2008).
- UNICEF (2008f): *About Partnerships*. Dostopno na http://www.unicef.org/about/index_3374.html (12. september 2008).
- UNICEF (2008g): *Executive Board*. Dostopno na <http://www.unicef.org/about/execboard/index.html> (12. september 2008).
- UNICEF Slovenija (2006a): *UNICEF Slovenija/UNICEF v svetu*. Ljubljana: UNICEF Slovenija.
- UNICEF Slovenija (2006b): *Program dela in finančni načrt UNICEF-a Slovenija 2006*. Arhiv avtorja.
- Vojnovič, Goran (2008): *Popkultura na fronti*. Dnevnik (19. avgust 2008), Dostopno na <http://www.dnevnik.si/debate/komentarji/341457> (19. avgust 2008).