

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Marjetka Krničar

Uporaba javne diplomacije na obrambnem področju

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Marjetka Krničar

Mentor: doc. dr. Uroš Svete

Somentor: doc. dr. Milan Brglez

Uporaba javne diplomacije na obrambnem področju

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

*»Spodbude prihajajo od zunaj, spoznanja od znotraj,
a le, ko oboje sovpade, dobimo razvoj.«*
Seneka

Hvala
*vsem, ki ste me na študijski poti spodbujali, podajali konstruktivne pripombe,
prispevali odgovore in soustvarjali pogovore,
skratka vsem, ki ste si vzeli čas in postali del te »zgodbe«!*

POVZETEK

Uporaba javne diplomacije na obrambnem področju

Sodobna javna diplomacija, ki je predmet proučevanja v mojem magistrskem delu, se dotika več sfer družbenega življenja – politične, gospodarske, kulturne, varnostne, obrambne ter drugih, ki so v veliki meri med seboj prepletene in vzajemno povezane. Osredotočam se na obrambno področje, kjer poudarek namenjam izvajanju javne diplomacije na ravni organizacije kolektivne obrambe – Nata in Slovenije, kot njegove članice.

V kompleksnem mednarodnem okolju prisotnost digitalnih medijskih tehnologij z možnostjo hipnega prenosa informacij po svetu briše mejo med domačo in tujo (mednarodno sfero), javnosti oz. posamezniki niso več zgolj pasivni prejemniki novic, ampak se (zlasti v virtualnih omrežjih) vedno bolj aktivno odzivajo, še posebej, kadar je ogrožena njihova varnost. Oblikujejo oz. tvorijo javno mnenje, zato je za uspešno oblikovanje in izvajanje politik, še posebej obrambne, ki zadeva občutljivo področje uporabe sile, z njimi potrebno sodelovati, da bi pridobili njihovo podporo, ki je hkrati tudi vir legitimnosti. Pri tem odločilno vlogo igra sodobna javna diplomacija, kot na mehki moči temelječ politični in komunikacijski instrument za vzpostavitev interakcije z javnostmi, spodbujanja dialoga in sodelovanja z njimi z namenom ustvarjanja razumevanja ter podpore za politike in aktivnosti, ki vodijo k uresničevanju interesov in ciljev tistega, ki jo uporablja. Osnovne kategorije, na katerih gradim analizo, so akterji ter medsebojno prepletene dimenzije, nivoji ter elementi strukture javne diplomacije.

V pričujočem delu preverjam, ali je izvajanje sodobne javne diplomacije skrbno načrtovano in del njunih politik, hkrati pa usklajeno na obeh ravneh ter med njima in omogoča zagotavljanje javne podpore obrambno-varnostnim interesom Slovenije in Nata. Ugotavljam tudi, ali sodobna javna diplomacija Nata in Slovenije dejansko sledi sodobnim trendom v komunikaciji in razvoju informacijsko-komunikacijske tehnologije, da bi obrambno-varnostne vsebine približala čim širšemu krogu javnosti, dosegla njihovo pozornost, omogočila interakcijo z njimi in si zagotovila njihovo podporo.

Na podlagi pregleda organiziranosti javne diplomacije na ravni Nata (organizacije) in ravni Slovenije (države) ter analize procesa oblikovanja obstoječega Natovega Strateškega koncepta, delovanja Slovenije v vlogi kontaktnega veleposlaništva Nata v Črni gori ter izrabe možnosti sodobne informacijsko-komunikacijske tehnologije in sodobnih načinov komuniciranja v okviru izvajanja digitalne diplomacije oblikujem oceno o dejanski uporabi sodobne javne diplomacije za uresničevanje politik ter doseganje ciljev na obrambnem področju v Natu in Sloveniji.

Ključne besede: javna diplomacija, Nato, Slovenija, Strateški koncept Nata, kontaktno veleposlaništvo Nata, digitalna diplomacija, družbena omrežja.

ABSTRACT

Use of public diplomacy in defence field

New public diplomacy, the subject-matter of my master's thesis, covers many different spheres of social life – political, economical, cultural, defence and other – to a great extent intertwined and interrelated spheres. The main focus of my thesis lies on defence field, more precisely on the application of public diplomacy at the level of a collective defence organization – NATO and Slovenia as its member.

In the complex international environment, the presence of digital media technologies enabling instant transfer of information all across the globe blurs the line between the domestic and the foreign (international) sphere; the public and the individuals are no longer merely passive recipients of news (especially in virtual networks), on the contrary, they are becoming more and more actively involved. Nowadays, they contribute to the formation and creation of the public opinion. Hence successful formation and implementation of policies, especially defence policy referring to the sensitive field of the use of force, requires their cooperation and support which is at the same time a source of legitimacy. As a soft-power based political and communication instrument, the new public diplomacy plays a key role in the establishment of interaction with the public that is in the promotion of the dialogue and cooperation with the latter with the intent of creating understanding and support for politics and activities leading to the realization of interests and objectives of those that use this instrument. My analysis is founded on the following basic categories: actors and mutually intertwined dimensions, layers and structural elements of public diplomacy.

In my work I examine whether the application of new public diplomacy, carefully planned and part of both NATO's and Slovenia's politics, which is at the same time coordinated at both levels as well as between them, facilitates the provision of public support to defence and security interests of Slovenia and NATO. I also try to establish whether NATO's and Slovenia's new public diplomacy is in fact following contemporary trends in communication and the development of information and communication technology with a view of introducing defence and security contents to as wide public circle as possible, and with a view of gaining their attention, enabling interaction with them and gaining their support.

Based on the overview of the public diplomacy structure at the NATO level and at the level of Slovenia, the analysis of the process of developing of the existent NATO Strategic Concept, Slovenia's activities in the role of NATO's Contact Point Embassy in Montenegro and the use of possibilities of modern information and communication technologies and modern means of communication in the context of digital diplomacy application, I prepared an assessment on the actual use of new public diplomacy for the realization of policies and the attainment of objectives in the defence field in both NATO and Slovenia.

Key words: public diplomacy, NATO, the Republic of Slovenia, NATO's Strategic Concept, NATO's Contact Point Embassy, social networks

KAZALO VSEBINE

UVOD	9
1 METODOLOŠKO-HIPOTETIČNI OKVIR.....	11
1.1 OPREDELITEV PREDMETA RAZISKOVANJA IN CILJI PROUČEVANJA.....	11
1.2 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE IN HIPOTEZI	13
1.3 METODOLOŠKI PRISTOP	14
2 SODOBNA JAVNA DIPLOMACIJA	16
2.1 SPREMEMBE V DEFINICIJI KONCEPTA JAVNE DIPLOMACIJE	19
2.1.1 Tradicionalna javna diplomacija	19
2.1.2 Premik k sodobni javni diplomaciji.....	21
2.2 KONCEPT SODOBNE JAVNE DIPLOMACIJE.....	26
2.2.1 Akterji javne diplomacije.....	28
2.2.2 Dimenzije javne diplomacije	39
2.2.3 Nivoji javne diplomacije	41
2.2.4 Elementi strukture javne diplomacije	45
2.3. RAZMERJE Z RELEVANTNIMI KONCEPTI	50
2.3.1 Javna diplomacija in mehka moč	51
2.3.2 Konvergenca javne diplomacije z odnosi z javnostmi	54
2.3.3 Razmerje z informacijskimi operacijami (in razmejitev od propagande)	56
3 SODOBNA JAVNA DIPLOMACIJA NA OBRAMBNEM PODROČJU	61
3.1 ORGANIZIRANOST JAVNE DIPLOMACIJE NATA	63
3.2 ORGANIZIRANOST JAVNE DIPLOMACIJE SLOVENIJE	76
4 ANALIZA PRAKTIČNIH PRIMEROV	91
4.1 OBLIKOVANJE NOVEGA STRATEŠKEGA KONCEPTA NATA.....	91
4.2 REPUBLIKA SLOVENIJA V VLOGI KONTAKTNEGA VELEPOSLANIŠTVA NATA V ČRNI GORI	103
4.3 DIGITALNA DIPLOMACIJA NA OBRAMBNEM PODROČJU	111
4.3.1 Nato in digitalna diplomacija.....	122
4.3.2 Slovenija in digitalna diplomacija.....	132
4.3.3 Analiza	135
5 SKLEPNE UGOTOVITVE IN ZAKLJUČNE MISLI	139
6 LITERATURA	148

KAZALO TABEL

Tabela 2.1: Primerjava med tradicionalno in sodobno javno diplomacijo 21. stoletja	24
Tabela 2.2: Dimenzije javne diplomacije.....	39
Tabela 2.3: Klasifikacija elementov strukture javne diplomacije	49
Tabela 3.1: Pregled glavnih sporočil in glavnih tem iz strateških komunikacijskih okvirjev za operacije Nata v Afganistanu, na Kosovu in v Libiji.	67
Tabela 4.1: Ključna sporočila o prihodnji vlogi Nata v govorih generalnega sekretarja Nata Andersa Fogha Rasmussena.....	97
Tabela 4.2: Dogajanje na spletu v času minute – izbrani primeri.....	111
Tabela 4.3: Uporabniki interneta in Facebooka po svetu.....	114
Tabela 4.4: Profili ministrstva za obrambo in vojska na družbenih omrežjih.....	118
Tabela 4.5: Profili izbranih mednarodnih operacij in misij na Facebooku, Twitterju in YouTube (statistični podatki)	120

KAZALO SLIK

Slika 2.1: Model akterjev v sodobni javni diplomaciji in smer izvajanja javne diplomacije.....	38
Slika 2.2: Ponazoritev relevantnih disciplin.....	50
Slika 3.1: Model akterjev javne diplomacije na ravni Nata	72
Slika 3.2: Organiziranost vladnih odnosov z javnostmi	83
Slika 4.1: Model legitimizacije delovanja Nata na primeru Strateškega koncepta iz leta 2010.....	102
Slika 4.2: Paleta spletnih družbenih medijev	113
Slika 4.3: Poziv generalnega sekretarja Nata k prekinitvi prelivanja krvi v Ukrajini.	121
Slika 4.4: Uradna stran Nata na Facebooku	124
Slika 4.5: Uradna stran Nata na Twitterju	126
Slika 4.6: Posnetek vstopne strani Nata na YouTubu.....	128
Slika 4.7: Objava generalnega sekretarja Nata o športnem udejstvovanju na Kanarskih otokih	129
Slika 4.8: Prikaz komuniciranja pomočnice generalnega sekretarja Nata za javno diplomacijo Kolinde Grabar-Kitarović preko Facebooka	130
Slika 4.9: Twitter profil (ministra za obrambo) Romana Jakiča	135

UPORABLJENE KRATICE

CPD	<i>Committee for Public Diplomacy</i> Odbor za javno diplomacijo
CPE	<i>Contact Point Embassy</i> Kontaktno veleposlaništvo
EAPC	<i>Euro-Atlantic Partnership Council</i> Evroatlantski partnerski svet
EU	<i>European Union</i> Evropska unija
EUFOR	<i>European Union Force</i> <i>Operacija pod vodstvom EU v Bosni in Hercegovini</i>
ICI	<i>Istanbul Cooperation Initiative</i> Istanbulska pobuda o sodelovanju
ISAF	<i>International Security Assistance Force</i> Operacija pod vodstvom Nata v Afganistanu
KFOR	<i>Kosovo Force</i> <i>Operacija pod vodstvom Nata na Kosovu</i>
MOM	Mednarodne operacije in misije
MD	<i>Mediterranean Dialogue</i> Sredozemski dialog
NAC	<i>North Atlantic Council</i> Severnoatlantski svet
NATO	<i>North Atlantic Treaty Organization</i> Organizacija severnoatlantskega sporazuma
OZN	<i>United Nations</i> Organizacija združenih narodov
PDD	<i>Public Diplomacy Division</i> Sektor za javno diplomacijo

PfP	<i>Partnership for Peace</i> Partnerstvo za mir
RS	Republika Slovenija
SMOM	Strategija o sodelovanju Republike Slovenije v mednarodnih operacijah in misijah
SPBR	Stalno predstavništvo Republike Slovenije pri zveziNato
UNIFIL	<i>United Nations Interim Force in Lebanon</i> Operacija pod vodstvom Organizacije združenih narodov v Libanonu
VPG	Veleposlaništvo Republike Slovenije v Podgorici
VRS	Vlada Republike Slovenije
ZDA	Združene države Amerike

UVOD

»Dolga leta zgodovine so pokazala, da pomeni imeti ljudi, ki razumejo tvoje razmišljanje, veliko večjo varnost, kot posedovati dodatno podmornico.«

*Izjava nekdanjega senatorja Združenih držav Amerike Williama J. Fulbrighta
(Simpson v Cowan in Arsenault 2008, 19)*

Mednarodni odnosi in diplomacija, obenem pa tudi sodobne vojne, se danes odvijajo v soodvisnih globalnih omrežjih, pri čemer medijski, informacijsko-tehnološki in idejni prostori preraščajo državno ozemlje, s tem pa tradicionalne koncepte suverenosti in moči (Rosenau v Plavšak Krajnc 2004). Informacijska revolucija in globalizacija preoblikujeta in 'zbližujeta svet', politično dogajanje znotraj države postaja vse bolj transparentno navzven in zaradi vpetosti države v mednarodno okolje z dogajanjem v njem neločljivo povezano. »V primerjavi z uporabo vojaške sile so komunikacija, izobraževanje in prepričevanje postale vse važnejši načini delovanja v mednarodnih odnosih« (Gilboa 2008, 60). »Politika v določeni meri postaja tekmovanje za pozornost, legitimnost ter kredibilnost, zmožnost deliti informacije ter biti tisti, ki uživa zaupanje, pa postaja pomemben vir pozornosti in hkrati mehke moči« (Nye 2004, 31).

V informacijski dobi lahko človek dogajanje po svetu, ki je pomembno tudi za njegovo lastno varnost, spremlja daleč izven dometa svojih čutov in v precej večjem obsegu kot v preteklosti. V kompleksnem mednarodnem okolju, kjer se porajajo novi akterji, ob prisotnosti digitalnih medijskih tehnologij z možnostjo hipnega prenosa informacij po svetu, ki briše mejo med domačo in mednarodno sfero, javnosti oz. posamezniki niso več zgolj pasivni prejemnik novic, ampak se (še posebej v virtualnih omrežjih) vedno bolj aktivno odzivajo. V povezavi s tem se krepi zavedanje nacionalnih in mednarodnih akterjev, da je za razumevanje njihovih politik in aktivnosti po svetu, izpolnitev njihovih ciljev, zagotovitev legitimnosti njihovem delovanju in doseganje ugodnega (globalnega) javnega mnenja bistveno večjo pozornost potrebno nameniti sodelovanju s tujimi (hkrati pa tudi z domačimi) javnostmi. Tukaj nastopi javna diplomacija.

V globaliziranem in kompleksnem okolju akterji vse bolj ugotavljajo, da ustrezna mera in način angažiranja s tujimi javnostmi pomenita tudi večjo možnost uspeha. Sodobna diplomacija zato zahteva drugačne pristope, ali kot je dejal neki kanadski veleposlanik v Washingtonu »/.../ sodobna diplomacija, kot jo imenujem jaz, je v veliki meri javna diplomacija in zahteva drugačne spretnosti, tehnike in odnose kot jih najdemo v tradicionalni diplomaciji« (Melissen 2005, 11). Poleg tega je potrebno pozornost konstantno namenjati odnosom z domačimi javnostmi (ki so hkrati volilna baza in davkoplačevalci), saj njim namenjene informacije dosežejo tudi tujo in obratno, zato je »angažiranje v domači javnosti v nekaterih državah postalo del strategije javne diplomacije« (Melissen 2005, 13).

Javna diplomacija se dotika več sfer družbenega življenja – politične, gospodarske, kulturne, varnostne, obrambne ter drugih, ki so v veliki meri med seboj prepletene in vzajemno povezane. Izvajanje javne diplomacije v eni ima določen vpliv na dogajanje v drugi, zato je ta dejavnost ali politika delovanja zelo kompleksno in občutljivo področje tako na ravni države kot tudi organizacije. Moje zanimanje je usmerjeno v obrambno področje, ker menim, da je tudi tukaj raba sodobne javne diplomacije nujna. V krogu organizacij pri njenem prakticiranju prednjači Nato, na ravni držav pa sta v vrhu ZDA in Velika Britanija, medtem ko menim, da Slovenija še ni docela prepoznala njene dodane vrednosti.

Proučevanje sodobne javne diplomacije na obrambnem področju me je v prvi vrsti pritegnilo s profesionalnega vidika – večletnega dela na mednarodnem področju v Ministrstvu za obrambo. Spremljanje konstantnih javnih razprav o smotnosti, legitimnosti in upravičenosti aktivnosti na obrambnem področju (zlasti mednarodnih operacij in misij) ter vedenje ključnih akterjev na državni in mednarodni ravni v povezavi z zagotavljanjem mednarodnega miru in varnosti je porodilo željo, da bolje spoznam javno diplomacijo. S teoretičnega vidika me je k raziskovanju tega področja pritegnilo opažanje različnih razumevanj in interpretacij pojma javna diplomacija ter njeno povezovanje z drugimi koncepti. S praktičnega pa organiziranost in spodbujanje javne diplomacije v okviru Nata ter neizkoriščenost njenega potenciala na obrambnem področju s strani Slovenije, čeprav ga je v preteklosti tudi na tem področju že dobro spoznala.

Zagon za raziskovanje so mi dale takrat zelo aktualne razprave o njeni pomembnosti in kreptitvi njene vloge v dobrobit organizacije Nata, ki so se odrazile tudi v Sloveniji. Še posebej je moja pozornost vzbudila organiziranost izvajanja javne diplomacije v procesu priprave sedanjega Strateškega koncepta Nata, v katerem je vidno vlogo odigrala tudi sodobna informacijsko-komunikacijska tehnologija. Na ravni Slovenije, kot njene članice, sem želela izvedeti več o tem, kako njeno izvajanje poteka na ravni države ter v vlogi zastopnice Nata v tuji državi, torej v primeru kontaktnega veleposlaništva Nata. Moje zanimanje pa je seglo tudi v svetovni splet, ki za javno diplomacijo predstavlja priložnosti in izzive, ki presegajo virtualni svet.

1 METODOLOŠKO-HIPOTETIČNI OKVIR

1.1 OPREDELITEV PREDMETA RAZISKOVANJA IN CILJI PROUČEVANJA

Raziskovalna relevantnost teme in izbira za predmet proučevanja v okviru obramboslovja izvira predvsem iz, po mojem mnenju, naraščajoče vloge in vrednosti javne diplomacije za obrambno področje. V nalogi se ukvarjam z raziskovanjem njenih družbenih razsežnosti na obrambno-varnostnem področju, še posebej z vidika delovanja organizacije kolektivne obrambe in njene članice. Izhajajoč iz zapisov o njej namreč menim, da je bistvenega pomena za izvajanje politik in dejavnosti Nata ter nacionalnovarnostne politike Slovenije, še zlasti njene zunanjepolitične in obrambne komponente. Zato v nalogi predstavljam javno diplomacijo na ravni omenjene politično-vojaške organizacije, nato pa se z vidika države (članice) ukvarjam z javno diplomacijo v Sloveniji.

Menim, da je bila tema v Sloveniji doslej, še posebej z obrambnega vidika deležna (pre)skromne pozornosti, zato želim v prvi vrsti ponuditi celovito osnovo za razumevanje koncepta javne diplomacije ter njeno razmerje oz. razmejitve z relevantnimi sorodnimi koncepti. V praktičnem delu se osredotočam na obrambno področje in v povezavi s tem predstavljam njeno organiziranost na ravni Nata in Slovenije. Podrobneje analiziram njeno delovanje na primeru oblikovanja sedanjega Strateškega koncepta Nata in izvajanja vloge kontaktnega veleposlaništva Nata v

Črni gori s strani Slovenije. Na področju, kjer dominira trda moč, se torej osredotočam na segment mehke moči, ki jo Nato in Slovenija lahko izkoristita za pridobivanje pozornosti in naklonjenosti javnosti. Za slednje pa je pomemben domet javne diplomacije, zato je moj namen tudi vpogled v njeno navezavo na sodobno informacijsko-komunikacijsko tehnologijo ter s tem povezane možnosti sodobnih načinov komuniciranja.

Nato Handbook (2006, 333) navaja, da je »odgovornost za razlago nacionalnih obrambnih in varnostnih politik ter njihove vloge kot članic Nata javnostim v njihovi lastni domeni, saj so njihovi državljani na osnovi demokratične državljske pravice upravičeni do seznanjenosti z dejavnostmi mednarodnih struktur, ki zagotavljajo njihovo varnost«. Članicam je prepuščena tudi izbira načinov in sredstev za komuniciranje z njihovimi javnostmi (prav tam). Iz zapisov o javni diplomaciji Nata prav tako izhaja, da izvajanje te dejavnosti s strani Zavezništva dopolnjujejo nacionalna prizadevanja držav članic.

Zato se v nalogi ukvarjam z identificiranjem ključnih struktur in akterjev, ki sodelujejo pri njenem oblikovanju oziroma izvajanju v Natu in Sloveniji ter z njihovimi medsebojnimi povezavami. S pregledom formalnih podlag, predstavitvijo organiziranosti javne diplomacije na ravni Slovenije in vloge Ministrstva za zunanje zadeve ter Ministrstva za obrambo, kot pglavitnih akterjev na področju kreiranja neločljivo povezanih zunanje in obrambne politike, želim ugotoviti, koliko je dejavnost javne diplomacije v Sloveniji na obrambnem področju razvita, organizirana, vključena v načrtovanje politik ter proces odločanja, medresorsko usklajena in v praksi dejansko izvajana. Hkrati želim prepoznati navezave na to dejavnost v okviru Nata in dognati, kako lahko v sodelovanju z njim Slovenija prispeva k maksimiranju učinkovitosti javne diplomacije v smislu doseganja določenih ciljev skupnega interesa. Posvečam se identificiranju pglavitnih načinov izvajanja javne diplomacije, da bi lahko ugotovila možnosti za izboljšanje njunega skupnega nastopa in doseganje boljših rezultatov. V povezavi s tem predstavljam potencial sodobne informacijsko-komunikacijske tehnologije, ki ponuja možnosti za inovativne pristope k javni diplomaciji.

Dodano vrednost moje magistrsko delo prinaša s praktičnega vidika, saj teoretične predpostavke navezujem na primere iz prakse, kjer precejšnjo pozornost posvečam ugotavljanju, v kolikšni meri in na kakšne načine gre za sistematično in organizirano izvajanje javne diplomacije v določenem obdobju. Analiziram:

- izvajanje javne diplomacije v sklopu oblikovanja novega Strateškega koncepta Nata, v katerega se je Slovenija aktivno vključevala (obdobje 2009–2010),
- delovanje veleposlaništva Slovenije v Črni gori kot kontaktnega veleposlaništva Nata (obdobje 2011–2012),
- pomen informacijsko-komunikacijske tehnologije in sodobnih načinov komuniciranja za izvajanje javne diplomacije.

1.2 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE IN HIPOTEZI

S spreminjanjem mednarodnega okolja, na katerega so bistveno vplivali demokratizacija, globalizacija, informacijsko-tehnološka revolucija in nenazadnje nastop zaostrenih ekonomskih razmer ob koncu prve deкаде 21. stoletja, je krepitvi javne diplomacije na obrambnem področju potrebno posvečati več energije. Z raziskovanjem bi rada dognala, zakaj je javna diplomacija na obrambnem področju potrebna, v kolikšni meri je v okviru Nata in Slovenije to organizirana dejavnost oz. praksa ter kakšna je njuna medsebojna navezava.

Prva teza:

Javna diplomacija predstavlja instrument za doseganje ozaveščenosti, razumevanja in pridobivanja podpore javnosti za izvajanje politik države in organizacije, katere članica je.

- Izvedena hipoteza:

Zagotavljanje javne podpore obrambno-varnostnim interesom Slovenije in Nata omogoča izvajanje sodobne javne diplomacije, ki je skrbno načrtovano in del njunih politik, hkrati pa usklajeno na obeh ravneh ter med njima.

Druga teza:

Izvajanje javne diplomacije je dinamičen proces, ki se mora nenehno prilagajati odločitvam na ravni organizacije in držav članic, spremembam v mednarodnem varnostnem okolju in biti v koraku z napredkom v informacijsko-komunikacijski tehnologiji.

- Izvedena hipoteza:

Sodobna javna diplomacija Nata in Slovenije sledi sodobnim trendom v komunikaciji in razvoju informacijsko-komunikacijske tehnologije, da bi obrambno-varnostne vsebine približala čim širšemu krogu javnosti, dosegla njihovo pozornost, omogočila interakcijo z njimi in si zagotovila njihovo podporo.

1.3 METODOLOŠKI PRISTOP

Pri snovanju magistrskega dela sem zbrala relevantne vire, ki obravnavajo omenjeno problematiko in si v nadaljevanju pomagala z naslednjimi metodami:

- Interpretacija in analiza primarnih in sekundarnih virov, ki sta uporabljeni kot poglobitni orodji za pojasnitev osnovnih teoretičnih opredelitev diplomacije, koncepta javne diplomacije, njegove razmejitve z drugimi relevantnimi koncepti, analiziranju organiziranosti javne diplomacije na ravni Nata in Slovenije ter njune javne diplomacije na svetovnem spletu.
- Komparativna metoda, ki jo apliciram v primerih, ko javno diplomacijo postavljam ob bok drugim relevantnim konceptom oz. pristopom in ugotavljam medsebojne povezave ter razlike, prav tako pa tudi, ko se ukvarjam z organiziranostjo javne diplomacije na ravni organizacije Nato in ravni države – Slovenije ter njuno medsebojno povezanostjo.
- Fokusirane intervjuje, razgovore in pridobljene odgovore na vprašanja sem koristila za pridobivanje informacij iz prakse, torej od dejanskih izvajalcev javne diplomacije, to je tistih strokovnjakov, ki se dnevno ali vsaj zelo pogosto srečujejo in ukvarjajo s področjem javne diplomacije ter z njo povezanih, sorodnih dejavnosti. Ta metoda se je izkazala uporabna za pridobivanje

informacij o njihovih izkušnjah, mnenjih, stališčih, izzivih ter drugih relevantnih vidikih in kontekstih, ki vplivajo na izvajanje javne diplomacije.

- Opazovanje z udeležbo izhaja predvsem iz mojih osebnih izkušenj, srečanj z akterji in aktivnostmi javne diplomacije ter izkušenj pridobljenih z udeležbo na dogodkih v okviru izvajanja javne diplomacije v Sloveniji (Posvet o sodelovanju Republike v mednarodnih operacijah in misijah – januar 2009, javna razprava »Novi izzivi svetovni varnosti« – november 2009, Panel o novem Strateškem konceptu Nata – november 2009).
- Študijo primera uporabljam pri analiziranju procesa oblikovanja novega Strateškega koncepta Nata v obdobju 2009–2010, delovanja veleposlaništva Republike Slovenije v Črni gori v vlogi kontaktnega veleposlaništva Nata za obdobje 2011–2012 ter vpliva informacijsko-komunikacijske tehnologije in sodobnih načinov komuniciranja na izvajanje javne diplomacije.
- Opiram se tudi na izsledke razvojno-raziskovalnega projekta Primerjalna analiza učinkovitega spletnega komuniciranja, ki jo je v letu 2012 izvedlo podjetje Elaborat d.o.o. in se nanaša na načine spletnega komuniciranja med izbranimi obrambnimi sistemi. Ta je osredotočena na pregled načinov spletnega komuniciranja (predvsem na področju mednarodnih operacij in misij), oceno komuniciranja vsebin preko spleta in smiselnost uporabe različnih družbenih omrežij. Zajema uradne spletne strani in največja družbena omrežja (Facebook, Twitter, YouTube, Flickr in Google+), merjenje pa prisotnost elementov obrambnih sistemov v izbranih družbenih omrežjih¹, način in ton komuniciranja, ažurnost ter aktivnost komuniciranja v različnih družbenih omrežjih, pa tudi popularnost, starost in obsežnost profilov.

Z omejitvami in izzivi sem se srečala predvsem pri zbiranju gradiva, saj se z javno diplomacijo v veliki meri ukvarjajo ameriški in britanski raziskovalci, zato je izvorna literatura v Sloveniji težje dostopna, kar se pri pisanju deloma odraža skozi uporabo

¹ Lektorsko društvo Slovenije na spletni strani Znanstvenoraziskovalnega centra Slovenske akademije znanosti in umetnosti (2012) priporoča uporabo termina družbena omrežja, kot »najbolj enoumno in nevtrarno denotacijo«. To pojasnjuje tudi na podlagi spreminjajoče se vloge spletnih omrežij skozi čas – »njihova prvotna vloga je bila predvsem družabnost, kasneje pa so postala pomemben del širše družbene komunikacije in svojevrsten družbeni medij, kjer lahko sodelujoči uresničujejo zelo različne sporočanje cilje: se zgolj zabavajo, posredujejo ali izmenjujejo mnenja in informacije, nagovarjajo potencialne kupce in volivce ter oglašujejo itd.« (prav tam). Uporabljala bom besedno zvezo, ki jo priporočajo, saj želim poudariti različne »družbene funkcije« teh omrežij.

sekundarnih virov. Poseben izziv je predstavljalo področje javne diplomacije Nata. Večina dokumentov, ki ga urejajo, je namreč označena s stopnjo tajnosti. Ob upoštevanju zakonodaje, ki določa varovanje tajnih podatkov, sem se zato morala omejiti zgolj na vire, ki so javno dostopni, čeprav bi v primeru vpogleda v Natove dokumente delo nedvomno imelo bistveno večjo vrednost za razumevanje proučevanega predmeta in znanstveno-strokovni doprinos k temu področju.

2 SODOBNA JAVNA DIPLOMACIJA

Najprej nekaj besed o diplomaciji, katere podzvrst je tudi javna diplomacija. Diplomacija ima več pomenov in zanjo obstaja vrsta definicij. Po klasični definiciji britanskega diplomata Nicolsona je »diplomacija upravljanje mednarodnih odnosov s pogajanjem, metodo, s katero te odnose urejajo in upravljajo diplomati in posebni odposlanci« (Rochester 2010, 114). Njegovo razumevanje se nanaša na formalne prakse vodenja zunanjih odnosov, ki vključujejo ustanavljanje veleposlaništev in izmenjavo veleposlanikov, izmenjavo uradnih sporočil ter vključevanja v pogajanja. Barston (1998, 1) pravi, da se diplomacija ukvarja z »upravljanjem meddržavnih odnosov ter odnosov držav z drugimi dejavniki«. Koncept diplomacije se obravnava tudi kot »splošni proces komuniciranja med državami, medsebojnega vplivanja in reševanja konfliktov s pogajanjem – bodisi uradnimi bodisi neuradnimi – brez uporabe vojaške sile« (Rochester 2010, 114). Russett in Starr (1996, 138) navajata, da lahko diplomacijo smatramo kot »osrednjo tehniko izvajanja zunanje politike« in kot »edino neposredno tehniko, ki vključuje neposredne medvladne interakcije oz. stike z vladnimi predstavniki, ki nam omogočajo doseči ravnanje tujih vlad, ki ga želimo«. Elementi zgornjih definicij so prisotni tudi v opredelitvi Benka (1987, 454), ki pravi, da lahko pod diplomacijo razumemo »zunanjo politiko neke države, postopke in metode v mednarodnih pogajanjih in razreševanju sporov, aparat zunanjega ministrstva neke države, specifično dejavnost in spretnost diplomatov v pogajanjih, /.../ taktično sredstvo, ki ga uporabljajo države v medsebojnem komuniciranju, da bi uresničevale svoje interese.« Po Vukadinoviću (1995, 109) gre za »primarno metodo, s katero se uresničuje zunanja politika ali kot normalno sredstvo komuniciranja v mednarodnih odnosih«. Brglez (1998, 61) pa navaja, da gre za »instrument miroljubnega posredovanja med subjekti mednarodnega prava ter obliko in proces njihovega

medsebojnega komuniciranja.« Navedeno lahko zaokrožim z razlago Jazbeca (2002, 120–121), po kateri je »diplomacija po eni strani način urejanja odnosov med suverenimi državami (ter ostalimi subjekti mednarodnega prava²) po mirni poti (pogovori, pogajanja), po drugi strani pa je kot organizacija (zunanje ministrstvo in diplomatsko-konzularna predstavništva) sredstvo za izvajanje urejanja teh odnosov, to je zunanje politike«.

Realistično razumevanje diplomacijo pojmuje kot instrument ali orodje držav, sicer pa »diplomacija že presega zgolj raven držav in ponazarja brezčasen, eksistenčni fenomen, ki predstavlja odziv na skupne probleme zavedajoč se ločenosti entitet in hkrati nujnosti upravljanja njihovih medsebojnih odnosov« (Sharp v Jönsson 2008, 30). Čeprav je po Dunajski konvenciji o diplomatskih odnosih iz leta 1961 formalno priznana le diplomacija držav, je nemogoče zanemariti vpliv globalizacije ter posledičnih sprememb na področju mednarodnih odnosov in diplomacije. V obdobju po hladni vojni je diplomacijo mogoče vse večkrat prepoznati tudi na drugih ravneh³. Države in vlade tako niso več edini akterji v mednarodnih odnosih, pogajanja se od v preteklosti prevladujočih politično-varnostnih tem usmerjajo tudi na področja mednarodne trgovine, socialnega varstva in blaginje ljudi, veleposlaniki pa tudi niso več edini, ki vodijo pogajanja, to vlogo namreč v veliki meri prevzemajo tudi voditelji držav ali vlad⁴ (Černigoj 2006). »Spremembe v diplomaciji se torej ne dogajajo samo na ravni akterjev, ampak tudi na ravni značilnosti oz. področij delovanja diplomacije« (Udovič 2009, 38). »Moderna diplomacija mora zagotavljati vsestranske informacije, /.../ potreba po teh pa vpliva na razvoj t. i. specialnih diplomacij« (Jazbec 2002, 121). V sedanjem času lahko zato zasledimo ogromno število poimenovanj oz. oblik sodobne diplomacije, od telediplomacije, medijske diplomacije (Plavšak Krajnc 2004, Gilboa 2008), diplomacije diaspor in korporativne diplomacije (Gilboa 2008, Ordeix-Rigo in Duarte 2009), kulturne diplomacije (Gilboa 2008), kibernetске diplomacije (Hocking 2005), paradiplomacije (Scholte 2008), mrežne diplomacije (Heine 2008) in digitalne diplomacije (Najžar 2012), vse do prevladujoče javne diplomacije (Leonard in drugi 2002, 2005, Plavšak Krajnc 2004, Melissen 2005, Hocking 2005, Riordan

² Udovič (2009) je mnenja, da je potrebno upoštevati tudi delovanje nepravnihih subjektov, kot so npr. elite, interesne skupine, ilegalne in teroristične skupine, transnacionalna podjetja idr.

³ Vladnih in nevladnih organizacij, transnacionalnih korporacij, regionalnih oz. lokalnih akterjev znotraj držav ipd.

⁴ T.i. »Summit Diplomacy« (White 2005).

2004, 2005, Cull 2008, Gilboa 2008, Gregory 2008, 2008a, Brown 2011 idr.), ki se (tudi poimensko) navezujejo na vsebino, glavne akterje, področje delovanja ali organiziranost. Omenjene nianse diplomacije so postavljene ob bok tradicionalnemu pojmovanju diplomacije, katerega širijo, dopolnjujejo in nadgrajujejo v smislu uporabnosti in njegove globalne naravnosti. Obenem pa predstavljajo izzive za sodobne diplomate. Po mnenju Heineja (2008, 292) se »sodobna diplomacija v veliki meri usmerja v partnerstva med različnimi akterji, katerih podlaga so (skupne) specifične zadeve ali cilji«.

Na slednjih svoje rezultate gradi tudi javna diplomacija, kot ena izmed sodobnih oblik diplomacije. Temelje ji je s svojo zamislijo o javni diplomaciji, kot nasprotju tajne, postavil že ameriški predsednik Wodrow Wilson po prvi svetovni vojni (Vukadinović 1995). Vendar njeno bistvo ni ostalo le pri načelu javnosti (npr. sporazumov, pogajanj), ampak je zajelo komunikacijo vlad z ljudmi (Noya, 2006). Medsebojno povezane revolucije, ki so se zgodile na področju politike (transformacija avtokratičnih sistemov v demokratične), množičnega komuniciranja (razvoj interneta in globalnih televizijskih omrežij) ter mednarodnih odnosov (sprememba ciljev in sredstev zunanje politike) (Gilboa 2008) so odprle možnosti za sodelovanje posameznikov (državljanov) in skupin pri reševanju mednarodnih vprašanj oz. vsaj pri oblikovanju (globalnega) javnega mnenja⁵ o njih (Vukadinović 1995). »Demokratični režimi si ne morejo privoščiti ignoriranja javnega mnenja, saj imajo v njih državljani pravico biti slišani, vlade pa dolžnost, da jih poslušajo, zato pridobi javno mnenje vpliv na večino pomembnih javnih odločitev« (Key 2007, 143). Zato se je za vladajoče kot relevantno pokazalo širše angažiranje in interakcija z javnostmi⁶,

⁵ »Je komunikacijski proces, v katerem si posamezniki in skupine prizadevajo doseči konsenz o spornih javnih zadevah z namenom, da bi vplivali na delovanje institucij oblasti« (Splichal 1997, 4). »Nastaja v okvirih razpravljanja, ki pripelje do občega prepričanja, javno pa je tudi zato, ker je njegov osebek javnost, se pravi politično življenje s svojimi raznolikimi platmi« (Matteucci v Strmšnik 2009, 16). Za Deweya (1999, 30) pomeni »prekinljiv niz interpretacij in presoj o javnih zadevah«. Po Luhmannu (v Slaček Brlek 2009, 103) gre za »medij samoopazovanja političnega sistema«. Njegova pozitivna moč je utemeljena v njegovi vlogi nadzora, skupinskega delovanja in podpore (Malešič in drugi 2006). V parlamentarni demokraciji je veliko pozornosti namenjene analiziranju javnega mnenja (prav tam), katerega rezultati so indikator legitimnosti (Slaček Brlek 2009).

⁶ Dewey (1999, 19) razlaga, da se javnost »organizira samo tedaj, kadar obstajajo pomembni problemi, ob katerih se izoblikuje skupni imenovalac v sicer močno spremenljivih odnosih«. Škrlep (2002, 168) piše, da »za Habermasa javnost ni razkrojena in nemočna, temveč se aktivira in pridobi vpliv le ob tistih zaostrenih javnih problemih, ki mobilizirajo državljane«. Gruban in drugi (1997, 12) jo v okviru odnosov z javnostmi definirajo kot »tista skupina ljudi, ki nastane ob kakem spornem vprašanju in ko gre za komuniciranje o možnih poteh njegovega reševanja«. Splichal (1997, 22) uveljavljene pomenke razsežnosti javnosti strne z naslednjo kategorizacijo, v kateri »javnost obravnava kot: 1.

s čemer se lahko izvaja tudi nadzor javnega mnenja. »Tradicionalni načini komunikacije med vladami držav in enosmerni tokovi informacij tako niso več edini recept za uspešnost politik« Babst (2008, 2). Tako meni tudi Payne (2009, 1), ko pravi, da »tradicionalna vladna diplomatska prizadevanja niso več kos sodobnim izzivom, zato vladni predstavniki, akademiki, poslovneži, nevladne organizacije in posamezniki zagovarjajo sodobno javno diplomacijo kot kredibilno in popularno sredstvo za pomoč pri preseganju ločnic tako globalno kot tudi lokalno«.

2.1 SPREMEMBE V DEFINICIJI KONCEPTA JAVNE DIPLOMACIJE

Z definiranjem javne diplomacije se je ukvarjalo mnogo (zlasti ameriških in britanskih) raziskovalcev. Besedna zveza »javna diplomacija« se je pojavila že davnega leta 1856 v članku londonskega časopisa Times (Najžar 2012), do njene opredelitve, ki je podlaga za današnje razumevanje, pa je prišlo dobrih 100 let kasneje. Njene korenine torej segajo v obdobje, ko so mednarodni odnosi postali prioriteta (Ordeix in Rigo 2009), njen koncept se je skozi čas razvijal, prilagajal nenehno spreminjajočem se okolju in pridobival nove razsežnosti. Ugotavljam, da je opredelitev javne diplomacije precej in kot pri mnogih drugih pojmi, ni mogoče enostavno določiti, katera je res prava.

2.1.1 Tradicionalna javna diplomacija

Termin javna diplomacija je leta 1965 prvi definiral ameriški diplomat Edmund A. Gullion. Z njo je razumel »ukvarjanje z vplivom odnosov z javnostmi na oblikovanje in izvajanje zunanje politike«, pri čemer je »osrednjega pomena transnacionalni pretok informacij in idej« (The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy). Pripisal ji je

specifično socialno kategorijo, ki se pojavlja kot družbeni akter, subjekt, zlasti v odnosu do kakega dogajanja, 2. specifično naravo kake dejavnosti ali prostora (značilnost ali stanje javnega), 3. določeno področje (javna sfera, domena) družbenega življenja, ki s svojo zapletenostjo presega javnost v pomenu kategorije (akterja) ali narave dejavnosti, doda pa še četrto, ki na nek način povezuje zgornje tri – to je mnenjsko razsežnost v pomenu javnega mnenja«. Lahko pa se pojem javnosti uporablja tudi v množini, v smislu »mnoštva (različnih) javnosti, s katerimi je potrebno vzpostaviti odnose (npr. odnosi z javnostmi), z njimi komunicirati ali pa jih prepričevati« (Malešič in drugi 2006, 76). Gruban in drugi (1997, 12) navajajo tudi, da »izraz javnost v vsakodnevem jeziku označuje tudi kakršnokoli skupino ljudi, ki se od drugih loči po ozemeljskih (slovenska javnost, evropska javnost) ali interesnih lastnostih (športna javnost, literarna javnost)«. V pričujočem delu bom uporabljala pojmovanje javnosti v smislu specifične socialne kategorije oz. množeva javnosti, s katerimi poteka komunikacija.

dimenzije mednarodnih odnosov, podal njene ločnice od tradicionalne diplomacije, poudaril vpliv vlad na oblikovanje javnega mnenja v drugih državah, izpostavil interakcijo med zasebnimi skupinami ter interesi v odnosih med državami, vpliv poročanja o zunanjih zadevah na politiko, komuniciranje med pristojnimi za javno diplomacijo, kot tudi komunikacijo z zunanjimi dopisniki ter pomembnost procesa medkulturne komunikacije (prav tam). Tuch (1990, 3) je javno diplomacijo opredelil kot »vladni proces komuniciranja s tujimi javnostmi z namenom doseči razumevanje za nacionalne ideje in ideale, institucije in kulturo, kot tudi nacionalne cilje in politike«. Adelman in Belay (v van Dyke in Verčič 2009, 824) jo pojmujejo kot »upravljanje odnosov ali posredovanje v odnosih med nacionalnimi vladami skozi mednarodno in medkulturno komunikacijo«. Frederick (v Gilboa 2008, 57) jo razume kot »usmerjene aktivnosti v tujini na področju obveščanja, izobraževanja in kulture, katerih cilj je preko vpliva na državljane druge države vplivati na njeno oblast«. Podobno razumevanje ima Gruban (2002), ki ugotavlja, da gre za »prepričevalno komunikacijo s strani vlad z namenom vplivanja na tuje javnosti (njihova stališča in mnenja) in posledično ustvarjanja ustreznega pritiska na (tuje) politične odločevalce, s čemer skušajo doseči skladnost njihovega ravnanja s svojimi cilji in interesi«. Sharp (2005, 106) pravi, da gre za »proces prizadevanja za neposredne odnose z ljudmi, s katerimi bi prodrli interesi in se širile vrednote tistih, ki jih predstavljajo«. Feulner in drugi (2008, 5) jo opredelijo kot »umetnost sporočanja politik, vrednot in kulture države drugim narodom in kot poskus pojasnjevanja sprejetja določenih ukrepov«, lahko pa pomeni celo več, »pojasnjevanje, kdo smo« (Ordex-Rigo in Duarte 2009, 550).

Navedena tradicionalna pojmovanja javne diplomacije se navezujejo predvsem na delovanje države oziroma njene vlade v mednarodnih odnosih. Ustrezajo realističnemu pojmovanju, kjer je država najpomembnejši akter, politika moči in nacionalna varnost pa sta temeljnega pomena (Viotti in Kauppi, 1999). »Realisti javno diplomacijo dojemajo v službi politike moči in varnosti« (Ninkovich v Yun in Toth 2009, 494). Njeno uporabnost vidijo v smislu (vojne) propagande, zato ni nenavadno, da se ju neredko enači⁷. »Tuje javnosti predstavljajo kanal za izvajanje

⁷ O njuni razmejitvi pišem v nadaljevanju.

realpolitike z drugimi državami⁸, saj je ideja v tem, da se preko njih vpliva na vlade tujih držav« (Yun in Toth 2009, 494).

2.1.2 Premik k sodobni javni diplomaciji

Premik k sodobni javni diplomaciji z vidika akterjev deloma že vsebuje definicija Signitzerja in Combsa (v Plavšak Krajnc 2004, 644), ki jo opredeljujeta kot »način, s katerim tako vlada kot tudi posamezniki in skupine vplivajo neposredno ali posredno na tista javna stališča in mnenja, ki direktno oblikujejo zunanjepolitične odločitve druge vlade«. Nove akterje (partnerje), s pomočjo katerih se javna diplomacija izvaja, vključni tudi ameriški profesor diplomatske zgodovine Alan K. Henrikson, ki trdi, da javno diplomacijo lahko definiramo kot »vodenje mednarodnih odnosov preko medijev in sodelovanja z nevladnimi subjekti (npr. političnimi strankami, korporacijami, trgovskimi združenji, izobraževalnimi institucijami, etničnimi skupinami in vplivnimi posamezniki) z namenom vplivati na politike in aktivnosti drugih vlad« (The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy).

Kot sem že zapisala, globalizacija in razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije izrazito vplivata na spreminjanje mednarodnega okolja ter načinov komuniciranja. S tem je tudi javna diplomacija dobila nove razsežnosti. Spremenili so se pogoji delovanja in cilji, poleg držav so v polje njenega delovanja vstopili tudi drugi akterji, (npr. organizacije, interesne skupine, teroristične organizacije, posamezniki)⁹ S tem ko javna diplomacija preseže delovanje na ravni države in postane instrument, ki ga tudi nedržavni akterji (npr. organizacije) »uporabljajo za mobiliziranje virov mehke moči in usmerjenje pozornosti« (Nye 2008, 95), gre v korak z liberalno teorijo. Po tej je vloga javne diplomacije v kompleksnem komunikacijskem okolju¹⁰ tudi v »ustvarjanju privlačnosti kulture, idealov in politik« (Yun in Toth 2009, 496).

⁸ Uporaba s strani ZDA v hladni vojni, intervencionističnih posredovanjih v devetdesetih letih (Irak, Haiti, Kosovo) (prav tam).

⁹ »Na svetu je trenutno okoli 200 držav, okoli 300 medvladnih organizacij, okoli 50.000 multinacionalnih korporacij, število nevladnih organizacij pa se giblje med 5.000 in 50.000, odvisno od kriterijev, po katerih jih štejemo« (Rochester 2010, 14).

¹⁰ Vladni komunikacijski kanali so samo del mnogovrstnih komunikacijskih kanalov med državami in družbami.

Z napredkom postane uporaba drugačnih strategij in načinov komuniciranja ter novih oz. sodobnih komunikacijskih orodij in kanalov neizogibna, nujno potrebna pa tudi posebna pozornost komuniciranju v notranjem - domačem okolju. Riordan (2005, 186) glede tega pravi, da »vsaka strategija javne diplomacije v tujini predhodno zahteva strategijo izvajanja javne diplomacije doma«. Evidentnejše postane tudi njeno povezovanje oz. prepletanje s koncepti drugih disciplin, s širitvijo njene rabe pa postaja privlačnejša za proučevanje.

Med novejšje in pogosto uporabljene opredelitve javne diplomacije sodi Melissenova (2005, 22), ki govori o sodobni javni diplomaciji, ki »ni omejena le na posredovanje sporočil, izvajanje promocijskih kampanj, omogočanje neposrednih odnosov vladnih predstavnikov s tujimi javnostmi z namenom doseganja zunanje političnih ciljev, ampak obsega tudi gradnjo odnosov z akterji civilne družbe v tujih državah in pospeševanje mreženja med nevladnimi akterji doma in v tujini«. Koncept razume širše od ravni države in trdi, da »veliki in majhni nedržavni akterji ter nadnacionalni in podnacionalni akterji tudi razvijajo svoje politike javne diplomacije« (prav tam). L'Etang (2009, 610) v svojo definicijo vključi konkretne navedbe akterjev, ko pravi, da »lahko javno diplomacijo definiramo kot aktivnost, ki jo izvajajo narodi, organizacije z globalnim poljem delovanja (nacionalna športna telesa, turistična združenja), globalne organizacije (korporacije kot npr. Nike in nevladne organizacije kot npr. Svetovni olimpijski odbor, Svetovna zdravstvena organizacija ali katoliška cerkev) in mednarodne politične organizacije, ki zagovarjajo spremembe (npr. Greenpeace)«. Habjan (2008, 39) s svojim pojmovanjem javne diplomacije kot »na mehki moči¹¹ temelječega sredstva funkcionalno avtonomne zunanje politike, s katerim želi nekdo preko vpliva na civilno družbo tuje države vplivati tako na zunanje politično ravnanje uradnih predstavnikov te države kot tudi na zunanje politične odločitve subjektov civilne družbe te države« izpostavi njeno zunanje politično naravnost v kontekstu mehke moči. Možnost izvajanja javne diplomacije ne omejuje niti na državo niti organizacijo ali kateri drugi subjekt (uporabi »nekdo«), podrobneje pa opredeli naslovnike, ki so jim dejavnosti javne diplomacije namenjene. Njegovo pojmovanje javne diplomacije v smislu političnega sredstva je blizu Gregoryevemu (2008) razmišljanju o javni diplomaciji kot političnem instrumentu oz. komunikacijskem

¹¹ Moč privlačnosti, ki temelji na zmožnosti oblikovanja preferenc drugih (s privlačnostjo vrednot in ne s prisilo ali ekonomskimi sredstvi) (Nye 2004).

instrumentu, ki se uporablja pri vladanju. Je torej »tako komunikacijski kot tudi političen fenomen« (Zaharna 2009, 86). Fitzpatrickova (2011, 10) zagovarja tezo, da »sodobna javna diplomacija ni namenjena zgolj promociji politik, ampak v proces oblikovanja politik vključuje tudi druge akterje oz. se z njimi posvetuje«. Po Riordanu (2005, 192) »sodobna javna diplomacija, ki temelji na dialogu, zahteva bolj odprt način odločanja, v katerem so splošni cilji politik zastavljeni, dejanske politike pa nastajajo kot del dialoškega procesa¹²«. Elementi navedenih definicij sodobne javne diplomacije so razvidni tudi iz Gregoryeve (2008a, 243) razlage, ki sugerira široko uporabno vrednost javne diplomacije in za katero menim, da dobro predstavi bistvo javne diplomacije, ki velja tudi za obrambno področje:

Javna diplomacija je instrument, ki ga uporabljajo države, združenja držav, nevladne organizacije in posamezniki, za:

- razumevanje odnosov, kultur, idej ter medijskega okvirjanja dogodkov in zadev,
- sodelovanje v dialogu med ljudmi in institucijami,
- svetovanje političnim voditeljem, oblikovalcem politik in profesionalcem glede vplivanja javnega mnenja in komunikacije na politične izbire,
- vplivanje na mnenja, vedenje in družbene prakse s komunikacijskimi strategijami, dejanji, sporočilno močnimi zgodbami in
- vrednotenje vpliva aktivnosti v določenem času ter prilagajanje.

Hocking (2005, 35) zagovarja, da se lahko »sporočanje posameznih držav okrepi z vključevanjem v aktivnosti nedržavnih akterjev, katerih strategije javne diplomacije so osrednji del njihove identitete in zmogljivosti«. Na tej točki v navezavi na obrambno področje kot primer krepitve javnih diplomacij na ravni držav (članic) izpostavljam Natovo javno diplomacijo. Opredeljena je kot ena izmed »aktivnosti in zmogljivosti Natovih strateških komunikacij¹³ v podporo politikam Zavezništva, operacijam in aktivnostim, z namenom pospeševati doseganje Natovih ciljev« (NATO Strategic Communications Policy). Natančneje pa pomeni »Natove civilne komunikacije in prizadevanja v podporo zavedanju, izgrajevanju razumevanja in podpore za Natove politike, operacije in aktivnosti, ki so komplementarna nacionalnim prizadevanjem zaveznic« (prav tam). V povezavi s tem velja omeniti še javno diplomacijo v

¹² Kar pomeni »poslušanje in govorjenje« ter zavedanje, da imajo drugi morda alternativne primerne rešitve (prav tam).

¹³ Preostale oblike strateških komunikacij so (civilni) odnosi z javnostmi (ang. Public Affairs), vojaški odnosi z javnostmi (ang. Military Public Affairs), informacijske operacije (ang. Information Operations) in psihološke operacije (ang. Psychological Operations) (Nato Strategic Communications Policy).

kontekstu ideje skupnega političnega prostora in globalnega vladanja. Slednji nastaja s »čezmejnimi povezovanjem v regiji, npr. v EU, kjer pomembne politike ne nastajajo več v državah samih, ampak v Bruslju in Strasbourgu, ki sta centra 'skupnega političnega prostora' in tako lahko govorimo o prizadevanjih javne diplomacije EU na primer v Afriki« (Ordeix-Rigo in Duarte 2009, 550).

Primerjavo med tradicionalno in sodobno javno diplomacijo povzemam z nekoliko nadgrajeno Szondijevo tabelo (2008, 11), ki predstavlja njune glavne značilnosti (glej Tabela 2.1)¹⁴

Tabela 2.1: Primerjava med tradicionalno in sodobno javno diplomacijo 21. stoletja

Značilnosti	Tradicionalna javna diplomacija	Sodobna javna diplomacija
Pogoji	Konflikt, napetosti med državami.	Mir, zagotavljanje mednarodne varnosti.
Akterji*	Države.	Države in nedržavni akterji (organizacije, združenja, gibanja ipd.).
Cilji	S spreminjanjem vedenja doseči politično spremembo v ciljnih državah.	Promocija političnih in ekonomskih interesov, da bi se ustvarilo razumevanje zanje, sprejemljivo okolje in pozitiven ugled v tujini.
Strategije	Prepričevanje, upravljanje z javnostmi.	Ustvarjanje in negovanje odnosov, sodelovanje z javnostmi.
Preučevanje	Zelo malo.	Znanstveno preučevanje, pri čemer je povratna

¹⁴ Ob pogledu na primerjavo se moramo zavedati, da pri izvajanju sodobne javne diplomacije nekateri načini delovanja, ki izvirajo iz tradicionalne javne diplomacije, ostajajo prisotni (ponekod v večji, drugod v manjši meri).

		informacija pomembna.
Komunikacija	Enosmerna (monolog).	Dvosmerna (dialog), usmerjenost v sodelovanje.
Kontekst sporočil	Ideologije, interesi, informacije.	Ideje, vrednote, sodelovanje.
Ciljne skupine (javnosti) in odnos med njimi	Splošna javnost ciljne države, pošiljatelji in prejemniki.	Izbrane, določene javnosti in domače javnosti, sodelujoči.
Kanali	Tradicionalni množični mediji.	Stari in novi (družbeni) mediji, pogosto personaliziranje.

Vir: Prirejeno po Szondi (2008, 11).

Sodobno javno diplomacijo v pričujočem delu razumem kot na mehki moči temelječ politični in komunikacijski instrument držav ter drugih (nedržavnih) akterjev za: vzpostavitev interakcije z javnostmi; spodbujanje dialoga in sodelovanja z namenom ustvarjanja razumevanja odnosov, vedenja in kultur, ki bo ugodno delovalo na uveljavljanje njihovih politik in vrednot; vplivanje; uresničevanje interesov in ciljev ter utrjevanje dobrega ugleda, zlasti v mednarodnem okolju. Ker se v pričujočem delu ukvarjam z njeno vlogo in delovanjem na obrambnem področju, upoštevam tudi, da interesi, vrednote, identitete in geostrateški kontekst sooblikujejo naše mišljenje¹⁵ in da so konflikti običajno pogojeni s percepcijami (Gregory 2008). Javna diplomacija pa ima zmožnost premoščanja percepcijskih razlik, ki »pri javnostih nastajajo kot rezultat normativnih in miselnih struktur v okviru katerih delujejo in s pomočjo katerih osmišljajo svet« (Byrne 2012). Moj pogled nanjo gre torej v smeri konstruktivističnega razumevanja javne diplomacije, ki ji vlogo pripisuje pri konstruiranju skupnih identitet (npr. mir, razumevanje in raznolikost na mednarodni ravni) ter širjenju podpore in

¹⁵ Npr. »norme državljanstva, humanitarnosti, vojaške intervencije, človekovih pravic, nadzora nad oboroževanjem /.../, ne le regulirajo delovanje držav, ampak so lahko povezane tudi z njihovimi identitetami¹⁵ in tako izražajo, kako države definirajo sebe in svoje interese« (Baylis in drugi 2008, 169). »Norme, kulture, vrednote in identitete pa (v določenem zgodovinskem kontekstu) izoblikujejo oz. definirajo politične preference državnih voditeljev, ki sodijo med ključne akterje v mednarodni politiki« (Svete 2006, 57).

pripadnosti skupnim idejam, vrednotam¹⁶ in normam¹⁷, s katerimi se akterji identificirajo (Rivas 2010). Omenjena teoretična smer jo pojmuje tudi kot orodje za spodbujanje socializacije preko odnosov s tujimi javnostmi, v katerih so odprtost za tuje kulture, komunikacija in dialog ključni instrumenti v smislu dojemanja medsebojnih odnosov kot prijateljskih in ne kot tekmovalnih (Sigsgaard 2009). Učinkovita sodobna javna diplomacija je ravno zato zasnovana kot dvosmerna komunikacija, ki pospešuje dialog in sodelovanje z javnostmi, spodbuja interpretacijo in odziv prejemnika ter izpostavlja pomembnost njegovega poslušanja in razumevanja (Byrne 2012).

2.2 KONCEPT SODOBNE JAVNE DIPLOMACIJE

Sodobna javna diplomacija ne zadeva zgolj izvajanja nacionalnih politik, ampak se vse bolj ukvarja z aktualnimi vprašanji globalnih razsežnosti v domeni mednarodnih odnosov, vpliva na razvoj gospodarskih odnosov, medsebojnega kulturnega razumevanja, /.../« (Plavšak Krajnc 2004). Njeno vlogo in hkrati izziv izpostavlja tudi reševanje globalnih varnostnih vprašanj na svetovni agendi kot so terorizem, vzpostavljanje demokracije, onesnaževanje okolja, organizirani kriminal, epidemije, finančna nestabilnost, energetska varnost, migracije ipd. (Riordan 2005). Zato, da bi znali njene potenciale najbolje izkoristiti, moramo vedeti kdaj in kje je uporabna, kaj lahko z njo dosežemo in na kakšen način.

Po mnenju Leonarda in drugih (2002, 9–10) lahko s sodobno javno diplomacijo na splošno dosežemo:

- povečanje seznanjenosti z določeno državo (spodbujanje ljudi, da premišljujejo o njej, osvežijo svoje predstave, spremenijo mnenje o njej),
- povečanje vrednotenja določene države (ustvarjanje pozitivnega zaznavanja, doseči, da drugi vidijo zadeve globalnega pomena z enake perspektive),

¹⁶ »Transnacionalne skupine ali nadnacionalne organizacije lahko definirajo vire ogrožanja glede na njihove ključne vrednote, ki naj bi jih zaščitili« (Svete 2006, 60).

¹⁷ Govorim lahko tudi o »internacionalizaciji norm, ki so standardi primernega obnašanja akterjev z določeno identiteto - tako se npr. od 'civiliziranih držav' pričakuje, da se bodo izogibale reševanju konfliktov z nasiljem in to ne zaradi tega, ker se vojna ne izplača, ampak zaradi tega, ker se to ne sklada z ravnanjem civiliziranih držav« (Baylis in drugi 2008, 169). Resnična moč pa izhaja iz zmožnosti definiranja sprejemljivih norm (Rivas 2010).

- pritegnitev k sodelovanju z določeno državo (krepitev vezi – od področja izobraževanja do znanstvenega raziskovanja, spodbujanje privlačnosti določene države za turistični obisk, študij, nakup njenih proizvodov, razumevanje in upoštevanje njenih vrednot),
- vplivanje na ljudi (pritegnitev podjetij v investicije, javnosti za podporo našim stališčem ali ustvarjanje partnerstva z javnostmi).

Večino navedenega lahko apliciram tudi na organizacijo. Zato sem mnenja, da je sodobna javna diplomacija uporabna za širok diapazon ciljev – od povečanja seznanjenosti z organizacijo in razumevanja njenega delovanja, do povečanja podpore njenemu poslanstvu ter pritegnitvi k sodelovanju z njo oz. v njenih dejavnostih.

Zadeve na obrambnem področju predstavljajo le določen segment v spektru delovanja sodobne javne diplomacije. Pratkanis (2009, 114) na primer navaja, da je pri promociji nacionalnih interesov in v mednarodnih varnostnih vprašanjih lahko uporabljena za določene naloge in cilje med katere prišteva:

- komuniciranje legitimnosti določenega delovanja,
- pritegnitev nekdanjega nasprotnika,
- spreminjanje mišljenja in vedenja sovražnikov, nevtralnih akterjev in potencialnih članov zavezništev,
- pridobivanje podpore za ideale,
- ustvarjanje ali razbijanje zavezništev,
- zoperstavljanje propagandi in zavajanju diktatorjev, tiranov in teroristov,
- razporeditev pritiska in obsodb svetovne javnosti do malopridnih režimov,
- spreminjanje predstav in pričakovanj udeležencev v konfliktu, da bi dovolili uporabo pogajanj in drugih sredstev reševanja konfliktov idr.

Svojo vlogo lahko odigra neposredno (z vplivanjem na vedenje, mnenja in prepričanja), posredno (z ustvarjanjem situacij in razumevanja za pospeševanje interesov) in v smislu podpore (ostalim sredstvom zunanje politike – diplomatskim, gospodarskim, vojaškim dejavnostim) (Pratkanis 2009). V takih vlogah se pojavlja ne le na ravni države, temveč tudi na ravni organizacij in drugih akterjev v dobrobit njihovih ciljev in dejavnosti.

Skozi predstavitev različnih vidikov koncepta sodobne javne diplomacije bom v nadaljevanju tega poglavja podrobneje razkrivala njene značilnosti in delovanje, da bi ugotovila, kako lahko najbolje prispeva k uresničevanju svojega poslanstva tudi na obrambnem področju. Kasneje mi bo poznavanje teh razsežnosti služilo tudi pri analiziranju praktičnih primerov.

2.2.1 Akterji javne diplomacije

Javna diplomacija je bila v preteklosti v veliki meri obravnavana na ravni držav, zato je tudi večina dosedanjega proučevanja in raziskovanja osredotočena državo, kot nosilko te dejavnosti. Z globalizacijo in razmahom informacijsko-komunikacijske tehnologije pri komuniciranju v mednarodnem okolju so jo vse bolj pričeli uporabljati tudi nedržavni akterji. Kot pravita Ordeix-Rigo in Duarte (2009, 550) »akterji javne diplomacije niso več omejeni na vladne instance, ampak vključujejo tudi druge akterje«. Pomembnejši med njimi so nevladne organizacije, mediji, strokovna združenja in izobraževalne institucije, mednje pa lahko štejemo tudi podjetja in korporacije (prav tam). Prepletenost povezav med akterji v javni diplomaciji Chitty (2009, 316) vidi v »različnih pristopih javnega sektorja k sodelovanju z nevladnimi organizacijami, organizacijami iz podjetniškega sektorja, mediji ter v širšem nacionalnem sodelovanju pri razvoju zunanje politike v službi nacionalnih interesov, ki ima podporo doma in kredibilnost v tujini«.

Sodobni mednarodni (varnostni) problemi namreč vedno bolj zahtevajo tesno sodelovanje med akterji in tako je tudi na področju javne diplomacije. Poleg tega so postmoderne javnosti običajno skeptične do avtoritet, zato so nekatere izmed slednjih primorane ostati v ozadju in delovati preko drugih akterjev¹⁸ (npr. določenih nevladnih organizacij), ki uživajo več zaupanja in kot take predstavljajo zelo uporaben kanal za komuniciranje (Nye 2008). Po mnenju Hockinga (2005) nedržavni akterji utrjujejo sporočila vlad, zato je bodočnost mednarodnih odnosov v uveljavitvi »javnega partnerstva, kjer se bo država preusmerila v moderatorsko vlogo na osnovi sodelovanja in koordinacije z zainteresiranimi, relevantnimi (kolektivnimi) akterji,

¹⁸ To pa ima lahko tudi negativne učinke, saj vsak izmed njih običajno preračunava prioritete delovanja v smislu svojih lastnih ciljev.

javna diplomacija pa bo predstavljala vmesni in alternativni člen med regulacijo in samoregulacijo» (Guček 2003).

Hocking (2005) o vlogi državnih in nedržavnih akterjev ter načinu izvajanju javne diplomacije govori v svoji opredelitvi *hierarhičnega in mrežnega modela*. Sodobno javno diplomacijo 21. stoletja Hocking (2005) vidi v mrežnem modelu zgrajenem na osnovi političnih mrež¹⁹, ki vključujejo akterje tako iz javnega kot tudi privatnega sektorja. Različnost članstva in nehierarhičnost mrež namreč spodbujata sodelovanje in učenje ter hitreje razširjata znanje. V mrežah je pretok informacij večsmeren. Poudarek je na preseganju omejitev posameznih akterjev pri doseganju zastavljenih političnih ciljev. Pozornost je torej namenjena skupnemu spoprijemanju z izzivi kompleksnega okolja, zaradi katerih se različni akterji povezujejo v raznovrstne mreže in prispevajo vire (bodisi znanje, finance, podporo legitimnosti) za reševanje teh izzivov (npr. Proces v zvezi z Ottawsko konvencijo o protipehotnih minah). (Hocking 2005)

Konceptualni premik javne diplomacije k mrežnemu modelu po mnenju Fisherja (2006, 2–8) v ospredje postavlja pomembnost odnosov²⁰. Zagovarja (prav tam), da mrežni model zahteva interakcijo in angažiranje na nehierarhičen način, s čimer se razvijajo pobude, ki so potencialno koristne vsem sodelujočim, posebna pozornost pa je namenjena tudi odprtosti in transnacionalnemu sodelovanju. Po Melissenu (2005, 10) »javna diplomacija uspeva predvsem v močno odvisnih regijah in med državami, ki so povezane z raznovrstnimi transnacionalnimi odnosi, zaradi česar njihove civilne družbe dosegajo znatno stopnjo medsebojne povezanosti«. Sodelovanje z angažiranjem v projektih posebnega pomena za potrebe sodelujočih regij oz. skupin pa se lahko nadgrajuje z ustvarjanjem globalnih mrež za prosto izmenjavo idej²¹ (Fisher 2006). Za prihodnost Fisher (prav tam) napoveduje razvoj mrežnega modela v smeri 'podpornega pristopa', pri katerih bo vodilo dobrobit drugih oz. omogočanje drugim, da dosežejo svoje cilje. Premik v smeri takega delovanja predstavlja »nišna

¹⁹ Temelji na relativno stabilnih odnosih nehierarhične, a odvisne narave med različnimi akterji (npr. vladni akterji, organizacije civilne družbe in poslovnega sveta), ki imajo skupne interese glede politik in izmenjujejo vire ter si s sodelovanjem prizadevajo doseči skupne cilje (Hocking 2005).

²⁰ V zadnjih nekaj letih akademiki, ki pišejo o javni diplomaciji, vse bolj izpostavljajo »pomembnost dialoga, odnosov in mrež, kot pa prenosa informacij« (Brown 2011, 2).

²¹ Ena takšnih je »The Network Effect« – forum za aktivno delovanje med predstavniki vlad in civilnih družb različnih nacionalnosti, ki ga je lansirala British Council za namene ustvarjanja in ohranjanja mreženja z naslednjo generacijo evropskih voditeljev.

diplomacija«, v sklopu katere manjše države oz. države z omejenim fizičnim in kulturnim kapitalom, vojaško močjo in drugimi omejitvami na mednarodnem področju, lahko odigrajo vlogo ključnega posrednika ali ponudnika podpore ter s tem pridobijo mednarodno veljavo (npr. Norveška v smislu njene vloge pri preprečevanju konfliktov in zagotavljanju miru) (prav tam).

Pri razvrstitvi zgoraj opisanih akterjev in identifikaciji njihove medsebojne povezanosti bom izhajala iz opredelitve komuniciranja, saj je bistvo javne diplomacije ravno komuniciranje. Po Laswellu (Communication Theory) je to proces:

KDO	pravi	KAJ	po katerem	KANALU	KOMU	in s kakšnim	UČINKOM?
(komunikator)	(sporočilo)		(medij)		(prejemnik)		(rezultat)

Iz prikaza je razvidno, da so akterji v komunikacijskem procesu razdeljeni na dve osnovni skupini – kdo (vir) in komu (javnost) (Gruban in drugi 1997, 125). Če si ta proces ogledamo na praktičnem primeru komunikacijske kampanje, ki se je poslužuje tudi javna diplomacija, lahko razložimo:

- komunikatorje (kdo) – govorci, posredovalci sporočil, predstavniki virov sporočanja,
- sporočilo (kaj) – vsebina, ki jo želimo posredovati naslovnikom,
- ciljne skupine in drugi prejemniki (komu) – ciljne skupine so naslovniki sporočil in aktivnosti kampanj, poleg njih pa lahko informacije sprejemajo in se nanje odzivajo tudi drugi prejemniki,
- komunikacijski kanali (kako) – poti po katerih potujejo sporočila od sporočevalca do prejemnika (množični mediji veljajo za pomembne prenašalce sporočil, za nekatere skupine pa so pomembnejši npr. mnenjski voditelji),
- doseženi učinek (rezultat) – končni rezultati kampanje, vključno z njenimi širšimi in daljnosežnimi posledicami. (Serajnik Sraka 2009, 34)

Habjan (2008, 28–35) je akterje javne diplomacije (imenuje jih igralci), v osnovi razdelil na sporočevalce (nosilci in izvajalci), naslovnike in sporočevalce (partnerji) ter naslovnike²². Pri pripravi razdelitve se je oprl na razumevanje akterjev s strani Shauna Riordana (2005) in Marka Leonarda (2002). Njegov model po mojem mnenju

²² Komunikacijske kanale šteje kot akterje.

predstavlja osnovni okvir za delovanje javne diplomacije, zato bom Habjanovo razčlenitev na kratko povzela v nadaljevanju. Na osnovi razumevanja vlog akterjev in njihovih medsebojnih povezav bom nato razmišljala o njegovi nadgradnji oz. spremembi.

V prvo skupino sporočevalcev je Habjan uvrstil nosilce javne diplomacije, ki jim je pripisal vlogo umeščanja strategije javne diplomacije v strategijo zunanje politike in vključitev v strateški komunikacijski načrt, zaradi česar imajo ti tudi izvajalsko vlogo. Drugo skupino sporočevalcev predstavljajo izvajalci, ki so v največji meri odgovorni za izvajanje javne diplomacije po službeni dolžnosti. Mednje uvršča tudi notranje javnosti v okviru države (npr. zaposleni v državni upravi in drugih službah, ki delujejo v skladu s strategijo) in organizacije (npr. organi, člani, zaposleni, prostovoljci). Za nosilca in izvajalca javne diplomacije je pomembna dobro zastavljena politika, »saj tudi najboljša javna diplomacija ne more biti nadomestek za slabo politiko« (Cull 2008, 36).

V specifično skupino izvajalcev t. i. kvazi neodvisnih teles, ki delujejo na mednarodnem prizorišču, uvršča svetovne medijske hiše, kot so Deutsche Welle²³, Voice of America²⁴, BBC World²⁵ (Habjan 2008), dodajam še dve bolj poznani: Russia Today²⁶ in France 24²⁷. Za primer navajam delovanje Deutsche Welle, ki se v celoti financira iz nemškega zveznega proračuna, a je po navedbah Zöllnerja (2009,

²³ Medijska korporacija, ki se financira iz nemškega državnega proračuna v znesku okoli 270 milijonov evrov letno. Njen portfelj obsega televizijske, radijske in spletne vsebine v 30 jezikih. Globalnemu občinstvu zagotavlja evropsko perspektivo, skladno z njenim statutom pa je njegova naloga »promoviranje razumevanja Nemčije, kot neodvisne, demokratične, liberalne in na pravo temelječe evropske države«. Njen domet je okoli 86 milijonov ljudi tedensko. (Deutsche Welle)

²⁴ Mednarodna multimedijska hiša, ki jo financira ameriška vlada (proračun za 2010 je bil okoli 208 milijonov dolarjev). Primarna dejavnost je informiranje mednarodnega občinstva, vendar pa njihov program vključuje tudi on-line diskusije in interaktivne oddaje. Njena svetovna medijska mreža vključuje okoli 1200 lokalnih medijev, oddajanje se s vrši v 44 jezikih, njen domet pa obsega okoli 123 milijonov ljudi tedensko. (Voice of America)

²⁵ Z britanske strani sponzorirana mednarodna multimedijska hiša, ki je specializirana za oddajanje v 32 jezikih. Poleg informiranja svetovnega občinstva izvaja tudi projekte mednarodnega dosega, s katerimi spodbuja mednarodni dialog in se vključuje v mednarodne razprave o zadevah globalnega pomena (npr. pomoč pri vzpostavljanju kontaktov med britanskimi izobraževalnimi institucijami in izobraževalnimi institucijami po svetu ter njihovo vključevanje v program BBC, spodbuda in promocija arabske filmske produkcije). (BBC)

²⁶ Podaja aktualne informacije v angleškem, španskem in arabskem jeziku, njegov doseg je preko 644 milijonov ljudi v več kot 100 državah sveta, ki jim zagotavlja alternativno perspektivo glavnih globalno odmevajajočih dogodkov ter jih seznanja z ruskim pogledom (RT).

²⁷ Fracoska televizijska 'hiša', ki v francoskem, angleškem in arabskem jeziku oddaja v 250 milijonov gospodinjstev v 177 državah, beleži več kot 14 milijonov internetnih uporabnikov ter več kot 6,5 milijona sledilcev preko spleta (France 24).

264) »precej avtonomna medijska korporacija, ki deluje v javnem interesu in s pomočjo katere nemške vladne strukture vzpostavljajo odnose z lokalnimi mediji« (izpostaviti velja primer »Dialoga z islamskim svetom«²⁸). Ta kvazi neodvisna telesa bi lahko na prvi pogled uvrstili tudi v skupino partnerjev (gre za medije), vendar jih v skupino izvajalcev trdneje vežejo njihovi viri financiranja in formalno-pravne podlage, ki posledično v določeni meri narekujejo tudi njihovo uredniško politiko.

Glede na to, da so izvajalci najbolj izpostavljeni pri izvajanju javne diplomacije, je z vidika njihove učinkovitosti v neposrednem komuniciranju z naslovniki velikega pomena njihova primernost za komuniciranje v določeni zadevi in kredibilnost²⁹. V tem segmentu lahko kot neformalni sporočevalci uspešneje nastopijo partnerji izvajalcev javne diplomacije (imenovani tudi agenti ali sprejemne skupine³⁰), kamor skladno z Riordanovim in Leonardovim naborom Habjan (2008, 31) uvršča »posameznike in organizacije civilne družbe, to je mednarodne in nacionalne nevladne organizacije, medije, diaspore, strokovnjake in njihova združenja, politične stranke, podjetja idr.«.

Od drugih sporočevalcev (nosilcev in izvajalcev) se po njegovem mnenju (prav tam) razlikujejo v tem, »da njihove dejavnosti ne izhajajo iz formalne zavezanosti k izvajanju strategije javne diplomacije, ampak so posledica vpliva mehke moči³¹ ali pa prekrivajočih se interesov s strategijo javne diplomacije«. Z njihove strani se pričakuje, »da bodo sami, kot prepričani in zainteresirani partnerji sporočila posredovali ciljni javnosti še učinkoviteje, kot bi jih izvajalci sami« (prav tam). Leonard (2002, 56) »sodelovanje z omenjenimi nedržavnimi akterji vidi kot ključno pri

²⁸ Npr. interaktivne oddaje v afganistanskih jezikih med leti 2002 in 2007, ki so bile predvajane na afganistanskih TV programih. Podobno sodelovanje je potekalo tudi z iraškim Radio Dijla. (Zöllner 2009)

²⁹ Riordan (2005, 182) trdi, da morajo »za uspešen dialog s širšo islamsko družbo in promoviranje zmerne pristopa do islama, akterji javne diplomacije delovati kredibilno in imeti dostop, česar pa za zahodne vlade in njihove diplomate ne moremo trditi. Primernejše akterje je mogoče najti med nevladnimi organizacijami zahodne družbe, katerih kredibilnost in sprejemljivost se meri z neodvisnostjo oz. kritičnostjo do vladnih akterjev«. O pomenu kredibilnosti nedržavnih akterjev in njeni odvisnosti od navezave na vladajoče strukture piše tudi Cull (2008).

³⁰ v besedišču odnosov z javnostmi Gruban in drugi (1997, 12) uporabljajo izraza sprejemne in tarčne skupine, ker so izrazi, kot sta na primer občinstvo in ciljna skupina premalo natančni. Na tarčne so usmerjene naše komunikacije, s katerimi bi radi spremenili njihovo vedenje. Sprejemne pa so tiste, v katere usmerjamo komunikacijo, kadar je to bolj smiselno in/ali racionalno in zanje vemo, da nam bodo sporočila prenesle na tarčne skupine.

³¹ »Predvsem s tistimi partnerji, ki neposrednih lastnih interesov v sodelovanju nimajo, je potrebno komunicirati mehko moč podobno kot s ciljno javnostjo« (Habjan 2008, 31).

komuniciranju s civilno družbo v tujih državah, ker imajo v primerjavi z vladnimi strukturami prednost na treh bistvenih področjih: kredibilnost, strokovnost in ustrezna mreža«. Posledično pa uživajo tudi večje zaupanje³², ki jim ga prinašata neodvisnost in pogosta kritičnost do vladajočih struktur v svoji državi. Dejanj slednjih civilna družba pogosto ne odobrava, zato je neredko skeptična tudi do njenih politik. Sodelovanje oblastnih struktur z nedržavnimi akterji v procesu javne diplomacije se v tem primeru lahko izkaže kot pozitivno, saj je tako sočasno možno ohranjati diplomatske odnose z oblastmi tuje države, hkrati pa posredno vplivati na njeno civilno družbo (glej Riordan 2004, 2005). Pomembna je seveda izbira partnerjev z dobrim ugledom.

Riordan (2005, 190) izpostavlja, da »sodobni mednarodni odnosi presegajo raven meddržavnih odnosov in delujejo v kompleksnih, večnivojskih in soodvisnih mrežah³³, katerim se morajo prilagoditi tudi vlade in diplomati«. Partnerji se v mednarodnih odnosih lahko izkažejo kot učinkoviti akterji³⁴ tudi zato, ker imajo že vzpostavljen dostop do različnih mrež. Za primer vzemimo nevladne organizacije z »vzpostavljeno mrežo stikov z aktivisti, strokovnjaki, tujimi politiki idr., ki jo uporabljajo za izvajanje pritiska na določenih političnih področjih« (Leonard in drugi 2002, 56). Novinarji, kot tudi politične stranke, se zelo povezujejo zlasti na območju EU (Riordan 2005). Univerze združujejo mreže predavateljev, raziskovalcev in študentov. Posebnega pomena pa je tudi poslovni svet, saj ima »ogromen globalni doseg predvsem z vidika mednarodnih oz. mednarodno naravnanih podjetij, katerih poslovanje se vsakodnevno dotakne milijonov življenj« (Reinhard 2009, 198).

V kontekstu partnerjev moram izpostaviti tudi vlogo (neodvisnih) medijev, ki predstavljajo mreže komunikacijskih kanalov in se, kot pravi Plavšak Krajnc (2004, 10), »aktivno vključujejo v procese komunikacije med vladami in javnostmi o mednarodni politiki ter so celo sami postali zunanjepolitično sredstvo tako za

³² Npr. ugled, kredibilnost in zaupanje, ki ga v svetu dosega Amnesty International.

³³ Vzporednice s Hockingovim mrežnim modelom.

³⁴ »Kimberly Process« Leonard in drugi (2002) navajajo kot primer uspešnega sodelovanja med vladnimi strukturami in nedržavnimi akterji pri reševanju problema financiranja konfliktov v Sierr Leone, Angoli in Liberiji iz dobičkov pri prodaji prethotapljenih diamantov iz teh območij na svetovnem trgu. Pod okriljem Združenih narodov sta se vladi Velike Britanije in Kanade angažirali in v proces reševanja združili predstavnike diamantne industrije (De Beers, World Diamond Council itd.) in nevladne organizacije (Global Witness, Human Rights Watch ipd.). Rezultat je bila uveljavitev regulacije trgovine z diamanti v smislu preprečevanja financiranja konfliktnih con.

pomirjanje kot tudi zaostrovanje konflikta«. Habjan (2008, 33) ugotavlja, da jih izvajalci javne diplomacije večinoma uporabljajo kot orodje oz. kanal za komuniciranje svojih sporočil skladno z njihovo primarno vlogo, ki je posredovanje in širjenje informacij. Pravi (prav tam), da lahko ta odnos kot partnerstvo označimo, kadar gre za »rezultat dela izvajalcev javne diplomacije v smislu ustvarjanja razmerij« in navaja primer uveljavljanja nacionalnega interesa preko meja, ko »domača uredništva medijev avtonomno in dejavno stopijo na stran domače politike ter kot partnerji poročajo v njenem interesu³⁵«. Ker pa lahko »v tujini večji učinek dosežemo s pomočjo poročanja neodvisnih novinarjev oz. medijev ciljne države« (Hofmann v Habjan 2008, 33), je eden izmed bistvenih ciljev izvajalcev, da pridobijo tudi podporo teh medijev, kar pa je lažje v primerih, ko je takšno delovanje tudi v interesu oz. v korist ciljne države ali organizacije.

Vstopanje v partnerske odnose od vladnih struktur zahteva večjo odprtost ter upoštevanje in razumevanje načina dela partnerjev. Zavedati se morajo, da partnerstvo izhaja iz sinergije med agendami, zato lahko z njihove strani prihaja do odklonov od začrtane poti v izvajanju javne diplomacije, hkrati pa zaradi tega ne morejo imeti popolnega nadzora nad njihovim delovanjem (Leonard in drugi 2002). Za ohranjanje vzajemno dobrih partnerskih odnosov morajo uporabljati mehkejša vzvode, ki obojim prinašajo koristi, včasih pa zadostuje celo zgolj implicitno podpiranje njihovih pobud. Izvajalci (npr. ministrstvo za zunanje zadeve, diplomatska predstavništva) imajo v partnerskih odnosih »strateško, iniciatorsko in mediatorsko vlogo« (Melissen v Handbook on Public Diplomacy 2007, 13). Po mnenju Riordana (2005, 191) bodo »prihodnje vlade in diplomati vse bolj v vlogi 'katalizatorjev', ki bodo koordinirali aktivnosti v okviru širše strategije, spodbujali potencialne partnerje k angažiranju ter v določenih primerih nudili diskretno tehnično in finančno podporo«.

V tretjo skupino komunikacijskega procesa po Habjanovi opredelitvi (2008) sodijo naslovniki, o katerih govori v smislu civilne družbe tuje države, njene vlade in različnih javnosti. V nadaljevanju bom, pri pripravi svojega modela te obravnavala kot

³⁵ Pri tem gre pogosto za »posredovanje sporočil, ki so v prvi vrsti namenjena domači javnosti, neredko pa je pravi cilj tujina« (Habjan 2008, 33).

tarčne skupine (javnosti), upoštevala pa bom tudi druge prejemnike³⁶. Opozoriti moram, da lahko med tarčne skupine, odvisno od interesa in namena komunikacije izvajalcev, uvrščamo tudi subjekte, ki sem jih prej obravnavala v sklopu partnerjev. Do tega pride v primerih, ko je nanje usmerjena direktna komunikacijska dejavnost in z njimi ne vzpostavljamo partnerskega odnosa³⁷.

Široka opredelitev tarčnih skupin (javnosti) po Handbook on Public diplomacy (2007, 4) zajema:

- medije,
- oblikovalce javnega mnenja, analitike, možganske truste,
- bodoče odločevalce in oblikovalce javnega mnenja,
- organizacije, vključno s socialnimi partnerji,
- nevladne organizacije,
- poslovne skupnosti,
- raziskovalne in izobraževalne institucije,
- umetniške in kulturne skupnosti,
- gibanja,
- druge specifične tarčne skupine v civilni družbi,
- prebivalstvo države na splošno.

V ožjem smislu mednje šteje zgolj tiste »skupine oz. posameznike, ki ne morejo delovati tudi kot partnerji oz. sprejemne skupine (npr. študenti določene fakultete, strokovnjaki za določeno področje iz različnih organizacij ipd.)« (prav tam).

Doslej sem identificirala akterje, ki javno diplomacijo izvajajo in tiste, h katerim je javna diplomacija usmerjena. Menim pa, da je potrebno upoštevati tudi (že omenjeno) skupino drugih prejemnikov, ki jih komuniciranje v okviru javne diplomacije nenamerno doseže, se posledično nanj odzivajo ter lahko prav tako vplivajo na stališča in vedenje tarčnih skupin oz. prebivalstva na splošno. Reding in drugi (2010, 8) jih imenujejo »kolateralne javnosti«. Pogosto so to tisti, ki nasprotujejo izvajanju javne diplomacije države ali organizacije (npr. teroristične skupine,

³⁶ Gre za kombinacijo, izvedeno iz opredelitev po Serajnik Sraka (2009) ter Gruban in drugi (1997). Pri tarčnih skupinah gre dejansko za naslovnike našega direktnega komuniciranja, pri drugih prejemnikih pa za tiste, ki jih hkrati naša komunikacija nenamensko doseže.

³⁷ Sicer lahko še vedno pride do delovanja subjektov v smislu sprejemnih skupin, vendar to ni bil namen komunikacije s strani izvajalcev, ampak je do tega prišlo zaradi njihove organiziranosti oz. notranjega delovanja.

nasprotniki politik ZDA po svetu, nasprotniki širitve Nata v državi kandidatki za članstvo ipd.). Ti, skupaj s pripadniki tarčnih in sprejemnih skupin, predstavljajo del populacije na ravni države, regije ali širše. Hkrati pa so del določene volilne baze in sooblikujejo javno mnenje.

Ob upoštevanju usmerjenosti javne diplomacije predvsem »navzven«, torej k civilnim družbam izven držav oz. organizacij, kar predstavlja eno izmed skupnih točk v definicijah javne diplomacije, sem do te točke opredelila pglavitne akterje javne diplomacije. Vendar moram v model akterjev vključiti še eno razsežnost, to je notranjo/domačo javnost, ki jo javna diplomacija prav tako doseže. Notranjo javnost s tega vidika predstavljajo npr. zaposleni v državni upravi, če govorim na ravni države, zaposleni v organizaciji (in notranje javnosti članic), če vzamem raven organizacije. Trdim namreč, da so notranje javnosti za izvajanje javne diplomacije zelo pomembne, še posebej zaradi njihovega stapljanja s tujimi. To lahko podkrepim tudi z ugotovitvijo Riordana (2005, 191) »učinkovita javna diplomacija doma je lahko bistven predhodnik javne diplomacije v tujini«. V prid moji trditvi pa govori tudi Handbook on Public diplomacy (2007, 3), ki navaja, da »komunikacijska tehnologija omogoča brisanje meja med notranjo in zunanjo politiko«, hkrati pa povzroča tudi »brisanje meja med domačo in tujo javno sfero«.

Večanje dostopnosti do informacij, večja transparentnost in domet dejavnosti javne diplomacije lahko močno vplivajo na vedenje notranjih javnosti. Te je pri izvajanju javne diplomacije potrebno upoštevati³⁸, ker so tiste, ki vršijo pritisk na izvajalce oz. nosilce, s tem ko tvorijo njihovo volilno bazo oz. podporno okolje, ter jim dajejo legitimnost. Zavedati se moramo tudi, da informacije, ki so prvenstveno namenjene notranjim javnostim, pogosto dosežejo tuje javnosti. Del slednjih predstavljajo določene skupine, ki delujejo znotraj države, to so tuji študenti, poslovneži, novinarji ipd., ki informacije prenašajo v svoje matične države. Zato bi lahko v tem smislu govorili tudi o mešanici tujih in notranjih oz. domačih javnosti, ki sta jih Hill in Beshoff v L'Etang (2009, 610) v angleščini poimenovala kot »intermestic publics« (krajše za »international domestic publics«). Notranja/domača in mednarodna dimenzija javne

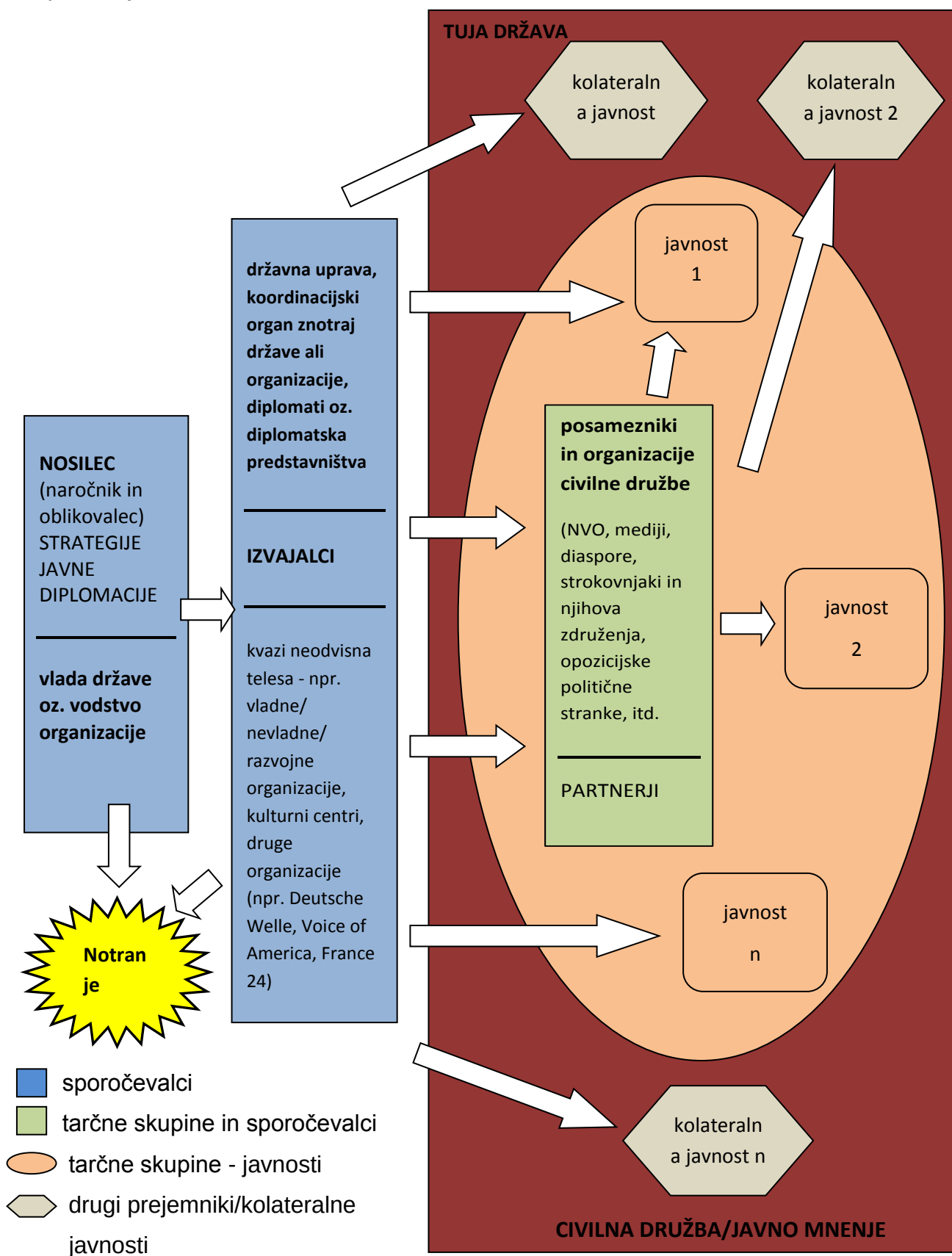
³⁸ V modelu te razsežnosti sicer ne bom nadalje podrobneje razdelala, saj se osredotočam na prvenstveno funkcijo javne diplomacije – to je delovanje »navzven«.

diplomacije zato nastopata kot dve strani istega kovanca, ki podpirata druga drugo, zato mora biti v jedru strategije javne diplomacije simultano gledanje navzven in navznoter (saj je vlaganje v soodnosnosti s slednjo) v smislu njune komplementarnosti (Gruban 1997, 2011). Zato lahko rečem tudi, da je javna diplomacija nagovarjanje globalnih javnosti (Najžar 2012).

Habjan (2008) je pri oblikovanju svojega modela o končni javnosti razmišljal kot o tuji vladi ali tuji civilni družbi. Trdim, da gre pri sodobni javni diplomaciji vedno bolj za vpliv na javnosti same in odnos z njimi, ki ga želimo z izvajanjem javne diplomacije doseči v končni fazi. Oblastem oz. vodstvom organizacij so v precej večji meri namenjene tradicionalne diplomatske aktivnosti, ki so civilni družbi manj znane, celo namenoma prikrite in ravno zato pogosto tudi uspešnejše.

Skladno z mojim razmišljanjem o javni diplomaciji sem na podlagi Habjanovega (2008, 28) oblikovala nadgrajeni model akterjev javne diplomacije in prikazala prvenstveno usmerjenost javne diplomacije navzven (prikaz vsebuje zgolj enosmerni tok komunikacije), ki ga predstavlja slika 2.1 (spodaj). Dejstvo je, da mednarodno okolje sestavlja mreža takšnih slik z medsebojno prepletenimi komunikacijskimi tokovi v sklopu javne diplomacije držav in nedržavnih akterjev. V modelu opozarjam tudi na naravnost k notranjim/domačim javnostim, kar dodatno povečuje kompleksnost okolja, v katerem se vrši javna diplomacija.

Slika 2.1: Model akterjev v sodobni javni diplomaciji in smer izvajanja javne diplomacije



Vir: Prirejeno po Habjan (2008, 28).

2.2.2 Dimenzije javne diplomacije

Leonard in drugi (2002) so na ravni držav opredelili tri dimezije javne diplomacije, ki so jih ponazorili s kombinacijo področij delovanja in časovnega obsega izvajanja aktivnosti (glej tabelo 2.2 spodaj).

Tabela 2.2: Dimenzije javne diplomacije

PODROČJE	ČASOVNI OBSEG DELOVANJA		
	Reaktivno (ure in dnevi)	Proaktivno (tedni in meseci)	Gradnja odnosov (leta)
Politično/vojaško			
Ekonomsko			
Družbeno/kulturno			

Vir: Prirejeno po Leonard in drugi (2002, 10).

Področja³⁹ (vertikalna os tabele 2.2), na katerih se izvaja javna diplomacija, dobijo v različnih časovnih obdobjih in kontekstih različno težo in prioriteto. »Dogodki, kot je bil na primer 11. september 2001, lahko očitno spremenijo prioriteto zadev, postavijo tiste s političnega/vojaškega področja na vrh dnevnega reda in jim dajo v določenem obdobju večjo težo« (Leonard in drugi 2002, 10). Vendar to ne velja samo za države ampak tudi nedržavne akterje. Za primer vzemimo mednarodni organizaciji OZN in Nato, ki sta precej časa po terorističnih napadih v ZDA pozornost prednostno namenjali politično-vojaškemu področju v luči spopadanja s terorizmom⁴⁰. Ali drug primer – v času gospodarske krize je v središču ekonomsko področje.

Na vsakem področju se javna diplomacija izvaja v treh različnih časovnih obsegih: reagiranje na novice in dogodke, proaktivno ustvarjanje agende skozi dejavnosti in

³⁹ V okviru mojega interesa za dejavnost javne diplomacije na obrambnem področju se bom v nalogi osredotočila na politično/vojaško področje. Ob čemer pa se zavedam tesne povezanosti z ostalima dvema.

⁴⁰ Takrat je bila pod vodstvom Nata lansirana operacija v Afganistanu, z mandatom OZN pa vzpostavljene mednarodne sile ISAF. Angažiranje Nata v Afganistanu, še posebej v zadnjih letih, zaseda pomembno mesto v sklopu Natove javne diplomacije.

dogodke ter ustvarjanje in utrjevanje odnosov, kar so Leonard in drugi (2002, 2005) podrobneje razdelali v treh dimenzijah javne diplomacije, ki jih bom povzela v nadaljevanju. Nye (2008, 102) pravi, da »vsaka od njih nosi pomembno vlogo v smislu pomoči pri ustvarjanju privlačne podobe države, ki lahko s tem izboljša svoje možnosti za doseganje želenih ciljev«. Enako lahko trdim tudi za nedržavne akterje (npr. organizacije).

Upravljanje z novicami je prva dimenzija, kjer gre za »upravljanje komunikacije o vsakodnevnih zadevah, ki zahteva usklajenost z izvajanjem tradicionalne diplomacije« (Leonard in drugi 2005, 40). »Vladni predstavniki po odločitvah velik del pozornosti namenijo temu, kaj in kako povedati v izjavi za javnost« (Nye 2008, 101). Reakcije morajo biti hitre in organizirane, vladne strukture pa precej fleksibilne. Upravljanje z novicami je izredno zahtevno predvsem zaradi tega, ker je medijske zgodbe zelo težko izolirati za različne javnosti⁴¹ (domače ali tuje), saj tuji dopisniki poskrbijo, da se razširijo v druge regije (Leonard in drugi 2002). Tako so »notranjepolitične zgodbe za tuje javnosti lahko prav tako pomembne kot 'zunanjepolitične zgodbe', zato je tuje medije potrebno upoštevati kot pomemben cilj na prvi stopnji javne diplomacije« (Nye 2008, 101). Še posebej, ko gre za politično/vojaško področje, kjer se notranja politika odraža tudi navzven, še zlasti, kadar gre za zaveznitva ipd. »Po predvajanju prvega videoposnetka Bin Ladna na Al Džaziri 7. oktobra 2001, so vladni predstavniki ZDA poskušali preprečiti nadaljnje predvajanje njegovih posnetkov v ameriških medijih ter s tem nastopili nasprotno vrednoti odprtosti, ki jo ZDA simbolizirajo, pa čeprav bi bil verjetno boljši odgovor poplava ameriških, proti Bin Ladnu usmerjenih sporočil« (prav tam).

Strateške komunikacije predstavljajo drugo dimenzijo, ki se nanaša na celoto strateških sporočil, s katerimi se poskuša aktivno vplivati na percepcije o državi in graditi pozitivno podobo, kar pa zahteva dolgotrajno in obsežno angažiranje, ki je planirano strateško, podprto s proračunskimi sredstvi, viri in strokovnim znanjem za izvedbo dogodkov (Leonard in drugi 2002). Skratka gre za niz aktivnosti in strateških

⁴¹ Najbolj nazorno je doseg dnevnega poročanja na televiziji na primeru operacije Desert Storm predstavil nekdanji ameriški državni sekretar Colin Powell z naslednjimi besedami »... ko smo tam zunaj na televiziji, ko v trenutku komuniciramo s svetom, govorimo petim občinstvom. Eno so novinarji, ki postavljajo vprašanja – pomembna javnost. Druga, ameriški narod, ki gleda. Tretja, občinstvo v 170 drugih glavnih mestih, ki imajo interes za zadevo. Četrta, so naši sovražniki. In peta, vojaki, ki so na bojni liniji« (Leonard in drugi 2002, 12–13).

sporočil, podobno kot v politični kampanji (Leonard in drugi 2005), ki pa se razlikuje od oglaševanja, saj gre za ustvarjanje zgodbe, ki združuje različne deležnike ali ustvarjanje zaščitne znamke, ki utrjuje nacionalno identiteto (Leonard in drugi 2002). Tak pristop k ustvarjanju pozitivne podobe in identitete uporabljajo tudi organizacije. Nato je pred sprejetjem novega Strateškega koncepta izvedel vrsto skrbno načrtovanih dogodkov tako v svojih članicah, kot tudi partnerkah, ki so bili namenjeni ozaveščanju, pridobivanju podpore in sodelovanju pri nastajanju novega Strateškega koncepta, ki je opredelil Natovo prihodnjo vlogo in naloge v mednarodnem varnostnem okolju. Za posamezne dejavnosti/področja pa pripravlja obdobjne strategije (npr. strategija javne diplomacije za Zahodni Balkan).

Gradnja odnosov se odvija obliki medosebne komunikacije, s pomočjo štipendij, v okviru obiskov, izmenjav, usposabljanj, seminarjev, konferenc, s katerimi se ustvarjajo realna in virtualna omrežja, gradijo dolgotrajne vezi in krepi zaupanje (Leonard in drugi 2002). Namen je spodbuditi razmišljanje in analizo glede zadev skupnega interesa, pojasniti osnovo za dejavnike in motive delovanja v različnih situacijah, zagotoviti pozitivne izkušnje sodelujočim ter doseči čim večjo kritično maso udeležencev (prav tam). Zelo uspešen primer je Fulbrightova shema, v katero je bilo doslej skupno vključenih čez 200 bivših in sedanjih vodij držav po svetu, razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije pa prinaša premik k novostim v obliki učenja na daljavo in posebnih knjižnic na spletu (prav tam). »Japonska izvaja program izmenjav, ki vsako leto privabi okoli šest tisoč mladih tujcev iz 40 držav k učenju njihovega jezika v japonskih šolah, vključno z Alumni srečanji za ohranjanje vzpostavljenih vezi« (Nye 2008, 102). Na obrambnem področju lahko izpostavim primer študijskih izmenjav, stažiranj, periodnih konferenc ipd., kjer se gradijo skupne izkušnje, dolgoletne vezi in krepi medsebojna povezanost.

2.2.3 Nivoji javne diplomacije

Nivoji izvajanja javne diplomacije, kot jih obravnavata Cowan in Arsenault, (2008, 13–26) temeljijo na treh načinih delovanja: *monologu*, *dialogu in sodelovanju*, ki jih podrobneje predstavljam v nadaljevanju. Uporaba vsakega izmed njih je prilagojena določenemu kontekstu in »močno odvisna od dane situacije, značilnosti komunikatorja in ciljne javnosti ter pogojev njune interakcije« (Cowan in Arsenault

2008, 12). Z njihovo preiščeno uporabo in kombinacijo v realnosti kot tudi na svetovnem spletu lahko maksimiziramo učinke javne diplomacije.

Monolog – enosmerna komunikacija, zasnovana za samostojno uporabo pred množičnim občinstvom, ki ga je moč prepoznati v javnih govorih, izjavah za javnost, uvodnikih, razglasih in kulturnih delih kot so filmi, knjige, poezija ali umetniška dela. Njegova funkcija je predstaviti idejo, vizijo ali perspektivo na zgovoren in jasen način, kar lahko v prihodnje vodi k razvoju dialoga ali pa celo v sodelovanje. V sedanjih razmerah je monolog bistveno sredstvo zagovorništva, ki ga izvajalci javne diplomacije lahko oziroma morajo uporabiti za izboljšanje ozaveščenosti o politikah njihove države, identitetah in vrednotah. V dnevnem komuniciranju je takšno komuniciranje uporabno za razlago različnih politik, posebej pomembno pa tovrstno komuniciranje zaradi hitrega širjenja pomembnih in opozorilnih informacij postane v kriznih razmerah. S sodobnimi načini globalne komunikacije je transnacionalni pretok informacij neizogiben, možen v izjemno kratkih časovnih okvirih (nekaj sekund, minuta) in kot tak omogoča prenos sporočil za domače javnosti, pa tudi dogajanje v privatnem življenju posameznih vladnih predstavnikov, v mednarodno sfero, kjer ga javnosti interpretirajo skladno s svojimi izkušnjami, kulturo in političnimi situacijami. Pomanjkljivost tovrstne komunikacije je, da ne dopušča možnosti poslušanja ali prejema povratne informacije oziroma kritičnih odzivov javnosti, zato ne moremo vedeti ali je bila vsebina zaznana tako, kot smo želeli.

Drugi je **dialog** (dvosmerna komunikacija), ki lahko poteka v različnih oblikah in na večih nivojih, na primer na uradnih vrhovnih srečanjih, ki se jih udeležujejo elite, akademskih ali strokovnih konferencah, pogovornih oddajah v različnih medijih⁴², interaktivnih spletnih straneh ter mnogih mednarodnih športnih, umetniških in drugih srečanjih. Številni teoretiki in izvajalci javne diplomacije pozivajo k pogostejši uporabi dialoga, ustvarjanju t. i. »mednarodne javne sfere« in »dialogu med kulturami«, ki se prične z dialogom med posamezniki, predstavlja pa temelj za razvoj »dialoga med civilizacijami«. V tem kontekstu ima lahko tudi transformacijsko moč pri

⁴² Nemški »Deutsche Welle« je v sklopu oddajanja v arabskem svetu uvedel tudi oddajo »Dialogue of Cultures«, kjer lahko mnenja o aktualnih zadevah (npr. angažiranje v Iraku) izrazijo pomembnejši predstavniki družbenega življenja (npr. intelektualci, drugi kritiki javnega dogajanja itd.) (Zöllner 2009).

preprečevanju in reševanju konfliktov⁴³. Dialog je lahko v smislu pripravljenosti prisluhniti drugače mislečim in izkazati spoštovanje do njihovega stališča, kar prispeva k izboljšanju medsebojnega razumevanja in odnosov, kar pa ne vodi nujno tudi k doseganju konsenza. Ljudje imajo željo biti slišani s strani globalnih akterjev, voditeljev, sosednjih narodov in regionalnih sil, pa naj gre za njihovo mišljenje glede vprašanj iz gospodarstva, področja človekovih pravic ali oboroženih konfliktov⁴⁴. V takih primerih je ključno najti način, s katerim se jim da vedeti, da so njihovi glasovi slišani, brez da bi jim dali indice, da imajo tudi možnost odločanja. Vladajoči lahko s pomočjo dialoga tudi izboljšajo načine podajanja informacij o politikah. V okviru javne diplomacije ima vlogo simbolne geste, ki ljudem omogoča argumentiranje in izražanje svojega nestrinjanja na razumen način, hkrati pa predstavlja sredstvo za preseganje stereotipov in spodbujanje dobrih odnosov kljub družbenim oviram.

Sodelovanje kot sredstvo javne diplomacije obsega pobude, v okviru katerih predstavniki različnih narodnosti sodelujejo v skupnem projektu. Lahko so kratkotrajne narave z jasno opredeljenim ciljem (pripraviti pesem) ali obsežnejše, ki se odvijajo v daljšem obdobju (obnovitvena dela po naravni nesreči). Skoraj brez izjeme vključujejo dialog med udeleženci in deležniki, imajo opredeljene skupne cilje in rezultate, ki tvorijo osnovo za dolgotrajnejše odnose⁴⁵. Mednarodno sodelovanje pa ne daje zgolj osnove za javno diplomacijo, ampak je včasih najbolj pomembna oblika javne diplomacije. Njegove dobrobiti in potencialna transformacijska moč so se v preteklih raziskavah pokazale tudi pri preprečevanju konfliktov, izgradnji družbenega kapitala ter razvoju in izgradnji demokracije. Izkazalo se je tudi, da v skupnih projektih utrjuje zaupanje in vezi, pozitivne vrednote med udeleženci, presega individualizem in spodbuja prizadevanja za dobrobit skupnosti, lahko premosti rasne, družbene, etnične in nacionalne razlike ter tako prispeva k reševanju konfliktov. Zelo dobri primeri tovrstnega sodelovanja so znanstvena partnerstva, ki se

⁴³ Na primer program »Seeds of Peace«, ki v »poletnem rekreativnem kampu najstnike iz sovražnih držav (Indija, Pakistan, Izrael, palestinska ozemlja) združuje tudi v okviru krajših razprav« (Cowan in Arsenault 2008, 17).

⁴⁴ Sodobna informacijsko-komunikacijska tehnologije je omogočila ustanovitev spletnih strani (www.opendemocracy.net, www.loveushateus.com itd.), ki ponujajo prostor za virtualni dialog med posamezniki sveta.

⁴⁵ Cowan in Arsenault (2008, 21) navajata, da se »posamezniki, ki sodelujejo pri pogovoru (dialogu) razidejo z boljšim medsebojnim razumevanjem, posamezniki, ki so s sodelovanjem nekaj dosegli ali zgradili (npr. športni dosežek, izgradnja šole) pa ostajajo za zmeraj povezani v skupni izkušnji in/ali dosežku«.

ukvarjajo z iskanjem rešitev za globalne probleme (od preventive za AIDS do segrevanja ozračja), projekti svetovnih kampanj (na primer Kampanja za prepoved zemeljskih min), še posebej pa medkulturno in mednacionalno sodelovanje na področju športa (mednacionalne ekipe) in kulture (na primer t. i. »Muppet Diplomacy«⁴⁶). Pogostejši vzroki za to, da sodelovanje ni vedno uspešno so nesporazumi med sodelujočimi, sprememba mnenja ali nestrinjanje s skupnimi cilji, občutek nemoči vplivanja oziroma občutek odvzetja glasovalne pravice.

Razvoj mednarodnega sodelovanja bi bilo mogoče pospešiti in razširiti s pomočjo organizacij⁴⁷, ki spodbujajo širjenje mednarodnih vezi med državljani različnih držav (t. i. »Citizen Diplomacy« ali »people-to-people diplomacy«) pretežno s pomočjo programov mednarodnih izmenjav ter z izrabo širokih možnosti, ki jih ponuja sodobna informacijsko-komunikacijska tehnologija. V luči slednje lahko kot inovativen primer ene izmed naprednejših variant angažiranja označim prizadevanja nekaterih držav, med katerimi so tudi ZDA, da bi državljane dosegle skozi virtualni svet »Second World«, ki ga trenutno naseljuje več kot pet milijonov uporabnikov s celega sveta in v katerem so Švedska, Estonija in Maldivi odprli svoja virtualna veleposlaništva. Virtualni svetovi in spletne strani, ki ponujajo različne igrice ter spletne aplikacije 2.0 omogočajo številne priložnosti, da izvajalci javne diplomacije presežejo svoje dosedanje delovanje s pomočjo spletnih informativnih portalov in informacijskih kampanj ter posežejo po novih oblikah sodelovanja. (Cowan in Arsenault 2008, 26)

Strinjam se s številnimi akademiki, raziskovalci in praktičnimi uporabniki javne diplomacije (npr. Riordan 2005, Cowan in Arsenault 2008, Zaharna 2009, Brown 2011), ki so mnenja, da zgolj boljši način sporočanja (monologa) ni ključ do večje učinkovitosti javne diplomacije v globaliziranem in s sodobno tehnologijo opremljenem svetu, ampak ga morajo »spremljati (ali celo zamenjati) nove oblike dialoga in sodelovanja« (Fitzpatrick 2011, 6). Riordan (2005) navaja, da nova varnostna agenda zahteva bolj sodelovalen pristop k zunanji politiki in na dialogu temelječo paradigmo javne diplomacije. Zaharna (2009) poziva k preseganju

⁴⁶ V sklopu svetovno razširjene otroške oddaje »Sesame Street«, ki se producira v skoraj dveh tretjinah držav sveta v sodelovanju z lokalnimi partnerji in je del ameriške politike (Johnson 2009).

⁴⁷ Npr. People to People International, International Visitors Leadership Program.

(omejenosti) informativnega⁴⁸ modela z izrabo priložnosti, ki jih ponuja odnosni⁴⁹ model, kar lahko vodi k večji učinkovitosti javne diplomacije. Brown (2011, 15) ugotavlja, da »sodobna javna diplomacija teži stran od fokusiranja na sporočila in se usmerja k odnosom, ob čemer na veljavi pridobivajo dialog, mreženje, družbeni mediji, skratka javna diplomacija 2.0«. Naravnost sodobne javne diplomacije k dialogu in odnosom prepozna tudi Fitzpatrick (2011)⁵⁰, ki odkriva, da ta:

- uporablja bolj sodelovalen pristop v mednarodnih odnosih,
- prispeva k vzajemnemu razumevanju med nacionalnimi/mednarodnimi akterji in tujimi javnostmi,
- pomaga pri gradnji in ohranjanju odnosov med nacionalnimi/mednarodnimi akterji in tujimi javnostmi,
- spodbuja gradnjo omrežij odnosov med organizacijami in ljudmi v javnem in privatnem sektorju,
- vključuje tuje in domače javnosti,
- vključuje tuje javnosti v politične procese,
- temelji na načelih dialoga in vzajemnosti,
- poudarja dvosmernost komunikacije in interaktivnost,
- favorizira medčloveške interakcije napram tehnikam masovnega sporočanja,
- primaren ji je proaktiven in dolgoročen fokus na gradnjo odnosov. (Fitzpatrick 2011, 12–13)

2.2.4 Elementi strukture javne diplomacije

Profesor javne diplomacije v Južni Kaliforniji Nicholas J. Cull (2008, 31–54) je javno diplomacijo⁵¹ na ravni držav, klasificiral z naslednjimi petimi ključnimi elementi in njihovimi razmerji: *poslušanje, zagovorništvo, kulturna diplomacija, diplomacija izmenjav in mednarodno oddajanje*. Za razumevanje koncepta in potrebe moje praktične analize je pomembno, da te natančneje predstavim (v nadaljevanju). Pri tem zaradi znatnega vpliva informacijsko-komunikacijske tehnologije na javno diplomacijo pri vsakem izmed njih pozornost namenjam tudi temu področju.

⁴⁸ Izhaja iz pogleda na komuniciranje kot »linearni prenos informacij, pogosto s ciljem prepričevanja ali nadzora« (Zaharna 2009, 88).

⁴⁹ Osnova je dojetje komuniciranja kot »družbenega procesa gradnje odnosov in spodbujanja harmonije« (Zaharna 2009, 86).

⁵⁰ Preučuje dialog v sodobni javni diplomaciji.

⁵¹ Vlogo javnega diplomata vidi predvsem v oblikovanju in širjenju idej med ljudmi ter ustvarjanju in pospeševanju gradnje omrežij ter odnosov med ljudmi (prav tam).

Poslušanje se izvaja na podlagi zbiranja in pregledovanja podatkov o javnostih in njihovem mnenju ter uporabi za usmerjanje politike ali širših aktivnosti skladno z njimi (npr. usmerjeno raziskovanje javnega mnenja). Je običajno tudi predhodna praksa pri vseh ostalih elementih. Čeprav so primeri sistematičnega merjenja javnega mnenja bolj ali manj sodobna dejavnost, je opaziti, da se to pogosto ne izvaja in je bolj redko upoštevano pri oblikovanju politik ali podlaga za odločitve v najvišjih vladajočih krogih. Zato se v digitalni eri z uporabo novih (dostopnejših in enostavnejših) programskih možnosti pri izvajanju sodobne javne diplomacije identifikaciji idej in nazorov javnosti posveča vedno več pozornosti. Uspehe na tem področju beleži Kanada, ki je na spletu objavila svoje politične dokumente in zainteresiranim državljanom dopustila, da so prispevali k njihovem oblikovanju. To je med državljani spodbudilo občutek vključenosti in lastništva, njihovi predlogi pa so doprinesli k izboljšavam objavljenih dokumentov. Podoben poskus je poleti 2007 izvedla tudi britanska vlada. Družbeni mediji s svojimi funkcionalnostmi zagotovo dajejo ogromno možnosti za neposredno (virtualno) poslušanje javnosti.

Pri **zagovorništvu** gre za upravljanje mednarodnega okolja z mednarodnim komuniciranjem, ki aktivno podpira določeno politiko, idejo ali glavne interese v tujih javnostih, vključuje tudi odnose z javnostmi na veleposlaništvih in informativne dejavnosti. Prvine zagovorništva je mogoče zaslediti na vseh področjih, kjer deluje javna diplomacija. Zelo uporabno je na krajši rok, zato je v teh primerih tudi najpogostejše uporabljeno, pripada pa mu tudi osrednja vloga v javni diplomaciji ZDA. V sodobni informacijski družbi se brišejo meje med domačo in tujo oziroma mednarodno sfero, zato so sporočila namenjena domači javnosti lahko slišana v drugi državi in obratno, sporočilo iz tuje države pa lahko večkrat obkroži svet, preden se določena država oziroma organizacija njegovega pomena zase zave. Zaradi tega se v praksi vse bolj uveljavlja zagovorništvo na osnovi politik in idej, kot pa zagovorništvo države, z njim pa javna diplomacija na osnovi idej (t. i. »idea-based public diplomacy«). V slednji se ideja prenaša v omrežjih neposrednih stikov in množi preko medijev. Zagovornik mora zato pozornost posvetiti oblikovanju ideje, ki bo postala »meme«⁵² in se množila tudi izven neposrednega dosega zagovornika. Kredibilnost ideje je povezana z njenim glasnikom. Npr. zaradi povezanosti z

⁵² Označuje »idejo, vedenje, stil ali uporabo, ki se razširja med osebami v kulturi«. (Merriam-Webster Dictionary).

globalno vojno proti terorizmu Velika Britanija v islamskih državah ne bi bila najprimernejši glasnik sporočil povezanih z demokratizacijo, medtem ko bi bila v tem primeru EU bolj kredibilna. Osrednjega pomena pri javni diplomaciji na osnovi idej je torej spoznanje, da se razvija uspešno ne le s pomočjo ustvarjanja »meme«, ampak tudi spodbujanja razvoja okolja, ki bo to najbolje podpiralo. Ideja se lahko izjemno hitro širi tudi s pomočjo družbenih omrežij, ki hkrati omogočajo spremljanje odzivov javnosti nanjo.

Kulturna diplomacija zajema prizadevanja za upravljanje z mednarodnim okoljem s predstavljanjem svojih kulturnih virov in dosežkov v tujini in/ali pospeševanjem prenosa kulture po svetu.⁵³ Dimenzija, ki je primanjkuje, pa je posvečanje pozornosti ravni medosebne komunikacije in ljudem, katerih življenja so povezana s tujino in zaradi tega prenašajo sporočila čez meje držav. Z vidika javne diplomacije sta iz pretekle prakse kot posebej pomembni dve skupini - begunci in diaspore, danes pa jim lahko prištejemo še iskalce azila, imigrante oziroma priseljene uslužbence. Slednje so večkrat obravnavane kot problemi z vidika socialne politike kot pa viri javne diplomacije, v smislu možnosti mednarodnega prenosa kulture, kar bi bilo tudi potrebno upoštevati ob oblikovanju politik glede le-teh⁵⁴. Pogosto spletno orodje sedanjih migrantov je internetni blog, ki bi k napredku v smislu javne diplomacije lahko pripomogel tako, da bi prominentni pisci dobili nekatere novinarske pravice, vsebina blogov pa bi se lahko razširjala tudi v drugih manj pogosto uporabljenih jezikih. Nudenje večje povezljivosti z diasporami z vidika kulturne diplomacije lahko pripomore tudi k simpatiziranju z družbo, ki to v sodobni informacijski družbi tehnološko omogoča, npr. »digitalne kulturne točke«, za katere je v najrevnejših sosesčinah brazilska vlada zagotovila računalnike in s tem uporabnikom ponudila možnost, da ustvarjajo umetniške vsebine ter jih postavijo na ogled svetovni javnosti.

Diplomacija izmenjav je upravljanje z mednarodnim okoljem na podlagi pošiljanja svojih državljanov v tujino in recipročnega sprejemanja tujih državljanov za določeno študijsko obdobje in/ali akulturacija. Gre za obojestransko koristno izkušnjo s pomočjo učenja, ki vključuje tudi transformacijo.⁵⁵ Čeprav se izmenjave pogosto

⁵³ Npr. aktivnosti organizacije British Council.

⁵⁴ Vedenje gostujočih držav do teh skupin prav tako vpliva na njihov ugled v tujini.

⁵⁵ Npr. program izmenjav, ki ga ZDA podpira s Fulbrightovimi štipendijami.

prekrivajo s področjem kulture, se uporabljajo tudi za podporo določeni politiki in/ali v zagovorniške namene s ciljem spodbujanja razvoja ali npr. vojaške interoperabilnosti z zaveznici. Izmenjave v smislu mehanizma javne diplomacije so omejene zaradi finančnih sredstev, geografske oddaljenosti in kulturnih ovir. V internetni dobi razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije omogoča premostitev geografskih in časovnih distanc ter oblikovanje spletnih virtualnih svetov⁵⁶, ki odpirajo vrata novim potencialom za delovanje mehanizmov javne diplomacije. Z uvedbo možnosti sporazumevanja v različnih jezikih, pa bodo tovrstne aplikacije za uporabnike še bolj privlačne. Nekoliko drugačne možnosti ponujajo igrice, zasnovane z namenom javne diplomacije (npr. »Peace Maker«⁵⁷).

Mednarodno oddajanje obsega upravljanje z mednarodnim okoljem z rabo radia, televizije in interneta za sodelovanje s tujimi javnostmi. V praksi se lahko prekriva z ostalimi funkcijami v okviru javne diplomacije (npr. poslušanje pri raziskavah o javnem mnenju, zagovorništvo in obveščanje v sklopu uvodnikov, predstavitev političnih vsebin ipd.). Je običajno institucionalno ločeno od ostalih elementov javne diplomacije, njegova ključna komponenta pa je novica, še posebej kadar je ta cilj⁵⁸. Prilagajanje sodobnemu okolju in usklajevanje med mednarodnimi oddajniki ter razvoj v sodelovanju s telesi, kot je BBC World Service Trust, je opaziti premik v napredno smer. Vzpodbudna pa je tudi porast resničnostnih interaktivnih programov, v katerih občinstvo sodeluje z vprašanji in komentarji preko telefonskih klicev, SMS-ov, e-mailov, v zadnjem času tudi Twitterja, ti pa se pogosto dotaknejo tudi tabu tem in spodbujajo odprto javno razpravo o njih. Koristilo bi tudi spodbujanje čim večje povezanosti ciljne javnosti z večjo dostopnostjo do medijev in s tem do sporočil. Tako objavljane novice akterja javne diplomacije na Youtube omogoča njihovo dostopnost večjemu delu občinstva. V današnjem času sicer lahko vsak ustvarja svojo vsebino in jo razširja (npr. »prilepi« na Youtube, Facebook ipd.) ter s tem deluje kot multiplikator medijskih sporočil. Lahko pa jih tudi konkretno popači.

⁵⁶ Npr. »Second Life«, vzpostavljen leta 2003, v katerem so nekatere države odprle svoje virtualno veleposlaništvo.

⁵⁷ Ta Izraelcem in Palestincem omogoča postavitev na stališče nasprotne strani v realnosti in gledanje zadev z njegovega stališča.

⁵⁸ Zaradi dosežkov BBC World Service, je bilo mednarodno oddajanje precej časa najširše poznan element britanske javne diplomacije.

Tabela 2.3: Klasifikacija elementov strukture javne diplomacije

ELEMENT STRUKTURE JAVNE DIPLOMACIJE	PRAKTIČNI PRIMER	ČASOVNA NARAVNANOST	TOK INFORMACIJ
Poslušanje	Usmerjeno anketiranje.	Kratko- in dolgoročno.	Navznoter – k analitikom in političnemu procesu.
Zagovorništvo	Odnosi z mediji na veleposlaništvu.	Kratkoročno.	Navzven.
Kulturna diplomacija	S strani države sponzorirana mednarodna umetniška razstava.	Dolgoročno.	Navzven.
Diplomacija izmenjav	Dvosmerna akademska izmenjava.	Zelo dolgoročno.	Navznoter in navzven.
Mednarodno oddajanje	Radijsko oddajanje v tujem jeziku.	Srednjeročno.	Navzven, ampak uredništva novic (medija).

Vir: Prirejeno po Cull 2008, 35.

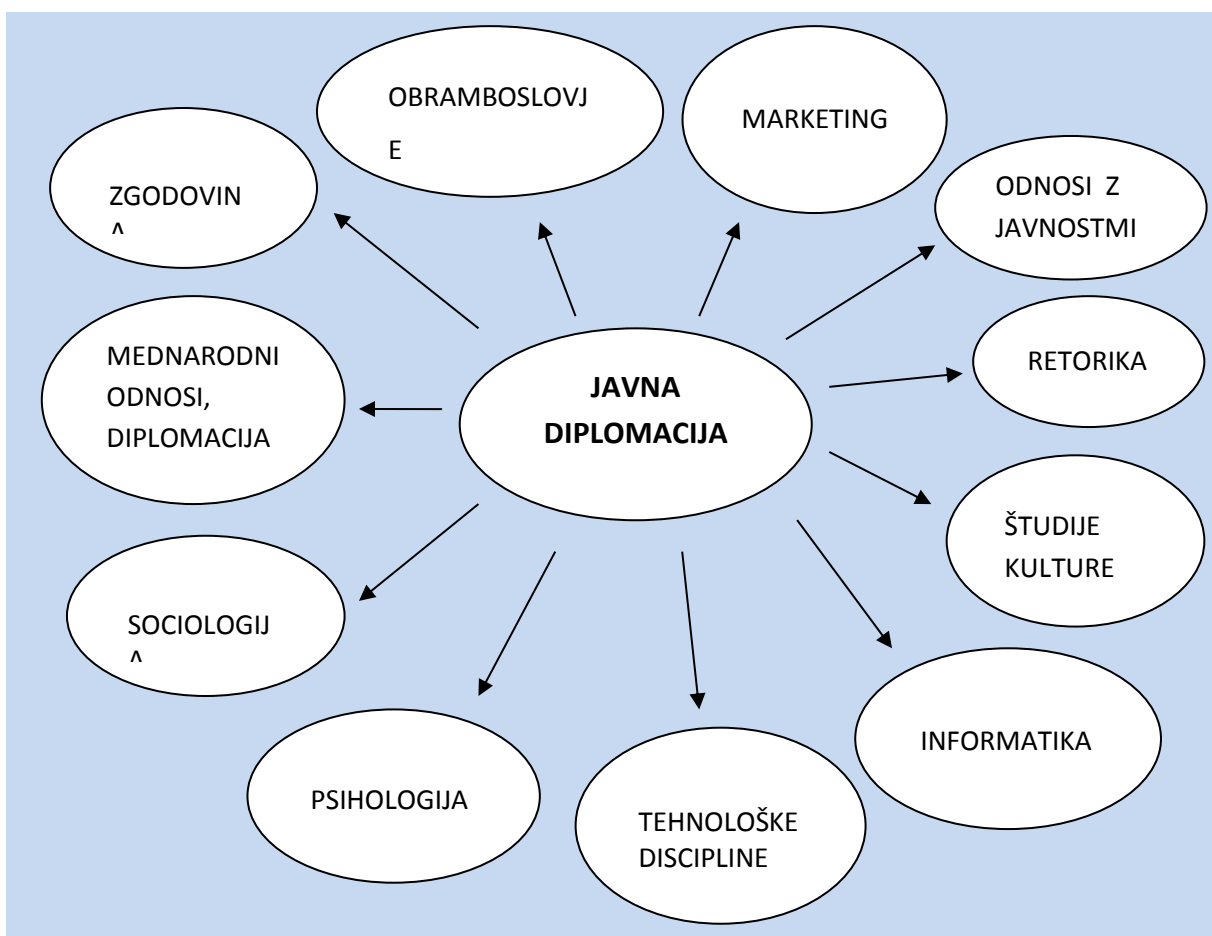
Vsak od predstavljenih elementov strukture (glej tabelo 2.3) je pri izvajanju javne diplomacije uporabljen glede na namen, cilj in dano situacijo. Tako so za doseganje kratkoročnejših ciljev in odzivanje na nenadne dogodke v ospredju upravljanje z novicami in zagovorništvo, v primeru priprav na določene dogodke v bližnji prihodnosti je pomembnejše strateško načrtovanje sporočil in mednarodno oddajanje, kadar pa stremimo k dolgoročnim ciljem, pa pridejo v poštev npr. gradnja odnosov s pomočjo izmenjav in kulturne diplomacije. V vseh primerih je osnova za

učinkovitejše delovanje javne diplomacije dobro poslušanje. »Idealna struktura bi bila njihova uravnotežena uporaba, ki bi omogočila, da vsak od njih po svojih močeh prispeva k celostnemu nastopu v okviru prizadevanj za skupni cilj« (Cull 2008, 35).

2.3. RAZMERJE Z RELEVANTNIMI KONCEPTI

Javna diplomacija je predmet raziskovalnega interesa številnih disciplin. K njenemu boljšemu in celovitejšemu razumevanju s svojimi razmišljanji in deli prispevajo avtorji z različnih področij: mednarodnih odnosov, diplomacije, odnosov z javnostmi, komunikologije, marketinga, zgodovine ipd. (glej sliko 2.2). Menim, da lahko k razvoju javne diplomacije prispeva tudi obramboslovje, in sicer z vidika proučevanja družbenih razsežnosti uporabe javne diplomacije na področju obrambe in varnosti.

Slika 2.2: Ponazoritev relevantnih disciplin



Vir: Prirejeno po Gilboa (2008, 74).

V kontekstu mednarodnih odnosov jo v nadaljevanju obravnavam kot sredstvo mehke moči, ki po mnenju Nya (2004, 2010) v kombinaciji s trdo močjo tvori t. i. pametno moč. Po Snow (2009) korenine javne diplomacije izhajajo iz »prepričevalne industrije odnosov z javnostmi, marketinga in oglaševanja«. Zato v nadaljevanju predstavljam njeno razmerje s konceptom odnosov z javnostmi ter jo razmejujem od informacijskih operacij (vključno s propagando).

2.3.1 Javna diplomacija in mehka moč

V pričujočem delu javno diplomacijo obravnavam na obrambnem področju, kjer dominira trda moč⁵⁹.

V sodobni, postindustrijski družbi pa je uporaba vojaške sile kot oblike reševanja konfliktov le pogojno sprejemljiva, saj uporaba sile potrebuje tehten, upravičen razlog in, predvsem v zahodnih demokracijah, javno podporo. Množične žrtve so za domače javnosti nesprejemljive, teritorialna ekspanzija je zaradi nacionalne ozaveščenosti bistveno težja, gospodarska rast in ugled držav pa sta pogosto odvisna od njenih odnosov z drugim mednarodnimi subjekti. (Nye 2004, 19)

Nye (2004) trdi, da ob ekspanziji ekonomskih in družbenih trendov v slogu informacijske revolucije na pomembnosti vse bolj pridobiva mehka moč. Krepila se bo v tistih državah, ki bodo svojo ideološko osnovo dominantne kulture približale prevladujočim globalnim normam (npr. liberalizem, pluralizem, avtonomnost) in ki bodo svojo kredibilnost podkrepile s svojimi domačimi in mednarodnimi vrednotami ter politikami v smislu konsistentnosti z demokracijo, zagotavljanjem človekovih pravic, odprtosti in spoštovanja do mišljenja drugih ter skladno s tem delovale tudi v praksi (Nye 2004, 30–32).

»Moč v globalni informacijski dobi torej v veliko večji meri kot v preteklosti vključuje mehko dimenzijo – dimenzijo privlačnosti, ki sloni na zmožnosti oblikovanja preferenc drugih akterjev, kar se lahko doseže s privlačno kulturo, političnimi vrednotami, institucijami ter legitimnostjo politik« (prav tam). Politični predstavniki se zavedajo, da

⁵⁹ Po Nyu (2004) obsega vojaško in ekonomsko moč. Primarni valuti prve sta grožnja in sila, druge pa plačila in sankcije.

ta zmožnost izhaja iz t. i. prednostnega tematiziranja (ang. agenda setting)⁶⁰ in uokvirjanja⁶¹ (ang. framing) razprav, kar je vsakdanji pojav v demokratičnih sistemih. Pri tem svojo vlogo igra javna diplomacija, za katero lahko trdim, da je eno izmed najbolj učinkovitih orodij za povečevanje mehke moči. V mednarodni politiki so viri mehke moči predvsem vrednote izražene v njihovih zunanjih politikah ter ravnanju v odnosih do drugih subjektov mednarodne skupnosti, domače vrednote in politike ter vrednote izražene v kulturi (Nye 2008). Po mnenju Gilboa (2008, 61) gre pri javni diplomaciji za »uradno politiko, ki vire mehke moči prevaja v delovanje«.

Po Nyu (2008, 94) je »javna diplomacija instrument vlad držav in vodstev organizacij za mobilizacijo teh virov, za komunikacijo in ustvarjanje privlačnosti predvsem v očeh tujih javnosti, pa tudi domačih«. Gre za usmerjanje pozornosti na potencialne vire mehke moči skozi medije, organizacijo izobraževalnih, kulturnih in športnih dogodkov, organizacijo izmenjav itd. Habjan (2008, 22) jo razume širše, ne le enega izmed uporabnikov mehke moči, ampak tudi »v funkciji skrbnika ali upravljalca mehke moči v kontekstu zunanje politike«. Zavedati pa se je potrebno, da javna diplomacija na osnovi neprivlačnih vsebin neke kulture, vrednot in politik ne more »proizvajati« mehke moči (Nye 2008).

V informacijski dobi je na voljo obilo informacij in ravno to izobilje vodi k razpršenosti pozornosti (»paradoks obilja«). Po Nyu (2008) moč poseduje tisti, ki razlikuje koristne informacije od preostalega balasta in ki zna usmerjati pozornost. Kredibilnost⁶² je pri tem ključno sredstvo in pomemben vir mehke moči, ki krepi ugled (prav tam). Po eni strani se zanjo odvija tekmovanje med različnimi akterji, ki pa lahko po drugi strani pri krepitvi kredibilnosti tudi sodelujejo, še posebej, kadar si skupaj prizadevajo za enake oz. podobne cilje (npr. promocija demokratične ureditve, človekovih pravic itd.). »V

⁶⁰ Gre za »proces, ki lahko vpliva na to, o čemer premišljujemo, in na to, kako o tem premišljujemo« (Fortunato v Vrečko 2011, 49).

⁶¹ Po Splichalu (2004) gre za proces, v katerem se s selekcijo relevantnih vidikov problematike, poudarki ter izključevanjem nerelevantnih vidikov organizira diskurz moči in s tem konstruira temo, ki jo ponudi v razpravo javnosti.

⁶² O izgubi kredibilnosti in ugleda v mednarodni skupnosti lahko govorimo v primeru pretiranih trditev ZDA o orožju za množično uničevanje, ki naj bi ga imel v lasti režim pod vodstvom Saddama Husseina v Iraku in njegovem povezovanju z Al Kajdo, ki so sicer pripomogle k mobiliziranju javne podpore v ZDA za posredovanje v Iraku, vendar je kasnejše razkritje pretiranosti teh trditev zadalo močan udarec kredibilnosti ZDA. Podoben primer predstavlja ravnanje z domnevnimi teroristi, jetniki v zaporu Guantanamo, ki je v velikem nasprotju z vrednotami, ki jih sicer zagovarjajo ZDA in je posledično vplivalo na ugled ZDA ter v svetu pustilo vtis njihove dvoličnosti in hinavščine. (Nye 2008, 99–100)

praksi je to mogoče doseči s sodelovanjem v mednarodnih organizacijah, kot sta na primer Nato in Združeni narodi, ter krepitvijo njihovega ugleda, ki pripomore tudi k učinkovitejši uporabi orodij, kot je javna diplomacija pri spoprijemanju z izzivi mirovništva, promocije demokracije, spopadanja s terorizmom idr.« (Nye 2008, 107). Ravno zadnji primer kaže, da naslonitev na izključno trdo moč ne vodi k uspehu, zato je po Nyevem mnenju (2010) potrebna kombinacija z mehko močjo⁶³ oz t. i. »pametna moč⁶⁴« (ang. »smart power«). Slednja potrebuje »pametno javno diplomacijo«, ki vključuje »zavedanje pomena kredibilnosti, samokritičnosti in vloge civilne družbe pri proizvodnji mehke moči« (prav tam). Biti mora dvosmerni proces, saj mehka moč pretežno sloni na razumevanju mišljenja drugih.

Na tej točki velja omeniti tudi koncept t. i. »noopolitike« Davida Ronfeldta in Johna Arquille (2009, 352) kot nove paradigme za javno diplomacijo. Diplomati bodo po njunem mnenju morali dojeti pojav nove domene – domene miselnosti ali »noosfere«, katere osnova bo »noopolitika«⁶⁵ in njena preferenca mehke moči /.../, medtem ko gre pri realpolitiki za vprašanje čigava vojaška sila zmaga, gre pri noopolitiki za vprašanje čigava zgodba zmaga« (prav tam). Za zmago v »bitki zgodb« bo pomembno dobro spoznati in razumeti nasprotnika, ustvarjati sporočila s prepričljivo vsebino, izbrati najboljšega posrednika zanje, oblikovati zavedanje javnosti, /.../ da bi ustvarili prepričljivo in učinkovito zgodbo, je javna diplomacija namreč preveč dragocena, da bi jo prepustili »enačenju z vajo iz marketinga, manipulacijo ali omejili na slogane« (Ronfeldt in Arquilla 2009, 362).

⁶³ V smislu »osvajanja src in misli« (t. i. »winning hearts and minds«) (Nye 2010).

⁶⁴ Nye pri opredeljevanju koncepta moči ni osamljen. Nekoliko drugačno stališče sta zavzela Korb in Boorstin (glej Gilboa 2008, 62) trdita, da je delitev na trdo in mehko moč potrebno zavreči in uvesti pojem integrirana moč, ker gre med njima za partnerski odnos in ne alternativni.

⁶⁵ »Vzpon sorodnih konceptov, povezanih z vplivom informacijske dobe, so opredelili tudi David Rothkopf v 'kibernetiki politiki', kjer akterji niso zgolj države, moč informacij pa lahko moč krepí ali slabi, David Bollier v 'netpolitiki', kot novemu stilu diplomacije, ki za oblikovanje politik, kulture, vrednot in identitet izrablja zmogljivosti interneta, in Philip Fiske de Gouveia, ki govori o evropski favorizaciji 'infopolitike', kot »novega termina za obdobje javne diplomacije na osnovi proaktivne mednarodne komunikacije ter projekcije svobodnih in nepristranskih informacij« (Ronfeldt in Arquilla 2009, 360). V ozadju izpostavljenih konceptov so podobni trendi, katerih obstoj osmišljajo »ekspanzija globalnih komunikacij, vpliv aktivnosti (globalnih) nevladnih organizacij, ki predstavljajo civilno družbo, prednosti, ki jih prinaša sodelovanje, ter relevantnost mehke moči, vse to pa je v veliki meri povezano z razvojem informacijskih in komunikacijskih tehnologij« (prav tam).

2.3.2 Konvergenca javne diplomacije z odnosi z javnostmi

Če odnose z javnostmi⁶⁶ primerjam z javno diplomacijo, lahko ugotovim, da sta si po naravi precej blizu. Melissen (2005, 21) celo trdi, da se »modus operandi« sodobne javne diplomacije ne razlikuje veliko od odnosov z javnostmi. Signitzer in Coombs (v van Dyke in Verčič 2009, 826) ugotavljata podobno – da sta koncepta »v naravnem procesu konvergence«. To s svojo raziskavo o njuni konceptualni in praktični povezanosti potrjujejo tudi Fitzpatrick in drugi (2013). Payne (2009, 488) pa zagovarja, da se bo »konvergenca med njima, ki izhaja iz uporabe enakih komunikacijskih tehnik in strategij, še povečala, saj delita enako delovno okolje«.

L'Etang (2009, 616) kot njune skupne točke prepoznava izvajanje funkcij, npr. predstavljanja (zagovorništvo), dialoga (pogajanja, mirovništvo), upravljanja javnega mnenja, svetovanja idr. Macnamara (2012, 318) našteje več skupnih značilnosti in načel sodobne javne diplomacije in odnosov z javnostmi:

- prepoznavanje potrebe po razumevanju okolja (s pomočjo poročanja, pozornega spremljanja, raziskovanja ipd.),
- gre za strateško komuniciranje,
- prioriteta je gojenje dobrih odnosov,
- dialog je osrednja dejavnost,
- soočanje z raznolikostjo interesov in občasno tudi konfliktov,
- soočanje z množtvom skupin političnih akterjev, družbenih skupnosti, javnosti in deležnikov, vključno z vladami in organizacijami.

Signitzer in Wämser (v van Dyke in Verčič 2009, 826) sta identificirala naslednje podobnosti v njunem delovanju: »pri obeh gre za proces strateškega komuniciranja⁶⁷, ki upravlja komunikacijske aktivnosti, odnose in njihove posledice med državami/organizacijami in njihovimi javnostmi, hkrati pa jima je skupno tudi raziskovanje, dialog, vplivanje in svetovanje«.

⁶⁶ Odnosi z javnostmi ali t. i. komunikacijski menedžment (Verčič in Ruler 2002) imajo mnogo opredelitev, ki poskušajo zajeti bistvo pojma. Verčič (1999, 524–525) razčleni dva pristopa k odnosom z javnostmi, ki se skladata z naravnostjo množstva obstoječih definicij. Pri enem odnose z javnostmi obravnava v smislu »upravljanja komuniciranja med organizacijo in njenimi javnostmi«, v drugem pa v smislu »upravljanja odnosov med organizacijo in njenimi javnostmi« (prav tam).

⁶⁷ Tudi Natova politika strateških komunikacij (Nato Strategic Communication Policy 2009) javno diplomacijo in odnose z javnostmi obravnava kot zmogljivosti strateških komunikacij.

Menim, da se v svetu vse kompleksnejših mednarodnih odnosov, medijev globalnega dosega, posledične globalizacije vsebin in zadev, hitrega prenosa informacij ter stapljanja domačih in tujih javnosti, razlike med njima zmanjšujejo. »Integrirani komunikacijski programi kot je (politično-vojaški) pristop k strateškemu komuniciranju so doprinesli h konvergenci v mednarodnih odnosih in organizacijskem vedenju, prav tako pa tudi h konvergenci njima podrejenih funkcij – javne diplomacije in odnosov z javnostmi« (van Dyke in Verčič 2009, 836). Odnosi z javnostmi in javna diplomacija se torej zbližujeta predvsem v politično-vojaških sferah strateškega komuniciranja na mednarodni ravni in ta specifična točka se nahaja »v okviru koordinacije komunikacijskih načrtov, procesov, tem, sporočil in ostalih elementov komunikacijskega vedenja« (prav tam).

Kunczik v Plavšak Krajnc (2004, 647) pa kot »presečišče med javno diplomacijo in odnosi z javnostmi predstavlja področje t. i. mednarodnih (globalnih, transnacionalnih) odnosov z javnostmi. Na slednjih gradi tudi Plavšak Krajnc (2004, 648), ki je mnenja, da je »najpomembnejša skupna točka konceptov javne diplomacije in mednarodnih odnosov z javnostmi v tem, da gre za dolgoročne kompleksne procese interakcij, v katerih se gradijo vsestranski, a simetrični odnosi s tujimi javnostmi«.

Kljub nakazanemu zbliževanju obravnavanih konceptov ameriški svetovalec in predavatelj za javno diplomacijo Matt Armstrong (2009) trdi, da »javne diplomacije ne moremo enačiti z odnosi z javnostmi«. Pravi, da gre pri javni diplomaciji za »proaktivno angažiranje globalnih javnosti v podporo zunanji politiki, ki bo tako sama pozitivno vplivala na javno mnenje. Moč angažiranja globalnih javnosti pa je imperativ nacionalne varnosti in ne sme biti zgolj orodje odnosov z javnostmi« (prav tam). Tudi Macnamara (2012, 318) ugotavlja naslednje pomembne razlike med njima:

- Javna diplomacija daje prioriteto medosebni komunikaciji (podprti s strateško indirektno komunikacijo), odnosi z javnostmi pa večinoma slonijo na komuniciranju preko medijev.
- Javna diplomacija deluje v okolju tekmovalnih interesov, tenzij in konfliktov, ki jih v večji meri zaznava bolj kot normo medčloveških odnosov kot pa zlom v komunikaciji (nekateri interesi in konflikti so lahko že v osnovi nezdružljivi), medtem ko gre pri odnosih z javnostmi za zaznavanje konflikta kot zloma v komunikaciji in/ali odnosih ter pogled na simetrijo kot nujni cilj.

- Javna diplomacija ohranja dialog za vsako ceno, tudi v primeru nesporazuma in sovražnosti (razen v vojni), v primeru odnosov z javnostmi se dialog ohranja, dokler je konsenz, sodelovanje ali »win-win« situacija možna, sicer pride do prekinitve.
- Javna diplomacija razvija in favorizira pogajalske sposobnosti, vzpostavlja mehanizme za soočanje z nesorazmernostjo v moči (npr. delovanje preko Združenih narodov), razvija in sledi protokolom za primere v konfliktnih in sovražnih situacijah, vključno z diplomatskimi in vzajemnimi dogovori (npr. spoštljivost in vljudnost v interakcijah, enakomerna razporejenost časa v primeru diskusij in pogajanj).
- Pri odnosih z javnostmi gre za primarno osredotočanje na komunikacijske sposobnosti, ni učinkovitih mehanizmov za soočanje z nesorazmernostjo v moči, gre za zanašanje na interes organizacije in moralne vrednote izvajalcev, poleg tega pa nima protokolov za delovanje v primeru konflikta in se zanaša na profesionalne vrednote⁶⁸.

2.3.3 Razmerje z informacijskimi operacijami (in razmejitve od propagande)

“Javna diplomacija ali odnosi z javnostmi ali psihološko bojevanje, ali če želite biti resnično odkriti – propaganda.”

*Bivši svetovalec državnega sekretarja ZDA Richard Holbrooke
(Melissen 2005, 17)*

»Informacije že od nekdaj predstavljajo pomemben vidik moči, diplomacije in oboroženih spopadov« (Dunn Cavelty 2008, 1). Z razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije pridobivajo na pomenu ter kot odločujoč element obrambne politike prežemajo njeno izvajanje vse od strateških do taktičnih nivojev. Ravno zaradi tega lahko učinkovito delovanje na tem področju zagotavlja le visoka stopnja koordiniranosti med politično-strateško ravno (javna diplomacija) ter taktično-vojaško ravno (informacijske operacije).

Kot izhodišče navajam nekaj opredelitev informacijskih operacij. Po Kuehlu (2002, 36) te zajemajo »aktivnosti za vplivanje na nasprotnikove informacije in informacijske sisteme, medtem ko branimo naše lastne informacije in informacijske sisteme« ter so superioren pojem terminu informacijsko bojevanje, kjer gre za informacijske operacije v kriznih situacijah oz. konfliktih (prav tam). Ameriški dokument »Joint Publication 3–

⁶⁸ Aplikacija omenjenih značilnosti javne diplomacije v odnose z javnostjo bi lahko vodilo k rekonceptualizaciji korporativnih in organizacijskih odnosov z javnostmi v smer korporativne in organizacijske javne diplomacije (Macnamara 2012).

13, Information Operations»⁶⁹ (2012) jih opredeli kot »integrirano uporabo z informacijami povezanih zmogljivosti v sodelovanju z ostalimi načini za vplivanje na prekinitev, razkroj procesa odločanja nasprotnikov in potencialnih nasprotnikov ali poseganje vanj, da bi zaščitili lastnega«. Informacijske operacije obsegajo elektronsko bojevanje, operativne zmogljivosti računalniškega omrežja, psihološke operacije (katerih osrednji element je propaganda), vojaško zavajanje ter druge podporne in povezane zmogljivosti za zaščito lastnega procesa odločanja in lastnih informacijskih sistemov (Paul 2008, 2).

Torej »povezujejo oz. združujejo vse vidike informacij za podporo in dopolnilo elementom bojne moči« (Strnad 2008, 14). So ključni faktor za zagotavljanje informacijske premoči (Armistead 2004). Njihovo področje delovanja je tako vojaško kot tudi civilno, geografsko gledano pa globalno. »Tarča informacijskih operacij je nasprotnikov odločevalec, zato je primarni cilj prizadevanj prisiliti to osebo ali skupino oseb v izvedbo oz. neizvedbo določenega dejanja« (Armistead 2004, 17) Po vsebini se informacijske operacije nanašajo na oblike informacijskega bojevanja⁷⁰, ki informacije izkoriščajo kot sredstvo oz. orožje (Libicki 1995). Bernik in Prislan (2011) informacijsko bojevanje dojemata širše od vojaškega vidika, ko trdita, da gre »ofenzivno in defenzivno delovanje (zasebnih⁷¹ in javnih institucij) oz. skupin za pridobivanje in/ali uporabo informacij s pomočjo informacijsko-komunikacijske tehnologije za doseganje premoči v boju s konkurenco, pri čemer želijo lastne informacije zaščititi pred zlorabo, okvaro, uničenjem oz. preprečiti nedostopnost, hkrati pa zlorabiti, okvariti, uničiti in preprečiti dostop do informacij nasprotnika«.

Dunn Caveltjeva (2008, 2) ugotavlja, da ni enotnega obravnavanja koncepta informacijskih operacij in navaja tri stične točke z njene strani obravnavanih opredelitev:

⁶⁹ O ameriški doktrini informacijskih operacij.

⁷⁰ Bojevanje na področju poveljevanja in nadzora, bojevanje, ki temelji na obveščevalni dejavnosti, elektronsko bojevanje, psihološko bojevanje, hekersko bojevanje, ekonomsko informacijsko bojevanje, kibernetično bojevanje (Libicki 1995).

⁷¹ Poleg držav se jih poslužujejo tudi tisti subjekti (npr. korporacije, poslovne entitete), ki z vidika obstoja, napredka in konkurenčnosti potrebujejo določene informacije, a zanje nimajo avtoriziranega dostopa in za to uporabljajo tehnike informacijskega bojevanja (Bernik in Prislan 2011).

1. služijo širokemu spektru odzivanj na krize (npr. obramba države, mednarodne operacije in misije ipd.),
2. niso zgolj vojaškega tipa, ampak gre za integrirano delovanje vojaških in civilnih državnih ter nedržavnih akterjev v okviru celostne informacijske strategije,
3. tveganje, povezano z vsebino informacij, kjer je odgovornost za reagiranje (na dezinfoformacije) v prvi vrsti v rokah političnih odločevalcev (namenska distribucija popačenih ali lažnih informacij je del konfliktov), kar presega vojaško raven.

Omenjene točke nakazujejo tudi razmerje z javno diplomacijo (kot dejavnostjo na najvišji oblastni ravni) v smislu celovitega izvajanja in nujne koordinacije vseh komunikacijskih aktivnosti določenega subjekta (bodisi države, organizacije idr.) Usmerjanje in koordiniranje tem, sporočil in načina komuniciranja se mora vršiti z »vrha« (npr. vlade v neki državi ali vodstva organizacije), ki je polje javne diplomacije, informacijske operacije pa v celotnem nizu komunikacijskih aktivnosti predstavljajo podrejen in hkrati podporni element javni diplomaciji na obrambnem oz. vojaškem področju (Paul 2008). Torej so le del nabora komunikacijskih prizadevanj⁷², ki morajo z njo delovati v medsebojni harmoniji. To razmerje odraža tudi Natova politika strateških komunikacij (Nato Strategic Communications Policy 2009), ki javno diplomacijo (pristojnost vodstva organizacije) hierarhično postavlja nad informacijske in psihološke operacije (vojaška raven) ter zahteva njihovo koordiniranost z javno diplomacijo.

V domeni psihološkega bojevanja⁷³, ki je ena od oblik (Libicki 1995), komponent⁷⁴ (Taylor in drugi v Bernik in Prislan 2011) ali stebrov (Paul 2008) informacijskega bojevanja, enega glavnih instrumentov predstavlja propagandna dejavnost. Pri propagandi gre za »konsistentna, vztrajna prizadevanja za ustvarjanje oz. oblikovanje dogodkov z namenom vplivanja na odnose javnosti do iniciativ, idej ali skupin« (Bernays 2005, 52). Malešič (2013, 861) jo pri proučevanju propagande v času oboroženih spopadov na področju nekdanje Jugoslavije pojmuje kot »načrtovano, namerno in sistematično komunikacijsko prizadevanje, ki je usmerjeno

⁷² V primeru Nata so to javna diplomacija, civilni odnosi z javnostmi, vojaški odnosi z javnostmi in psihološke operacije (NATO Strategic Communications Policy).

⁷³ Obstaja nemalo definicij psihološkega bojevanja, ki vanj vključujejo načrtno uporabo propagande in podobnih sredstev oz. ukrepov (vojaške, gospodarske ali politične narave) za vplivanje na mnenja, čustva, stališča in vedenje določenih skupin, v podporo uresničevanju nacionalnih namer in ciljev (Daugherty in Janowitz v Malešič 1997),

⁷⁴ Skupno jih je šest, poleg omenjene še elektronsko bojevanje, vojaško zavajanje, fizično informacijsko bojevanje, zaščitni ukrepi za varovanje informacijskega sistema ter informacijski napad.

v oblikovanje zaznav, manipuliranje dejstev ter organiziranje vedenja javnosti skladno z interesi in namerami propagandista oz. propagandne organizacije.« Izvaja se kot množično, organizirano, namensko vplivanje na prepričanja, aktivnosti ali odnose, z metodami, ki imajo tendenco prepričati posameznikovo racionalno presojo ter zatreti oz. omejiti obveščenost in sposobnost razmišljanja (Marlin v Paul 2008).

Kljub temu, da termin propaganda največkrat izzove (negativne) asociacije, ki izhajajo ravno iz njene rabe v konfliktih in vojnah, je uporabna za širše cilje, kar je verjetno pogost vzrok za njeno povezovanje (ali celo enačenje) z javno diplomacijo. Po mnenju Benka (1997, 282) je kot »načrtno, organizirano širjenje mišljenj in stališč v pisani, govorjeni ali pa akcijski obliki namenjena pridobivanju posameznikov, skupin ali razredov v posameznih državah in v mednarodni skupnosti za politične, ideološke, ekonomske religiozne in druge cilje držav in nedržavnih organizacij«. Njeno širšo uporabnost in polje prekrivanja z javno diplomacijo sugerirata tudi Vregova (2000) opredelitev politične propagande⁷⁵ in mednarodne propagande⁷⁶.

Menim, da javne diplomacije in propagande ne gre enačiti. Tako javna diplomacija kot propaganda sicer služita kot orodje oblasti (vodstva), le da na drugačen način (Melissen 2005, Brown 2008). Skupno jima je, da: gre za načrt(ova)ni, organizirani, namenski obliki komuniciranja, ki pogosto uporabljata enaka komunikacijska sredstva oz. kanale (npr. množične medije), sta relevantni globalno, v miru in času kriz, uporabni na raznovrstnih področjih (v veliki meri na političnem in vojaškem), se izvajata z namenom vplivanja ter želita doseči določen cilj (pogosto politične narave). Kljub temu, da je v javni diplomaciji mogoče zaslediti nekatere elemente propagande, med njima obstajajo tudi pomembne razlike, kar nakazuje že prva opredelitev javne diplomacije po Gullionu (Brown 2008). Glavna razlika med njima je v načinu komuniciranja (Melissen 2005).

⁷⁵ Je »oblika komuniciranja, s katero komunikatorji ali skupine zavestno, namensko, načrtovano in organizirano oblikujejo propagandne projekte in sporočila (simbole in ideologeme), s katerimi oblikujejo in nadzorujejo mnenja in stališča ciljnega občinstva oziroma vplivajo na spremembo njihovih stališč« (Vreg 2000, 116).

⁷⁶ Gre za »komuniciranje nacionalnih držav, da bi vplivali na politično relevantno vedenje drugih narodov in držav«, vključuje pa mnoge dejavnosti (npr. psihološko vojno, črno propagando, politično vojskovanje, protipropagando) (Vreg 2000, 109).

Propaganda »vsiljuje poglede, manipulira z javnostjo in selektivno nadzira pretok informacij« (O'Donnel v Malešič 2013, 861), javna diplomacija pa deluje na osnovi dvosmernega komuniciranja (dialoga), sodelovanja ter gradnje dobrih, vzajemno koristnih odnosov z javnostmi (Plavšak Krajnc 2004, Melissen 2005, Černigoj 2006). Slednja torej daje prednost interakciji in javnosti obravnava kot proaktivnega »potrošnika« (Snow 2012). Medtem ko propaganda »uporablja in zlorablja model prepričevalnega komuniciranja /.../, da bi ustvarila videz enakopravnega, obojestranskega komuniciranja in zadovoljevanja potreb občinstva, gre dejansko za prisiljevanje k sprejemanju kolektivnih vzorcev mišljenja« (Vreg 2000, 116). Obe uporabljata določene tehnike z namenom vplivati na razmišljanje ljudi: V primerjavi s propagando, katere delovanje je namenoma usmerjeno v ožanje in omejevanje razmišljanja ciljnih javnosti, javna diplomacija spodbuja kreativno komunikacijo, je usmerjena v poslušanje, širitev miselne perspektive ter »odpiranje uma« (Melissen 2005). Naravnana je dolgoročno (Brown 2008), propaganda pa ima »zgolj kratkoročne učinke in je na dolgi rok neučinkovita« (Welch v Černigoj 2006, 35).

V nasprotju s splošnim dojemanjem propagande kot nečesa negativnega (kar je zgodovinsko pogojeno), je pri javni diplomaciji zaznati pozitiven prizvok. Omenjeno je povezano tudi z uporabo »bele«, »črne« ali »sive« vsebine⁷⁷ (Paul 2008). V povezavi s temi skrajnostmi obeh konceptov ponazarja Brownov (2008) pogled na najboljšo plat javne diplomacije in najslabšo plat propagande:

⁷⁷ Temelji na razlikovanju treh oblik propagande (Vreg 2000, Paul 2008): »bela« (resnična sporočila, znan izvor – npr. državni organi), »črna« (prikrit izvor, delovanje preko tajnih virov, neresnična – izmišljena, prikrojena sporočila) ter »siva« (prilagojena resnica – izvor je prikrit, a ga je z analizo mogoče identificirati).

»Javna diplomacija v najboljšem primeru zagotavlja resničen, dejanski prikaz ter razlago zunanje politike in načina življenja tujim javnostim, spodbuja mednarodno razumevanje, posluša in se angažira z dialogom ter objektivno prikazuje nacionalne dosežke«.

»Propaganda vsiljuje svoja sporočila javnostim, pogosto z uporabo ponavljanja in sloganov, demonizira elemente 'zunanjega' sveta in poveljuje lasten narod, poenostavlja kompleksne zadeve, vključno z zgodovino, prikroji resnico ali namenoma laže«.

3 SODOBNA JAVNA DIPLOMACIJA NA OBRAMBNEM PODROČJU

»Praksa številnih sodobnih držav kaže, da je področje obrambe in varnosti na današnji stopnji družbenega razvoja po obsegu in po vlogi pomemben del njihove pozitivne politične, gospodarske, /.../ družbene ureditve« (Grizold 1989, 5). Z globalizacijo so pojavi in procesi v obrambno-varnostni dejavnosti dobili še izrazitejši značaj mnogoplastnosti in kompleksnosti ter prepletenosti z ostalimi sferami družbene stvarnosti. Odnosi med ključnimi akterji (države, različne organizacije, gibanja, idr.) v obrambno-varnostni stvarnosti so zapleteni in soodvisni, odražajo pa se v specifičnih oblikah povezav ali razhajanj, ki določajo njihovo obnašanje v mednarodni skupnosti.

Na obrambno-varnostnem področju se prepletanje domače in mednarodne sfere kaže tudi z navezanostjo države in njenih politik na mednarodne organizacije, katerih članica je (npr. OZN, Nato), ki s svojimi politikami in aktivnostmi znatno prispevajo k mednarodnemu miru, varnosti in stabilnosti ter s tem tudi k varnosti države same⁷⁸. Tako tudi nova Obrambna strategija Republike Slovenije (2012) »mednarodno varnostno okolje Republike Slovenije označuje kot kompleksno, dinamično, soodvisno, podvrženo nepredvidljivim spremembam in globalnim razsežnostim. V njem ni več izrazitih ločnic med notranjo in zunanjo razsežnostjo varnosti«.

Neizpodbitno je, da (nacionalna ali kolektivna) obramba in mednarodna varnost še vedno v veliki meri slonita na aktivnostih vojaške narave (krepitvi vojaških zmogljivosti, sodelovanju v mednarodnih operacijah in misijah, vojaških

⁷⁸ Slovenija se je k temu ponovno zavezala z Resolucijo o strategiji nacionalne varnosti Republike Slovenije (sprejeta leta 2010).

posredovanjih), torej trdi moči. Ob tem pa lahko opazimo krepitev pomena mehke moči, v našem primeru v obliki javne diplomacije, ki na obrambnem področju pridobiva na vlogi pri komuniciranju z javnostmi glede obrambnih politik in izvajanja obrambnih oz. vojaških aktivnosti.

Časi omejevanja in počasnega pretoka informacij, ki smo jim bili priča v oboroženih spopadih preteklega stoletja, ko je uspevala propaganda, so se na Zahodu z informacijsko-komunikacijsko revolucijo, dostopnostjo informacij preko različnih kanalov (medijev) in posledično vse večjo transparentnostjo, tudi na obrambnem področju končali. Nekdaj zaprti obrambni sistemi in vojske se v demokratičnih družbah vedno bolj odpirajo za javnosti in celo prevzemajo nekatere tržne pristope (npr. dnevi odprtih vrat, oglaševanje služb). Komuniciranje z javnostmi je v teh sistemih pridobilo na pomenu, s tem pa tudi javna diplomacija. Družbena sprejemljivost, upravičenost obstoja, spoštovanje in zaupanje javnosti so za obrambne sisteme demokratičnih družb v mirnem času izjemno pomembni, saj le tako lahko računajo na ugodno okolje za njihovo delovanje in finančna sredstva za njihov razvoj. Pri tem lahko pomaga javna diplomacija, še posebej, kadar je usmerjena k notranjim javnostim. Sicer obstoječa literatura prvenstveno njeno vlogo postavlja v delovanje navzven, s čemer si prizadeva za vpliv na ugodno percepcijo politik oz. podporo delovanju določenega obrambnega sistema s strani tujih javnosti, a kot sem že pojasnila, lahko zaradi brisanja mej oz. njihovega stapljanja govorimo njihovi celovitosti v smislu globalnih javnosti.

Menim, da lahko njeno delovanje na obrambnem področju najbolje spoznamo z analizo na primerih, zato sem za predmet raziskovanja izbrala javno diplomacijo na ravni politično-vojaške organizacije Nato in na ravni države Slovenije (njene članice).

Organizacija kolektivne obrambe, kot je Nato, lahko svoje naloge dobro izpolnjuje zgolj s sodelovanjem in usklajevanjem med članicami. Skladno s tem se sooblikujejo politike, strategije in načrtuje angažiranje v skupnih aktivnostih, ki brez koordinacije med zaveznici ne bi funkcionirale. Med skupne, zelo pomembne aktivnosti, sodi tudi javna diplomacija, katere pomen je bil javno močnejše izpostavljen na Vrhu Nata v Bukarešti (leta 2008), nato pa formalno poudarjen v deklaraciji z Vrha v Strasbourgu in Kehlju (leta 2009). V ospredju je bil praktično ves čas oblikovanja novega

Strateškega koncepta Nata in tudi v prihodnje ostaja izjemnega pomena za delovanje Zavezništva v globaliziranem svetu.

Po mnenju Šavca (2011) v Sloveniji prvi uspehi javne diplomacije segajo pravzaprav v čas osamosvojitvenih procesov in vojne za samostojno Slovenijo. Širše razprave o javni diplomaciji so se razvnele v času njenega vključevanja v Zavezništvo (predvsem zadnje leto pred vstopom), njihova revitalizacija in večja navezanost na obrambno-varnostno področje pa se je pričela z razpravami o sodelovanju Slovenije v mednarodnih operacijah in misijah ter oblikovanjem Strategije o sodelovanju Republike Slovenije v mednarodnih operacijah in misijah (v nadaljevanju SMOM) v letu 2009. Priznanje njene pomembne vloge na področju obramboslovja je bila njena eksplicitna navedba v poglavju SMOM o transparentnosti, ki »zahteva redne aktivnosti na področju javne diplomacije /.../ s ciljem seznanjanja javnosti in pridobivanja javne podpore.«

Pri analiziranju se bom v nadaljevanju tega poglavja osredotočila na organiziranost javne diplomacije ter njeno funkcijo v okviru obrambne dejavnosti na ravni države in organizacije, kar bom prikazala najprej na primeru Nata in nato Slovenije. V naslednjem poglavju pa bo sledila predstavitev delovanja javne diplomacije v praksi, in sicer v procesu oblikovanja novega Strateškega koncepta Nata (sprejetega leta 2010), delovanju javne diplomacije s strani kontaktnega veleposlaništva Nata, katerega vlogo v Črni gori trenutno opravlja Slovenija, ter z vidika digitalne diplomacije⁷⁹ in potenciala, ki ji ga nudi svetovni splet.

3.1 ORGANIZIRANOST JAVNE DIPLOMACIJE NATA

Poleg uvodoma že navedenih sprememb v mednarodnem okolju so na razvoj sodobne javne diplomacije Nata v 21. stoletju vplivali predvsem dogodki na obrambno-varnostnem področju (teroristični napadi v ZDA leta 2001 angažiranje v Afganistanu in Iraku, priprave na vključitev novih članic, ipd.). Razklanost med Evropo in ZDA v letih 2003 ter 2004 glede angažiranja v Iraku in povečana intenzivnost spopadov v Afganistanu po letu 2006 (posledično povečanje števila

⁷⁹ Pojem označuje javno diplomacijo, ki »za svoje delovanje uporablja internet oz. digitalna orodja« (Najžar 2012, 10) in v tem pomenu je uporabljen za potrebe moje naloge.

žrtev), ki je spodbudilo dvome v uspešnost mednarodne operacije ISAF pod vodstvom Nata, sta se odrazili tudi v upadanju podpore sami organizaciji v zunanjem okolju, kot tudi v notranjih razhajanjih med članicami. Po podatkih raziskave Transatlantic Trends 2007 je »podpora Natu v njegovih 'starih članicah' upadla:

- s 76 % v letu 2002 na 65 % v letu 2007 v Veliki Britaniji,
- s 53 % v letu 2002 na 35 % v letu 2007 v Turčiji,
- s 63 % v letu 2002 na 59 % v letu 2007 v Španiji ter
- z 72 % v letu 2002 na 55 % v letu 2007 v Nemčiji«.

Ne nazadnje je svoj doprinos dala še finančna in gospodarska kriza, ki je Evropo močneje zajela v letu 2009, vplivala na namenjanje sredstev za obrambo in s tem tudi odnos javnosti do Nata kot politično-vojaške organizacije in delovanja obrambnih sistemov posameznih držav, ki so porabniki tovrstnih sredstev.

Namestnica pomočnice generalnega sekretarja za javno diplomacijo pri Natu Stefanie Babst (2010, 5) ugotavlja, da »javnost na splošno, še posebej pa generacija po hladni vojni, le bežno pozna Natove nove naloge in usmeritve /.../ čeprav v povprečju še vedno vlada zaupanje v organizacijo kot tako⁸⁰, številni ljudje dvomijo v potrebo po vlaganju v obrambo po koncu hladne vojne ali na Nato gledajo predvsem kot na zaščitnika pred Rusijo«. Javnost še ne razume v celoti vloge Nata kot organizacije za zagotavljanje varnosti. Zaveznice so že pred nekaj časa ugotovile, da za uspešen prenos sporočil o vlogi Zavezništva »globalnemu občinstvu« ni dovolj zgolj »osredotočanje na komunikacijo s političnimi elitami, temveč tudi interakcija z javnostmi«⁸¹ (prav tam).

Ravno komuniciranju z javnostmi o aktualnih transatlantskih varnostnih vprašanjih ter sodobnim varnostnim izzivom⁸² prilagojeni vlogi Zavezništva so namenjene njegove strateške komunikacije, med katere sodi tudi javna diplomacija. Potrebo po okrepitvi prizadevanj v okviru javne diplomacije s ciljem pridobivanja podpore domačih javnosti za delovanje Nata so članice javno izpostavile v deklaraciji na Vrhu Nata v Bukarešti

⁸⁰ Solidna večina – 60 % anketirancev iz ZDA in 59 % anketirancev iz EU po izsledkih raziskave Transatlantic trends 2010 meni, da je Nato še vedno bistven za njihovo varnost. Leto kasneje pa je raziskava (Transatlantic Trends 2011) kaže manjši premik v pozitivno smer, in sicer k 62 % v obeh primerih.

⁸¹ Po mnenju Babst (2008, 5) si v svetu današnjih medijev »organizacije ne morejo več privoščiti, da bi 'pridigale' in domnevale, da so slišane, ampak si morajo prizadevati za vzpostavitev interakcije z javnostmi«.

⁸² Odzivi nanje vključujejo tudi mednarodne operacije in misije.

aprila 2008. Že naslednje leto, ob 60. obletnici Nata na Vrhu v Strasbourgu in Kehl (2009), je bila njena pomembnost na najvišji ravni formalno deklarirana v povezavi s strateškimi komunikacijami Nata.

V času, ko se Nato v letu svoje 60. obletnice prilagaja izzivom 21. stoletja je izredno pomembno, da Zavezništvo o svojih razvijajočih se vlogah, ciljih in misijah komunicira na primeren, pravočasen, točen in odziven način. Strateške komunikacije so sestavni del naših naporov pri doseganju političnih in vojaških ciljev Zavezništva. Zato pozdravljamo izboljšave Natovih zmogljivosti strateških komunikacij in napore javne diplomacije ... (Strasbourg/Kehl Summit Declaration 2009)

Gre za uvedbo novega koncepta celostnega obravnavanja Natovih komunikacij, katerega pomemben sestavni del s političnega vidika, predstavlja javna diplomacija⁸³. Temeljni dokument Nata, ki celovito opredeljuje strateške komunikacije, njihova glavna načela, cilje, naloge in medsebojna razmerja, vlogo ključnih predstavnikov in struktur pri izvajanju ter rabo družbenih omrežij je Natova Politika strateških komunikacij iz leta 2009 (ang. »Nato Strategic Communications Policy«) (Nato Strategic Communications Policy 2009). Ta dokument strateške smernice določa z naslednjimi cilji:

- neposredno in pozitivno prispevanje k uspešni implementaciji Natovih operacij, misij in aktivnosti z vključevanjem načrtovanja strateških komunikacij v načrtovanje operacij in politik,
- izgrajevanje javnega zavedanja, razumevanja in podpore specifičnim Natovim politikam, operacijam in drugim aktivnostim pri vseh relevantnih publikah v tesnem in trajnem sodelovanju z Nato državami,
- prispevati k splošnemu javnemu zavedanju in razumevanju Nata, kot sestavnega dela obstoječih prizadevanj javne diplomacije,

in ključnimi načeli:

- konsistentnost sporočil na vseh nivojih,
- aktivno angažiranje v informacijskem okolju, vključujoč družbene medije, s poudarkom na hitrosti in odzivnosti ter skladno z navodili,
- točnost in jasnost,

⁸³ Poleg nje na političnem nivoju delujejo še civilni odnosi z javnostmi, ki zajemajo »Natovo civilno angažiranje preko medijev, da bi se javnost pravočasno, točno, odzivno in proaktivno seznanilo z Natovimi politikami, operacijami in aktivnostmi« (NATO Strategic Communications Policy).

- uspešnost, ki je jasno definirana, merjena in ocenjena,
- mnoštvo prizadevanj in maksimalni doseg, ki angažira vse Natove komunikacijske zmogljivosti in razpoložljive komunikacijske platforme za krepitev širjenja konsistentnih sporočil,
- pridobivanje odzivov javnega mnenja in temu primerno prilagajanje prizadevanj (Nato Strategic Communications Policy 2009).

Z njim se skladajo podrobnejše usmeritve in opredelitve prioritet za področje javne diplomacije, ki jih določa poseben strateški dokument - na izbrano časovno obdobje osredotočena strategija javne diplomacije. Na primer Natova strategija javne diplomacije 2010–2011, ki prepoznava komunikacijske izzive Nata v tem obdobju, predlaga prioriteta področja, ki jim je potrebno nameniti posebno pozornost, ter navaja širok nabor komunikacijskih pristopov in orodij za pridobivanje javne podpore (2010–2011 NATO Public Diplomacy Strategy).

Konkretnije posamezno področje komuniciranja opredeljuje strateški komunikacijski okvir⁸⁴, ki običajno določa: cilje, glavno sporočilo, glavne teme, (podporne) fokusirane teme ter način koordinacije komuniciranja, lahko pa vsebuje tudi konkretna ključna sporočila (glej NATO/ISAF Strategic Communication Framework 2011, NATO/KFOR Strategic Communications Framework). Ob upoštevanju teh lahko govorim lahko o t.i. prednostnem tematiziranju in uokvirjanju (zgodb), ki koristi političnim in vojaškim ciljem Nata. V nadaljevanju navajam primer glavnih sporočil in tem iz strateških komunikacijskih okvirjev za operacije v Afganistanu, na Kosovu in v Libiji (glej tabelo 3.1).

⁸⁴ Poslan s strani političnega vodstva (generalni sekretar Nata, pomočnik za javno diplomacijo) v izvajanje na nižjih organizacijskih ravneh, s čimer se zagotavlja usklajeno komuniciranje.

Tabela 3.1: Pregled glavnih sporočil in glavnih tem iz strateških komunikacijskih okvirjev za operacije Nata v Afganistanu, na Kosovu in v Libiji.

Operacija/ Država	Glavno sporočilo	Glavne teme
ISAF/Afganistan	»Ta misija je pomembna za našo skupno varnost. Naša strategija je dobra, naša dolgoročna zaveza trdna in skupaj z afganistanskimi partnerji nam bo uspelo.«	Zavezanost namenu operacije, ohranjanje zagona za doseganje uspeha, partnerstvo z afganistanskimi in mednarodnimi akterji, tranzicija k afganistanskemu vodstvu.
KFOR/Kosovo	»Nato je predan prispevanju k varnosti in zaščiti okolja na Kosovu, skladno s svojim mandatom.«	Zavezanost k stabilnosti, varnosti in multietničnosti Kosova, podpora izgrajevanju zaupanja do kosovskih institucij v vseh skupnostih, sodelovanje z mednarodnimi, lokalnimi in drugimi akterji, podpora izgrajevanju sposobnosti Kosovskih varnostnih sil in policije, ustvarjanje pogojev za dialog med deležniki v podporo demokratičnemu, gospodarskemu in družbenemu napredku.
Natove aktivnosti v podporo resoluciji OZN 1973 (Unified Protector)/Libija	»Natove operacije se odvijajo v podporo resolucije Varnostnega sveta OZN št. 1970 in 1973 kot del širšega mednarodnega prizadevanja. Vse zaveznice v okviru Nata so zavezane k izpolnjevanju svojih odgovornosti, ki izhajajo iz resolucij, da bi ustavile nasilje zoper prebivalstvo Libije ter podprle njihove legitimne težnje.«	Odgovornost Nata kot mednarodnega akterja, legitimnost na podlagi mednarodnega mandata in regionalna podpora, zavezanost k uporabi vseh potrebnih ukrepov, politična namera, sodelovanje s širokim krogom lokalnih in regionalnih partnerjev, Nato kot krizni menedžer.

Viri: NATO/ISAF Strategic Communication Framework 2011, NATO/KFOR Strategic Communications Framework 2011, NATO Strategic Communications Framework – Nato Operations in Support of UN Security Council Resolution 1973

Severnoatlantski svet (ang. North Atlantic Council, v nadaljevanju NAC) je v Natu telo najvišje ravni, ki je glede Natovih strateških komunikacij pristojno za »zagotavljanje celotnega vodenja in usmerjanja prizadevanj na tem področju, poleg tega pa tudi za strateško in politično usmerjanje Natovih informacijskih aktivnosti za specifične misije« (NATO Strategic Communications Policy).

Področje javne diplomacije je v okviru Nata sicer v pristojnosti Odbora za javno diplomacijo (ang. »Committee for Public Diplomacy«, v nadaljevanju CPD), ki je bil ustanovljen leta 2004. Nasledil je dotlej obstoječi Odbor za informiranje in kulturne odnose, ki je bil eden izmed prvih obstoječih odborov v zgodovini Nata, kar priča o zavedanju pomembnosti dejavnosti komuniciranja z javnostmi že od začetka obstoja organizacije. (Nato 2011a)

Vzporedno s tem procesom se je tudi dotedanji Natov Urad za informiranje in tisk, primarno odgovoren za dnevni tisk in sodelovanje z mediji ter komunikacijske aktivnosti v podporo zavezniškim in partnerskim državam, združil z Natovim Programom za znanost in mir ter se preoblikoval v Sektor za javno diplomacijo (ang. »Public Diplomacy Division«, v nadaljevanju PDD) (Babst 2008, 4).

»CPD deluje kot svetovalno telo NAC, glede zadev v zvezi s komuniciranjem, mediji ter angažiranjem z javnostmi (Nato 2011a) - svetuje mu, kako spodbujati razumevanje in podporo javnosti za delovanje in cilje Nata. V tem smislu je odgovoren za načrtovanje, implementacijo in vrednotenje Natove strategije javne diplomacije« (prav tam). Analizira trenutne in dolgoročne izzive javne diplomacije ter razpravlja, razvija in daje priporočila glede strategije in aktivnosti Natove javne diplomacije, kjer je to smiselno tudi v sodelovanju z nacionalnimi strokovnjaki za to področje. V njegovem okviru se izmenjujejo tudi mnenja o nacionalnih informacijskih in komunikacijskih programih ter javni percepciji Zavezništva. V duhu sodelovanja prihaja do identifikacije potencialnih kolektivnih aktivnosti in koordinacije z nacionalnim delovanjem zaveznic za doseganje ozaveščenosti v posamezni članici. Naloga tega odbora je tudi koordinacija celotnega spektra Natovih strateških komunikacij v civilnih in vojaških telesih. CPD sestavljajo predstavniki držav članic Nata, ki na ta način tudi sooblikujejo javno diplomacijo organizacije. Predseduje mu pomočnik (trenutno pomočnica) generalnega sekretarja Nata za javno diplomacijo ob

pomoči svetovalca za javno informiranje. Na zasedanju CPD se sprejema tudi Letni akcijski načrt javne diplomacije oz. ekvivalentni dokument, ki je osnova za implementacijo strategije javne diplomacije. Za krepitev razširjanja informacij o Natu v njegovih partnerskih državah CPD koordinira razdelitev vlog kontaktnih veleposlaništev (ang. »Contact Point Embassies«, v nadaljevanju CPE), katerih vlogo prevzamejo izbrana veleposlaništva držav članic Nata. Kadar se CPD sestaja v formatu Evroatlantskega partnerskega sveta (ang. »Euro-Atlantic Partnership Council«, v nadaljevanju EAPC) lahko sodelujejo tudi predstavniki partneric, občasno pa tudi predstavniki CPE. (prav tam)

PDD je izvršno telo v strukturi Nata, ki skrbi za javno diplomacijo. Njegove tri glavne vloge so:

- komuniciranje z javnostmi (razlaga Natovih politik in aktivnosti javnostim, širitev prepoznavnosti Nata, seznanjenosti z njegovim delovanjem in dosežki ter skrb za javno razpravo o njih),
- promocija varnostnega sodelovanja (skozi znanstvene in okoljevarstvene projekte ter druge komunikacijske dejavnosti z namenom prispevati tudi k mednarodni razpravi o varnostnih vprašanjih ter oblikovanju politik),
- koordinacija aktivnosti javne diplomacije (v okviru strukture Nata ter drugih entitet, ki ji pripadajo, npr. kontaktnih veleposlaništev). (The Role of Nato Contact Point Embassies)

Glavni govorec Nata in nosilec vloge ključnega akterja javne diplomacije na ravni Nata je njegov generalni sekretar⁸⁵ kot vrhovni predstavnik organizacije⁸⁶. Poleg njega pa je zelo pomemben individualni akter v kontekstu javne diplomacije pomočnik (trenutno pomočnica) generalnega sekretarja Nata za javno diplomacijo⁸⁷. Slednji »vodi aktivnosti javne diplomacije in nadzira koordinacijo vseh aktivnosti s področja strateških komunikacij vseh Natovih civilnih in vojaških struktur oz. poveljstev (razen tistih za tisk in medije, za katere je po pooblastilu generalnega sekretarja odgovoren Natov predstavnik za stike z javnostmi)« (NATO Strategic Communications Policy).

⁸⁵ Trenutno Anders Fogh Rasmussen.

⁸⁶ Pristojen za usmeritve in direktive glede izvajanja vseh Natovih strateških komunikacij (NATO Strategic Communications Policy).

⁸⁷ Trenutno Kolinda Grabar-Kitarović.

V Natu, kot medvladni organizaciji, vlade držav članic nosijo odgovornost za razlago njihovih obrambnih in varnostnih politik ter njihove vloge in delovanja v okviru Zavezništva svojim domačim javnostim, torej internim javnostim organizacije (Nato 2011b). Komunikacijske aktivnosti in programi na ravni organizacije se praviloma izvajajo komplementarno aktivnostim članic in skladno s komunikacijsko strategijo Nata za angažiranje z javnostmi v zunanjem okolju organizacije (partnerke⁸⁸, druge organizacije, ipd.). Namenjeni so »izobraževanju in obveščanju javnosti o transatlantskih varnostnih vprašanjih ter promociji politik in ciljev Zavezništva na resničen, točen in odziven način« (Babst 2008, 4).

Za predstavljanje in promoviranje v partnerskih državah Nato skrbi v sodelovanju s svojimi članicami, ki v teh državah prevzemajo CPE⁸⁹ (Nato 2011c). Poleg tega v nekaterih partnerskih državah Nata delujejo informacijski centri (npr. v Ukrajini in Rusiji). Partnerje pri izvajanju javne diplomacije predstavljajo nevladne organizacije, kot so npr. Severnoatlantski sveti po državah, mediji, akademske in raziskovalne institucije, strokovnjaki za posamezna področja itd.

Tarčne skupine so določene javnosti⁹⁰, kot npr. člani parlamentov, študenti, akademiki, strokovnjaki za varnostna vprašanja, oblikovalci javnega mnenja, novinarji itd. (Nato 2011b). Še posebej pomembne za Nato so mlajše generacije, saj se v njihovih vrstah nahajajo bodoči voditelji držav, člani vlad, strokovnjaki za obrambno področje, poveljniki, vojaki, ipd. O precejšnjem fokusu na mlade pričajo tudi številne privlačne priložnosti, kot na primer »iReps Competition« (glej Facebook 2014d), »Young Professionals: The Future of Nato« (glej Center for Strategic and International Studies) in »Model Nato Youth Summit« (glej Facebook 2014č).

⁸⁸ Na primer strategiji javne diplomacije za obdobje 2009-2010 za države Mediteranskega dialoga in Istanbulske iniciative (2010–2011 Nato Public Diplomacy strategy).

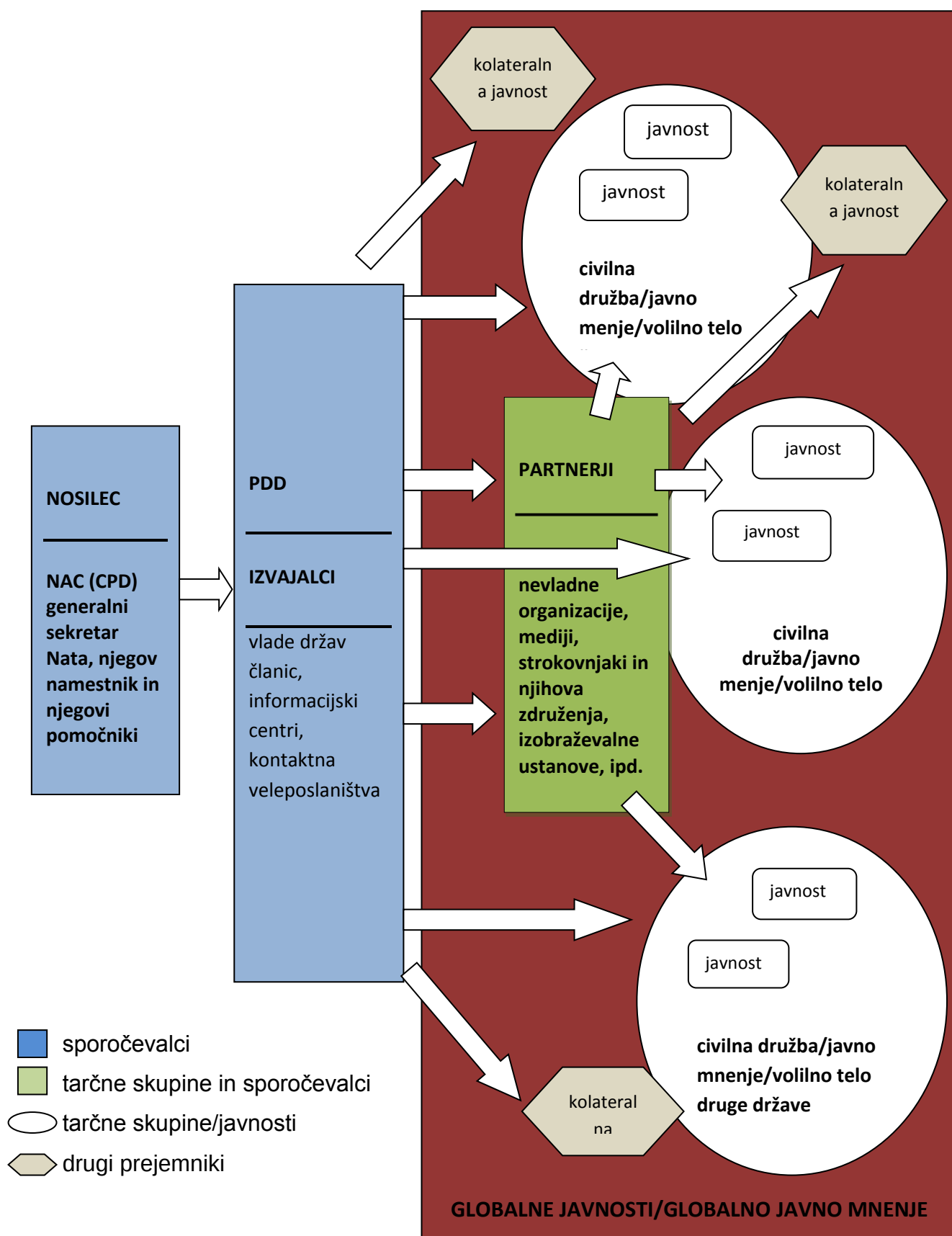
⁸⁹ Gre za neke vrste promocijske točke v partnerskih državah. V državah Evroatlantskega partnerskega sveta jih je 22 (v teh imajo po dve kontaktni veleposlaništvi ZDA, Velika Britanija, Nemčija in Turčija), v okviru Istanbulske iniciative štiri, Mediteranskega dialoga sedem in v sklopu ključnih partnerjev po svetu osem (Nato 2014a).

⁹⁰ Angažiranje mlajših generacij je za Nato bistvenega pomena, kar se odraža tudi v načinih izvajanja javne diplomacije (npr. povečanje uporabe privlačnih interaktivnih spletnih aplikacij, številčni dogodki za mlajše, npr. študente, mlade voditelje, kot so forumi ob vrhunskih srečanjih Nata, konference in delavnice, fotografski in esejski natečaji ipd.) (2010–2011 Nato Public Diplomacy Strategy).

Kolateralne javnosti predstavljajo tiste, ki se jih aktivnosti javne diplomacije hkrati dotaknejo, čeprav jim niso prvenstveno namenjene – različna gibanja, združenja, skupine, ki se na ta sporočila odzivajo z »anti-Nato« retoriko in dejanji (npr. anti-Nato usmerjena gibanja, mirovniška gibanja).

Omenjene akterje javne diplomacije na ravni Nata združujem v spodaj prikazanem modelu (glej sliko 3.1 spodaj).

Slika 3.1: Model akterjev javne diplomacije na ravni Nata.



Vir: Delno prirejeno po Habjan (2008, 28).

Za pospeševanje dialoga in razumevanja, hkrati pa prispevanje k poznavanju obrambnih in varnostnih vsebin ter spodbujanje vključevanja javnosti v razpravo, Nato uporablja naslednje načine:

- sodelovanje z množičnimi mediji,
- razvijanje komunikacijskih in informacijskih programov za določene javnosti (mnenjske voditelje, akademske in parlamentarne skupine, mlade itd.) kot so poletne šole, simulacije, nagradni natečaji,
- predstavljanje preko spletne strani,
- oddajanje po Nato TV Kanalu,
- aktivnosti na spletnih omrežjih (npr. Facebook, Twitter),
- razdeljevanje informativnih tiskovin,
- organiziranje aktivnosti z eksternimi partnerji. (Nato 2011b)

Izboljšanje svoje podobe pa želi v sklopu javne diplomacije doseči tudi s prirejanjem kulturno ali športno obarvanih aktivnosti, kot so razstave za širšo javnost, letni izbor naj fotografije⁹¹ ali pa npr. Natovi maratoni na Madžarskem, ki pritegnejo mnogo gledalcev, pa tudi medijsko pokritje (Babst 2008, 4). Natovi programi so v spremenjenih političnih in varnostnih okoliščinah 21. stoletja še posebej orientirani k uporabi tehnoloških inovacij, ki imajo direktni vpliv na komuniciranje.

Nato izvaja raznovrsten in integriran pristop h komuniciranju in angažiranju z javnostmi, ki zajema naslednje tipe aktivnosti:

- **24-urne medijske operacije** zajemajo: nudenje tiskovne in medijske podpore glavnemu govorniku Nata, njegovemu generalnemu sekretarju, urejanje brifingov in intervjujev z novinarji, novinarskih konferenc in obiskov novinarjev, spremljanje informacij v medijih in gostovanje razstav, skrb za koordinacijo komunikacijskih aktivnosti in harmonizacijo sporočil za Natove misije in operacije (Medijski center za operacije),
- **neposredno angažiranje z ljudmi** obsega: programe, obiske, seminarje in konference za mnenjske voditelje, predstavnike parlamentov, skupine civilne družbe in strokovnjake (npr. akademiki, možganski trusti, blogerji ipd.) v državah članicah in partnerkah, kot tudi v državah, kjer je Nato angažiran

⁹¹ Nagrada za zmagovalca natečaja za leto 2013 je bila sodelovanje na Natovih sestankih zunanjih ministrov in z njimi povezanih dogodkih za medije (glej Nato Facebook stran 2014a).

(npr. »Nato Silk-Afghanistan program«, ki v podporo Natovi operaciji v Afganistanu tamkajšnjim univerzam in vladnim institucijam zagotavlja brezplačni internet dostop), obiske na sedežu Nata, ki omogočajo diskusije z različnimi strokovnjaki iz Natovih struktur in udeležbo visokih predstavnikov Nata na pomembnih dogodkih v članicah in partnerkah,

- **množično komuniciranje, ustvarjanje ugleda in branding** vključuje razširjanje tiskovin in njihovih elektronskih različic o različnih varnostnih temah v različnih jezikih in dostop do množice informacij preko spletnih strani (izjave za javnost, dokumenti, video intervjuji, multimedijška knjižnica, Nato TV Kanal). (Nato 2011b)

Ob navedenem ne gre prezreti vloge Natovega Programa Znanost za mir in varnost (ang. Science for Peace and Security Programme), ki predstavlja »politično orodje za spodbujanje sodelovanja in dialoga z vsemi partnerji, na podlagi civilne znanosti in inovacij, z namenom prispevati k doseganju ključnih ciljev Zavezništva /.../« (Nato 2011č). Projekte v okviru tega programa lahko Nato uporablja tudi za namene javne diplomacije (2010-2011 Nato Public Diplomacy Strategy), še posebej gradnjo odnosov na podlagi skupnih izkušenj v izvedbi določenega projekta.

Evalvacija javne diplomacije poteka s pomočjo poročil o učenju iz izkušenj z Natovih ministerialov in drugih pomembnejših dogodkov, sistematičnega analiziranja podatkov o medijski pokritosti dogodkov, rednega spremljanja in analiziranja statistike o uporabi spletne strani Nata ter dostopanja do e-publikacij, poročil Natovih kontaktnih veleposlaništev, podatkov zbranih od obiskovalcev sedeža Nata itd. (2010-2011 Nato Public Diplomacy Strategy).

Babst (2008, 4) izpostavlja, da je izvajanje javne diplomacije orientirano k doseganju dolgoročnih učinkov, zato so aktivnosti namenjene gradnji odnosov in mrež z mnenjskimi voditelji in novinarji, pospeševanju dialoga med strokovnjaki za varnost, oblikovalci politik in predstavniki nevladnih organizacij ter ustvarjanju interesa za transatlantska vprašanja v večjem segmentu javnosti, predvsem mlajših generacij.

Bistvo sodobne javne diplomacije Nata po Babst (2009) predstavlja šest premis, in sicer:

1. Pri javni diplomaciji gre za poslušanje.
2. Javna diplomacija mora biti povezana s politiko.
3. Javna diplomacija mora biti kredibilna, da bo učinkovita.
4. Pri javni diplomaciji ne gre zgolj za »nas«.
5. Javna diplomacija se mora odzivati na izzive svetovnega spleta 2.0.
6. Javna diplomacija zahteva ustrezno načrtovanje, usposabljanje in vire.

Pri prvi gre za poslušanje, kjer je nujno zaznavanje in analiziranje mnenj tarčnih skupin ter spremljanje objav preko različnih medijev, ker pripomore k razumevanju le-teh in posledično prilagajanju aktivnosti javne diplomacije. To mora potekati pristno, z namenom razumevanja motivov in prepričanj sogovornikov. Druga govori o tem, da ne šteje le kar govorimo, ampak tudi, kar naredimo. Substituta za dobro premišljeno politiko ni, saj bodo komunikacijska prizadevanja, ne glede na njihovo strokovno odličnost, obsojena na propad, če bomo poskušali zadeve prikazati v lažni luči. Nujno je biti jasn glede političnih ciljev. Tretja premisa se nanaša na posvečanje pozornosti kredibilnosti, saj manipuliranje in laganje vodita v izgubo kredibilnosti, katere rezultat je lahko velika škoda za organizacijo, vlado oz. državo. Javni spomin takšnih zadev ne odpušča zlahka. Kredibilnosti ni enostavno pridobiti, zahteva svoj čas, osebno predanost in nenehna prizadevanja. Četrta opominja, da je v nekaterih primerih politične zadeve bolje komunicirati s pomočjo tretje strani (npr. možganskih trustov, akademskih institucij, itd.), kot pa preko uradnih izjav za medije. To lahko predstavlja zelo dobro strategijo javne diplomacije, kadar želimo pritegniti pozornost ljudi za specifične politične teme. Pri izzivih svetovnega spleta, ki jih omenja šesta premisa, se moramo zavedati, da ta ne predstavlja zgolj medija za izvajanje javne diplomacije oz. širjenje informacij med naraščajočim številom uporabnikov spleta, ampak prinaša tudi tveganja in možnosti za manipulacijo. Zato je pametna izbira načina uporabe digitalnih medijev posebnega pomena. Zadnja premisa pozornost namenja dojemanju javne diplomacije kot integralnega dela načrtovanja nacionalnih politik oz. pomembnega političnega instrumenta, ki zahteva ustrezne finančne vire in usposobljenost kadra. (Babst 2009)

3.2 ORGANIZIRANOST JAVNE DIPLOMACIJE SLOVENIJE

»V času tik pred vključitvijo Slovenije v Nato in EU je bila v slovenskem strokovnem in političnem prostoru prepoznana povečana potreba po javni diplomaciji« (Plavšak Krajnc 2004, 643). Na državni ravni so se razvnele razprave o samem konceptu javne diplomacije in izvajanju javne diplomacije na ravni Slovenije⁹². Hkrati je bilo to obdobje doslej tudi edinstveno po njeni intenziteti, saj je bila Slovenija pred vstopom v dve pomembni organizaciji, ki sta bili takrat pred največjo širitvijo v njuni zgodovini.

Naj spomnim, da javna diplomacija deluje na političnem, varnostnem, gospodarskem, okoljskem, izobraževalnem, kulturnem in drugih področjih, pretežno kot instrument zunanje politike. Ker se osredotočam na obrambno področje, se bom dotaknila aktivnosti, ki so bile vezane na vključevanje v Nato, čeprav so te pogosto potekale istočasno in v tesni povezavi s tistimi za vstop v EU.

Osveščanje javnosti v takratnih kandidatkah za vstop v Nato je potekalo na osnovi komunikacijskih strategij. Skupaj z s predstavniki kandidatke je Nato vodil intenzivne informativne kampanje z namenom približati organizacijo prebivalstvu, doseči boljšo seznanjenost in razumevanje njenega delovanja ter posledično podporo za članstvo v luči priprav na parlamentarno odločanje in/ali referendum glede vključitve. Takrat smo tudi v Sloveniji, kot partnerki in kandidatki, močno občutili dejavnost javne diplomacije s strani Nata v nizu različnih seminarjev, konferenc, okroglih miz, predavanj, obiskov visokih predstavnikov in drugih aktivnostih. Članstvo v Natu je bil sicer eden od prednostnih zunanjepolitičnih ciljev slovenske države in kot tak državni projekt, ki ni slonel zgolj na prizadevanjih Ministrstva za zunanje zadeve in Ministrstva za obrambo, čeprav so bile njune aktivnosti med najpomembnejšimi (Jazbec 2009). Bil je eden tistih, ki je v sodelovanju z Natom tesno družil vladne institucije v prizadevanjih za skupni cilj (prav tam).

⁹² Pogovori o prihodnosti Slovenije pri predsedniku republike na temo »V svetu dejavna in prepoznavna Slovenija« iz leta 2003, 10. posvet slovenske diplomacije (2004), strokovne razprave v Slovenskem društvu za mednarodne odnose. Pričeli so se iskati odgovori na vprašanje, kakšno javno diplomacijo Slovenija sploh potrebuje.

V skladu s Komunikacijsko strategijo vključevanja Republike Slovenije v Nato sta spomladi 2001 Medresorska delovna skupina za vključevanje Slovenije v Nato⁹³ in Vlada Republike Slovenije (v nadaljevanju VRS) potrdili Program obveščanja javnosti o vključevanju Republike Slovenije v Nato⁹⁴, ki je povezoval več vladnih institucij, vključeval občasno sodelovanje z nevladnimi institucijami⁹⁵ ter na krovni ravni združeval različne komunikacijske aktivnosti⁹⁶. Poleg zagotavljanja sprotnih, celovitih, razumljivih in verodostojnih informacij o Natu in vključevanju Slovenije javnostim, z namenom prispevati k pojasnjevanju pomena članstva in zagotovitvi čim večje podpore z njene strani, je bil cilj strategije tudi jasno artikulirati razloge in pomen vključitve Slovenije v Nato z vidika vključenosti v mednarodno skupnost ter njena dosedanja prizadevanja in dosežke v tujih javnostih (Skupno spletišče v podporo včlanjevanju Slovenije v Nato).

Mesec dni pred referendumom o pristopu Republike Slovenije k Natu (izveden v marcu 2003) je program prerasel v intenzivno predreferendumsko kampanjo⁹⁷, v kateri se je združil s prej ločenim programom obveščanja javnosti v podporo vstopu v EU pod enotno geslo »Doma v Evropi, varni v Natu«, saj sta obe medsebojno povezani zadevi tvorili celoto slovenskih zunanjepolitičnih prizadevanj (glej Program obveščanja javnosti o vključevanju Republike Slovenije v Nato). Po referendumu, ki je pokazal strinjanje večine volivcev⁹⁸ s članstvom v Natu, so se informativno-komunikacijske aktivnosti sicer nadaljevale, a v manjšem obsegu, ko pa je bil cilj (vključitev v Nato) izpolnjen, je njihova intenzivnost bistveno upadla. Deloma je to razumljivo, saj je bila odtlej Slovenija članica in je bil cilj komunikacijske strategije

⁹³ Pristojna za vsebinski del komunikacijske strategije in za nadzor nad njenim izvajanjem.

⁹⁴ Za obveščanje javnosti je skrbela medresorska informacijsko-komunikacijska skupina, ki so jo sestavljali predstavniki Ministrstva za zunanje zadeve, Ministrstva za obrambo, Slovenske vojske, Misije Republike Slovenije pri Natu in Urada za informiranje, ki jo je tudi vodil (prav tam).

⁹⁵ Atlantski svet, Odbor za Nato, Fakulteta za družbene vede – Katedra za obramboslovje, podmladki političnih strank in druge zainteresirane institucije (Skupno spletišče v podporo včlanjevanju Slovenije v Nato).

⁹⁶ Redno intenzivno sodelovanje z mediji, priložnostna srečanja z visokimi predstavniki Nata, študijski obiski v Natu, obiski visokih predstavnikov Nata in tujih državnikov, izdaja informativnih publikacij, projektno spletno mesto o vključevanju v Nato, Natofon, javne razprave, okrogle mize in predavanja, idr. (Skupno spletišče v podporo včlanjevanju Slovenije v Nato).

⁹⁷ Uveljavljenim komunikacijskim aktivnostim so se pridružile nove. Pogostejša so bila informativno-promocijska sporočila v tiskanih medijih, v radijskih in TV sporočilih, dopolnjevale so jih vrste javnih razprav širše po Sloveniji in pričevanja politikov in drugih vplivnih domačih in tujih posameznikov o pomenu včlanitve za Slovenijo (Skupno spletišče v podporo včlanjevanju Slovenije v Nato).

⁹⁸ Okoli 66 % udeležencev referendumu z veljavnimi glasovnicami (volilna udeležba je bila 60,43 %) (Jazbec 2009).

zaradi realizacije vključitve izpolnjen⁹⁹. S tem je kot članica prevzela tudi odgovornost za razlago politik Nata in svojih odločitev domačim javnostim (kar je sicer počela že ob vključevanju v Nato), kar pa se izvaja bistveno manj proaktivno. Verjetno tudi zaradi tega, ker teme, ki zadevajo Nato in delovanje Slovenije za slovenski javni prostor niso najbolj zanimive. V času zaostrenih socialnih in gospodarskih razmer se to močnejše izpostavljanje obrambno-varnostnih vsebin lahko izkaže celo kot kontraproduktivno.

Komuniciranje se po letu 2004 sicer v precejšnji meri nanaša na področje sodelovanja Slovenije v mednarodnih operacijah in misijah, zato je povsem običajno, da se je ravno na tem področju kasneje najbolj izkazala potreba po razpravi o javni diplomaciji. Sledila je zavedanju njenega pomena na ravni Nata, poudarjenega v letih 2008 in 2009. Tako je bil pomen javnega mnenja in javne diplomacije, v povezavi z obrambnim področjem, močnejše zopet izpostavljen na Posvetu o sodelovanju Republike v mednarodnih operacijah in misijah januarja 2009. V procesu oblikovanja Strategije o sodelovanju Republike Slovenije v mednarodnih operacijah in misijah je bilo področje zajeto v razprave o transparentnosti in kasneje v omenjeni dokument vključeno pod načelo transparentnosti. Slednje »zahteva redne aktivnosti na področju javne diplomacije in obveščanja s ciljem seznanjanja in pridobivanja javne podpore, vključno s predstavitvijo ciljev in razlogov za sodelovanje v vseh vrstah mednarodnih operacij in misij, ki so povezane z varnostjo državljanov Republike Slovenije« (Strategija sodelovanja Republike Slovenije v mednarodnih operacijah in misijah).

Na ravni Slovenije nimamo strategije javne diplomacije (Ferjančič 2012), zato sem njene formalne osnove iskala v drugih, za naše področje relevantnih, dokumentih z nacionalnovarnostnega področja. V aktualni Resoluciji o strategiji nacionalne varnosti Republike Slovenije, javna diplomacija ni neposredno omenjena, toda v zelo splošnem pomenu lahko njeno izvajanje pričakujemo v okviru uresničevanja življenjskih in strateških interesov Slovenije z dejavno vlogo v Organizaciji združenih

⁹⁹ Izpolnjen cilj je spremljalo tudi zaupanje javnosti v Nato. Leta 2001 je bilo med anketiranimi tistih z malo zaupanja v Nato okoli 32%, tistih s precejšnjim zaupanjem prav toliko. Popolnoma mu je zaupalo 4,5 %, medtem ko zaupanja vanj ni imelo 12%. Ostali so bili neopredeljeni. V primerjavi s tem letom, so v letu 2005 rezultati kazali v prid zaupanja, saj je bilo tistih z popolnim zaupanjem 10,8 %, tistih s precejšnjim slab odstotek več, tistih z malo pa 32,8 %. Nezaupanje je imelo 9,9 %, ostali so bili neopredeljeni. (Jazbec 2009)

narodov, Evropski uniji, Natu in drugih mednarodnih organizacijah. Zagotovo pa je njeno izrecno navedbo oz. opredelitev koristnosti njene rabe za Slovenijo pričakovati v strateški podlagi za izvajanje zunanje politike. Vendar formalno gledano trenutno (še vedno) nimamo aktualne strategije zunanje politike¹⁰⁰. V letu 2012 so v zvezi z njo potekale razprave Strateškega sveta za zunanje zadeve glede aktualnih zadev zunanje politike, ki lahko predstavljajo osnovo za oblikovanje prioritet oz. poudarkov na področju zunanje politike (Ferjančič 2012). Konec leta 2013 je omenjeno telo izoblikovalo izhodišča za novo strategijo, ki so osnova za razpravo strokovne in politične javnosti (Ministrstvo za zunanje zadeve 2014a). Ferjančič (2012) meni, da bomo s pridobitvijo te strategije »lahko opredelili tudi prioriteta področja javne diplomacije«.

V novi Obrambni strategiji Republike Slovenije, ki je bila sprejeta decembra 2012, prav tako ni zaslediti omembe javne diplomacije, pa vendar je posredno na določenih mestih izpostavljen vidik javne diplomacije, in sicer:

- V kontekstu celostnega pristopa Slovenije pri delovanju na mednarodnem področju, ki zajema tudi »dejavno obrambno diplomacijo«.
- V smislu enega izmed obrambnih ciljev: »povečanje ozaveščenosti družbe o pomenu nacionalnega obrambnega sistema ter krepitev njegovega ugleda med državljani Republike Slovenije«, kar bo v okviru uveljavljanja sprememb v nevojaškem delu obrambnega sistema zahtevalo »nujne ukrepe na področju vzgoje, izobraževanja ter komuniciranja z javnostmi za krepitev zavedanja družbe o pomenu obrambnega sistema države in zagotavljanja večje podpore obrambnim interesom in ciljem Republike Slovenije v nepredvidljivem in kompleksnem sodobnem varnostnem okolju«.
- V pomenu tveganj pri uveljavljanju sprememb v obrambnem sistemu in doseganju obrambnih ciljev »odvisnih od zagotavljanja podpore splošne in strokovne javnosti tem spremembam oziroma ciljem«, zaradi česar mora »komuniciranje z različnimi javnostmi o reformnih prizadevanjih na obrambnem področju temeljiti na učinkovitem sistemu in strategiji«.

¹⁰⁰ Zadnja strategija s formalnim statusom izhaja iz leta 1999 in je zastarela.

Ugotavljam, da se doslej (verjetno) edina eksplicitna omemba pojma javna diplomacija v uradnih strateških dokumentih nahaja v sklopu že omenjenega načela transparentnosti Strategije sodelovanja v mednarodnih operacijah in misijah (2010). Hkrati predpostavljam, da je na njeno vključitev vplivala potreba, pa tudi tedanja aktualnost koncepta v mednarodnih razpravah, še posebej v Natu, in njegova pomembna navezava na mednarodne operacije in misije, kar se je odrazilo tudi v pripravi omenjene strategije.

V nadaljevanju bom identificirala glavne akterje, za katere menim, da imajo v Sloveniji ključno vlogo za izvajanje javne diplomacije na obrambnem področju. Kot prvega izpostavljam VRS, ki kot organ izvršilne oblasti in najvišji organ državne uprave

določa, usmerja in usklajuje izvajanje politik države, izdaja predpise izvršilne predpise in sprejema druge pravne, politične, ekonomske, finančne, organizacijske in druge ukrepe, ki so potrebni za razvoj države in urejenost razmer na vseh področjih v pristojnosti države, Državnemu zboru predlaga v sprejem /.../ akte, s katerimi se določajo načelne in dolgoročne politične usmeritve za posamezna področja /.../. (Vlada Republike Slovenije 2012).

Ustava Republike Slovenije v 114. členu določa, da »predsednik vlade skrbi za enotnost politične in upravne usmeritve vlade ter usklajuje delo ministrov«, ki so »skupno odgovorni za delo vlade«. Ena izmed ključnih pristojnosti VRS je tudi »nacionalnovarnostna politika¹⁰¹, ki jo sestavljata tudi zunanja¹⁰² in obrambna politika. Ti dve politiki sta vsebinsko pogosto močno soodvisni, še posebej kadar gre za zadeve na področju Nata, in nedvomno zahtevata medsebojno povezovanje ter usklajenost. Potrebujeta pa tudi koherentno predstavitev na domačih in tujih tleh.

Delo VRS in ministrstev je javno, zato »predsednik vlade, generalni sekretar in vladni predstavnik za odnose z javnostmi obveščajo javnosti o delu in sprejetih odločitvah

¹⁰¹ »Je uravnotežena celota vizije, strategij, programov, načrtov in dejavnosti države, potrebnih za odzivanje na vire ogrožanja in tveganja njene nacionalne varnosti ter s tem za uresničevanje njenih nacionalnovarnostnih ciljev, usmerjenih k zaščiti slovenskih nacionalnih interesov« (Resolucija o strategiji nacionalne varnosti, 2010).

¹⁰² »Eden temeljnih ciljev zunanje politike Republike Slovenije je zagotavljanje in krepitev varnega in stabilnega položaja države v mednarodni skupnosti«, kar bo Republika Slovenija tudi v prihodnje uresničevala v okviru mednarodnih organizacij in povezav ter v okviru dvostranskih odnosov z državami (Resolucija o strategiji nacionalne varnosti, 2010).

vlade. Ministri obveščajo javnost o tistih odločitvah vlade, ki sodijo v njihovo delovno področje /.../ (Vlada Republike Slovenije). Pri tem morajo slediti temeljnim načelom:

- javnost dela v smislu zagotavljanja pravočasnih, popolnih in verodostojnih informacij o vprašanjih z delovnega področja,
- zagotavljanje dostopa do informacij javnega značaja,
- zavezanost informiranju/komuniciranju, ki je odgovornost vseh vladnih institucij in vladnih funkcionarjev ter pristojnih državnih uslužbencev,
- jasnost, celovitost in ažurnost informacij,
- objektivnost in dostopnost vsem državljanom,
- udeležba - z omogočanjem aktivne participacije državljanov v oblikovanju politik, torej pravice do izražanja svojih mnenj in da se ta mnenja upoštevajo ter da imajo priložnost za dialog z nosilci odločitev. (Model organiziranosti odnosov z javnostmi na ravni Vlade Republike Slovenije)

Lahko trdim, da zadnje načelo predstavlja srž sodobne javne diplomacije, kjer je v ospredju interakcija z javnostmi. V primerjavi z drugimi zgoraj navedenimi je zadnje precej manj upoštevano v praksi.

Za potrebe vladnega komuniciranja oz. odnosov z javnostmi ima VRS vzpostavljeno samostojno strokovno službo - Urad vlade Republike Slovenije za komuniciranje, ki »skrbi za verodostojne, ažurne in celovite informacije v pretoku med vlado, njenimi predstavniki ter domačimi in mednarodnimi javnostmi« (Urad vlade Republike Slovenije za komuniciranje). Naloge omenjene službe so naslednje:

- zagotavljanje javnosti dela vlade in obveščanje domače javnosti o delu predsednika vlade in ministrstev,
- pripravljanje in izvajanje komunikacijskih kampanj o najpomembnejših programskih prioritetah vlade,
- obveščanje tuje javnosti o delu vlade, predsednika vlade, ministrstev in predsednika države ter o dogodkih v Sloveniji nasploh,
- zagotavljanje strokovne podpore vladnemu predstavniku za odnose z javnostmi, službam za odnose z javnostmi v ministrstvih in vladnih službah,
- zagotavljanje komunikacijske podpore pri velikih državnih dogodkih, organiziranih v Republiki Sloveniji, predvsem ko gre za državniške obiske, srečanja in mednarodne konference na najvišji ravni,
- načrtovanje in izvajanje oziroma koordiniranje splošne promotivne dejavnosti države,
- izvajanje aktivnosti, povezanih z neposrednim komuniciranjem vlade z državljani,

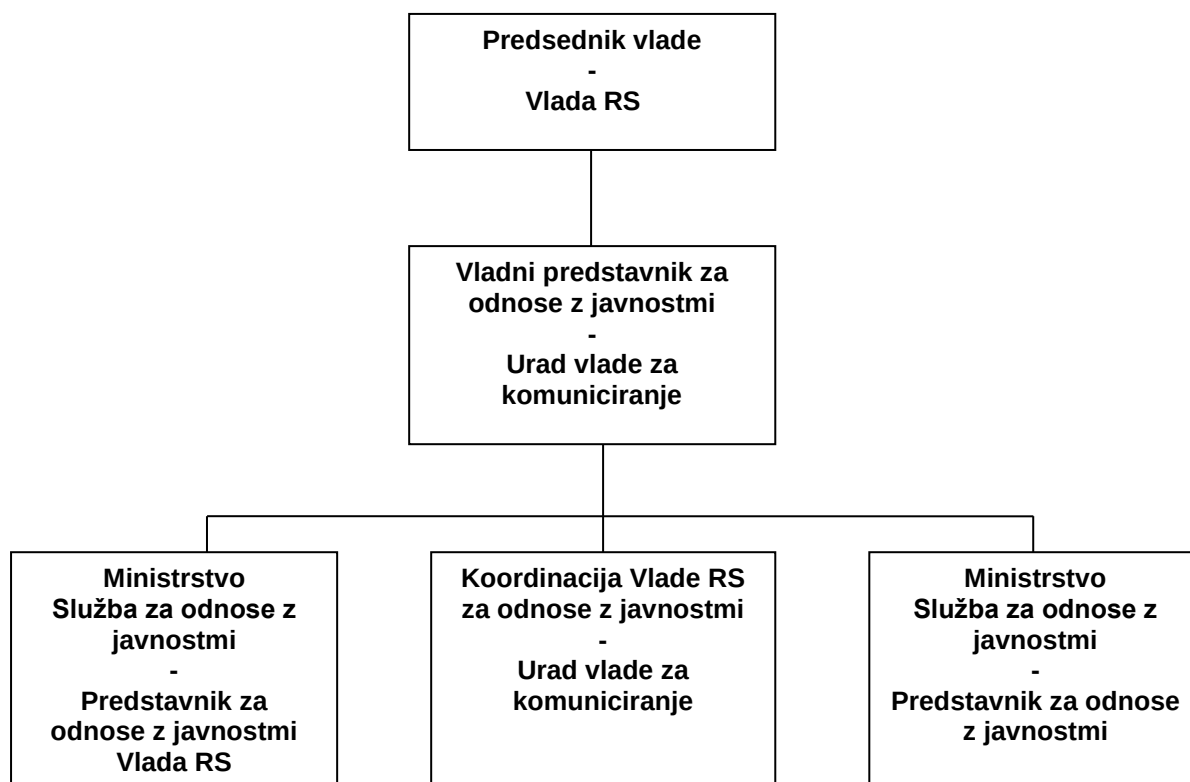
- koordinacija delovanja svetovalcev za odnose z javnostmi po posameznih ministrstvih, vladnih službah in uradih, ko gre za obveščanje javnosti o delu vlade in ministrstev (prav tam).

Menim, da omenjena služba na ravni Slovenije zato predstavlja najvišji organ za koordiniranje izvajanja javne diplomacije na obrambnem področju in na splošno na državni ravni, saj lahko v vsaki izmed njegovih nalog prepoznamo navezanost nanjo in priložnosti za njeno izvajanje. To vlogo omenjenega urada izkazuje tudi Model organiziranosti vladnih odnosov z javnostmi, v katerem je izvajanje komuniciranja oz. odnosov z javnostmi na državni ravni opredeljeno z naslednjimi besedami:

Vladni odnosi z javnostmi obsegajo komunikacijske prakse vladnih organov, katerih namen je informiranje javnosti, spodbujanje dialoga, doseganje konsenza in pridobivanje podpore za uresničevanje vladnega programa. Uresničujejo pravico do obveščenosti oziroma dostopa do informacij javnega značaja. Izpolnjujejo naslednje strateške naloge: zagotavljanje informacij o vladnih politikah, odločitvah, vladnih programih in projektih; zagotavljanje informacijskega servisa; skrb za razvoj in ohranitev ugleda vlade in njenih institucij; zagotavljanje povratnih informacij iz javnosti; zagotavljanje odprtosti in transparentnosti vladnega sistema; odpiranje možnosti za participativno sodelovanje državljanov v postopkih oblikovanja politik oz. sprejemanja odločitev. Organizirani so na način, ki zagotavlja koordinacijo med posameznimi službami za odnose z javnostmi na ravni Vlade; med Kabinetom predsednika Vlade, Uradom vlade za komuniciranje in službami za odnose z javnostmi na ravni ministrstev in vladnih služb.

Iz opredelitve lahko izluščim naslednje elemente javne diplomacije: spodbujanje dialoga, pridobivanje podpore, skrb za razvoj in ohranitev ugleda vlade in njenih institucij, zagotavljanje povratnih informacij iz javnosti, odpiranje možnosti za participativno sodelovanje državljanov v postopkih oblikovanja politik, koordinacija med službami.

Slika 3.2: Organiziranost vladnih odnosov z javnostmi.



Vir: Model organiziranosti odnosov z javnostmi na ravni Vlade Republike Slovenije.

Predstavnik vlade za odnose z javnostmi je odgovoren za zagotavljanje javnosti dela vlade in nastopa kot uradni govorec vlade ter predsednika vlade¹⁰³. Pristojen je tudi za koordinacijo služb za odnose z javnostmi in vodi Koordinacijo Vlade Republike Slovenije za odnose z javnostmi, ki je telo s koordinativno in posvetovalno vlogo na področju vladnih odnosov z javnostmi (glej sliko 3.2). Na ravni ministrstev in drugih institucij VRS za odnose z javnostmi skrbijo službe za odnose z javnostmi¹⁰⁴. V duhu celovitega in ažurnega zagotavljanja informacij obveščajo javnosti o zadevah iz pristojnosti posameznega ministrstva oziroma vladne institucije. Odgovorne so neposredno ministrom, ki so glavni govorci ministrstev. (Model organiziranosti odnosov z javnostmi na ravni Vlade Republike Slovenije)

¹⁰³ Umeščen je v kabinet predsednika vlade.

¹⁰⁴ Za vladne odnose z javnostmi je v okviru Ministrstva za zunanje zadeve pristojna Služba za javno diplomacijo, na Ministrstvu za obrambo pa deluje Služba za strateške komunikacije.

Javnost dela vlade in ministrstev ter njihovo komuniciranje z javnostmi v veliki meri sloni na sodelovanju z množičnimi mediji, zagotavlja pa se pretežno z novinarskimi konferencami, preko spletnih strani, s sporočili, poslanimi po drugih informacijsko-komunikacijskih sredstvih, s publikacijami, v zadnjem času pa tudi s pomočjo družbenih medijev. Odgovarjajo na vprašanja, pobude in predloge državljanov, ki jih prejmejo preko različnih kanalov¹⁰⁵. Organizirajo tudi komunikacijske kampanje, konference, seminarje in druge podobne aktivnosti. (Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje)

Teoretični model koordinacije komuniciranja na ravni VRS se v praksi izvaja tako, da na Uradu Vlade Republike Slovenije za komuniciranje praviloma tedensko potekajo sestanki celotnega diapazona vladnih predstavnikov za komuniciranje po ministrstvih, katerih teme so način komuniciranja o sprejetih vladnih odločitvah in proaktivno komunikacijsko načrtovanje. »Organizirano se komuniciranju z javnostmi na ravni VRS v tem okviru pozornost posveča zgolj v primeru priprave (mesečnih) komunikacijskih načrtov, ki so namenjeni promociji vladnih odločitev, informacijskim kampanjam po posameznih temah ipd. pravita Sila in Pelko (2012). »Obstajajo pa tudi specifične koordinacije, ki potekajo po posamični temi (npr. ptičja gripa, pokojninska reforma, uresničevanje zakona o uresničevanju javnih financ ipd.) ali glede na dogodek« še dodajata (prav tam).

Vladi, kot ekipi ministrov pod vodstvom predsednika vlade, torej pripada vrhovna kompetenca za javno diplomacijo tudi na obrambnem področju, ključna organa na izvajalski ravni pa sta Ministrstvo za zunanje zadeve (zunanja politika) in Ministrstvo za obrambo (obrambna politika).

Po Zakonu o zunanjih zadevah »Ministrstvo za zunanje zadeve v okviru pristojnosti vlade »opravlja zadeve, ki se nanašajo na globalne odnose Republike Slovenije z drugimi državami in mednarodnimi organizacijami, pripravlja vladi, državnemu zboru in predsedniku republike ter drugim državnim organom strokovne podlage za sprejemanje stališč, ocen in ukrepov na področju zunanje politike, kadar gre za

¹⁰⁵ Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje na primer »s spletnim orodjem predlagam.vladi.si, ki omogoča izmenjavo stališč, pogledov in mnenj o javnih temah, spodbuja ljudi k aktivnejšemu odnosu in sooblikovanju vseh vsebin in aktov« (Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje).

zadeve, pomembne za izvajanje zunanje politike Republike Slovenije«. Ta prav tako določa, da »druga ministrstva in vladne službe opravljajo zunanje zadeve v okviru svojih pooblastil /.../ se predhodno usklajujejo z Ministrstvom za zunanje zadeve in ga po opravljeni nalogi obveščajo«, ter zakonsko predpisuje medsebojno koordinacijo. Opredeljuje tudi sodelovanje z državnim zborom in predsednikom republike glede zunanje politike ter skrbi za zagotovitev usklajenosti zunanje politike in uresničevanje zunanjepolitičnega interesa Republike Slovenije.

Ministrstvo za zunanje zadeve v tujini deluje (tudi s področja javne diplomacije) neposredno in po diplomatskih predstavništvih¹⁰⁶, ki po Zakonu o zunanjih zadevah opravljajo zlasti sledeče naloge¹⁰⁷: »predstavljanje in zastopanje Republike Slovenije v tujini, varovanje in uresničevanje njenih interesov, pospeševanje in razvijanje prijateljskih odnosov na različnih področjih, pogajanja, uveljavljanja stališč in interesov Republike Slovenije, poročanje o aktualnem dogajanju v tuji državi oz. organizaciji«. Javna diplomacija je najbližje povezana z vlogo, ki jo imajo pri seznanjanju institucij in javnosti v sprejemni državi oz. mednarodni organizaciji z dosežki, značilnostmi in stališči Republike Slovenije, uveljavljanjem interesov in razvijanjem prijateljskih odnosov, saj lahko s tem prispeva k ugodnemu globalnemu javnemu mnenju ter ugledu države v tujini. Veleposlaništva lahko označimo tudi kot ključne akterje javne diplomacije, saj je njihova mreža razpredena po tujih državah, kjer ob različnih priložnostih (tudi v sodelovanju z javnostmi) zastopajo in razlagajo politike matične države ter si prizadevajo za pridobitev podpore zanje, vzpostavljajo in utrjujejo dobre odnose ter se trudijo za zaupanje, pozitivno podobo in ugled države v mednarodni skupnosti.

V okviru Ministrstva za zunanje zadeve za področje javne diplomacije od sredine leta 2011 skrbi Služba za javno diplomacijo, ki je nastala je zaradi potreb dela, sprememb v percepciji in vsebini diplomacije ter kot odziv na delovne izzive sedanjega okolja in kot posledica razvoja digitalne oz. informacijske družbe. Ob ustanovitvi je bila samostojna organizacijska enota, torej ena od horizontalnih služb, vzporedno z drugimi organizacijskimi enotami (npr. direktorati). Imela je neposredni dostop do ministra in vseh organizacijskih enot, od pomladi 2012 pa je podrejena kabinetu

¹⁰⁶ Gre za veleposlaništva in stalna predstavništva pri mednarodnih organizacijah ter konzulate.

¹⁰⁷ Izhajajo iz dunajske konvencije o diplomatskih odnosih oziroma dunajske konvencije o predstavljanju držav v njihovih odnosih z mednarodnimi organizacijami univerzalnega značaja.

ministra, ki mu je tudi neposredno odgovorna. Naloge službe so osredotočene pretežno na odnose z mediji in delo na področju kulture. Usmerjena je v delo na čim širši platformi, torej ne le z mediji, ampak tudi z drugimi ciljnimi skupinami (javnostmi). Čeprav trenutno v omenjeni službi za slednje ni posebej za to zadolžene osebe oz. oddelka se pozornost (sicer še vedno razmeroma malo) namenja tudi temu področju. Konkretni primer javne diplomacije in proaktivnega neposrednega dela z javnostmi in je serija okroglih miz, ki jih jeseni 2012 Ministrstvo za zunanje zadeve organiziralo skupaj s Slovensko tiskovno agencijo. Nanašale so se na vlogo zunanje politike in vlogo različnih družbenih skupin v zunanji politiki (npr. na področju razvojnega sodelovanja, razvoja EU itd.), pri čemer so bila prizadevanja usmerjena v vključevanje generacijsko in izobrazbeno različnih ciljnih skupin (strokovnih javnosti, študentov ipd.). (Ferjančič 2012)

Državni organ od katerega se verjetno upravičeno lahko pričakuje največ udejstvovanja v smislu javne diplomacije na obrambnem področju je Ministrstvo za obrambo. Pristojno je za oblikovanje in izvajanje obrambne politike, ki je skladno z Resolucijo o strategiji nacionalne varnosti »usmerjena v zagotavljanje obrambnih zmogljivosti države, potrebnih za zagotavljanje nacionalne obrambe v sistemu kolektivne obrambe in varnosti«, v povezavi s tem pa tudi v »zagotavljanje sposobnosti za uresničevanje sprejetih mednarodnih obveznosti države¹⁰⁸ /.../ kar bo prispevalo k večji varnosti in stabilnosti Republike Slovenije ter uspešnejšemu uveljavljanju njenih nacionalnih interesov, kakor tudi k njeni večji prepoznavnosti in verodostojnosti v mednarodni skupnosti«. (prav tam) Ministrstvo deluje neposredno ali preko obrambnih atašejev, ki so hkrati prenašalci stališč in zagovorniki interesov v sprejemni državi, tudi ob srečevanju s tujimi javnostmi.

V Ministrstvu za obrambo za njegovo javno delovanje skrbi Služba za strateško komuniciranje, ki se je predhodno imenovala Služba za odnose z javnostmi. Novo poimenovanje sicer časovno sovpada z uvedbo koncepta strateških komunikacij v okviru Nata, vendar s tem procesom ni direkto povezano¹⁰⁹. Strateško je mišljeno v smislu širitve področja delovanja, pa tudi celostnega načrtovanja komuniciranja, kar je službi prineslo nove naloge, v glavnem s področja publicistike (oblikovanja,

¹⁰⁸ Prednostno gre za aktivnosti v okviru Nata in EU.

¹⁰⁹ Sprememba temelji na ugotovitvah Strateškega pregleda obrambnega resorja.

lektoriranja, namiznega založništva). Sicer njene glavne naloge predstavljajo komuniciranje z javnostmi, mediji in državljani, komunikacijsko načrtovanje, publiciranje Revije Slovenska vojska, koordinacija izdaje publikacij, video/filmska produkcija, lektoriranje, namizno založništvo, pedagoški proces. Gre za samostojno službo podrejeno direktno ministru za obrambo. Obsega vodstvo, ki so mu neposredno podrejeni svetovalci za odnose z javnostmi, ter Oddelek za multimedijско produkcijo in podporo (ta vključuje npr. TV Studio, uredništvo Revije Slovenska vojska). Služba javni diplomaciji pozornost namenja občasno, ob posameznih dogodkih (npr. drugi seminar v procesu oblikovanja sedanjega Strateškega koncepta Nata – 2009, obeležitev 60. obletnice Nata – 2009, Neformalno srečanje obrambnih ministrov Nata – 2006). Ne gre za organizirano delovanje na področju javne diplomacije, v službi pa tudi ni posebej zadolžene (za to kvalificirane) osebe, ki bi se s tem ukvarjala. V tej vlogi nastopa predvsem v smislu komuniciranja dogodkov preko orodij, ki jih služba obvladuje, vsebino pa pokrije vsebinski nosilec. (Sila in Pelko, 2012)

Vsebinsko se javna diplomacija Slovenije na obrambnem in zunanjepolitičnem področju v veliki meri navezuje na države Zahodnega Balkana, ki jih Slovenija spodbuja in jim pomaga na poti v evroatlantske integracije. Poseben poudarek pa se namenja tudi aktivnostim v okviru delovanja mednarodnih organizacij, predvsem Nato, EU, OZN in OVSE, pri čemer velja na obrambnem področju izpostaviti aktivnosti javne diplomacije v zvezi z mednarodnimi operacijami in misijami.

Pri raziskovanju me je zanimalo tudi v kolikšni meri so službe omenjenih ministrstev vpete v izvajanje javne diplomacije v okviru Nata. Dobila sem odgovor, da temu področju v Službi za javno diplomacijo Ministrstva za zunanje zadeve namenijo precej malo pozornosti, omeniti pa velja, da so se leta 2012 vključili v razpravo in oblikovanje nove Natove strategije javne diplomacije za prihodnji dve leti (Ferjančič 2012, Kopušar 2012). Služba za strateško komuniciranje Ministrstva za obrambo le spremlja dogajanje na omenjenem področju v okviru Nata. S sedeža Nata po temah prihajajo obvestila s ključnimi sporočili, ki predstavljajo neke vrste komunikacijski okvir in so v pomoč pri komuniciranju z javnostmi (npr. ob posameznih dogodkih, aktualnih procesih znotraj Nata), pri čemer služba sporočila prilagaja na slovenski prostor oz. javnosti in kanal komuniciranja (Sila in Pelko 2012). Usklajevanje z

Natovim Sektorjem za javno diplomacijo na nobenem od omenjenih ministrstev ne zajema rednih stikov. Kot pravi Ferjančič (2012) z Ministrstva za zunanje zadeve z njim ni sodelovanja v pravem pomenu in besede¹¹⁰, Sila in Pelko (2012) z Ministrstva za obrambo pa navajata, da sodelovanje poteka po potrebi oz. vezano na projekte (npr. pretekla 60. obletnica Nata, letne konference glede komuniciranja, obiski novinarjev na mednarodnih operacijah in misijah).

Zaključim lahko, da sta predstavljeni službi precej malo aktivni v okviru oblikovanja javne diplomacije na ravni Nata, pa tudi med njima samima ni rednih stikov (Ferjančič 2012). Sodelovanje poteka občasno, običajno ob dogodkih, kjer se pristojnosti obrambne in zunanje politike v določeni meri povezujejo (npr. strateški koncept Nata, načrtovanje sodelovanja v mednarodnih misijah in operacijah) (Sila in Pelko 2012).

Kaj pa sodelovanje omenjenih služb z vsebinskimi nosilci znotraj ministrstev – torej notranjimi organizacijskimi enotami? Slednje se namreč ukvarjajo z vsebino posameznih politik in tekom delovnega procesa sodelujejo pri oblikovanju politik ter odločanju na ravni Nata (Kopušar 2012), zato predstavljajo vir vsebinskih informacij za službe, pristojne za komuniciranje z javnostmi. Prav tako obvladajo kreiranje sporočil glede posameznih zadev oz. politik, ki morajo doseči javnosti, bodisi v smislu reakcije na določena vprašanja in dogodke (pojasnjevanje) bodisi kot proaktivno delovanje v smeri seznanjanja oz. vključevanja javnosti v določene procese.

V Ministrstvu za zunanje zadeve sodelovanje z direktorati za posamezna področja poteka odvisno od tematike. Na primer pri vključevanju v proces oblikovanja prihodnje strategije javne diplomacije Nata je koordinacijsko vlogo v ministrstvu nosil Sektor za Nato, Služba za javno diplomacijo pa je sodelovala pri pripravi vsebine. Direktorati, vsebinski nosilci za posamezna področja, običajno pripravijo vsebino, Služba za javno diplomacijo pa poskrbi, da se ta ustrezno interpretira za objavo. Pri delovanju omenjene službe gre v veliki meri še vedno za klasične odnose z javnostmi, zlasti z mediji (vpetost v dnevno dogajanje). Proaktivni del, ki je značilen za javno diplomacijo, je majhen (npr. že omenjene okrogle mize, predavanja po šolah). (Ferjančič 2012)

¹¹⁰ Upoštevajmo dejstvo, da je omenjeni funkcijo nastopil v začetku leta 2012, zato je ta podatek velja od takrat dalje.

Na Ministrstvu za obrambo koordinacija po vsebinah v največji meri poteka z Direktoratom za obrambo politiko, vsebinskim nosilcem za področje obrambne politike, in Direktoratom za obrambne zadeve, kar zadeva delovanje civilnih funkcionalnih strokovnjakov v sklopu operacij in misij v tujini. V manjši meri tudi s Slovensko vojsko. Poglavitna vloga Službe za strateško komuniciranje je lansiranje sporočil v javnost. V primeru procesa priprave sedanjega Strateškega koncepta Nata so sledili Natovemu komunikacijskemu okvirju, pri pripravi sporočil sodelovali z Direktoratom za obrambno politiko ter izpostavljali dele, ki so vezani na interese Slovenije (npr. politika odprtih vrat). (Sila in Pelko 2012)

Kot sem že omenila, Ministrstvo za zunanje zadeve na področju javne diplomacije v tujini deluje predvsem preko veleposlaništev. V okviru določenih veleposlaništev sodelujejo tudi obrambni atašeji. Veleposlaništva so pri svojem delovanju na tem področju precej samostojna. Komuniciranje z javnostmi, še posebej preko njihovih spletnih strani in družbenih omrežij, je prepuščeno njihovi prizadevnosti in deležno spodbud z matičnega ministrstva (Ferjančič 2012).

Za konec izpostavljam še avtoriteto predsednika republike, ki mu Ustava Republike Slovenije pripisuje funkcijo predstavljanja države in funkcijo vrhovnega poveljnika obrambnih sil. Ti predstavljata osnovo za njegovo javnodiplomatsko vlogo na obrambnem področju. Po mojem mnenju je ta lahko najbolj izrazita v smislu krepitve ugleda in kredibilnosti države v tujini ter premostitve notranjepolitičnih delitev in pridobivanja podpore za zunanjo in obrambno politiko v domačih javnostih (npr. glede sodelovanja v mednarodnih operacijah in misijah).

Ravno strankarske delitve (tudi znotraj vlade), nezmožnost preseganja le-teh, sklepanja kompromisov v javno dobro in neusklajenost akterjev pri komuniciranju so pogosto razlog za neučinkovitost javne diplomacije in izgubo kredibilnosti države v tujini. V Sloveniji je omejitve javni diplomaciji moč pripisati razcepljenosti slovenskega političnega prostora, kar se je še posebej kazalo v koaliciji, ki je VRS sestavljala med letoma 2008 in 2012¹¹¹. Neusklajenost pri vladnem komuniciranju z javnostmi je

¹¹¹ Nehomogena koalicija z neenotnim mnenjem predvsem glede sodelovanja Slovenske vojske v ISAF v Afganistanu je nenehno razdvajala nastope vladnih predstavnikov pred javnostmi in slabila

ravno v času omenjene vlade, natančneje junija 2011, dosegla odmeven fiasko z izjavo tedanjega predsednika vlade Boruta Pahorja glede umika pripadnikov Slovenske vojske iz ISAF v Afganistanu do oktobra 2011, ki naj bi nemudoma romala v obravnavo pristojnih odborov Državnega zbora (RTV Slovenija 2011a). Izrečena je bila kmalu po napovedi ameriškega predsednika Obame o umiku 10.000 vojakov do konca poletja 2011. Tedanja ministrica za obrambo dr. Ljubica Jelušič je bila mnenja, da je bila »ta poteza preuranjena, saj je bil še vedno v veljavi sklep vlade iz decembra 2009«, ki določa sodelovanje v omenjeni misiji do oktobra 2012 (RTV Slovenija 2011b). Šavc (2011) o tem pravi, da gre za »kronski dokaz«, da ni bilo koordinacije znotraj vlade, pogrešal je celo običajno komunikacijo predsednika vlade z ministri. Dodal je tudi, da je ministrica »jasno demantirala, da bi vlada o tem razpravljala, kaj šele odločala« (prav tam). Izjave o umiku so presenetile tudi zaveznice, kar je zahtevalo pojasnilo takratnega premiera Pahorja generalnemu sekretarju Nata Rasmussenu, ki je bilo podano v precej milejši verziji kot prvotno, in sicer da vlada začne pogovore o morebitnem postopnem odhodu slovenskih vojakov iz Afganistana (RTV Slovenija 2011c). To ni bil edini slovenski predstavnik, ki je moral pojasnjevati izjave glede umika, na »zagovor« je bil klican tudi takratni slovenski veleposlanik pri Natu dr. Božo Cerar (Delo 2011), pa tudi nekateri drugi predstavniki Slovenije v tujini¹¹². Motiv je, kot kaže, bil »oprta na ambicijo predsednika vlade Pahorja biti takoj za izjavami predsednika Obame« brez vedenja, kaj natančno je Obama napovedal (Šavc 2011). V javnosti je Pahor dosegel ravno nasprotni učinek od želenega. Navedeno situacijo lahko označim kot primer nedopustne odsotnosti strateškega komuniciranja na vladni ravni in pomanjkanja usklajenosti znotraj vlade same, ki si je ta ne bi smela dovoliti, še posebej pri tako občutljivi temi. Še več, izkazalo se je tudi, da podano stališče predsednika vlade ni bilo usklajeno v okviru Zavezništva, zato je prav gotovo imelo zelo neugoden vpliv na kredibilnost in ugled Slovenije na mednarodni ravni. Opisani primer iz prakse potrjuje tudi tezo o stapljanju javnosti in dokazuje, kako lahko tovrstnimi dogodki na očeh javnosti krepko omajajo ali celo povzročijo izgubo zaupanja, kredibilnosti in ugleda, ki se sicer zelo dolgo časa gradijo.

njen položaj. Za odhod slovenskih vojakov iz Afganistana se vseskozi zavzemala stranka Zares oz. njena poslanska skupina, ki je v januarju 2011 na vrhu koalicijskih strank zahtevala jasno časovnico slovenske misije v Afganistanu, ki bi vključevala evalvacijo varnostnih razmer v tej državi in na tej podlagi možnost predčasnega umika. Nemudoma je podprla Pahorjeve izjave ter izrazila ogorčenje nad izjavami ministrice o preuranjenosti odhoda iz Afganistana (Zares).

¹¹² Kar lahko potrdim iz lastnih izkušenj.

4 ANALIZA PRAKTIČNIH PRIMEROV

4.1 OBLIKOVANJE NOVEGA STRATEŠKEGA KONCEPTA NATA

»Oblikovanje novega strateškega koncepta je nujen korak v modernizaciji katerekoli organizacije, še posebej, če upoštevamo naraščajoči tempo sprememb v današnjem svetu« (Shea 2011, 7). Natova 60. obletnica obstoja je obeležila trenutek odločitve za novo opredelitev Natove strategije in utrditev njegove vloge v spremenjenem varnostnem okolju 21. stoletja¹¹³. Obdobje oblikovanja novega Strateškega koncepta je še posebej zaznamovala finančna in gospodarska kriza, ki je vplivala na povečanje razlik v obrambnih zmogljivostih ZDA in evropskih zaveznic (slednje vedno manj denarja namenjajo za obrambo)¹¹⁴. Sprožila je tudi zamenjavo prenekaterih vlade v evropskih zaveznicah (med njimi tudi slovenske). »Ker sta socialna in ekonomska varnost zamenjali nacionalno varnost kot glavno javno skrb, se je to odrazilo v zmanjšanju razumevanja in interesa za vlogo in politike Zavezništva« (Natova strategija javne diplomacije 2010–2011). »Države so vse manj pripravljene sodelovati pri prevzemanju finančnih obveznosti in se vse bolj usmerjajo v reševanje notranjih zadev« (Lampret in Novak 2010, 21) ter oddaljujejo od globalne agende. Transatlantski konsenz zadnja leta slabijo tudi z razhajanja v zavezanosti članic Nata do sodelovanja v mednarodnih operacijah in misijah Nata. Zaradi obstoječih razmer so tudi javnosti prednostno naravnane k ukvarjanju z eksistencialnimi oz. socialnimi zadevami, za obrambo pa imajo bistveno manj »posluha«.

Zato je bil poseben poudarek v procesu oblikovanja novega Strateškega koncepta Nata namenjen javni diplomaciji, s katero je Zavezništvo želelo prispevati h krepitvi transatlantske kohezije in širše ter ponotranjanju procesa snovanja novega koncepta glede bodoče vloge Nata, ne le s strani političnih elit, ampak tudi širše javnosti. Zastavljen je bil zelo transparentno in vključujoče predvsem do javnosti članic Nata, pa tudi do partnerskih držav in organizacij, z namenom omogočiti izmenjavo mnenj, doseči njihovo angažiranje in spodbuditi interaktivni dialog glede bodoče vloge Nata. Kljub temu je bil »javnodiplomatski vidik v primerjavi s strateško političnim in vojaškim aspektom precej prezrt v obstoječi literaturi glede novega Strateškega koncepta«

¹¹³ Dotlej veljavni strateški koncept je izhajal iz leta 1999 in je bil že zastarel.

¹¹⁴ Medtem ko države v ekonomskem vzponu krepijo izdatke za obrambo in povečujejo svoje zmogljivosti (Kitajska, Indija idr.).

(Helbig 2011, 13). To je bila tudi ena od spodbud, da sem ga vzela za študijski primer in mu posvetila dobršen del pozornosti.

Osnovo za pripravo novega Strateškega koncepta predstavlja Deklaracija o varnosti Zavezništva (Declaration on Alliance Security), ki so jo na vrhu Nata v Strassbourgu/Kehlu (2009) sprejeli predsedniki držav in vlad. Predstavlja zavezo k prenovi Zavezništva ob hkratnem ohranjanju Zavezništva, kot osrednjega foruma za varnostna posvetovanja med zavezniki, s poudarkom na kolektivni obrambi. Spomnimo, da je bil to tudi vrh, na katerem je bila prvič na strateškem nivoju izpostavljena pomembnost izvajanja javne diplomacije za delovanje organizacije. Oblikovanje novega Strateškega koncepta se je dejansko pričelo julija 2009 »s sprožitvijo intelektualnega procesa (v nasprotju z običajno prakso političnih pogajanj) na odprti konferenci pod vodstvom odhajajočega generalnega sekretarja Nata generala Jaap de Hoop Shefferja« (Jean Jacques de Dardel 2009, 10). Zagon je proces dobil z nastopom novega generalnega sekretarja Nata Andersa Fogha Rasmussena avgusta 2009, ki se je že na samem začetku zavzel za transparentno in vključujoče oblikovanje novega Strateškega koncepta. Imenoval je skupino 12 strokovnjakov (ang. »Group of Experts«) pod vodstvom Američanke Madeleine K. Albright, ki je vključevala tudi posameznike iz privatnega sektorja, možganskih trustov in akademske sfere (Nato 2011d).

Pot do novega Strateškega koncepta se je odvijala v treh etapah. Prva – faza razmisleka – je bila namenjena spodbujanju strateške razprave. V okviru štirih seminarjev¹¹⁵ izvedenih med septembrom 2009 in februarjem 2010 v posameznih zavezniških državah (Luksemburg, Slovenija, Norveška, ZDA) so potekale razprave o posameznih vsebinskih vidikih bodočega Strateškega koncepta. Udeležili so se jih deležniki in relevantni akterji, med katerimi so stalni in vojaški predstavniki zaveznic pri Nato, predstavniki strateških poveljstev Zavezništva za Evropo in transformacijo, Vojaškega odbora Nata, strokovnjaki iz prestolnic držav članic, mednarodnih organizacij, inštitutov, nevladnih organizacij, akademske sfere, medijev ter predstavniki partnerskih držav (Nato 2011d). »Zavezništvo je prvič v zgodovini

¹¹⁵ Drugega izmed njih je 13. novembra 2009 gostila Slovenija, vsebinsko pa je zajel vidik delovanja Nata v globaliziranem svetu, izkušnje iz operacij ter pomen celostnega pristopa.

svojega obstoja tako široko odprlo vrata in omogočilo vključenost vrste akterjev iz Nata in širše» (Lampret in Novak 2010, 22).

V drugi – fazi posvetovanj – so člani skupine strokovnjakov v marcu in aprilu 2010 obiskali prestolnice zavezniških držav z namenom razpravljati o ugotovitvah in predlogih skupine z vladami in predstavniki parlamentarnih odborov. Skupina strokovnjakov je potlej pripravila poročilo z analizo in priporočili generalnemu sekretarju Nata. Slednji je na tej osnovi oblikoval svoje poročilo o vsebinskih elementih, ki ga je predložil vladam držav članic ter pridobil politične smernice za snovanje vsebine novega Strateškega koncepta. (Nato 2011d)

V zadnji fazi – fazi oblikovanja besedila in zaključnih pogajanj – je generalni sekretar Nata jeseni 2010 predstavil svoj osnutek novega Strateškega koncepta, ki je bil na (pred javnostjo zaprtih) pogajanjih zaveznic usklajen in nato sprejet na vrhu Nata v Lizboni v novembru 2010 (Nato 2011d).

V analizi se bom osredotočila predvsem na organizacijski vidik izvajanja javne diplomacije v procesu oblikovanja novega Strateškega koncepta Nata. Deloma pozornost namenjam tudi vsebinskemu vidiku, in sicer z analizo ključnih sporočil glede prihodnosti Nata v 16-ih govorih generalnega sekretarja Nata iz tega obdobja. Vsebinska sporočila v okviru aktivnosti javne diplomacije so namreč zelo pomemben del te dejavnosti, prilagajajo se kontekstu in javnostim, ter so običajno del strateškega okvirja za komuniciranje. Celovita analiza ključnih sporočil (tudi njihova interpretacija v javnostih) bi zato terjala precej obsežnejši proces preučevanja z mojo analizo pa želim v tem trenutku zgolj nakazati »zgodbo«, ki jo je tekom omenjenega procesa sporočal glavni govorec Nata. Upam si trditi, da so bila ta sporočila tudi del strateškega okvirja za komuniciranje tekom omenjenega procesa.

Za začetek si pogledimo opredelitev priložnosti, ki jo je za Nato, z vidika javne diplomacije, v tem procesu videla skupina 12 strokovnjakov.

Razvoj novega Strateškega koncepta nudi priložnost predstaviti Nato prebivalstvu, ki malo ve o njem in ki je morda skeptično o relevantnosti organizacije za njihovo življenje. Čeprav je Nato bolj zaposlen kot kdajkoli, je njegova vrednost mnogim manj jasna kot v preteklosti.

Voditelji Zavezništva morajo izkoristiti odprtost procesa za osvetlitev mnogih Natovih prispevkov k mednarodnemu miru in stabilnosti, drugače bi organizaciji lahko spodletelo pri ohranjanju javne in finančne podpore, ki jo potrebuje za dobro izvajanje svojih nalog. (Nato 2020: Assured Security, Dynamic Engagement 2011, 5)

Čeprav je bila zgornja ugotovitev dejansko predstavljena v njihovem sklepnem poročilu sredi maja 2010, ko sta bili za javno diplomacijo najbolj aktivni fazi (prva in druga) t. i. »obdobje vključenosti« že mimo¹¹⁶, lahko trdim, da se je Nato te priložnosti zavedal že dlje časa. To dokazuje tudi Natova strategija javne diplomacije za leti 2010–2011, ki poleg »dosežkov mednarodnih operacij in misij kot prioriteto v javni diplomaciji postavlja Natovo identiteto in strateško usmeritev« ter izpostavlja »vrsto komunikacijskih pristopov in orodij, ki bodo Zavezništvu v pomoč pri ustvarjanju javne podpore za njegove politike, operacije in misije, ter izboljševanje podobe in ugleda v javnosti« (2010–2011 Nato Public Diplomacy Strategy).

Najprej bom predstavila, kako je Nato ta proces zastavil v strategiji, nato pa ga bom prikazala skozi realizacijo. Nato se je komunikacijskih priložnosti, ki jih ponuja tak proces dobro zavedal. V njem je prepoznal ogromne možnosti za dvig pozornosti v javnostih, njihovo ozaveščanje o svoji (obstoječi in prihodnji) identiteti, spodbudo javnosti k sodelovanju v procesu ter na splošno k dvigu imidža Nata kot globalnega akterja v svetu.

Z vsebinskega vidika je v svoji strategiji javne diplomacije za obdobje 2010–2011 ključna sporočila o novi strateški usmeritvi Zavezništva zastavil na naslednje vidike:

- Edinstvenost njegove identitete kot kolektivne obrambne organizacije, njegova demokratična legitimnost ter namera za izvajanje politik in operacij učinkovito in v sodelovanju z mednarodno skupnostjo.
- Pomen 5. člena Washingtonske pogodbe v varnostnem okolju 21. stoletja, trajni pomen Nata kot transatlantskega posvetovalnega foruma, njegova nadaljnja zavezanost politiki »odprtih vrat« in pomen koristnosti partnerjev za stabilnost evroatlantske regije in širše.
- V zvezi z aktivnostmi za javnosti v partnerskih državah pa: razlaga s pomočjo raznovrstnih partnerskih orodij in programov, kontinuirana zaveza k tesnemu

¹¹⁶ V tretji fazi je sledilo le še interno oblikovanje koncepta.

sodelovanju na različnih področjih, vključno z operacijami in misijami, še posebej pa prizadevanje za konstruktivno partnerstvo z Rusijo. (2010–2011 Nato Public Diplomacy Strategy)

Široko zastavljen program aktivnosti javne diplomacije v obliki javne kampanje se je pričel dobro leto pred sprejetjem novega Strateškega koncepta na vrhu Nata v Lizboni. S perspektive javne diplomacije je bilo v tem procesu najvažnejše »spremeniti oblikovanje nove strateške vizije Nata v očarljivo pripovedovanje Natove zgodbe na preprost in prepričljiv način, tako da bo odmevala v ljudskih množicah« (2010–2011 Nato Public Diplomacy Strategy). Namen je bil doseči širše množice in jim prisluhniti pred pričetkom usklajevanja dokumenta znotraj Nata ter izkazati vključujoč pristop. Predvidena je bila vrsta aktivnosti (od konferenc, delavnic, seminarjev do diskusij na spletu) za spodbujanje javne razprave v članicah in partnerskih državah, bodisi v samostojni izvedbi bodisi ob robu pomembnih dogodkov, v (tesnem) sodelovanju s članicami kot tudi partnerskimi državami, z namenom da se na različne načine pritegne pozornost za omenjeno vsebino, še posebej med mladimi (prav tam).

Poleg štirih že omenjenih seminarjev je Natov Sektor za javno diplomacijo v zaveznicah organiziral nekaj več kot 140 aktivnosti na temo novega Strateškega koncepta (konference, seminarji, delavnice, brifingi za novinarje, esejska tekmovanja za študente, poleg tega pa tudi številne digitalne diskusije) z namenom nuditi priložnost (predvsem mladim) za izražanje idej ter komentarjev o prihodnosti Zavezništva (Babst 2010a, 62–64). Poleg tega pa so se v tem času člani skupine strokovnjakov udeleževali tudi drugih seminarjev v zavezniških in partnerskih državah. Nato je z lokalnimi možganskimi trusti, nevladnimi organizacijami ter vladami organiziral več kot 42 javnih diskusij v partnerskih državah ter 17 specifičnih informacijskih programov za novinarje ter zainteresirano javnost na njegovem sedežu v Bruslju (prav tam). Precej visoko zanimanje za aktivnosti je bilo zaznati v Rusiji, Gruziji in Ukrajini. Na Natovi spletni strani o Strateškem konceptu lahko zasledimo tudi 50 nacionalnih oz. regionalnih dogodkov, s katerimi so se v proces njegovega oblikovanja vključile zaveznice in partnerske države.

Med poletjem 2009 in pomladjo 2010 je sedež Nata gostil več kot 8.500 obiskovalcev iz zavezniških in partnerskih držav, kjer jih je seznanil z razlogi za pripravo nove strategije in pomembnost angažiranja z javnostmi za Zavezništvo ter več tisoč študentov, ki so sodelovali v diskusijah o vsebinskih elementih bodočega Strateškega koncepta. Ključna osebnost javne diplomacije, generalni sekretar Nata Anders Fogh Rasmussen, je tekom procesa za medije dal več kot 100 intervjujev, imel številne govore (diskusije) na to temo ter redno objavljaj vsebine na svojem blogu. Nato je na spletu ustvaril posebno spletno stran¹¹⁷ namenjeno novemu Strateškemu konceptu, na kateri je Natov Sektor za javno diplomacijo objavil 48 spletnih zgodb in 70 kratkih videov. Slednji so bili naloženi tudi na spletne portale YouTube, Daily motion, Live leak, Vimeo, Google Videos, Yahoo Videos, MySpace TV in druge. Odprl je tudi spletni forum za razprave z 'online' diskusijami, ki ga je obiskalo čez 10.000 ljudi z vseh strani sveta (tudi iz Rusije, Pakistana in Avstralije). (Babst 2010a, 62–64)

Vse te priložnosti so uokvirjale »pripovedovanje Natove zgodbe« (ang. telling NATO's Story), glede katere je skupina strokovnjakov zapisala naslednje:

Ko zaveznice pripravljajo nov Natov strateški koncept, morajo imeti v mislih, kako se bo takšen dokument bral ne le znotraj evro-atlantske skupnosti, ampak v vseh regijah. Prebivalstvo Natovih članic je potrebno spomniti, da Zavezništvo služi njihovim interesom skozi zagotavljanje varnosti; ljudje zunaj Nata pa morajo vedeti, da Zavezništvo in njegovi partnerji vsakodnevno sodelujejo, da bi prispevali k varnejšemu svetu. (Nato 2020: Assured Security, Dynamic Engagement 2011, 12)

In katere ideje oz. glavna sporočila iz »Natove zgodbe« je generalni sekretar Rasmussen izpostavljaj v sklopu javnega diskurza o novem Strateškem konceptu?¹¹⁸ Odgovore na to vprašanje sem poiskala v njegovih govorih iz tega obdobja¹¹⁹, ki so začrtali smer razmišljanja o prihodnosti Zavezništva. Z njimi je naslovil različne javnosti: od strokovnjakov, udeležencev varnostnih konferenc in forumov, pripadnikov vojaških klubov, udeležencev Nato parlamentarne skupščine do študentov. Vsebinsko rdečo nit tvorijo v spodaj (glej tabelo 4.1) navedena ključna sporočila v

¹¹⁷ Od njene vzpostavitve avgusta 2009 do začetka maja 2010 je zabeležila okoli 120.000 obiskov.

¹¹⁸ Celovita analiza javnega diskurza bi zahtevala tudi obravnavo drugih ključnih predstavnikov, ki so sodelovali pri oblikovanju Natove zgodbe (npr. nacionalnih voditeljev, medijev itd.), vendar se bom pri obravnavi osredotočila zgolj na osrednjo osebnost Natove javne diplomacije. Analizirala sem 16 njegovih govorov v času od 22. oktobra 2009 do 8. oktobra 2010 (Nato 2012a–2012o).

zvezi s prihodnjo vlogo Zavezništva, ki jim je pripisana pogostost pojavljanja v njegovih govorih.

Tabela 4.1: Ključna sporočila o prihodnji vlogi Nata v govorih generalnega sekretarja Nata Andersa Fogha Rasmussena.

Ključna sporočila	Pogostost pojavljanja
Ključna naloga Nata tudi v bodoče ostaja obramba ozemlja in prebivalstva zavezniških držav.	v sedmih govorih
Zavedanje in obvarovanje temeljev Zavezništva (zavezanost demokraciji, skupne vrednote).	v šestih govorih
Ponovna potrditev Natovega dolgoletnega cilja – pomagati pri uvrstitvi Evrope kot celovite, svobodne in mirne.	v sedmih govorih
Pomen kolektive obrambe.	v petih govorih
Svobodna izbira zaveznikov kot temeljno načelo evropske varnostne ureditve.	v treh govorih
Pomembnost solidarnosti ter njeno izkazovanje (npr. Afganistan, delitev bremen).	v šestih govorih
Obstoj spremenjenega varnostnega okolja z novimi izzivi (globalizacija terorizma, piratstvo, kibernetški napadi, balistične rakete, grožnje energetske varnosti, orožje za množično uničevanje, klimatske spremembe).	v trinajstih govorih
Pomembnost (prioriteta) operacije v Afganistanu za varnost Zavezništva.	v desetih govorih
Prilagoditev novim varnostnim izzivom - modernizacija Zavezništva.	v desetih govorih
Transformacija zmogljivosti Zavezništva in učinkovitejša raba virov.	v desetih govorih
Uporaba celostnega pristopa (kombinacija angažiranja na politični, vojaški in ekonomski ravni ter povezovanje z drugimi mednarodnimi akterji) pri soočanju z varnostnimi izzivi.	v osmih govorih
Pomembnost širše povezanosti Nata (globalni doseg, pomembnost partnerstev, boljša povezanost s ključnimi mednarodnimi akterji, npr. Kitajsko in Indijo).	v trinajstih govorih
Razvoj partnerstva z Rusijo (v smeri skupnega spoprijemanja z varnostnimi zadevami skupnega interesa ter premoščanja razlik v pogledih).	v desetih govorih
Zavezanost politiki odprtih vrat.	v šestih govorih
Namenoma zastavljen odprt in vključujoč proces oblikovanja novega Strateškega koncepta (potreba po podpori javnosti, ne le političnih elit).	v štirih govorih

Vir: Nato 2012a-2012o.

Večina zgornjih sporočil predstavlja pomembne sklope v vsebini sedanjega Strateškega koncepta Nata. Lahko trdim, da je generalni sekretar Nata pri komuniciranju o novi strategiji in prihodnosti Zavezništva izpostavljajal, poudarjal in utrjeval določene teme (določal vsebinski okvir), okoli katerih se je gradila diskusija znotraj nacionalnih političnih okvirov Zaveznic, s partnerskimi in drugimi državami. Ob upoštevanju pogostosti pojavljanja sporočil lahko ugotovim, da je po njegovem mnenju prihodnost Zavezništva v soočanju s spremenjenim varnostnim okoljem in spoprijemanju novimi izzivi, za kar je potrebna modernizacija in transformacija Zavezništva ter celostni pristop. Delovanje v novi realnosti pa veleva odprtost, širšo (globalno) povezljivost in razvoj partnerskih odnosov, še posebej z Rusijo, v smeri premoščanja napetosti. S poudarjanjem prioritete obravnave operacije v Afganistanu izpostavlja krizno upravljanje, kot eno izmed ključnih nalog za zagotovitev varnosti Nata. Ob tem omenjenemu pa postavlja zavezanost skupnim vrednotam, načelom in interesu za varnost Zavezništva, ki so osnovno vezivo njegovih članic.

Za oblikovanje Natovega strateškega koncepta ni bil zainteresiran širok krog prebivalstva zaveznic (tako Helbig 2011, 23)¹²⁰. Verjeten razlog je tudi obstoj finančne in gospodarske krize, ki pozornost preusmerja v eksistencialne potrebe. V času konzultacij o novem Strateškem konceptu Nata, je »Zavezništvo k sodelovanju pritegnilo čez 200.000 ljudi, kar sicer presega obseg skupnosti transatlantskih strokovnjakov za varnost in obrambo« (Babst 2010a, 64), a je v primerjavi s približno 900 milijoni prebivalcev zavezniških držav še vedno precej majhna številka.

Namen Rasmussenovih govorov v tem obdobju je bil pridobiti pozornost, približati proces javnostim, usmeriti razpravo in vplivati na mnenja čim večjega števila volivcev, zato je proces dobil tolikšno širino. Ugotavljam tudi, da so bile aktivnosti javne diplomacije zastavljene precej selektivno in usmerjene v doseganje točno določenih javnosti, kot so mediji, oblikovalci politik, zainteresirane javnosti (npr. akademiki, možganski trusti), ali kot pravi Helbig (prav tam) »k elitam, ki so bolj

¹²⁰ Večinoma imajo ljudje mnenje glede angažiranja Nata v Afganistanu, ki morda neposredno vpliva na njihova življenja (npr. napotitve vojakov – svojcev, prijateljev – v tamkajšnjo operacijo, namenjanje velikega števila finančnih sredstev iz davkoplačevalskega denarja), vprašanje Natove prihodnje vloge pa za širše množice ni tako aktualno. Podobna situacija je tudi v slovenskem prostoru.

dojemljive za diskusije o politikah, imajo vpliv na javno mnenje in splošno gledano oblikujejo javno podobo Nata»¹²¹. Te elite je Nato spodbujal tudi k posredovanju prispevkov o vsebini novega Strateškega koncepta. Z udeležbo v razpravah, posredovanjem pisnih vložkov, komentiranjem in objavljanim mnenj preko spletnih forumov ter sodelovanjem v 'online' razpravah so se oblikovale ideje in pogledi na prihodnost Nata. Poseben dogodek v okviru digitalnega angažiranja je bil t. i. »Security Jam«, produkt sodelovanja med Natom, Evropsko unijo in bruseljskim možganskim trustom (Babst 2010a). Ta je šest zaporednih dni v 'online' razpravi okoli 3000 strokovnjakov za varnost in obrambo s celega sveta omogočal izmenjavo mnenj in diskusijo o aktualnih mednarodnih varnostnih temah z vodilnimi oblikovalci politik (prav tam).

Slovenija je kot članica Zavezništva prvič sodelovala pri soustvarjanju drugega najvišjega dokumenta v hierarhiji dokumentov Zavezništva, »svojo proaktivnost pa je še posebej izkazala s pripravo t.i. »non-paperja« glede vsebine novega Strateškega koncepta (v sodelovanju med Ministrstvom za zunanje zadeve in Ministrstvom za obrambo) ter organizacijo drugega seminarja v fazi premisleka« (Lampret in Novak 2010, 22). Slednjega je Slovenija organizirala v sodelovanju s prestižnim britanskim inštitutom Royal United Services Institute. Pod vodstvom skupine strokovnjakov za pripravo novega Strateškega koncepta so predstavniki Nata, slovenski vladni predstavniki, predstavniki akademskih inštitucij in možganskih trustov ter predstavniki nevladnih organizacij razpravljali o Natovih operacijah, celostnem pristopu in asimetričnih grožnjah. S slovenske strani velja na strani zainteresirane javnosti posebej izpostaviti prispevek dr. Antona Grizolda, predavatelja na Katedri za obramboslovje in nekdanjega obrambnega ministra, ki je na seminarju spregovoril o vlogi Nata v mednarodni varnosti in pomenu preteklih izkušenj pri razmišljanju o bodoči vlogi Nata. Poleg tega je članom skupine strokovnjakov izročil svoj referat na temo sprememb v nacionalni varnosti po koncu hladne vojne (Barle 2010).

V luči seminarja o novem strateškem konceptu zveze Nato so na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani dan prej (12. novembra 2009) pripravili javno razpravo z

¹²¹ Sodelovanje s prepoznavnimi strokovnjaki iz možganskih trustov, ki objavljajo strokovne članke, ki jih berejo uslužbenci zunanjih, obrambnih in tudi drugih ministrstev ali pa z njimi sodelujejo v strokovnih razpravah.

naslovom Novi izzivi svetovni varnosti¹²². Na srečanju so o tej temi uvodoma razpravljali predstavnik Nata dr. Jamie Shea, član Natove skupine strokovnjakov Giancarlo Aragona, profesor na Univerzi Južne Danske Sten Rynning, takratna obrambna ministrica dr. Ljubica Jelusič in predsednik Evro-atlantskega sveta Slovenije ter profesor na Fakulteti za družbene vede Anton Bebler. Nato je sledila javna diskusija z vprašanji in mnenji iz občinstva. Slednje je bilo sestavljeno iz vrst profesorjev, predstavnikov Ministrstva za obrambo, Državnega zbora, tujih veleposlaništev v Sloveniji, študentov, novinarjev, idr. Nestrinjanje s politiko Nata¹²³ je na dogodku izrazila skupina študentov, nasprotnikov Zavezništva, ki so svoja stališča izražali s transparentom in vzkliki med razpravo. V luči interaktivnosti dogodka je bila tudi omenjeni skupini dana možnost, da argumentira svoje nasprotovanje.

Zakaj je bila torej za Nato vloga javne diplomacije (predvsem znotraj same organizacije) prvič v njegovi zgodovini in še posebej v tem procesu tako pomembna? Naj spomnim, da so bili strateški koncepti Nata med hladno vojno zaupni dokumenti. »Po padcu berlinskega zidu se je transparentnost na tem področju nekoliko povečala, dokument je postal dostopen javnosti, vendar je njegovo oblikovanje leta 1999 še vedno potekalo brez konzultacij z javnostmi znotraj oz. zunaj Nata« (Helbig 2011, 25). Zato lahko na nov Strateški koncept gledamo kot na »simbol Natove nove strategije odprtosti do prebivalstva svojih članic« (prav tam), pa tudi partnerskih držav in širše. Po mnenju Lampret in Novak (2010, 21) »konsenz političnih elit v transatlantskem prostoru ne zadošča več za preseganje vpliva gospodarske krize, izzivov potekajočih oboroženih intervencij v oddaljenih območjih ter notranjih razhajanj v Zavezništvu«. Ravno zato je bil proces oblikovanja novega Strateškega koncepta tako povezovalno naravnan. »Če bi Nato namreč začel izgubljati na politični volji in podpori javnosti, lahko njegova vloga garanta miru in varnosti zbledi in ostane le še relikt« (prav tam).

»Na percepcijo Nata v njegovih članicah in zunanjem okolju vpliva več dejavnikov, med katerimi so vodenje organizacije, uspešnost delovanja v Afganistanu, odnosi med ZDA in EU, širitev, odnosi v soseščini itd.« (Babst 2010a, 65). Nenazadnje pa

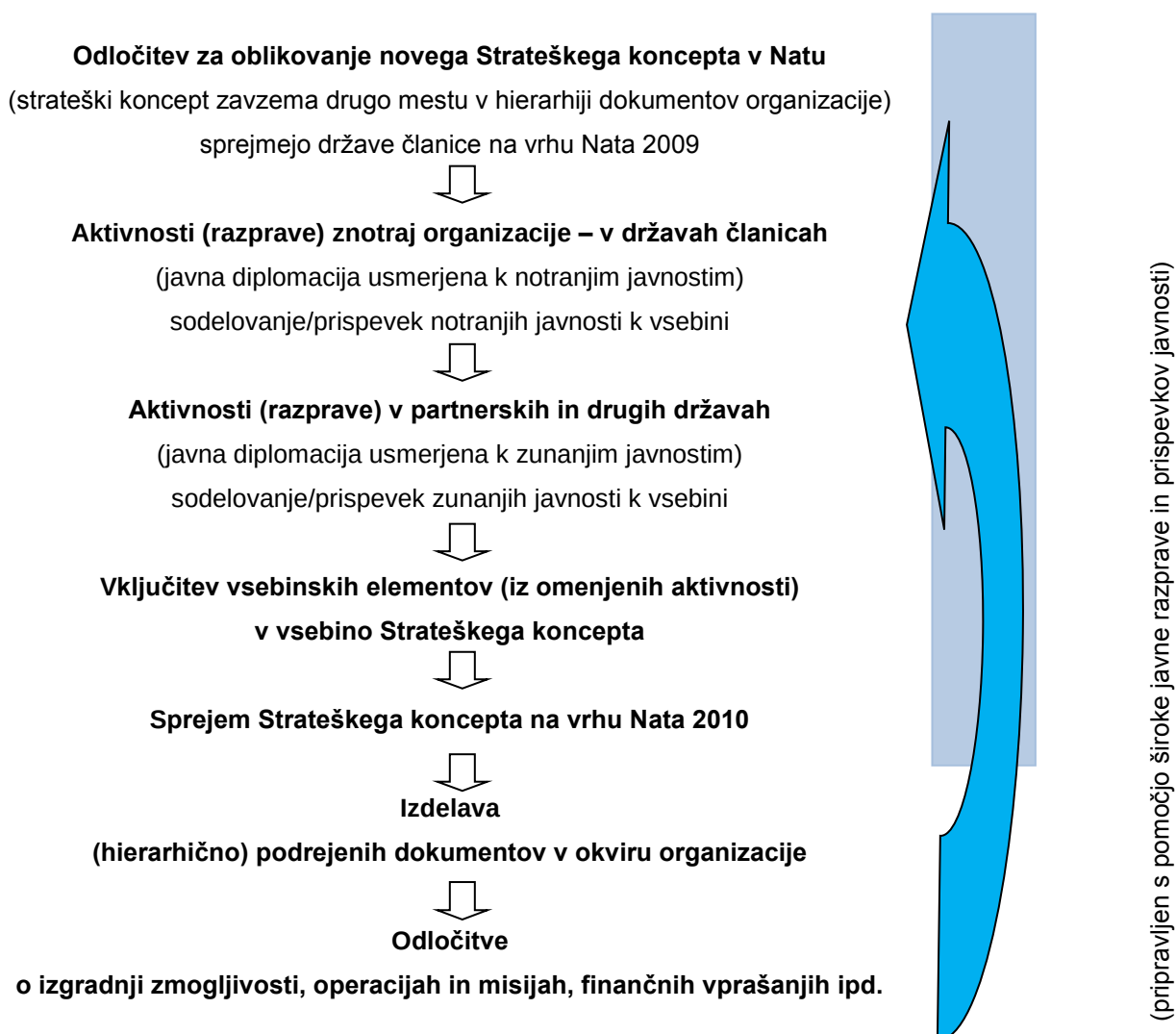
¹²² Gre za tipičen dogodek javne diplomacije z namenom seznanjanja in spodbujanja javne razprave.

¹²³ Protest je tega dne potekal tudi pred Fakulteto za družbene vede.

tudi notranje dogajanje v državah. Tako kot je za kohezijo Nata potrebna politična volja, je za njegov obstoj in izvajanje ključnih nalog pomembna javna podpora, saj omogoča »zagotavljanje finančnih sredstev in vojakov za Nato operacije« (Helbig 2011, 26). Tukaj nastopa javna diplomacija. Bistveno je, da so »javnosti v procesu oblikovanja nove strategije lahko prispevale k razpravi o prihodnji drži Zavezništva« (Babst 2010a, 65), kajti to je hkrati tudi njihov prispevek k legitimizaciji njegovega delovanja¹²⁴. Če naj novi Strateški koncept služi kot legitimizacija angažiranja članic v okviru organizacije, potem to zahteva dejavno vlogo vlad držav članic v odnosih z javnostmi za doseganje razumevanja aktualnih varnostnih zadev in interesov ter potrebe po močnem transatlantskem partnerstvu (Babst 2010a, Helbig 2011). Zatorej niso dovolj zgolj prizadevanja generalnega sekretarja Nata, ampak je kot navaja Babst (2010a, 65) pomembno, da »voditelji držav članic tako doma, kot tudi v odnosih do drugih držav pokažejo zavezanost Natu ter pripravljenost, odločenost in zmožnost voditi Nato v naslednjem desetletju«. Ali kot v svojem poročilu (Nato 2020: Assured Security, Dynamic Engagement 2011) piše skupina strokovnjakov, je »pristojnost in odgovornost za seznanjanje javnosti s pomenom Nata za nacionalno varnost v rokah nacionalnih voditeljev«. To je sestavni del javne diplomacije.

¹²⁴ Zato je pomembno, da se je javni diskurz kasneje tudi odrazil v sprejetem dokumentu. Kot pravi Helbig (2011) so bili rezultati razprav upoštevani v večih vidikih, npr. balistični obrambi, kibernetiski varnosti in širitvi. Ne pozabimo, da gre za drugi najpomembnejši dokument organizacije.

Slika 4.1: Model legitimizacije delovanja Nata na primeru Strateškega koncepta iz leta 2010.



Vir: Lastna zasnova.

Izhajajoč iz analize sem pripravila poenostavljen model legitimizacije delovanja Nata (slika 4.1) s pomočjo javne diplomacije, ki vključuje različne vidike njenega delovanja v podporo organizaciji (od povečanja seznanjenosti z organizacijo in razumevanja njenega delovanja, do povečanja podpore njenemu poslanstvu ter pritegnitvi k sodelovanju z njo oz. v njenih dejavnostih, itd.) in njeni legitimnosti. Odločitve in aktivnosti Nata namreč izhajajo iz formalnih podlag za njegovo delovanje – temeljno vezivo Zavezništva je Severnoatlantska pogodba, strateški okvir njegovega delovanja vsebuje strateški koncept Nata, iz katerega nato izhajajo politične smernice in drugi dokumenti, ki opredeljujejo njegove aktivnosti. Iz tega razloga je transparenten in

vključujoč proces oblikovanja strateškega koncepta (še posebej v času zaostrenih finančnih in gospodarskih razmer) izjemno pomemben, saj širok niz razprav o tej temi omogoča izmenjavo mnenj, angažiranje strokovne in drugih javnosti, prispeva k ponotranjanju procesa oblikovanja zelo pomembnega dokumenta, razvijanju dobrih odnosov in skupnih izkušenj med sodelujočimi v procesu, kohezivnosti med zaveznici ipd., pri čemer ima ključno vlogo javna diplomacija. Takšen strateški dokument kot je npr. Strateški koncept Nata iz leta 2010, oblikovan skozi proces s široko pozornostjo in vključenostjo javnosti ter sprejet na najvišjem možnem odločevalskem nivoju (srečanju predsednikov držav in vlad), odtelej deluje kot vir legitimnosti za nadaljnje odločitve organizacije, saj se pogosto uporablja (lahko pa tudi v določeni meri izrablja) kot temeljna referenca zanje. Upam si trditi, da mu proces oblikovanja, v katerem je eno izmed ključnih vlog odigrala javna diplomacija, daje predvsem pozitivno konotacijo. Vendar pomnimo, da je Strateški koncept Nata (2010) pravzaprav produkt takratnih oblasti v zaveznicah, ki so ga v končni fazi (zaprti za javnost) zelo verjetno izoblikovale predvsem po svoji meri.

4.2 REPUBLIKA SLOVENIJA V VLOGI KONTAKTNEGA VELEPOSLANIŠTVA NATA V ČRNI GORI

Nastajanje mreže Natovih CPE sega v leto 1990. »Povezano je s preoblikovanjem Nata in z željo po boljšem poznavanju njegovih nalog in dejavnosti v partnerskih državah, ki sodelujejo v EAPC, Partnerstvu za mir (PfP) ter v članicah Sredozemskega dialoga (MD) in Istanbulske pobude o sodelovanju (ICI)« (Vlada Republike Slovenije 2011). S spremembo Natove partnerske politike v aprilu 2011 pa se je mreža razširila še na Natove ključne partnerje po svetu. Trenutno vlogo CPE opravljajo veleposlaništva zaveznic v 41 državah po svetu (Nato 2014a), ki so pomembni nosilci dejavnosti javne diplomacije.

CPE niso formalna veleposlaništva Nata, ampak nacionalna veleposlaništva posameznih držav članic Nata (Vlada Republike Slovenije 2014). Predstavljajo posrednika, ki Natu omogoča predstavitev svojih politik partnerski državi, izvedbeno in kontaktno vlogo znotraj strukture Nata na področju CPE pa ima PDD (prav tam). Posamezno veleposlaništvo zaveznice kandidira za to vlogo, o razdelitvi vlog po

državah odloča Severnoatlantski svet, ki mandate za opravljanje vloge CPE podeli za dve leti (Nato Homepage 2011c).

Naloge CPE se od skupine do skupine držav (npr. nevtralne države, države Jugovzhodne Evrope, ki si prizadevajo za članstvo, itd.) nekoliko razlikujejo. Osnovne naloge, ki naj bi jih CPE opravljala pa so:

- distribucija Natovih publikacij,
- oblikovanje seznama imen ljudi in organizacij, ki se zanimajo za Nato,
- identifikacija skupin, ki vplivajo na oblikovanje javnega mnenja (poslanci, strokovnjaki, novinarji, raziskovalne institucije, univerze itd.),
- informiranje Nata o seminarjih in konferencah, ki so povezani z vprašanji varnosti in obrambe,
- organizacija seminarjev,
- nudenje logistične pomoči pri obiskih visokih predstavnikov Natovega sekretariata v partnerski državi,
- organizacija brifingov za veleposlanike zaveznic po obiskih visokih predstavnikov Nata,
- obveščanje Nata o vsebinah, povezanih z Natom,
- predlaganje oseb iz partnerskih držav za obisk sedeža Nata,
- seznanjanje primernih kandidatov glede možnosti kandidiranja za program Znanost za mir in varnost ter štipendiranja s strani Nata,
- mesečno poročanje na sedež Nata o delovanju CPE, ki ga predhodno potrdi pristojno ministrstvo za zunanje zadeve,
- priprava letnega poročila CPE o svojih aktivnostih (Vlada Republike Slovenije 2011).

Mandat CPE je bil pred nekaj leti razširjen na nudenje podpore za implementacijo drugih dogovorjenih aktivnosti s partnerji, ki so izven okvira javne diplomacije. Tako CPE v tesnem sodelovanju s PDD deluje na javno-diplomatskem področju v gostujoči državi, hkrati pa podpira tudi Sektor za politične zadeve in varnostno politiko v kontekstu upravljanja EAPC, PfP, MD in ICI politik. CPE se povezujejo tudi z veleposlaništvimi drugih zaveznic v gostujoči državi v skupnem predstavljanju Natove agende in aktivnosti oz. dogodkov povezanih z Natom. (Nato 2011c)

Slovenija je v letih 2004–2006 opravljala naloge Natovega kontaktnega veleposlaništva v Avstriji ter v letih 2007–2008 v Makedoniji (Ministrstvo za zunanje zadeve 2011). Za obdobje 2011–2012 se je odločila kandidirati za opravljanje te

funkcije v Črni gori, ker je ta v ključnem momentu izpolnjevanja pogojev, da bi bila povabljen v članstvo v Nato (Radenković 2012). Na primopredajni slovesnosti za CPE v Podgorici (decembra 2010) je takratni generalni direktor za globalne zadeve in politično multilateralo na Ministrstvu za zunanje zadeve Andrej Benedejčič napovedal, »da si bo Slovenija prizadevala, da bo v prihodnjih dveh letih skozi mehanizem Akcijskega načrta za članstvo Črna gora napredovala do točke, ki bi omogočil državam zaveznicam sprejetje odločitve o njenem povabilu v Nato« (Stalno predstavništvo Republike Slovenije pri zvezi Nato 2011). Podaljšanje slovenskega vodenja CPE na obdobje 2013–2014 sovpada s fazo intenzivnega približevanja (najambicioznejše aspirantke) Črne gore Natu (Vlada Republike Slovenije 2014).

Odgovornost in izvajanje vodenja CPE je predvsem na lokalnem predstavništvu, torej na Veleposlaništvu Republike Slovenije v Podgorici (VPG) ob aktivnem sodelovanju z Ministrstva za zunanje zadeve, Ministrstva za obrambo (še posebej obrambni svetovalec v Črni gori¹²⁵), Stalnim predstavništvom Republike Slovenije pri zvezi Nato (SPBR) ter PDD (Vlada Republike Slovenije 2011). VPG v vlogi CPE vseskozi aktivno sodeluje s črnogorsko vlado, diplomatskimi predstavništvimi držav članic Nata, lokalnimi skupnostmi, nevladnimi organizacijami, mediji ter fakultetami (Vlada Republike Slovenije 2014).

VPG pri svojem delovanju sledi internim smernicam, Smernicam za delovanje Nato CPE (Handbook for the NATO CPE 2011) ter Strategiji Republike Slovenije do Zahodnega Balkana¹²⁶, samo »izvajanje javne diplomacije pa je izključno 'predmet ustvarjalnosti' VPG v koordinaciji z ostalimi akterji« (Radenković 2012). V sodelovanju z Ministrstvom za zunanje zadeve se pripravi letni načrt oz. program dela CPE, ki je namenjen izpolnjevanju temeljnega cilja, to je »afirmiranja vloge in politike Nata«, zajema pa tudi druge naloge kot so »izboljšanje informiranosti in komunikacije s črnogorskimi javnostmi, razbijanje negativnih predsodkov in stereotipov, informiranje o razlogih za nastanek Nata, o političnih in civilnih

¹²⁵ Informacije o delovanju obrambnega svetovalca, ki jih predstavljamo v nadaljevanju, se nanašajo na obdobje 2011–2012. Sicer je RS je funkcijo obrambnega svetovalca ohranila tudi v mandatu CPE 2013–2014).

¹²⁶ Opredeljena je v Smernicah za delovanje Republike Slovenije do Zahodnega Balkana, ki definirajo »prednostna področja in ukrepe za bolj usklajen in koordiniran nastop vseh subjektov Republike Slovenije v omenjeni regiji s ciljem ustvarjanja ugodnega okolja za zastopanje slovenskih nacionalnih interesov, med katerimi so varnost, stabilnost in razvoj regije ter njena trajna stabilnost«.

značilnostih delovanja, izpostavljanje politične in civilne funkcije Nata ter prednosti kolektivne obrambe« (prav tam).

Glede na to, da CPE predstavlja kanal, preko katerega Nato predstavlja svoje politike in delovanje partnerki, ima CPE redne (tudi neformalne) stike z Ministrstvom za zunanje zadeve, Stalnim predstavništvom Republike Slovenije v Bruslju, PDD in Ministrstvom za obrambo. O dogajanjih v Črni gori jih sproti obvešča s tedenskimi poročili (pripravi tudi letno poročilo), prav tako pa z naštetimi usklajuje svoje dejavnosti¹²⁷. Linija komuniciranja je odvisna od primera do primera, pretežno se zadeve prej uskladijo med akterji na ravni Slovenije in potem s PDD. Pomoč PDD je predvsem informativne narave, (v obliki informativnega materiala) in obiskov predstavnikov s sedeža Nata v Črni gori dvakrat letno. (Radenković 2012)

Z namenom čim boljše vzajemne podpore pri komunikaciji med CPE in sedežem Nata je v PDD za redne stike s posameznim CPE odgovorna določena oseba, prav tako pa je običajno v CPE določena oseba, ki je zadolžena za redne kontakte s PDD (The Role of Nato Contact Point Embassies). Slednje velja tudi za VPG, ki je s prevzemom nalog CPE dobilo »dodatno in odgovorno delo ter v ta namen angažiralo dodatno osebo« (Radenković 2012). Glavni predstavnik CPE je veleposlanik VPG, ki je tudi edina javno izpostavljena osebnost na področju javne diplomacije v okviru CPE. Pri njenem izvajanju pa sodeluje tudi z obrambnim svetovalcem slovenskega Ministrstva za obrambo, ki sicer deluje v okviru Ministrstva za obrambo Črne gore¹²⁸ (Šavc 2011, Radenković 2012). Slednji je bil na to funkcijo napoten zaradi »neposredne pomoči partnerski državi v njenem pridružitvenem procesu v Nato¹²⁹, glede katere ima Slovenija prednost, ki izhaja iz zgodovinske povezanosti, poznavanja procesov vključevanja v Nato in izkušenj iz procesov priprave Akcijskih načrtov za članstvo ter razumevanja jezika« (Šavc 2011).

Njegove naloge so primarno vezane na »svetovanje glede obrambnega načrtovanja in izvajanja obrambnih reform, pomoč pri podpori vključevanju Črne gore v Nato in

¹²⁷ Doslej sta bila Ministrstvo za zunanje zadeve in SPBR vključena pri obiskih predstavnikov Nata in Slovenije, pripravi programa dela ter izvajanju aktivnosti.

¹²⁸ Funkcijo je nastopil v marcu 2011 na podlagi bilateralnega memoranduma med Ministrstvom za obrambo Republike Slovenije in Ministrstvom za obrambo Črne gore.

¹²⁹ Odločitev je bila sprejeta v kontekstu strategije za Zahodni Balkan, z ozirom na prevzem nalog CPE, pa tudi z namenom krepite dvostranskega sodelovanja na obrambnem področju.

svetovanje v zadevah povezanih z vključevanjem ter pripravo letnih nacionalnih programov v okviru akcijskega načrta za članstvo (ang. Membership Action Plan), svetovanje in pomoč pri implementaciji reformnih ukrepov, svetovanje pri pregledu vizije razvoja obrambnega sistema Črne gore, pomoč pri implementaciji Natovih zahtev in standardov ter partnerskih ciljev, svetovanje na področju javne diplomacije, vsebinska in informacijska podpora VPG na področjih Nato in MOM¹³⁰ idr. « (Selan 2012). S tega vidika je del njegovega mandata vezan na aktivnosti javne diplomacije in delo CPE. Angažiranje VPG in obrambnega svetovalca na področju javne diplomacije je »komplementarno in usklajeno«¹³¹ (Selan 2012).

CPE javno diplomacijo izvaja z »javnimi nastopi veleposlanika, predavanji, okroglimi mizami, obiski predstavnikov Nata, komuniciranjem preko spleta, sodelovanjem na dogodkih, intervjuji z mediji« - gre tako za enosmerno, kot tudi dvosmerno komuniciranje (Radenković 2012)¹³². Medtem ko obrambni svetovalec najpogosteje »predava ali sodeluje na delavnicah, kjer poudarek daje poglobljeni diskusiji in s tem izrazito dvosmernemu komuniciranju« (Selan 2012). Uporaba sodobne informacijsko-komunikacijske tehnologije je omejena. VPG ima svojo spletno stran, kjer poteka redno informiranje o dejavnostih z Nato področja, »socialna omrežja, blog in video-konference zaradi kadrovskih in tehničnih omejitev ne delujejo« (Radenković 2012). Obrambni svetovalec uporablja le »programsko opremo za predstavitve, preostalih možnosti informacijsko-komunikacijske tehnologije pa se zaradi neposrednih stikov ne poslužuje« (Selan 2012).

Glavne tarčne skupine CPE so poleg mladih¹³³, žensk in starejših, postali tudi poslanci, župani in lokalni poslovneži – težišče se torej usmerja tudi v srednji in visoko izobraženi sloj (Radenković 2012). Obrambni svetovalec pa sodeluje z državnimi uradniki, uslužbenci občin, mestnimi svetniki, ravnatelji in učitelji srednjih

¹³⁰ Občasna pomoč pri pripravi veleposlanika na predavanja, posredovanje gradiv in informacij.

¹³¹ Kar zadeva specifično obrambne vsebine, je nosilec večine predavanj obrambni svetovalec, sodeluje pa tudi veleposlanik (prav tam).

¹³² »Veleposlaništvo je v obdobju 2011–2012 organiziralo več protokolarnih dogodkov, konferenc (npr. konferenci »NATO in mladi« ter »NATO in gospodarstvo«), okroglih miz, sestankov, predavanj in sprejemov, na katerih so predstavniki Nata, Ministrstva za zunanje zadeve in Ministrstva za obrambo različnim ciljnim skupinam predstavili delovanje in pomen Nata.« (Poročilo o dejavnosti Republike Slovenije na Zahodnem Balkanu v letu 2012 in uresničevanju Semernic za delovanje Republike Slovenije do Zahodnega Balkana).

¹³³ Mlajšemu segmentu populacije (do 30 let) CPE namenja okoli 40 % pozornosti (prav tam).

šol, vojaki, podčastniki in častniki, policisti, novinarji« (Selan 2012)¹³⁴. »CPE zelo veliko pozornosti namenja tudi nevladnim organizacijam na področju evro-atlantskih integracij (Alfa Centar, Atlantski klub Črne gore, Spona in Center za demokratično tranzicijo), ki jih podpira tudi s sredstvi CPE«, s katerimi obrambni svetovalec »sodeluje manj intenzivno (npr. predavanja za Alfa Centar)« (prav tam).

Temeljne vsebine, ki jih CPE v Črni gori uporablja za predstavljanje Nata v smislu pridobivanja javne podpore »so povezane s pozitivnimi izkušnjami RS s članstvom v Natu, z možnostmi, ki jih je imela RS v času odločanja za članstvo in možnostmi, ki jih ima trenutno Črna gora« (Radenković 2012). Obrambni svetovalec pa črnogorske javnosti seznaja »predvsem s slovenskimi izkušnjami iz vključevanja v Nato, Strateškim konceptom Nata, mednarodnimi operacijami in misijami Nata, delovanjem v Afganistanu, mednarodno varnostjo in sodobnimi varnostnimi grožnjami, pa tudi s temami kot sta Nato in mladi, vrh v Chicagu itd.« (Selan 2012).

V okviru vladnih institucij na črnogorski strani CPE »največ in zelo dobro (tudi neformalno) sodeluje z vladno Koordinacijsko skupino za implementacijo komunikacijske strategije o evro-atlantskih integracijah Črne gore¹³⁵ (v nadaljevanju vladna koordinacijska skupina), ministrstvom za zunanje zadeve in ministrstvom za obrambo Črne gore« (Radenković 2012). Kot sem že zapisala gre v glavnem za sodelovanje na javnih dogodkih (predavanjih, okroglih mizah ipd.), pa »tudi z nasveti iz izkušenj RS pri vključevanju v Nato, za katere zaprosi črnogorska stran. Doslej se je sodelovanje tudi bolj sistematiziralo. Sicer pa ima RS v Črni gori od nekdaj ugled¹³⁶, ki se je s temeljitim delovanjem VPG oz. CPE ter poznavanjem tematike in jezika še poglobil. Utrdilo se je tudi zaupanje, ki sedaj omogoča neposredno posvetovanje med zgoraj omenjenimi črnogorskimi institucijami in VPG oz. CPE ter obratno« (prav tam).

Povezanost obrambnega svetovalca z aktivnostmi Vlade Črne gore je bolj neposredna ali kot pravi Selan (2012) »je praktično integriran v vladno koordinacijsko

¹³⁴ Nekaj primerov: trimesečni cikel usposabljanj za državne in lokalne uslužbence ter zaposlene in odbornike v lokalnih parlamentih na temo evro-atlantskih integracij (september–december 2011, maj–junij 2012), usposabljanje za učitelje srednjih šol na temo evroatlantskih integracij (marec–april 2012), delavnica o evroatlantskih integracijah za novinarje (junij 2011).

¹³⁵ Originalno ime je Koordinacioni tim za implementacijo Komunikacione strategije o evroatlantskim integracijama Crne gore.

¹³⁶ Tudi obrambni svetovalec opaža izjemno naklonjenost Črnogorcev do Slovenije (Selan 2012).

skupino, v okviru aktivnosti Vlade Črne gore izvaja aktivnosti javne diplomacije« in je kot tak »njihovo 'orodje' oz. 'eno izmed orodij' pri izvajanju javne diplomacije¹³⁷«. Na tem mestu velja omeniti še nekatere omejitve, s katerimi se srečuje pri svojem delovanju: deloma gre za »vpetost v vnaprej fiksirano strategijo«, deloma za »omejen medijski prostor, ki ni naklonjen poglobljeni vsebinsko-analitični obravnavi obrambno-varnostnih problematik«, delno omejitev pa predstavlja tudi »spolitiziranost problematike« (prav tam). Poleg tega je potrebno upoštevati še specifične črnogorske družbe, kot so njena »večetnična sestava, socialna, kulturna in ekonomska raznolikost (manj razviti sever, bolj razviti jug, različne religije, navade), zgodovinski kontekst (del skupne države s Srbijo, bombardiranje s strani Nata), vedenjske specifične črnogorskega naroda itd.« (prav tam).

Na CPE z vidika kulturnih posebnosti črnogorske družbe izpostavljajo pozornost do »neposrednega, prijateljskega odnosa do sočloveka, ki je v Črni gori posebej izražen in preko katerega se lažje komunicira« ter pazljivosti do njihovega ponosa (Radenković 2012). Glede predavanj in javnih nastopov v sklopu izvajanja javne diplomacije poudarjajo pomen »navajanja tako pozitivnih, kot tudi negativnih dejstev, da poslušalci ne bi imeli občutka, da se jim kaj skriva« (prav tam). Sicer pa CPE pri svojih aktivnostih ne beleži negativnih izkušenj (prav tam), pa tudi obrambni svetovalec ima načeloma izrazito pozitivne izkušnje (Selan 2012).

Negativna občutja na črnogorski strani so vezana na bombardiranje s strani Nata (Selan 2012) leta 1999 in »rušenje mostu v Morinju, kjer je bilo šest žrtev, med njimi trije otroci« (Radenković 2012). Predvsem na omenjenem temeljijo nasprotovanja vstopu v Nato, izpostaviti pa velja tudi »bojazen pred domnevno gradnjo Natovih baz« (prav tam). Po objavljeni raziskavi agencije DEFACTO iz marca 2012 vstop v Nato podpira 41 % anketiranih, proti jih je 42,3 %, neopredeljenih pa je 16,7 % (Nato 2012p). Večja podpora (45,6 %) vstopu je prisotna med mlajšimi (18–34 let), manjša (38,7 % in 39,7 %) pa v srednji (35–54 let) in starejši generaciji (55+), po nekaterih ocenah pa je podpora celo mnogo večja (prav tam).

¹³⁷ Hkrati pa to lahko omogoča vplivanje na strategijo izvajanja javne diplomacije oz. bolj poglobljene pogovore o tem z odločevalci.

CPE možnosti oz. priložnosti za javno diplomacijo v prihodnje vidi »v omogočanju neposrednega stika tarčnih skupin z Natom v obliki obiska njihovih predstavnikov na sedežu Nata, pa tudi v RS ali drugih zaveznicah, kjer bi lahko neposredno dobili občutek, kaj organizacija pomeni in kako deluje¹³⁸« (Radenković 2012). Več bi lahko sodelovali tudi z veleposlaništvimi drugih zaveznic (npr. ZDA, Velika Britanija, Slovaška, Madžarska, Romunija)¹³⁹, ki jih doslej po navedbah Radenković (2012) v aktivnosti javne diplomacije še niso vključevali¹⁴⁰, sicer pa se veleposlaniki redno srečujejo na mesečnih sestankih. Zelo odobravajoče je bila sprejeta tudi zavezniška akcija pošiljanja helikopterske pomoči v težavnih zimskih razmerah v začetku leta (sodelovala je tudi Slovenija), s katero je Zavezništvo pokazalo solidarnost in svoje sposobnosti delovanja v humanitarne namene (prav tam). Zato bi verjetno podobna akcija v prihodnje v črnogorsko prebivalstvo prav tako vnesla bolj pozitivne občutke do Nata kot tudi posameznih sodelujočih držav. Omenim lahko še ustanavljanje Nato informacijskega centra v Podgorici, ki ima podporo PDD. Pomenil bi okrepitev pri širjenju osveščenosti o Natu, po besedah Radenković (2012) bi prevzel neposredno komunikacijo z javnostmi, z njim pa bi sodeloval tudi CPE.

Podpora in jasno izražen interes Črne gore za nadaljevanje izvajanje dejavnosti CPE tudi v prihodnjem mandatu (2013–2014) (Radenković 2012), izkazujeta priznanje uspešnemu delu CPE in zadovoljstvo črnogorske strani. Črna gora je v sklepni deklaraciji vrha Nata v Chicagu (maja 2012) dobila zelo spodbudno sporočilo glede prizadevanj za vključitev v Nato. CPE v sedanjem mandatu skladno z željo, »da bi Črna gora pri izpolnjevanju potrebnih kriterijev čim bolj napredovala« (Veleposlaništvo Republike Slovenije Podgorica), nadaljuje projekte s področja javne diplomacije, s poudarkom na prenosu slovenskih izkušenj iz vključevanja v Nato (Vlada Republike Slovenije 2014).

Menim, da se bo bodoči slovenski CPE v katerikoli državi že, moral prilagoditi dinamiki in v svoje delovanje vnesti inovativne pristope, tudi z naslonitvijo na digitalno tehnologijo in digitalno diplomacijo, če bo hotel narediti korak naprej v svojem

¹³⁸ V okolju, kjer ima malo ljudi možnost za potovanje, bi takšna gesta veliko doprinesla k pozitivnejšemu pogledu na Zavezništvo (Radenković 2012).

¹³⁹ Omenjena veleposlaništva so sicer dobro povezana in redno skupaj nastopajo na javnih dogodkih, na katerih praviloma sodeluje oz. se jih udeleži tudi CPE (Radenković 2012).

¹⁴⁰ Zaradi pomanjkanja finančnih sredstev za večje projekte.

profiliranju na področju javne diplomacije. Saj bo dejavnejšo in prepoznavnejšo vlogo bodočega CPE z višino finančnih sredstev¹⁴¹, ki jih Slovenija trenutno namenja za potrebe te dejavnosti zelo težko doseči. Radenković (2012) višino finančnih sredstev ocenjuje kot glavno omejitev pri delovanju CPE.

4.3 DIGITALNA DIPLOMACIJA NA OBRAMBNEM PODROČJU

V tem poglavju se bom ukvarjala z vprašanjem: »Zakaj je na področju javne diplomacije potrebno biti v koraku z razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije in s sodobnimi načini komuniciranja preko spleta?«

Sodobna informacijsko-komunikacijska tehnologija omogoča vrsto možnosti – postopkov (metod) in pripomočkov (orodij) za »rokovanje« s podatki in informacijami. Svetovni splet odlikujejo izjemne hitrosti pretoka informacij in njihova enostavna dostopnost, večplastno odzivanje uporabnikov, interaktivnost orodij, transparentnost dogajanja v svetu itd. Zgolj za ilustracijo si pogledjmo nekaj podatkov o dogajanju na spletu v eni minuti v določenem trenutku leta 2013¹⁴² (glej tabelo 4.2):

Tabela 4.2: Dogajanje na spletu v času minute – izbrani primeri

Aktivnost	Leto 2013
Število poizvedb v Google	2.000.000
Facebook:	
- število objav na sekundo	41.000
- število klikov na gumb »všeč mi je«	1.800.000
Število tvtov na Twitterju	278.000
Število ur na novo dodanih video vsebin na YouTube	preko 72
Število novih objav na blogih	preko 347
Število poslanih elektronskih sporočil	preko 204.000.000

Vir: Socialmedia today.

¹⁴¹ Zagotovljenih je 20.000 evrov v okviru Ministrstva za zunanje zadeve (Vlada Republike Slovenije 2014). Njihova višina za obdobje 2011–2012 je znašala prav toliko (Vlada Republike Slovenije 2011).

¹⁴² Današnje stanje je nedvomno doseglo že precej večje številke.

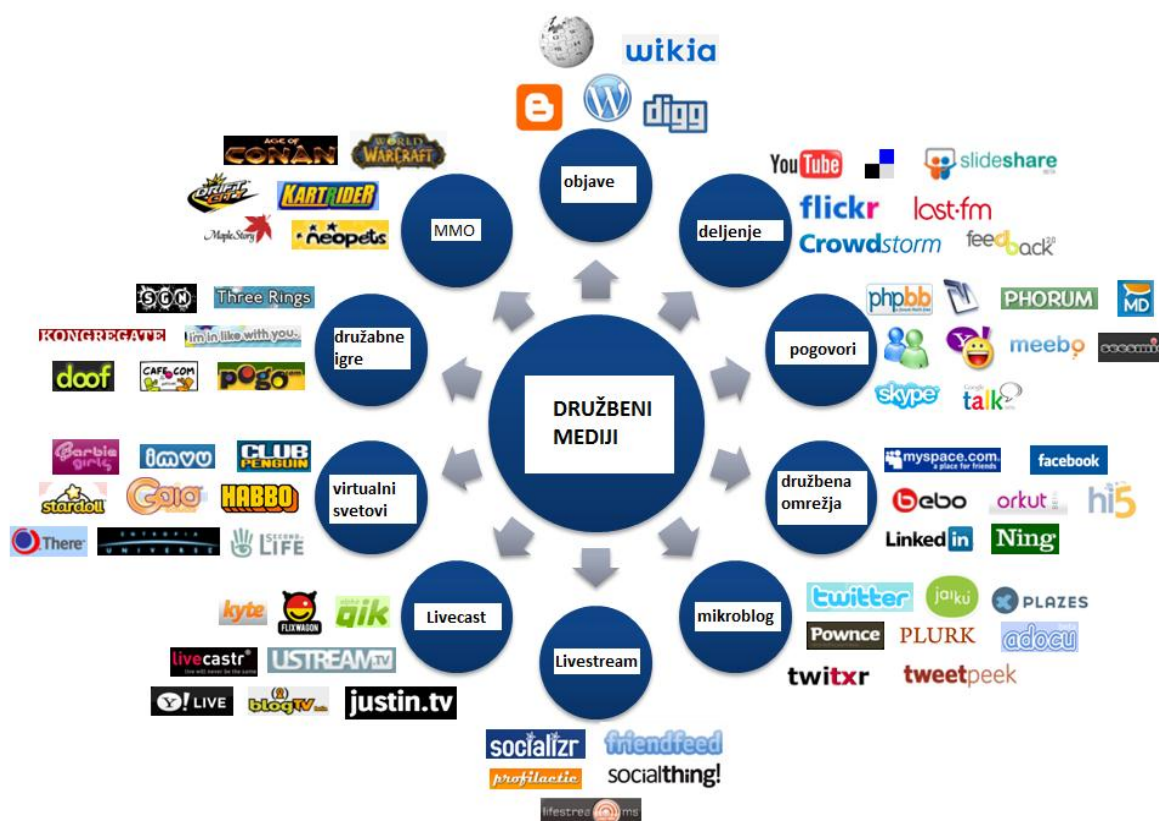
V sodobni družbi svetovni splet igra pomembno vlogo v načinu življenja posameznika, delovanja podjetja, vladne institucije, mednarodne organizacije in drugih akterjev. Daje izjemni potencial za spremembe. Ne omogoča le izmenjave idej in širjenja informacij, ampak tudi vpogled v sočasno dogajanje na oddaljeni lokaciji, ki ga sicer ne bi zaznali. Še posebej pomembno za naše področje raziskovanja je, da omogoča nove, inovativne načine komunikacije in angažiranje akterjev, pa tudi bolj osebne stike¹⁴³. S tem daje prostor njihovu sodelovanju (ali vsaj vtisu sodelovanja) pri političnih in družbeno-gospodarskih spremembah v svetu¹⁴⁴. Njegova moč pri kreiranju družbenih sprememb se je že izkazala v sklopu nedavnih demonstracij proti vladajočim (npr. v času arabske pomladi), sicer pa jo lahko zaznamo prav vsak dan. Seveda njegova raba ni vedno dobronamerna – omogoča manipulacijo in v zelo kratkem času pa lahko povzroči tudi ogromno škode (npr. kibernetiski napadi, virusi, kraje identitete).

Sodobne tehnološke rešitve (v računalnikih, tabličnih računalnikih, pametnih telefonih, itd.) skoraj sleherni trenutek ponujajo dostop do svetovnega spleta, ki je ključen ne samo za obiskovanje uradnih ali osebnih spletnih strani in pošiljanje elektronske pošte, temveč vse bolj tudi za nastop na izjemno razširjenih in popularnih spletnih družbenih medijih oz. omrežjih, kot so Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Google+ (glej sliko 4.2). Preko njih ljudje v vse večji meri komunicirajo na globalni ravni: pridobivajo informacije o dogodkih, objavljajo svoja razmišljanja, podpirajo razne ideje, spoznavajo tuje kulture, oglašujejo, se zabavajo, iščejo delovna mesta, organizirajo dogodke, opozarjajo na napake, ipd. Na številne načine je splet vpet v življenje ljudi in delovanje organizacij, zato si življenje brez njega marsikdo ne zna več predstavljati.

¹⁴³ Pa čeprav zgolj navidezno.

¹⁴⁴ Bodisi v obliki širjenja gospodarske dejavnosti preko spleta, poročanja o dogodkih po svetu ali pa organizaciji protestov ipd.

Slika 4.2: Paleta spletnih družbenih medijev



Vir: Prirejeno po Socialmediafuehrerschein.

Poglejmo si razširjenost uporabe interneta po svetu leta 2012 (glej tabelo 4.3), ki je pogoj za dostop do spletnih mest. Omenjena tabela posredno kaže tudi preostali potencial za njeno razširitev.

Tabela 4.3: Uporabniki interneta in Facebooka po svetu

Regije sveta	Število prebivalcev (ocena – 30. 6. 2012)	Število uporabnikov interneta (31. 12. 2000)	Število uporabnikov interneta (30. 6. 2012)	Pokritost z internetom 30. 6. 2012 (v % prebivalcev)	Rast števila uporabnikov 2000-2012 (v %)	% uporabnikov celega sveta	Število uporabnikov omrežja Facebook (31. marec 2012)
Afrika	1.073.380.925	4.514.400	167.335.676	15.6 %	3.606.7 %	7.0 %	40.205.580
Azija	3.922.066.987	114.304.000	1.076.681.059	27.5 %	841.9 %	44.8 %	195.034.380
Evropa	820.918.446	105.096.093	518.512.109	63.2 %	393.4 %	21.5 %	232.835.740
Bližnji Vzhod	223.608.203	3.284.800	90.000.455	40.2 %	2.639.9 %	3.7 %	20.247.900
Severna Amerika	348.280.154	108.096.800	273.785.413	78.6 %	153.3 %	11.4 %	173.284.940
Latinska Amerika in Karibi	593.688.638	18.068.919	254.915.745	42.9 %	1.310.8 %	10.6 %	160.219.360
Oceanija in Avstralija	35.903.569	7.620.480	24.287.919	67.6 %	218.7 %	1.0 %	13.597.380
SVET - SKUPNO	7.017.846.922	360.985.492	2.405.518.376	34.3 %	566.4 %	100.0 %	835.525.280

Vir: Internet World Stats.

Kot je razvidno iz tabele 4.3, je raba interneta od leta 2000 do leta 2012 v Afriki, Bližnjem Vzhodu pa tudi tudi v Latinski Ameriki in Karibih občutno narasla. Hkrati je ravno v teh regijah pokritost z internetom še vedno pod 50 %, kar pomeni velik potencial za rast tudi v bodoče. Zanimiv primer je Azija (prav tam), kjer je pokritost ravno tako zelo nizka (27,5 %), ima skoraj 45 % delež uporabnikov interneta v svetovni populaciji, v primerjavi s prej omenenimi regijami pa precej nižjo rast. Slednje gre pripisati izredno številčni populaciji v tej regiji. Ob upoštevanju teh dejstev je potencial te regije za širitev interneta in uporabe svetovnega spleta ogromen. Po uporabi Facebooka izstopa Evropa, sledijo pa ji Azija, Severna Amerika in Latinska Amerika s Karibi. Zavedati pa se moramo tudi, da se ponekod še vedno pojavlja internetna cenzura ali blokada določenih spletnih mest, kot na primer na

Kitajskem¹⁴⁵, kjer to velja npr. za Facebook. Uporabnike družbenih omrežij v Turčiji pa je presenetila nedavna blokada Twitterja in YouTubea s strani vladajočih struktur.

Napredek informacijsko-komunikacijske tehnologije in spodbujanje rabe interneta v družbi obeta povečevanje trenda uporabe družbenih medijev, ne le v družabne namene, ampak tudi za plasiranje oz. pridobivanje uradnih stališč in informacij¹⁴⁶, izmenjavo mnenj, oglaševanje itd. Aktualno vprašanje (predvsem vlad in medvladnih organizacij) je, »kako izkoristiti pozitivne silnice spleta, da bodo delovale v prid interesom mednarodne skupnosti pri spodbujanju skupne varnosti, gospodarske blaginje in uresničevanja političnih teženj« (Ross in Scott 2011). Eden izmed načinov je nedvomno izraba spletnega potenciala v korist javne diplomacije oz. (gledano ožje) digitalne diplomacije.

Podrobneje bom predstavila tri, za namene javne oz. digitalne diplomacije pogosteje uporabljena omrežja – Facebook, Twitter in Youtube, ki imajo velik potencial tudi za prihodnost. Menim, da je trenutno največkrat uporabljeno družbeno omrežje za namene javne diplomacije **Facebook**, ki je nastal leta 2004 in od takrat, kot eno najbolj razširjenih in popularnih družbenih omrežij, uspešno uresničuje svoje poslanstvo »dati ljudem moč deliti ter ustvarjati bolj odprt in povezan svet« (Facebook 2014a). Funkcionalnosti, ki posameznikom, podjetjem, organizacijam in drugim akterjem to nudijo pa so naslednje: objava na »zid« lastnega profila, komentarji, t. i. »všečkanje« (kliki na gumb »všeč mi je«), pošiljanje zasebnih sporočil, ustvarjanje dogodkov in pošiljanje vabil za dogodke, ustvarjanje (interesnih) skupin, označevanje (ang. tagging), statistika itd. (več o tem na Facebook 2014a in v Najžar 2012, 52–54). Informiranost o nedavnih aktivnostih v povezavi s »prijatelji« in stranmi, ki so predmet zanimanja, pa omogočata funkcionalnosti »novice« (ang. news feed) in »sledenje« (ang. following).

¹⁴⁵ »Kitajska s pomočjo sofisticiranega požarnega zida, podprtega z obsežno zakonsko podlago, blokira izbrana spletna mesta, ki jih dojema kot neprimerna /.../ uporablja filtre, ki onemogočajo prikaz določenih ključnih besed« (Najžar 2012, 104).

¹⁴⁶ Za uporabnike je interneta je poročanje in objavljanje informacije postalo bistveno bolj vključujoče in raznovrstno – omogočeno je neposredno komentiranje novic, objavljanje fotografij, videov, ustvarjanje in objavljanje lastnih zgodb. Tradicionalni množični mediji (npr. CNN iReport, Al Jazeera) omogočajo participacijo (neprofesionalnih) poročevalcev, ki objavljajo zgodbe z vsega sveta. (Babst 2011)

Ob svoji 10. obletnici ustanovitve Facebook zaseda drugo mesto na lestvici 500 najpogostejše obiskanih spletnih strani (Alexa). Trenutno združuje več kot 1.310.000.000 mesečno aktivnih uporabnikov in 680.000.000 mobilnih uporabnikov, pa tudi nezanemarljivih 81.000.000 lažnih uporabnikov (Statisticbrain). Povprečni čas, ki ga uporabnik potroši po povezavi v to omrežje je 18 minut, povprečno ima uporabnik 130 prijateljev in 80 povezav do različnih strani, skupin, dogodkov) (prav tam).

Twitter, kot družbeno omrežje za prenos kratkih sporočil do 140 znakov t. i. tvitov (ang. tweets), je nastalo leta 2006. Zaseda deseto mesto na lestvici 500 najpogostejše obiskanih spletnih strani (Alexa). Doslej je skladno s svojo misijo »dati vsakomur moč ustvarjanja ter takojšnjega in brezmejnega deljenja idej in informacij« (Twitter 2014a) ponudbo za uporabnike razširil z možnostjo dodajanja fotografij, video vsebin in povezav. V realnem času Twitter »povezuje svet v globalni pogovor« (Twitter 2014b). Šteje več kot 645.750.000 uporabnikov (Statisticbrain), 241.000.000 mesečno aktivnih uporabnikov, od katerih je okoli 76 % mobilnih uporabnikov (Twitter 2014c). Twitter je na voljo v več kot 35 jezikih, na dan pa se v omrežju prenese več kot 500.000.000 tvitov. Uporabniki lahko na twitterju izbirajo med funkcionalnostmi »sledi« (ang. follow), »poveži« (ang. connect), »odkrij« (ang. discover), »priljubljeni« (ang. favorite) in »več« (»more«) (več o tem na Twitter 2014b in v Najžar 2012, 55–58). Precej pogost način uporabe je t. i. »twitter feed«, ki ga pogosto zasledimo na uradnih spletnih straneh institucij, organizacij, dogodkov idr., na primer funkcionalnost »Storify« 50. Münchenske konference, ki združuje tvite udeležencev dogodka (Munich Security Conference), ali pa »Twitter feed« slovenskega Ministrstva za zunanje zadeve, ki združuje izbrane tvite (Ministrstvo za zunanje zadeve 2014b).

Izpostavljam še aplikacijo **YouTube**, ki je tretje uvrščena na lestvici 500 najpogostejše obiskanih strani (Alexa). Gre za devet let staro javno dostopno platformo, za uporabo katere se ni potrebno registrirati, ki je na voljo v 61 jezikih in »milijardam uporabnikov omogoča odkrivanje, gledanje in objavljanje izvirnih videoposnetkov, hkrati pa je tudi forum, v katerem se lahko uporabniki z vsega sveta povezujejo, obveščajo in drug drugega spodbujajo ter deluje kot distribucijsko okolje za ustvarjalce izvirne vsebine in raznovrstne oglaševalce« (YouTube 2014a in YouTube 2014b). Omenjena skupnost na mesec zabeleži več kot milijardo obiskovalcev in več kot 6 milijard ur

ogledanih videoposnetkov (prav tam). Pri vsaki objavi se beleži statistika ogledov, med funkcionalnostmi pa izpostavljam možnost izdelave osebnega »kanala« in spremljanje kanalov drugih uporabnikov, opredeljevanja o všečnosti vsebine (gumb »všeč mi je« in gumb »to mi ni všeč«), možnost komentiranja in deljenja videoposnetka (več o tem na YouTube 2014a in v Najžar 2012, 58–61).

Vsa naštetá omrežja imajo ogromne možnosti interaktivnega (so)delovanja in so kot taka zelo pomembna za javno diplomacijo. Zato je poleg spletnega predstavljanja na uradnih spletnih straneh, poglobitvega pomena tudi vključenost v družbena omrežja ter aktivno in odzivno delovanje v virtualnih skupnostih. Kaplan in Haenlein (2010) v okviru korakov do uspešne prisotnosti na družbenih omrežjih govorita o izbiri ustrezne platforme (glede na publiko, funkcionalnosti platforme, možnost spremljanja statistike ter dostopnost), usklajenosti delovanja v primeru uporabe večih omrežij, integraciji s komuniciranjem v drugih medijih, o opredelitvi vključenosti uslužbencev institucije v tovrstno komunikacijo ter načinu, tonu in preferiranem obnašanju pri interakciji v skupnostih. Skratka, gre za prilagoditev forme in vsebine komuniciranja določeni platformi, hkrati pa ciljni publiku. Družbena omrežja namreč delujejo na osnovi prijateljstva, podobnosti v razmišljanju, skupnih interesov, skupnih izkušenj in izzivov, pripadnosti stroki, določenim institucijam ali združenjem ipd.

Pri analiziranju spletnega komuniciranja na družbenih omrežjih se bom osredotočila na prisotnost Nata ter Ministrstva za zunanje zadeve in Ministrstva za obrambo Slovenije. Preden pristopim k analizi pa si za prvi vtis glede rabe družbenih omrežij v tujini pogledjmo pregled prisotnosti ministrstev za obrambo in vojska desetih tujih držav ter izbranih mednarodnih operacij in misij, ki ga daje Primerjalna analiza učinkovitega spletnega komuniciranja (2012).

Tabela 4.4: Profili ministrstev za obrambo in vojska na družbenih omrežjih

Država	Spletno mesto	Datum nastanka	Št. sledilcev	Število objav (januar - april 2012)
Avstrija	Facebook (vojska)	nov 2010	125	1
	YouTube (vojska)	jan 2011	56	10
	Flickr (vojska)	/	22	9
Estonija	Facebook (vojska)	jun 2010	3.195	55
	Facebook (Support Estonian Troops)	mar 2010	2.381	8
	Facebook (Vojaška šola)	dec 2010	786	22
	Facebook (Vojaški muzej)	jan 2011	188	9
	Facebook (EATA)	apr 2010	377	53
	Twitter (EATA)	nov 2009	104	69
	YouTube (vojska)	mar 2010	248	14
Finska	Facebook (vojska)	jan 2012	985	40
	Twitter (ministrstvo)	sep 2010	494	17
	Twitter (vojska)	feb 2012	294	9
	YouTube (vojska)	avg 2010	1.575	11
Nemčija	Facebook (vojska)	/	91.404	1303
	Twitter (vojska)	mar 2010	2.865	373
	YouTube (vojska)	avg 2010	23.105	71
	Flickr (vojska)	jan 2010	/	68
Nizozemska	Twitter (ministrstvo)	mar 2009	5.333	105
	Twitter (kopenske sile)	mar 2009	1.464	51
	Twitter (pomorske sile)	jul 2011	464	43
	Twitter (letalske sile)	nov 2011	676	67
	YouTube (ministrstvo)	jul 2006	3.831	15
	Facebook (ministrstvo)	okt 2010	923	36
Norveška	Facebook (vojska)	mar 2011	12.008	43
	Twitter (ministrstvo)	maj 2009	2.551	38
	Twitter (vojska)	jun 2009	78	0
	YouTube (vojska)	maj 2011	59	0
	Flickr (vojska)	jun 2009	13	0
	Facebook (vojska)	mar 2011	3.008	25
Slovaška	Google+ (ministrstvo)	jul 2011	50	39
	Google+ (vojska)	nov 2011	19	0
	Twitter (ministrstvo)	jan 2012	7	39
	Twitter (vojska)	maj 2011	6	3
	YouTube (ministrstvo)	sep 2011	17	16
	YouTube (vojska)	avg 2011	219	0
	Facebook (vojska)	maj 2010	17.529	24
Švedska	Google+ (vojska)	jan 2012	21	10
	Twitter (vojska)	jun 2010	928	35
	Twitter (vojska-rekrutiranje)	feb 2012	130	30
	YouTube (vojska)	sep 2008	3.907	4

Velika Britanija	Facebook (ministrstvo)	okt 2009	6.537	16
	Facebook (vojska)	nov 2009	707.004	111
	Twitter (ministrstvo)	sep 2008	24.565	201
	Twitter (vojska)	jan 2010	21.232	21
	Flickr (ministrstvo)	mar 2010		
	Google+ (vojska)	jul 2011	192	0
	YouTube(ministrstvo)	jan 2007	1.880	6
	YouTube (vojska)	maj 2007	6.865	2
ZDA	Facebook (ministrstvo)	/	134.993	118
	Facebook (vojska)	jan 2009	1.166.991	287
	Google+ (vojska)	nov 2011	578	42
	Twitter (ministrstvo)	avg 2009	2.514	409
	Twitter (vojska)	sep 2007	122.469	1064
	YouTube (ministrstvo)	okt 2006	2.862	3
	YouTube (vojska)	mar 2006	2.652	33
	Flickr (ministrstvo)	jun 2009	11	296
	Flickr (vojska)	feb 2007	681	190

Vir: Primerjalna analiza učinkovitega spletnega komuniciranja (2012)

Tabela 4.4 (zgoraj) ponazarja razširjenost uporabe družbenih omrežij v obrambnih sistemih (ministrstva za obrambo in vojske). Glede na že navedene podatke o ustanovitvi družbenih omrežij lahko ugotovim, da so nekatere države (sploh ZDA in Velika Britanija) s svojo prisotnostjo precej hitro sledile razvoju družbenih omrežij, v njih uvidele priložnost in svoje profile pričele ustvarjati že zelo kmalu (ZDA na Youtube leta 2006, Flickrju in Twitterju 2007, Velika Britanija na Youtube 2007 in Twitterju 2008, Nizozemska na Youtube 2006, Švedska na Youtube 2008). Kasneje pa so sledile trendom popularnosti, kar se je odrazilo s pojavljanjem na novejših omrežjih. Youtube uporabljajo vse izbrane države, Facebook in Twitter jih uporablja devet, Flickr pet, Google+ pa štiri. Število sledilcev kaže, da so največji domet dosegli Facebook profili vojske. Občutno prednost po številu sledilcev med izbranimi državami ima profil ameriške vojske s skoraj 1.167.000 sledilci. Profil britanske jih ima skoraj 460.000 manj, profil nemške le okoli 91.000, ostali dosegajo bistveno manjše število. Največ objav v izbranem obdobju je bilo na Facebook profilu nemške vojske (1303), ostale države imajo pod 300 objav). Po številčnosti objav na Twitterju prednjači profil ameriške vojske (1064), za njim pa so profil ameriškega obrambnega ministrstva (409), profil nemške vojske (373), profil britanskega ministrstva (201) in britanske vojske (111), ostali pa imajo manj kot 100 objav.

Tabela 4.5: Profili izbranih mednarodnih operacij in misij na Facebooku, Twitterju in YouTubeu (statistični podatki).

Operacija	Spletno mesto	Datum nastanka	Št. sledilcev	Število objav (januar–april 2012)
KFOR	Facebook	24.9.2009	3.158	7
	Twitter	9.9.2009	299	5
	YouTube	13.9.2009	53	0
UNIFIL	Facebook		3.452	7 (11)*
	Twitter	11.4.2011	1.157	29 (33)*
	YouTube	9.5.2008	157	7 (9)*
ISAF	Facebook (ISAF)	24.1.2011	96.823	214
	Twitter (ISAF)	25.2.2011	23.261	529
	YouTube (ISAF)	10.8.2008	2.130	19
EUFOR	Facebook (EUFOR)	14.10.2010	1.228	16
	YouTube (EUFOR)	Sep 2009	18	3

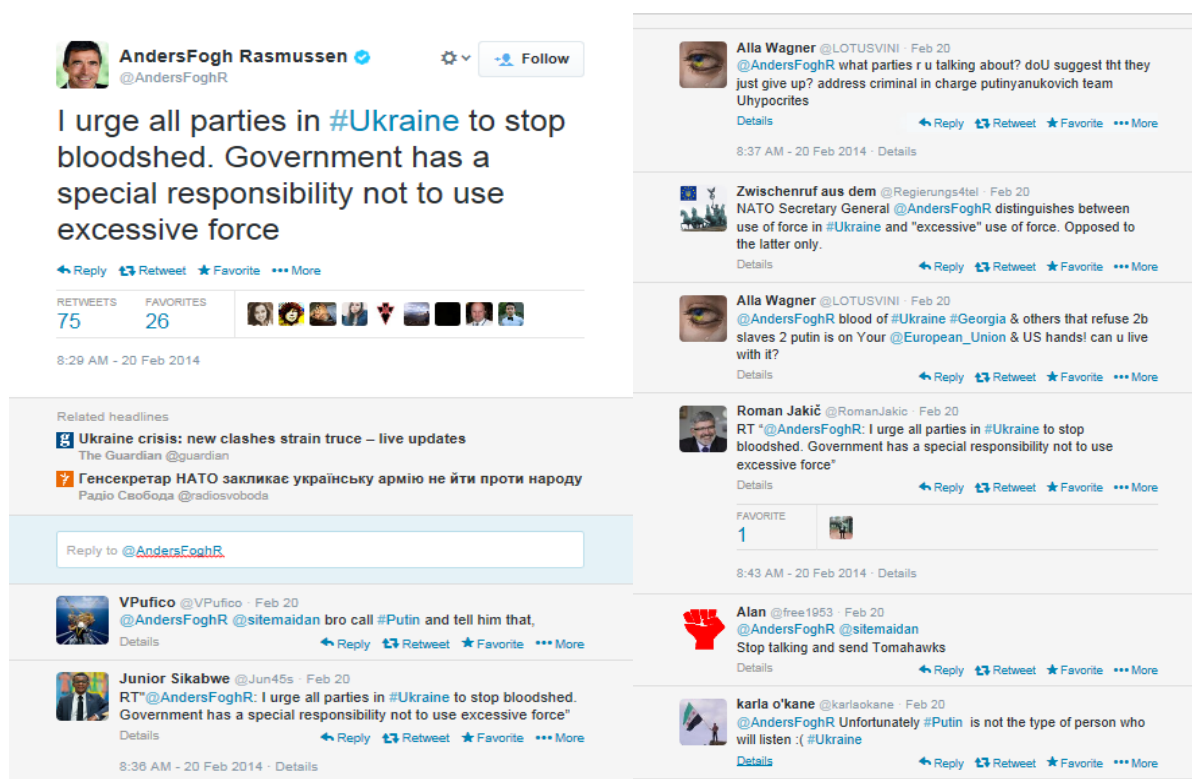
Vir: Primerjalna analiza učinkovitega spletnega komuniciranja 2012.

Kot zanimivost izpostavljam, da so svoje mesto v svetu družbenih omrežij dobile tudi mednarodne operacije in misije (tabela 4.5). Pri primerjavi profilov štirih mednarodnih

operacij in misij (dve pod vodstvom Nata, ena pod EU in ena pod OZN), v katerih sodeluje tudi Slovenija, lahko ugotovim, da imajo vse svoj profil na Youtube in Facebook, tri (KFOR, UNIFIL in ISAF) ga imajo tudi in Twitterju, medtem ko ga EUFOR na slednjem nima.

Da so družbena omrežja pomembna za komuniciranje z javnostmi na obrambnem področju kaže tudi pogosto objavljane izjav in informacij v času konfliktov, incidentov in drugih dogodkov na obrambno-varnostnem področju. Tak primer je bil uporaba družbenega omrežja Facebook s strani veleposlaništva Velike Britanije v Tripolisu v času konflikta v Libiji, s pomočjo katerega so britanski diplomati komunicirali z Libijci (glej Najžar 2012, 95–96). Omenim pa lahko tudi nedavno objavo generalnega sekretarja Nata glede nasilnih spopadov v Ukrajini, kjer preko Twitterja poziva vse strani k prekinitvi prelivanja krvi (glej sliko 4.3), na katero se je odzval tudi slovenski minister za obrambo Roman Jakič.

Slika 4.3: Poziv generalnega sekretarja Nata k prekinitvi prelivanja krvi v Ukrajini preko Twitterja.



Vir: Twitter 2014č.

Družbeni mediji so postali močno orodje vladnih institucij, raznovrstnih organizacij in združenj za neposredno povezovanje z ljudmi, lahko tudi na zelo osebni ravni. Kot pravita Ross in Scott (2011) je »v 21. stoletju ključna novost v diplomacij pristop od ljudi za ljudi«. Po drugi strani torej lahko ljudje zelo enostavno opozarjajo, izražajo svoja mnenja, ideje, kritike, predloge in odkrivajo informacije oz. dogodke širši skupnosti. Skratka, v virtualnem svetu lahko ljudje vseh narodnosti med seboj razpravljajo o aktualnih vprašanjih na svetovni agendi ali kot pravi Babst (2011) »je internet postal virtualni javni trg 21. stoletja«. Bistveno vlogo pri tem pa ima uporaba jezika – izbira tistega, ki ustreza ciljni publiki.

4.3.1 Nato in digitalna diplomacija

Sodobna javna diplomacija Nata, torej tudi digitalna diplomacija, je usmerjena k privabljanju pozornosti javnosti, spodbujanju njihove ozaveščenosti, angažiranja in vključevanja v razprave o aktualnih zadevah s področja transatlantske in globalne varnosti ter ostalih tem v povezavi z Natom¹⁴⁷. Kot taka mora biti v koraku s časom in novostmi, zato v veliki meri sledi sodobnim načinom komunikacije preko družbenih omrežij in komunikacijskih platform, ki nudijo možnost za interakcijo. Nato je v ta namen sprejel Digitalno strategijo in Smernice za družbene medije, ki usmerjata uradno udejstvovanje zaposlenih v Natu v družbenih omrežjih (Babst 2012). »Transparentnost, odzivnost in točnost informacij so postali ključni stebri Natove javne diplomacije«, Zavezništvo pa je s pomočjo digitalnih tehnologij postalo bolj dostopno ljudem (prav tam). Nato se zaveda potenciala svetovnega spleta¹⁴⁸ (tudi njegovega vpliva na odvijanje mednarodnih zadev), kjer želi igrati aktivno vlogo, hkrati pa se zaveda tudi izzivov in tveganj, ki jih ta prinaša (Babst 2011).

Pri pregledu uradnega spletnega mesta Nata (Nato 2014b) ugotavljam, da Nato klasično komuniciranje v pisni obliki in slikovno gradivo dopolnjuje s prispevki na televizijskem kanalu »Nato TV Channel«, z video blogom generalnega sekretarja ter občasnim oddajanjem v živo (npr. Srečanje obrambnih ministrov, 26.–27. februar

¹⁴⁷ »V 28 zavezniških državah, pa tudi v partnerskih državah se želimo povezati z ljudmi, ki so zainteresirani za razpravo o varnostnih in obrambnih zadevah. Želimo spodbujati tovrstne diskusije, jih pospeševati in biti njihov del. Hočemo razumeti poglede ljudi o varnostnih izzivih, s katerimi se vsi soočamo«. (Babst 2011)

¹⁴⁸ Primeri: vpliv objavljanja prispevkov o demonstracijah v času t. i. arabske pomladi na družbenih medijih, množice tvitov o študentskih protestih v Iranu, udejstvovanja državnih voditeljev v spletnih omrežjih v času volitev ipd. na javno mnenje.

2014). Vstopna stran vabi k dostopu do uradnih strani na izbranih družbenih omrežjih - Facebook, Twitter, YouTube, Google+ in Flickr, omogoča pa tudi dostop do brezplačne uradne aplikacije Nata za spremljanje novic preko tabličnega računalnika in mobilnega telefona. Kot zanimivost omenjam še multimedijško e-knjižnico, ki omogoča brskanje po tekstovnem, slikovnem in video gradivu ter ponuja opcijo »Bodite obveščeni!« (ang. Stay informed), ki uporabnikom preko elektronske pošte omogoča neprestano obveščenost s pomočjo prejemanja obvestil o dogajanju v okviru Nata.

V zvezi z uradnim spletnim mestom Nata kot zanimivost izpostavljam leta 2012 obstoječo možnost dostopa do portala WE-NATO (nastal marca 2012) (We-Nato 2012), ki je bil namenjen interaktivnemu vključevanju javnosti v razpravo o aktualnih temah na dnevnem redu Nata. Portal je združeval različne formate – od intervjuja v živo, klepeta, pisnega in video bloga, komentarjev, člankov ipd., s katerimi se je želel Nato približati uporabnikom interneta širom sveta (predvsem akademikom, piscem blogov, aktivistom na družbenih medijih in drugim zainteresiranim za razpravo), jih spodbuditi k sodelovanju ter razpravljanju o transatlantski in globalni varnosti, kot tudi ostalih aktualnih zadevah (We-Nato 2012). Pomočnica generalnega sekretarja Nata za javno diplomacijo Kolinda Grabar-Kitarović ga je označila kot »nov, zanimiv način s katerim lahko javnosti direktno sodelujejo z Natom ter pripomorejo k oblikovanju njegovih politik in razmišljanja« (prav tam). K čemur je njena namestnica, dr. Stephanie Babst, dodala »želimo prisluhniti vašim komentarjem in se nanje odzvati. Želimo sodelovati v dejanskem pogovoru« (prav tam). Kot tak je predstavljal korak naprej v izvajanju sodobne digitalne diplomacije, saj je bil v prvi vrsti namenjen dialogu z javnostmi in predvsem njihovim prispevkom glede aktualnih tem. Vendar kot kaže, ni zaživel, saj ugotavljam, da spletno mesto We-Nato ne obstaja več, poleg tega je na spletu zaslediti zgolj skope informacije o njegovem nekdanjem obstoju.

Dejavnost Nata na družbenih platformah Facebook, Twitter in YouTube je zelo dinamična. Uradna stran Nata na Facebooku (glej sliko 4.4), ki obstaja od avgusta 2010 in odtlej beleži dogajanje v Natu, je doslej (3. marec 2014) postala vseč več kot 379.400 uporabnikom (Facebook 2014b). Po dostopni statistiki (z dne 3. marec 2014)

je o strani v enem tednu nastalo 9.455 zgodb¹⁴⁹, od katerih so jih največ ustvarili mladi iz starostne skupine 18–24 let (prav tam). Če za hipotetični primer vzamemo podatek o zgodbah in ga pomnožimo s tedni v letu, potem dobimo na leto okvirno 500 000 zgodb, ki se pomnožijo na profilih prijateljev.

Slika 4.4: Uradna stran Nata na Facebooku



Vir: Facebook 2014b.

¹⁴⁹ Pri »zgodbi« gre vsebino, ki se pojavi na uporabnikovi časovnici. »Uporabniki jih kreirajo tako, da na strani kliknejo gumb »všeč mi je«, na njej objavijo vsebino, na njej komentirajo objavo, se odzovejo na povabilo za dogodek, objavijo povezavo do strani na svojem profilu itd.« (Darwell v Najžar 2012, 70). Navedeni statistični podatek »temelji na Facebookovi funkcionalnosti »People talking about this«, ki obsega seštevek unikatnih uporabnikov Facebooka, ki so ustvarili zgodbo o tej strani v zadnjih sedmih dneh« (Najžar 2012, 70).

Zaznati je mogoče, da objave na uradni strani zajemajo video vsebine¹⁵⁰, slikovno gradivo in kratke pisne prispevke, ki v veliki meri sovpadajo z objavami na spletni strani in v relativno kratkem času zabeležijo precejšnjo stopnjo odobravanja¹⁵¹ vsebine ter komentarjev s strani javnosti. Na primer izjava Severnoatlantskega sveta glede situacije v Ukrajini (z dne 2. marca 2014) je v 18-ih urah zabeležila 839 pozitivnih odzivov v obliki klikov na gumb »všeč mi je«, 248 uporabnikov je delilo to vsebino, prejela pa je skupno 111 različnih komentarjev in replik nanje, na katere pa s strani organizacije nisem zasledila odziva (Facebook 2014b).

Natova Facebook stran (2014b) sugerira tudi povezave na druge uradne, po vsebini relevantne strani, kot npr. ISAF Facebook stran, uradni profil generalnega sekretarja Nata Rasmussena ali pa profil njegove pomočnice za javno diplomacijo Kolinde Grabar-Kitarović, uradne strani poveljstev Nata itd. Omogoča pa tudi direktni dostop do uradnih strani Nata na družbenih platformah Twitter in YouTube.

¹⁵⁰ Pri njih gre za direktno povezavo na platformo YouTube, redkeje pa na nprenos v živo (ang. »livestream link«).

¹⁵¹ Merjena v številu klikov na gumb »všeč mi je«.

Slika 4.5: Uradna stran Nata na Twitterju



Vir: Twitter 2014d.

Uradna stran Nata na Twitterju (slika 4.5), ki deluje od 11. maja 2010¹⁵², dne 3. marca 2014 šteje 1829 tvitov in dobrih 98.700 sledilcev, sledi pa 599 profilom na Twitterju (Twitter 2014d). Stran deluje kot neke vrste napovednik oz. opomnik za dogodke v okviru Nata (kratke tekstovne informacije), ki mu sledijo vstavki raznolikih slikovnih in video informacij o aktualnem dogajanju na različnih delovnih področjih Nata (pogosto s pomočjo neposredne povezave na platformo YouTube, manj

¹⁵² Podatek iz Primerjalne analize učinkovitega spletnega komuniciranja 2012.

pogosto na druga spletna mesta), pojavljajo pa se tudi osebni tviti generalnega sekretarja Nata Rasmussena in Natove predstavnice za stike z javnostmi Oane Lungescu, redkeje pa tudi drugih sledilcev. Skoraj vsaka objava na strani v realnem (izjemno kratkem) času dobi odziv iz javnosti, bodisi v obliki označitve za priljubljeno vsebino (ang. favorite) bodisi v obliki ponovitve tvita (ang. retweet) z objavo na profilu nekega uporabnika. Odgovorov na komentarje s strani upravljalca uradne strani pri pregledu nisem zasledila, zato sklepam, da to ni običajna praksa. Stran samodejno sugerira, komu naj na Twitterju sledimo (ang. who to follow) ter na podlagi profilov, katerih sledilci smo, ponuja nabor zadetkov, katerih vsebina bi nas morda pritegnila. Na strani pogrešam gumbe za povezavo do drugih družbenih omrežij. (Nato Twitter 2014d).

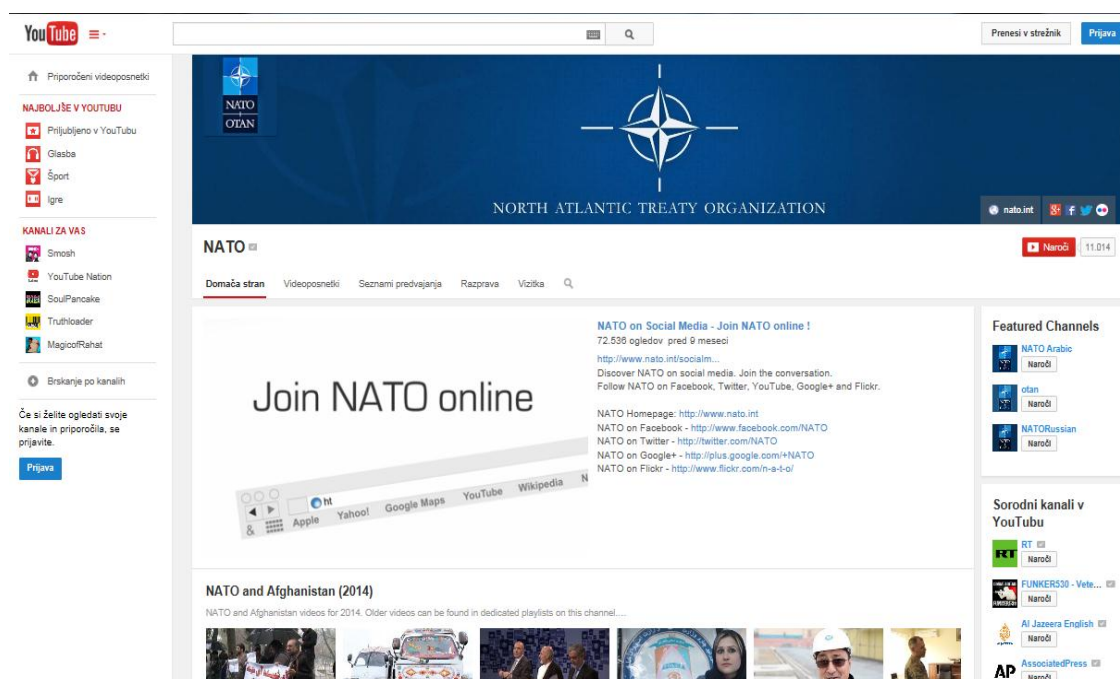
Uradna stran Nata na platformi YouTube v angleški različici obstaja od marca 2008 (YouTube 2014c). Trenutna vstopna stran (glej sliko 4.6) z videoposnetkom »Join Nato Online« in objavljenimi povezavami uporabniku celovito predstavi prisotnost Nata na svetovnem spletu in ga nemudom povabi k obisku spletnih mest, kjer se organizacija pojavlja. Nato je do 4. marca 2014 za različico strani v angleškem jeziku pridobil 11.014 naročnikov in objavil 1.563 videoposnetkov, ki so skupno dosegli kar 4.610.858 ogledov, za arabsko ima 332 naročnikov in 32.944 ogledov, za francosko 326 naročnikov in 32.785 ogledov in za rusko 220 naročnikov in 1.674 ogledov¹⁵³. (YouTube 2014c). Daleč spredaj po številu in aktualnosti videoposnetkov ter številu ogledov je angleška različica, ki ima posnetke razvrščene po tematiki. Uporabo njenih funkcionalnosti, kot so opredelitve o ne/všečnosti posnetka in komentarji, je zaslediti skoraj pri vsaki objavi. Na preostalih treh je posnetkov bistveno manj, so starejšega izvora in dosegajo občutno manj ogledov, posledično beležijo precej manj komentarjev in opredelitev gledalcev glede ne/všečnosti. Še posebej opazno je to na francoski in ruski YouTube strani. Sklepam, da je velik nabor ogledov¹⁵⁴ na platformi YouTube posledica pojavljanja posnetkov na drugih spletnih mestih organizacije (npr. Twitter, Facebook). Zdi se, da YouTube deluje bolj kot platforma za shranjevanje video vsebin, ki sicer omogoča interaktivnost, vendar je ta, verjetno ravno zaradi prej

¹⁵³ Arabska, francoska in ruska različica obstajajo od 29. julija 2011.

¹⁵⁴ Sodeč po ogledih je najbolj priljubljen posnetek »Exercise Rapid Arrow – Testing Nato's missile defence« dosegel 156.551 ogledov, 154 označitev za všečnost vsebine, 55 klikov na gumb »to mi ni všeč« ter 46 komentarjev pri objavi na YouTube (YouTube 2014c). Vendar lahko tudi posnetek z manj ogledi na primer »Suicide bombers- and how to beat them« (124.660 ogledov) beleži precejšen odziv - 242 oznak »to mi je všeč«, 45 »to mi ni všeč« in 115 komentarjev (Nato YouTube 2014c).

omenjene funkcije, dokaj malo izkoriščena. V primerjavi z enim najbolj priljubljenih videoposnetkov na YouTube strani Združenih narodov »Deadly hunt: Albinos in Tanzania« s čez 484.00 ogledi, 872 označitvami za všečnost ter 302 komentarjema (YouTube 2014č) je domet najbolj priljubljenih posnetkov na Natovi strani relativno skromen.

Slika 4.6: Posnetek vstopne strani Nata na YouTubeu



Vir: YouTube 2014c.

Nato v družbenih omrežjih s pretežno formalnim tonom zastopajo tudi ključne osebnosti organizacije. Vsekakor moram omeniti dve - sedanjega generalnega sekretarja Nata Andersa Fogha Rasmussena, ki je še posebej močan zagovornik uporabe družbenih medijev (Babst 2011) in njegovo pomočnico za javno diplomacijo veleposlanico Kolindo Grabar-Kitarović.

Na uradnem profilu generalnega sekretarja Rasmussena¹⁵⁵, ki ga je kot všečnega označilo več kot 121.500 uporabnikov Facebooka in trenutno beleži nekaj čez 2.300 zgodb, je mogoče zaslediti ažurno objavljane formalnih novic o njegovem delu,

¹⁵⁵ Uporabnike poziva k uporabi zgolj angleškega in francoskega jezika.

redkeje pa tudi neformalne objave – npr. javljanje s počitnic na kanarskih otokih (glej sliko 4.7). Ta objava je vseč 2.044 uporabnikom, prejela je 109 komentarjev, uporabniki pa so jo delili 76-krat. (Facebook 2014c)

Slika 4.7: Objava generalnega sekretarja Nata o športnem udejstvovanju na Kanarskih otokih



Vir: Facebook 2014c.

Udejstvovanje na Facebooku dopolnjuje z rednim (zelo formalnim) javljanjem preko svojega osebnega Twitter profila¹⁵⁶, kjer ima trenutno 168.794 sledilcev, objavljen ima 1.901 tvit, spremlja pa 170 profilov (Twitter 2014e) ter svojim video blogom, ki je vpet v uradno spletno stran Nata, temelji pa na platformi YouTube.

¹⁵⁶ Gre za osebne nagovore, mnenja, uradne izjave itd. glede aktualnih Natovih vsebin, pa tudi izjave v imenu Nata, kjer gre običajno za izseke iz izjav za javnost.

Slika 4.8: Prikaz komuniciranja pomočnice generalnega sekretarja Nata za javno diplomacijo Kolinde Grabar-Kitarović preko Facebooka.


Kolinda Grabar-Kitarović (Official)
February 21

shared a link.
http://www.nato.int/cps/en/natolive/news_107334.htm



NATO - NATO Secretary General welcomes agreement in Ukraine
www.nato.int
News

Like · Comment · Share

62 people like this.
View 6 more comments


King Vitaly UKRAINE SOS nato must support !!!!
March 1 at 4:48pm · Like

Write a comment...



Like · Comment · Share

62 people like this.
View 6 more comments


Eriss Ahmad Hiii...
February 25 at 4:23am · Like


Emanuel Veloza Fernandes boa ideia... good idea
See Translation
Yesterday at 2:35am · Like

Write a comment...


Kolinda Grabar-Kitarović (Official)
February 20

Last night, NATO's Secretary General strongly urged the Ukrainian government to refrain from further violence, saying that military intervention against the opposition will seriously damage Ukraine's ties with NATO. This followed his statement Monday night: "I am seriously concerned about the return to violence in Ukraine and the reported deaths in Kyiv. I call on all parties to refrain from violence and to urgently resume dialogue, including through the parliamentary process." I echo his sentiments and the calls from leaders around the world calling for an end to the violence in Ukraine.

Like · Comment · Share

63 people like this.
View all 7 comments

Write a comment...


Kolinda Grabar-Kitarović (Official)
February 17

Svima vama koji me pratite iz moje voljene Hrvatske – kao i uvijek, neizmjereno vam hvala na potpori, entuzijazmu i povremenim konstruktivnim kritikama, bez kojih nitko od nas ne bi mogao sazrijevati i raditi bolje. Neki od vas pitaju me za... [See More](#)



Like · Comment · Share

755 people like this.
View previous comments

2 of 91


Ruža Gačić Đurasek Hvala dragom Bogu što Vas imamo!
February 28 at 2:47pm · Like


Marin Grabar U bližoj budućnosti: predsjednica stranke i predsjednica Vlade RH koja će voditi hrvatsku politiku u interesu



Vir: Facebook 2014e.

Z vodilne pozicije v javni diplomaciji Nata javnosti preko lastnega profila na Facebooku nagovarja tudi pomočnica generalnega sekretarja Nata veleposlanica Kolinda Grabar-Kitarović¹⁵⁷ (glej sliko 4.8). Statistika za njen profil je za javno osebnost na takšnem položaju sicer precej skromna, saj je vseč le 3.430 uporabnikom, o njem pa je zabeleženih le 477 »zgodb« (Facebook 2014e). Vendar lahko njeno komuniciranje preko Facebooka (prav tam) navedem za zgledni primer izvajanja javne diplomacije preko tega omrežja. Njeno aktivno komuniciranje spremlja

¹⁵⁷ Osebnega Twitter profila nima.

manj formalen ton, ki daje občutek prijaznosti, sproščenosti in odprtosti do javnosti (npr. objava za hrvaško javnost). Dokaj pogosto v objave vključuje pomembna uradna sporočila Nata (npr. izjave za javnost), ki jih nemalokrat pospremi z lastnimi komentarji. Poleg tega pozornost namenja izbiri drugih zanimivih dogodkov izven službe in jih navezuje na delovanje Nata (npr. Alumni kosilo za sodelujoče v Fulbrightovem programu v kontekstu evroatlantskega povezovanja). Trudi se za interakcijo z javnostmi (npr. objava za hrvaško javnost, ki vključuje odgovor glede uporabe jezika) in poziva oz. spodbuja k sodelovanju (npr. v objavi glede obiska Londona) itd. Glede jezika v eni izmed svojih objav pravi, da se pri komuniciranju »zaradi raznolikosti mednarodnih javnosti uporaba angleškega jezika zdi logična rešitev« (prav tam). Pri spremljanju njenih objav ne morem spregledati dejstva, da želi zadeve odmakniti od strogih uradnih okvirov, jih predstaviti na zanimiv način in jim dodati osebno noto.

4.3.2 Slovenija in digitalna diplomacija

Izvajanje javne diplomacije na obrambnem področju je v Sloveniji pretežno v domeni Ministrstva za obrambo in Ministrstva za zunanje zadeve, zato bom s tega vidika analizirala njuno uporabo izbranih družbenih platform¹⁵⁸.

Uradno spletno mesto Ministrstva za zunanje zadeve na vstopni strani omogoča direktno povezavo v družbena omrežja Facebook, Twitter in YouTube, s pomočjo vstavka »Twitter feed« pa ažurno prikazuje aktualne tvite s svojega Twitter profila (Ministrstvo za zunanje zadeve 2014b). Ministrstvo za zunanje zadeve ima od novembra 2010 svojo uradno stran tudi na Facebooku. Da je prvenstveno namenjena slovenskim javnostim sklepam po pretežnem objavljanju v slovenskem jeziku, da pa cilja tudi na tuje lahko predpostavljam na podlagi manj pogostih objav in zapisa o ministrstvu (zavihek »About«) v angleškem jeziku (Facebook 2014g). Gre za formalno komunikacijo (torej uradne novice) in pogosto zgolj deljenje novic z medijskega središča uradnega spletnega mesta ali drugega relevantnega spletnega naslova (prav tam). Stran je od ustanovitve do 7. marca 2014 postala vseh 649

¹⁵⁸ V okviru analize se bom omejila na uradne strani/profile ministrstev na omenjenih omrežjih. Digitalne diplomacije slovenskih veleposlaništev in misij, ki sicer tudi sodijo v okvir Ministrstva za zunanje zadeve in so pomembna za javno diplomacijo v sklopu te naloge ne bom analizirala, navajam le, da so v svet digitalne diplomacije stopila zgolj nekatera, med njimi pa ni Veleposlaništva Črne gore, o katerem sem pisala v enem izmed poglavij.

uporabnikom, v zadnjem mesecu pa je bilo o njej ustvarjenih 21 zgodb, največ v starostni skupini 25–34 let (prav tam). Pri pregledu odziva na objave v obdobju od začeka leta 2014 do 7. marca 2014 ugotavljam, da je odziv v obliki klikov na gumb »všeč mi je« zelo majhen¹⁵⁹, vsebinski komentarji pa so izredno redki (prav tam).

Facebook stran ministrstva z neposredno povezavo omogoča dostop do uradnega profila na omrežju Twitter, ki je glede na zbirko 4.076 tvitov in 2.807 sledilcev mnogo bolj zanimiv za javnosti (Twitter 2014g). Tvitiranje poteka redno (skoraj vsakodnevno), uporablja se predvsem za najave (gre za povprečno 20 objav na mesec) (Ferjančič 2012), izmenjujejo pa se tudi podajanje dejstev o preteklih dogodkih, izseki iz izjav za javnost, povzemanje tvitov drugih institucij itd. Odzivi javnosti v smislu komentarjev in označitev za priljubljeno vsebino so zelo redki. Ton je formalen.

Če lahko, na podlagi dostopa do zgolj 12 posnetkov (zadnji je izpred štirih mesecev) (YouTube 2014d), trdim, da je potencial platforme YouTube s strani Ministrstva za zunanje zadeve zelo skromno izkoriščen, je slika pri Ministrstvu za obrambo prav nasprotna. Uradna stran MORS studio, ki aktivno deluje od leta 2009 (Sila in Pelko 2012), obsega ogromno posnetkov o delovnem področju ministrstva, ki so (do 7. marca 2014) zabeležili 595.550 ogledov in privabili 338 naročnikov (YouTube 2014e). Videoposnetki z YouTube so pogosto pripeti objavam na uradni spletni strani ter Facebook in Twitter profilu ministrstva, zato sem mnenja, da javno dostopni YouTube deluje kot javni arhiv video vsebin.

Uradna Facebook stran Ministrstva za obrambo obstaja od leta 2010 (Sila in Pelko 2012). Ob sicer obetajočem naslovu strani v slovenskem in angleškem jeziku, je institucija nato podrobneje predstavljena zgolj v prvem, pa tudi objave so večinoma v slovenščini, kar kaže, da je stran prvenstveno namenjena domačim javnostim. Lahko sklepam, da zaradi tega ni zanimiva za tujo javnost, verjetna posledica tega pa je tudi njena precej slaba statistika. Doslej (8. marec 2014) jo je po dostopnih podatkih kot všečno označilo samo 373 uporabnikov, največ iz starostne skupine 25–34 let, medtem ko je zgodb o njej izjemno malo (2 v zadnje mesecu), prav toliko pa je tudi

¹⁵⁹ Največ (11) jih je prejela deljena povezava na Slovenia is a per-capita powerhouse at Winter Olympics s spletnega mesta www.washingtonpost.com (Facebook 2014g).

odzivov (kliki na gumb »všeč mi je« in komentarji) na objavljeno vsebino (Facebook 2014f).

Dosti bolje kaže Twitter profilu Ministrstva za obrambo, ki tako kot Facebookova stran obstaja od leta 2010 in deluje kot neke vrste »oglasna deska« (Sila in Pelko 2012). Dinamika objavljanja se je v preteklem letu in pol precej povečala – iz 790 tvitov¹⁶⁰ (Twitter 2012) na 2.358¹⁶¹ (Twitter 2014f). Trenutno število sledilcev pa je 773 (prav tam). Profil upravlja Služba za strateško komuniciranje, ki pri tem skrbi predvsem za domače javnosti, saj komunicira v slovenskem jeziku¹⁶² (prav tam). Dodatno so tvitom pogosto pripeti videoposnetki z YouTube, kar medsebojno povezuje omenjeni družbeni platformi.

Za zgledni primer precej kontinuirane spletne interakcije na Twitterju lahko postavim profil sedanjega ministra za obrambo Romana Jakiča (slika 4.9), »enega redkih, ki ažurno objavlja aktualne informacije povezane z njegovim delovnim področjem in pogosto odgovarja na vprašanja oz. predloge« (Delo 2014). Preko Twitterja občasno objavlja tudi zadeve iz njegovega življenja izven službe. Pretežno uporablja sproščen, a profesionalen ton komuniciranja, vzdržuje redno komunikacijo v slovenskem in angleškem jeziku, kar dokazuje, da cilja tudi na tuje javnosti. S 3.347 sledilci, 6.662 tviti in sledenjem 608 profilom na Twitterju (Twitter 2014j) si je (minister) Roman Jakič v štirih letih in pol ustvaril učinkovit komunikacijski kanal, preko katerega se redno vključuje v globalno 'tvitosfero'.

¹⁶⁰ Podatek z dne 15. avgusta 2012.

¹⁶¹ Podatek z dne 8. marca 2014.

¹⁶² Uradnih objav v tujem jeziku ob pregledu profila nisem zasledila.

Slika 4.9: Twitter profil (ministra za obrambo) Romana Jakiča.



Vir: Twitter 2014j.

4.3.3 Analiza

Pregled razširjenosti rabe interneta po svetu razkriva potencial, ki obstaja v posameznih regijah in bo v bodoče nedvomno bistveno povečal statistiko razširjenosti družbenih omrežij in s tem priložnosti za digitano diplomacijo. Številni akterji v obrambni sferi so kmalu prepoznali zmogljivosti teh omrežij in (pro)aktivno vstopili v digitalni mrežo, kjer se informacije nenehno multiplicirajo. Tako v teh omrežjih s svojimi kanali zadnjih nekaj let aktivneje nastopajo tudi ministrstva za obrambo, vojske, obrambne in varnostne organizacije itd. ter njihovi ključni predstavniki. S tem pa omrežja postajajo »pomemben stalni vir informacij in interpretacij ter komunikacijsko okolje za vzpostavljanje in ohranjanje odnosov« (Delo 2014) tudi na obrambnem področju. Hkrati pa v določeni meri nudijo nenehni vpogled v statistiko angažiranja¹⁶³ s strani uporabnikov.

S statističnega vidika pri izbranih primerih dostopni podatki o angažiranju uporabnikov kažejo relativno majhno zanimanje za izbrane strani oz. profile v družbenih omrežjih. Pri dobrih 400 milijonih uporabnikov Facebooka (skupno v Evropi

¹⁶³ Npr. odobranje, izraženo s kliki na gumb »všeč mi je«, sodelovanje v razpravi s komentarji in krepitev objavljenih vsebin z deljenjem vsebin na drugih profilih.

in Severni Ameriki), je Nato stran na tem omrežju vseč le nekaj več kot 379.000 uporabnikom, osebni profil Natovega generalnega sekretarja Rasmussena pa zgolj okoli 121.500 uporabnikom. Če k temu dodam še primerjavo z vsečnostjo strani ameriške Bele hiše, kjer je ta podatek okoli 2.000.000 (Facebook 2014i) in profilom ameriškega predsednika Baracka Obame z 39.000.000 (Facebook 2014h), je razlika v stopnji odobravanja občutna. Tudi pri Twitter profilih pridemo do velikega razkoraka v korist Bele hiše, ki ima malo manj kot 4.650.000 sledilcev (Twitter 2014i) in predsednika Obame, z nekaj več kot 42.000.000 (Twitter 2014h). Organizacija Nato na Twitterju beleži dobrih 98.700 sledilcev, njen generalni sekretar Rasmussen pa malo manj kot 169.000. Potencial za povečanje vsečnosti oz. priljubljenosti Nata v družbenih omrežjih je torej še ogromen, vprašanje pa je, kako ga v večji meri izkoristiti¹⁶⁴. Eden izmed načinov je morda v spodbujanju njihove uporabe v državah članicah (pa tudi širše), saj se Nato dobro zaveda, da vse članice še niso uvidele potenciala, ki ga ti prinašajo na obrambno-varnostnem področju, z izjemo ZDA¹⁶⁵, od koder ti sicer tudi izvirajo (Babst 2011, 2012).

Analiza primerov rabe družbenih omrežij za namene digitalne diplomacije v okviru Nata in Slovenije kaže, da je delovanje v družbenih omrežjih pogosto navezano na objave na uradnem spletnem mestu akterja,¹⁶⁶ ki je centralna informacijsko-komunikacijska točka. Opozorila na objave in povzetki objav pa so plasirani na družbenih omrežjih (Primerjalna analiza učinkovitega spletnega komuniciranja 2012). Twitter mnogokrat služi kot napovednik oz. »oglasna deska« za prihodnje dogodke¹⁶⁷, Facebook običajno zrcali objave z uradnega spletnega mesta¹⁶⁸, YouTube pa deluje kot javno dostopna baza objavljenih video vsebin. S tem je ustvarjena medsebojna povezljivost oz. integracija omrežij in spletnega mesta, ki zagotavlja ažurnost pri obveščanju širokega kroga javnosti. Če je za pridobitev informacij s spletnega mesta potrebna vsakokratna lastna iniciativa, pa članstvo v

¹⁶⁴ To lahko trdim tudi za izbrane slovenske strani in profile.

¹⁶⁵ Promocija 'digitalne diplomacije' in 'internetne svobode' ter spodbujanje širitve slednje po svetu (tudi s finančnimi sredstvi), dovolitev uporabe Facebooka in Twitterja ameriškim veleposlanikom in drugim visokim diplomatom za pojasnjevanje in zagovarjanje politik po svetu, gostiteljstvo številnih spletnih mest na Facebooku, YouTube in Twitterju v različnih jezikih (Babst 2011).

¹⁶⁶ Kot najbolj verodostojno Sila in Pelko (2012) ocenjujeta »uradno spletno stran, ki ponuja najbolj obširne in enostavno dostopne informacije«.

¹⁶⁷ Navaja Ferjančič (2012) za Twitter profil Ministrstva za zunanje zadeve ter Sila in Pelko (2012) za Ministrstvo za obrambo.

¹⁶⁸ V obliki preprosteje zastavljenih objav na omrežju, ki je uporabno za populariziranje dogodkov (Ferjančič 2012).

družbenih omrežjih zainteresiranim uporabnikom prinaša samodejna redna obvestila o aktualnem dogajanju¹⁶⁹, tudi zato so ta omrežja zelo prikladna za izvajanje digitalne diplomacije. Na profilih ključnih predstavnikov Nata (generalni sekretar Nata, pomočnica za javno diplomacijo) sem zaznala tudi pogosto vpletanje (deljenje) pomembnih informacij z vsebinskega področja organizacije (npr. izjava glede Ukrajine na Facebook profilu Kolinde Grabar-Kitarović), kjer gre za dodatno krepitev sporočila.

Bistvena prednost omenjenih omrežij v kontekstu javne diplomacije pa je njihova interaktivnost, saj omogočajo odzive na objavljeno vsebino (npr. (ne)odobravanje, komentarji, deljenje vsebin) in sodelovanje v spletni razpravi. Tako lahko tudi posamezniki podajo svoje mnenje ter uresničijo svojo željo po komunikaciji z globalnimi akterji, pomembnimi voditelji, poveljniki vojaških sil ipd. (npr. pozivi prebivalcev Ukrajine k ukrepanju Nata proti Rusiji v začetku leta 2014 – glej Facebook 2014b, Twitter 2014d, Twitter 2014č). Za organizacijo, državo ali posameznika je to posebnega pomena, ker omogočajo poslušanje in dialog na globalni ravni¹⁷⁰. Javnosti namreč »sporočila interpretirajo različno, skladno s svojo kulturo, političnimi prepričanji, izkustvi in potrebami, ki so lahko ali pa niso v skladu s prepričanji, izkustvi in potrebami sporočevalca« (Najžar 2012, 34). Vladajočim lahko družbena omrežja zato pomagajo pri izboljšanju komuniciranja o politikah in drugih zadevah, prispevajo k preseganju stereotipov, spodbujajo dobre odnose in zaupanje ter gradijo pozitivni ugled kljub družbenim razlikam. Seveda je tukaj pomembna uporaba ustreznega jezika, primerne za ciljno/-e javnost/-i. Glede na podane praktične primere ugotavljam, da se uporabniki na objavljene vsebine na uradnih straneh oz. profilih Nata in izpostavljenih osebnih profilih njegovih dveh predstavnikov pogosto odzovejo, a običajno ostanejo brez replik¹⁷¹ s strani nosilcev profila, zato o dialogu ne morem govoriti.

Kot kaže, gre bolj za dajanje možnosti uporabnikom, da spregovorijo, ter poslušanje in analiziranje odzivov. Na uradnih straneh omenjenih slovenskih ministrstev na

¹⁶⁹ Uporabniki se zavedajo da bodo v družbenih omrežjih dobili ažurne informacije (Primerjalna analiza učinkovitega spletnega komuniciranja 2012).

¹⁷⁰ Pogosto se razprava razvije zgolj med uporabniki in ne na ravni organizacija-uporabnik ali predstavnik organizacije-uporabnik.

¹⁷¹ Izjemo predstavlja odgovor Kolinde Grabar-Kitarović na nekajkrat zastavljena vprašanja njenih sorojakov, zakaj pri komuniciranju pogosteje ne uporablja hrvaškega jezika (Facebook 2014e).

družbenih omrežjih, ki imata precej bolj skromen domet, so uporabniški komentarji zelo redno redki. Ferjančič (2012) z Ministrstva za zunanje zadeve pravi, da »odziv oz. reakcije pozitivne narave zaznavajo predvsem pri zadevah, ki so povezane z mlajšo generacijo (npr. zadeve povezane s potovanji, problemi mladih, hitro odzivanje na krizo)«. Primer dobre prakse glede dialoga na družbenih omrežjih pa je Twitter profil ministra za obrambo Romana Jakiča, kjer komentarji uporabnikov dobijo ažurni odgovor s strani nosilca profila. Na tej točki naj spomnim, da je dialog ključen tudi za kakovostno digitalno diplomacijo in je nekaj, kar daje družbenim omrežjem dodano vrednost, saj so v realnosti možnosti za komunikacijo z institucijo ali vplivnim posameznikom izjemno omejene.

Menim, da je potencial družbenih omrežij za namene javne diplomacije na obrambnem področju, še posebej v Sloveniji, premalo izkoriščen, zlasti kar se tiče njihove interaktivnosti. Sicer je bistvo sodobne javne diplomacije dialog, a dopuščam možnost (velja še posebej za organizacije), da je njegova odsotnost v družbenih omrežjih tudi del strategije, saj bi ob množici tem virtualne javne razprave lahko dobile neobvladljive razsežnosti. Tako pa so pretežno zreducirane na razprave med uporabniki, ki pa kljub temu večinoma bolj koristijo (vsaj na ravni pridobivanja na popularnosti in javne pozornosti) kot pa škodijo.

Izjema so nekateri osebni profili, npr. Twitter profil ministra Jakiča, kjer lahko njegovi sledilci ažurno spremljajo njegova mnenja glede aktualnih tem s službenega področja kot tudi njegove aktivnosti v prostem času. Poleg tega se lahko nadejajo, da bodo na svoja vprašanja in komentarje dobili njegove odgovore. Na tak način sledilec, ki komentirajo njegove tvite, sporoča, da jih bere, ter da so zanj enakovredni sogovorniki in ne nepomembni sledilci. Če ga primerjam s Twitter profilom generalnega sekretarja Nata Rasmussena, ugotovim, da slednji na komentarje svojih sledilcev ne odgovarja. Pri tem pa je seveda potrebno v obzir vzeti pomembno razliko v številu njunih sledilcev (nekaj čez 3.300 pri Jakiču in nekaj manj kot 169.000 pri Rasmussenu), kar občutno spremeni situacijo z vidika dinamike komentarjev in obvladljivosti odgovarjanja nanje. Profila omenjenih osebnosti se razlikujeta tudi v tonu komuniciranja, ki je pri Rasmussenu strogo formalen, pri Jakiču pa sproščen, a profesionalen, kar menim, da je bližje uporabniku, saj daje vtis dostopnosti. Na tem mestu izpostavljam še komuniciranje pomočnice za javno diplomacijo v Natu Kolinde

Grabar – Kitarović preko njenega Facebook profila, ki daje občutek skrbi in zanimanja za vprašanja in mnenja javnosti. Skratka, če uporabim prisposodbo, lahko generalnega sekretarja Rasmussen označim za predstavnika 'trde moči', njegovo pomočnico Grabar-Kitarovičevu pa predstavnico 'mehke moči' Nata.

5 SKLEPNE UGOTOVITVE IN ZAKLJUČNE MISLI

»Kdor išče cilj, bo ostal prazen, ko ga bo dosegel, kdor pa najde pot, bo cilj vedno nosil v sebi.«

(Nejc Zaplotnik 2006, 30)

Magistrsko delo zaključujem v letu, ko beležimo deseto obletnico vključitve Slovenije v Nato, deseto obletnico obstoja Natovega PDD in ko mineva deset let od ustanovitve družbenega omrežja Facebook. Vse troje je zelo povezano s temo, ki sem si jo izbrala za predmet raziskovanja –sodobno javno diplomacijo, in je hkrati v določeni meri zaznamovalo njen razcvet na splošno, posebej pa tudi na obrambnem področju, tako na ravni države – Slovenije, kakor tudi na ravni organizacije – Nato ter vedno bolj popularni, virtualni ravni – v družbenih omrežjih.

Čeprav javna diplomacija deluje na širokem spektru področij, je bil fokus mojega raziskovanja usmerjen v iskanje odgovora, zakaj je javna diplomacija potrebna na obrambnem področju, torej v domeni zagotavljanja obrambe in varnosti na nivoju države ter širše – v mednarodni skupnosti. Moje zanimanje je bilo v tem kontekstu osredotočeno na organiziranost delovanja javne diplomacije v okviru obrambne ter (s tem segmentom povezane) zunanje politične dejavnosti Slovenije in vlogo javne diplomacije v politično-vojaški organizaciji Nato. Seveda je bilo pri tem namenjanje pozornosti njuni medsebojni navezavi (članstvo) nujen del raziskovanja. Tako sem na osnovi teoretične opredelitve koncepta sodobne javne diplomacije in razmerja z njej relevantnimi bližnjimi koncepti preko analize praktičnih primerov delovanja omenjene dejavnosti v procesu oblikovanja sedanjega Strateškega koncepta Nata, delovanja Slovenije v vlogi Kontaktnega veleposlaništva Nata v Črni gori ter pregleda digitalne diplomacije na obrambnem področju preverjala svoji uvodoma zastavljeni hipotezi.

Prvo izmed njiju, pri kateri sem domnevala, da zagotavljanje javne podpore obrambno-varnostnim interesom Slovenije in Nata omogoča izvajanje sodobne javne diplomacije, ki je skrbno načrtovano in del njunih politik, hkrati pa usklajeno na obeh ravneh ter med njima, **lahko potrdim le delno.**

Tekom raziskovanja sem dognala, da sodobna javna diplomacija brez dvoma nudi načine in zato hkrati tudi omogoča zagotavljanje javne podpore obrambno-varnostnim interesom oz. doprinos k ugodnemu (globalnemu) javnemu mnenju na področju obrambne politike. Njen namen je povečati seznanjenost javnosti, zavedanje in spodbujanje razmišljanja (o določeni zadevi, državi, organizaciji ipd.) ter ustvariti interakcijo, doseči pozitivno zaznavanje oz. podobo, podporo politikam, izgrajevanje razumevanja zanje in s tem vplivanje na mnenja, poglede in stališča, vplivati na spremembo razmišljanja, predstav in pričakovanj udeleženih v konfliktu, izgrajevati partnerstva in zavezništva itd. Slovenska vlada in vodstvo Nata, sta vsak na svojem nivoju prva skrbnika obrambno-varnostnih interesov in nosilca javne diplomacije, katere izvajanje tudi usmerjata. To počneta s pomočjo svojih služb (npr. Služba za javno diplomacijo v Ministrstvu za zunanje zadeve, Sektor za javno diplomacijo v Natu), pristojnih delovnih teles (npr. Odbor za javno diplomacijo v Natu) predstavništev (npr. veleposlaništva Slovenije v tujini, kontaktna veleposlaništva Nata po svetu) ali določenih kvazi neodvisnih organizacij (npr. Severnoatlantski sveti po državah), izbirata pa si lahko tudi druge partnerje (npr. nevladne organizacije – konkretni primer je Alfa Centar v Črni gori). Javnostim se približata preko različnih komunikacijskih kanalov (npr. množičnih medijev), posebnih programov za določene javnosti (npr. poletne šole, simulacije, natečaji, Natov program za znanost in mir), organiziranja dogodkov oz. aktivnosti (npr. konference, okrogle mize, posveti) do delovanja preko svetovnega spleta (npr. komuniciranja preko uradnih profilov na družbenih omrežjih). Pristop k javnostim v stilu sodobne javne diplomacije, kljub še vedno prevladujoči (množični) komunikaciji preko medijev, vse bolj teži k interakciji, v smislu dialoga in sodelovanja (v veliki meri to odraža delo slovenskega obrambnega svetovalca v Črni gori), skratka neposrednega stika (npr. obiski na Natu in srečanje z vodilnimi) ali na kratko – angažiranja z ljudmi. Tako uporabljena javna diplomacija vse bolj omogoča poslušanje javnosti (njihovo izražanje mnenj na družbenih omrežjih, tekom konferenc, okroglih miz, posvetov – npr. posvet na temo mednarodnih operacij in misij leta 2009), njihovo vključevanje v politične procese

(npr. v oblikovanje sedanjega Natovega strateškega koncepta), ki ga tudi nagrajuje (natečaji, tekmovanja, ali zgolj prestiž in reference iz sodelovanja). Skratka jim »daje besedo«, možnost sodelovanja ter s tem občutje vključenosti. Tako doseže njihovo pozornost, spodbudi razmišljanje, angažiranje in občutek doprinosa ter ustvari pozitiven vtis, podobo, izkušnjo, ki oblikuje posameznikova nadaljnja stališča, prepričanja, mnenja, ki se potem zrcalijo v javnem mnenju in posledično odnosu do določene odločitve ali procesa na obrambnem področju (npr. sodelovanje Slovenije/Nata v mednarodni operaciji in misiji, javnomnenjska podpora v Črni gori za vključitev v Nato).

Kot sem zapisala v hipotezi, javna diplomacija (preko zgoraj navedenega) to omogoča, a je dejanski uspeh odvisen tudi od skrbnega načrtovanja in usklajenosti pri izvajanju javne diplomacije, kakor tudi zavedanja, da je ta dejavnost nepogrešljivi del določene politike oz. bi morala biti njen nepogrešljivi del. Na podlagi dostopnega gradiva in lastnih izkušenj lahko trdim, da se organizacija kolektivne obrambe Nato zelo zaveda pomena dobro načrtovane in koordinirane javne diplomacije tako na ravni organizacije kot tudi v njenih članicah. Z redno izdelavo na zavezniški ravni usklajenih strategij javne diplomacije in strateških komunikacijskih okvirjev za posamezne operacije oz. področja daje podlago za poenoteno izvajanje javne diplomacije tudi na ravni zaveznic ter zagotavlja smernice za zagovarjanje »enotne zgodbe«. Seveda ti dokumenti izhajajo iz procesov, v katerih pri njihovem oblikovanju sodelujejo vse države članice, ki na ta način izoblikovane dokumente ob koncu procesa na najvišji ravni tudi sprejmejo oz. potrdijo. Torej, na tak način določijo celovit skupni komunikacijski okvir, ki je skrbno načrtovan del politik. Slovenija ima seveda možnost aktivno prispevati k razpravam in oblikovanju omenjenih dokumentov, kar je recimo storila pri oblikovanju Natove strategije javne diplomacije za obdobje 2013–2014. V procese znotraj Nata so bolj vpeti vsebinski nosilci znotraj Ministrstva za zunanje zadeve, za področje javne diplomacije pristojni službi omenjenih ministrstev pa se vanje vključujeta precej malo. Redni, neposredni stiki na področju javne diplomacije in zelo dobro sodelovanje poteka tudi med CPE in PDD. V tem kontekstu pa velja omeniti še, da se na ravni Slovenije pri izvajanju javne diplomacije smiselno uporabljajo strategije in strateški okvirji, ki s skupnimi prizadevanji nastajajo v okviru Nata.

Glede usklajenosti javne diplomacije na ravni Slovenije ugotavljam odsotnost redne koordinacije aktivnosti javne diplomacije na ravni vlade, katere predsednik bi po mojem mnenju moral biti glavni agent javne diplomacije, za to področje pristojna služba pa glavni koordinator izvajanja. Ta dejavnost je torej v glavnem prepuščena v izvajanje na ministrski ravni, kjer ima vodilno in koordinativno vlogo Ministrstvo za zunanje zadeve. V praksi pa se kaj hitro pokaže pomanjkanje redne medresorske komunikacije, saj bolj ali manj obstaja le ad hoc (v primeru večjih, pomembnejših dogodkov). Na podlagi predstavljenih dejstev lahko trdim tudi, da Slovenija na področju javne diplomacije še ni dosegla stopnje, ko bi lahko rekla, da gre za načrtovano dejavnost. V prid tej trditvi govorijo tudi naslednji argumenti: neobstoj strategije javne diplomacije, njeno izvajanje v proaktivni obliki poteka zgolj občasno, še vedno gre večinoma za nivo odnosov z mediji, pristojne službe nimajo zanj odgovornih oseb (kadrovski manjko), zadeve se pokrivajo odvisno od primera in v kombinaciji z vsebinskimi nosilci, odsotnost sistematičnega vključevanja v (komuniciranje) politike. »Svetli točki« v tem segmentu predstavljata slovensko veleposlaništvo, ki je (za določeno obdobje) v vlogi kontaktnega veleposlaništva Nata v Črni gori in obrambni svetovalec z Ministrstva za obrambo, ki sta pri svojem delu precej samostojna, a usklajena tako z Natom kot tudi matičnimi institucijami. Delovanje poteka načrtovano (vključuje tudi redno poročanje) in na podlagi jasne delitve odgovornosti ter pristojnosti, ciljno usmerjeno, komplementarno in usklajeno ter proaktivno in v kooperativnem duhu. Kot tako, kljub omejitvam s finančnimi sredstvi ter odsotnostjo z družbenih omrežij, lahko predstavlja vzor javnodiplomatskega poslanstva. Kar nenazadnje kaže tudi pozitiven odnos črnogorskega prebivalstva do njunega delovanja.

Svoje **druge hipoteze**, ki se glasi *sodobna javna diplomacija Nata in Slovenije sledi sodobnim trendom v komunikaciji in razvoju informacijsko-komunikacijske tehnologije, da bi obrambno-varnostne vsebine približala čim širšemu krogu javnosti, dosegla njihovo pozornost, omogočila interakcijo z njimi in si zagotovila njihovo podporo, ne morem potrditi v celoti, saj za Natovo javno diplomacijo v glavnem drži, v primeru Slovenije pa le deloma.*

Nato je pri javni diplomaciji popolnoma v koraku s časom tako na področju rabe informacijsko-komunikacijske tehnologije (predvsem interneta) kot tudi novodobnega

popularnega komuniciranja v družbenih omrežjih. S pomočjo zmožnosti sodobne informacijsko-komunikacijske tehnologije Natova spletna stran zavzema atraktivno podobo s tem, ko klasično pisno komuniciranje in slikovno gradivo dopolnjuje z video vsebinami, lastnim TV kanalom, video blogom generalnega sekretarja, občasnim oddajanjem v živo, multimedijsko knjižnico in funkcijo rednega obveščanja z novicami preko elektronske pošte. Zajema pa tudi možnost njenega spremljanja preko tabličnega računalnika in mobilnega telefona. S povezavami na portale v družbenih omrežjih in skupnostih pa obiskovalcu sugerira nadaljnje brskanje po vsebinah, ki jih želi predstaviti. Na osnovi tehnoloških zmožnosti preizkuša tudi inovativne pristope k uporabnikom, kot na primer portal WE-NATO, ki pa kot kaže ni zaživel v praksi.

Nato spretno uporablja tudi virtualni svet družbenih omrežij in skupnosti, ki ga ponuja svetovni splet. Svoje uradne profile je dokaj zgodaj ustvaril na najbolj popularnih med njimi, to je na Youtubu, Facebooku in Twitterju, s čemer je sledil »valu odpiranja« obrambnih sistemov (ministrstev in vojska) njegovih najnaprednejših članic – ZDA in Velike Britanije. V virtualnem svetu so tako svoje mesto dobile tudi mednarodne operacije in misije pod njegovim vodstvom (npr. ISAF, KFOR). Poleg tega je v družbenih omrežjih zelo aktiven tudi sedanji generalni sekretar Nata Rasmussen, ki preko svojega profila na Facebooku in Twitterju objavlja svoje uradne izjave, občasno pa vključuje tudi sporočila neformalne narave (npr. javljanje s počitnic preko Facebooka). Z bolj ali manj formalnim načinom na Facebooku Natovo digitalno diplomacijo izvaja (in podpira) tudi njegova pomočnica za javno diplomacijo.

Z omenjenim angažiranjem na svetovnem spletu je Nato izjemno napreden in proaktiven pri izrabi načinov sodobnega komuniciranja, kakor tudi pri izvajanju javne diplomacije v virtualnem svetu. Velja omeniti, da je pričetek nastopa v družbenih omrežjih sovpadal ravno z obdobjem oblikovanja sedanjega Strateškega koncepta Nata, ko je Nato poskušal doseči pozornost čim širšega kroga javnosti. Naj spomnim, da je že v tem procesu zelo aktivno uporabljal svetovni splet: ustvaril je posebno spletno stran o novem Strateškem konceptu, za video vsebine uporabljal različne spletne portale (npr. YouTube, Vimeo, MySpace TV), odprl spletni forum za diskusije, njegov generalni sekretar pa je redno objavljal na svojem blogu. Da se zaveda potenciala, ki ga digitalni mediji prinašajo, in potrebe po načrtovanem angažiranju v družbenih medijih, izkazuje tudi dejstvo, da je to področje uredil s sprejemom

strategije in smernic za delovanje ter da v tovrstno delovanje vlaga precej energije. Transparentno in odzivno komuniciranje, ki še posebej v virtualni realnosti omogoča ne le osveščanje, ampak tudi poslušanje, odzivanje in vključevanje v javnosti, bodisi v smislu t. i. »všečkanja«, možnosti komentiranja, povezovanja, (so)ustvarjanja vsebin ipd., je postalo jedro njegove javne diplomacije. Njegova prizadevanja v družbenih omrežjih se z aktivnimi sledilci oz. obiskovalci njegovih profilov neštetokrat multiplicirajo pri množici njihovih »prijateljev« in sledilcev ter s tem širijo učinek Natovih aktivnosti javne diplomacije. Ne smemo pa pozabiti tudi tistih, ki spletna mesta samo obiščejo in ostanejo pasivni. V tekmovanju za pozornost in podporo javnosti transatlantskim politikam in zadevam ima ob tako razširjeni spletni mreži ter ažurnem in aktivnem delovanju nedvomno dobro »štartno pozicijo«. Nekdaj zaprti sistem kolektivne obrambe je torej spoznal, da se mora prilagoditi aktualnim in popularnim načinom komunikacije s svetom, sicer ne bo preživel, še posebej, če okoliščine zaostreje gospodarska in finančna kriza. Njegova dejavnost je namreč družbeno občutljiva zadeva, zato sta pozornost in široka podpora javnosti (ne le v članicah tudi pri partnerjih in širše), ključni za njegovo legitimno delovanje. Ob pripoznavanju vloge pomembnega in sposobnega akterja na področju obrambe in varnosti mu namreč prinašata zmogljivosti in denar, pa tudi ugled, torej gradita moč, v zameno za zagotavljanje obrambe in varnosti. Menim, da mu z izkoriščanjem pozitivnih silnic informacijsko-komunikacijske tehnologije in sodobnih načinov komuniciranja to kar dobro uspeva, še posebej, kadar njegova prizadevanja na svojih uradnih spletnih mestih podpirajo in množijo tudi njegove članice.

Primer Slovenije kaže precej drugačno sliko. Sicer gre v primerjavi z Natom za drug (državni) nivo javne diplomacije, usmerjen na ožji geografski prostor. Kljub temu, da se kot orodja uporabljajo različna spletna mesta zunanjega in obrambnega ministrstva (Facebook, Twitter, YouTube), ki so stara približno toliko kot Natova, je zanimanje zanje precej majhno, pretežna uporaba slovenskega jezika pa ne omogoča doseganja tujih javnosti. Inovativne rabe informacijsko-komunikacijske tehnologije, razen v primeru plasiranja videovsebin in t. i. »twitter feed« na uradnem spletnem mestu Ministrstva za zunanje zadeve, nisem zaznala. Da bi si ministrstvu prizadevali, da se pri komuniciranju prilagajata sodobnim načinom, ne drži popolnoma. Čeprav uporabljata sodobne kanale, ki jih predstavljajo družbena omrežja, je objavlanje na njih večinoma zreducirano na osnove – zrcaljenje vsebin z

uradne spletne strani (npr. na Facebooku) ali pa delujejo kot neke vrste »oglasna deska« za najavljanje dogodkov (npr. Twitter). Čeprav do neke mere tudi tako zastavljena dejavnost teži k približevanju javnostim in pridobivanju njihove pozornosti (v primeru MORS Studia na YouTube celo dokaj uspešno) ter omogoča interakcijo, pa si v taki obliki zanjo in za povečevanje podpore ne prizadeva ravno dosti. Primer izjeme je ažurno tvitanje ministra Jakiča, ki ustreza pojmu interaktivnosti in sodobnega načina komunikacije. Ob tem naj omenim, da uradnega profila zunanjega ministra na spetu ni mogoče zaslediti. Zatorej lahko rečem, da pešanje pri uporabi zmožnosti sodobne informacijsko-komunikacijske tehnologije ter aktualnih načinov komuniciranja, ki bi lahko pritegnili širši krog javnosti, ob hkratni omejitvi pretežno na slovenski jezik, deluje kot ovira slovenski javni diplomaciji in jo vsaj v družbenih omrežjih reducira na komponento obveščanja domače javnosti.

* * *

Moje raziskovanje je potekalo v želji po spoznavanju javne diplomacije, njenega delovanja na obrambnem področju s poudarkom na primeru Nata in Slovenije. Ob zaključku sem mnenja, da so njena dinamika, organiziranost, sofisticiranost izvajanja in izkoristek sodobne informacijsko-komunikacijske tehnologije ter sodobnih načinov komuniciranja povezani predvsem z dinamiko dogajanja na obrambnem področju, zlasti v mednarodni skupnosti ter tehtanja vložka in predvidenih koristi, ki jih ta dejavnost lahko prinese. Ugotavljam, da javna diplomacija Nata popolnoma odraža karakteristike sodobne javne diplomacije, saj je načrtovana, kontinuirana dejavnost, vključena v komuniciranje politik in sestavni del pomembnejših procesov ter dogodkov. Za pritegovanje pozornosti in zagotavljanje podpore javnosti širom sveta uporablja napredne in inovativne načine komuniciranja na osnovi zmogljivosti, ki jih nudita sodobna informacijsko-komunikacijska tehnologija in svetovni splet. Rezultate dosega v sodelovanju s svojimi članicami, ki opravljajo vlogo kontaktnih veleposlaništev in drugih partnerjev, kot so na primer Severnoatlantski sveti, univerze, inštituti ipd. Mrežo podpore gradi tudi na svetovnem spletu, kjer se z digitalno diplomacijo približuje predvsem mlajšim generacijam bodočih voditeljev in odločevalcev, ki jih privlačijo neposredni stiki s pomembnimi osebami in možnost sodelovanja na mednarodnih dogodkih visokega pomena. Na ta način ustvarja pozitivne izkušnje, spodbujajo njihovo zavedanje transatlantskih varnostnih izzivov ter sooblikujejo njihova prepričanja in stališča. V vsem pa sodobna javna diplomacija

Nata na sofisticiran način izpolnjuje cilje zagotovitve ugodnega (globalnega) javnega mnenja in s tem legitimnosti delovanju organizacije.

Zakaj torej Slovenija pri javni diplomaciji na obrambnem področju v organizacijskem, praktičnem, »digitalnem« vidiku in načinu komuniciranja zgolj »stopica« za Natom, čeprav bi se lahko od njega veliko naučila? Dejstva in pretekle izkušnje iz vključevanja Slovenije v Nato in Evropsko unijo ter takrat opravljene obširne razprave s priporočili za izpopolnitev rabe javne diplomacije bi morali v pretečenem obdobju dati vidne rezultate v smeri sistematične urejenosti in kontinuiranosti njenega izvajanja na obrambnem področju. Vendar se po desetih letih zdi, da s tega vidika v praksi ni dosegla večjega premika k boljši organiziranosti, usklajenosti in kreativnosti. Čeprav lahko kot primer dobre prakse izpostavim delovanje Slovenije v vlogi kontaktnega veleposlaništva Nata v Črni gori ter delo obrambnega svetovalca, je siceršnje delovanje omejeno, vezano na občasne projektne dogodke, predvsem pa zgolj informiranje (dnevni odnosi z mediji), domačo javnost in na slovenski jezik. Pogrešam zlasti njen proaktivni del v duhu sodelovanja z (tujimi) javnostmi, ki bi se po mojem mnenju lahko odvijal vsaj v virtualnem svetu. V realnem svetu zanjo vidim priložnosti v regionalnem delovanju, predvsem nadaljnjem angažiranju v državah Zahodnega Balkana - aspirantkah za vključitev v evroatlantske integracije.

Zakaj torej ni premika, čeprav imamo na voljo vso ekspertizo, informacije, praktične izkušnje in podporo strokovnjakov iz zavezništva, od katerih bi se lahko marsikaj naučili? Nedvomno igrajo precejšnjo vlogo že izpostavljeni (domači) kadrovske in finančni resursi, a to, vsaj v finančnem delu, ne velja za svetovni splet. Morda bi bilo kontekstu omenjenih dveh rešitve treba iskati v mreženju – povezovanju s partnerji (organizacijami, tujimi predstavništvi, akademskimi ustanovami idr.)

Glede na (ne)organiziranost javne diplomacije na obrambnem področju se kot relevantno vprašanje kaže tudi, koliko sploh želi vlada obrambne teme postavljati v ospredje javne razprave. Zgolj domnevam lahko, da je izostanek teh tem na dnevnem redu v določenih primerih tudi njena strategija molka. Morebiti je zato za trenutne potrebe njeno izvajanje čisto zadostno v občasni, ad hoc obliki. Je po drugi strani mogoče, da za bolj ambiciozno javno diplomacijo manjka skupni cilj, ki bi združil in poenotil delovanje glavnih akterjev, kot v primeru našega vključevanja v

Nato in EU? Ali je razlog splošnejši – že dlje časa trajajoče pomanjkanje dolgoročne zunanjepolitične vizije na ravni Slovenije? Nezmožnost preseganja notranjepolitičnih delitev in stanje politične kulture, ki se navzven odraža tudi v (ne)kredibilnosti naše države v mednarodni skupnosti? In kakšna je vloga družbenih omrežij, ki povezujejo in razkrivajo hkrati?

Naj bosta moje raziskovanje in razmišljanje popotnica za tiste, ki želijo na področju javne diplomacije v Sloveniji stopiti korak naprej v smeri sprememb, izpostavljena vprašanja pa izziv za naslednje generacije voditeljev na odločilnih položajih. Nenazadnje je vse odvisno od nas, ljudi, ki smo temeljni gradniki javne diplomacije.

6 LITERATURA

1. 2010–2011 NATO Public Diplomacy Strategy. 2009. Dostopno prek: <http://publicintelligence.net/nato-public-diplomacy-2011/> (7. februar 2014).
2. Alexa. Top Sites. Dostopno prek: <http://www.alexa.com/topsites> (20. februar 2014).
3. Armistead, Leigh. 2004. *Information Operations. Warfare and the hard reality of soft power*. Washington D. C.: Brassey's. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/iwar/resources/jiopc/io-textbook.pdf> (30. julij 2014).
4. Armstrong, Matt. 2009. *Public Diplomacy is not Public Relations*. Dostopno prek: http://mountainrunner.us/2009/01/public_diplomacy_is_not_public_relations/#.UEJYIsHN_FU (30. avgust 2012).
5. Babst, Stefanie. 2008. Reinventing Nato's Public Diplomacy. *Research Paper* 41. Dostopno prek: <http://www.isn.ethz.ch/isn/Digital-Library/Publications/Detail/?ots591=CAB359A3-9328-19CC-A1D2-8023E646B22C&lng=en&id=94347> (12. februar 2010).
6. Babst, Stefanie. 2009. *Public Diplomacy – The art of engaging and influencing*. Dostopno prek: http://www.atlantic-community.org/app/webroot/files/articlepdf/Babst_Public_Diplomacy.pdf (26. marec 2010).
7. Babst, Stefanie. 2010. Skozi glasove se naše sporočilo še vedno sliši. *Revija Nato*. Dostopno prek: <http://www.nato.int/docu/review/2010/Lisbon-Summit/Message-New-Nato/SL/index.htm> (11. januar 2011).
8. Babst, Stefanie. 2010a. Nato's New Strategic Concept: Inspired by the Masses? *Turkish Policy Quarterly* 9 (1): 61–66. Dostopno prek: <http://www.turkishpolicy.com/images/stories/2010-01-tpq/61-66.pdf> (27. maj 2012).
9. Babst, Stefanie. 2011. *Security Policies 2.0 – can Facebook, Twitter & co make an impact?* Dostopno prek: http://www.atlantic-community.org/index/articles/view/Security_Policies_2.0%3A_Can_Facebook,_Twitter_and_Co_Make_an_Impact%3F (7. oktober 2011).
10. Babst, Stefanie. 2012. *The Challenge of Making NATO's Voice Heard*. Dostopno prek: <http://www.exchangediplomacy.com/the-challenge-of-making-natos-voice-heard> (14. avgust 2012).

11. BBC. Dostopno prek: <http://www.bbc.co.uk> (14. oktober 2011).
12. Barle, Anže. 2010. Novi Strateški koncept Nata. *Revija Obramba* 42: 21-23.
13. Barston, Ronald Peter. 1998. *Modern Diplomacy*. London: Longman.
14. Baylis, John, Steve Smith in Patricia Owens. 2008. *The Globalization of World Politics*. New York: Oxford University Press Inc.
15. Benko, Vlado. 1987. *Mednarodni odnosi*. Maribor: Založba obzorja.
16. Benko, Vlado. 1997. Znanost o mednarodnih odnosih. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede.
17. Bernays, Edward. 2005. *Propaganda*. New York, Ig Publishing.
18. Bernik, Igor in Kaja Prislan. 2011. Informacijsko bojevanje v Sloveniji – od tradicionalno lokalnega v globalni kibernetiki prostor. *Varstvoslovje* 13 (3): 261–269. Dostopno prek: http://www.fvv.uni-mb.si/varstvoslovje/articles/VS-2011-3-03_Bernik_Prislan.pdf (30 julij 2014).
19. Brglez, Milan. 1998. Kodifikacija sodobnega diplomatskega prava. V *Diplomacija in Slovenci*, ur. Jazbec, Milan, 59–88. Celovec. Drava.
20. Brown, John. 2008. *Public Diplomacy and Propaganda: Their Differences*. Dostopno prek: http://www.unc.edu/depts/diplomat/item/2008/0709/comm/brown_pudiplprop.html (14. 8. 2014).
21. Brown, Robin. 2011. *Public Diplomacy and Social Networks*. Dostopno prek: http://www.allacademic.com/one/www/www/index.php?cmd=www_search&offset=0&limit=5&multi_search_search_mode=publication&multi_search_publication_fulltext_mod=fulltext&textfield_submit=true&search_module=multi_search&search=Search&search_field=title_idx&fulltext_search=Diplomacy+and+Social+Networks (7. oktober 2011).
22. *Bucharest Summit Declaration*. 2008. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/natolive/official_texts_8443.htm (11. januar 2011).
23. Byrne, Caitlin. 2012. *Public Diplomacy and Constructivism: A Synergic and Enabling Relationship*. International Studies and Association Annual Conference. San Diego, 1. - 4. April 2012. Dostopno prek: <http://files.isanet.org/ConferenceArchive/c0f3deebd76244828cc6ed1c12810555.pdf> (22. september 2012).
24. Center for Strategic and International Studies. 2014. *Young Professionals: The Future of Nato*. Dostopno prek: <http://csis.org/event/young-professionals-future-nato> (10. februar 2014).

25. Chitty, Naren. 2009. Australian Public Diplomacy. V Routledge Handbook of Public Diplomacy, ur. Nancy Snow in Philip M. Taylor, 314-322. New York: Routledge.
26. *Communication Theory*. Dostopno prek: <http://communicationtheory.org/lasswells-model/> (6. september 2014).
27. Cowan, Geoffrey in Amelia Arsenault. 2008. Moving from Monologue to Dialogue and Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616 (1): 10–30. Dostopno prek: <http://ann.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/616/1/10.full.pdf+html> (27. marec 2010).
28. Cull, Nicholas J. 2008. Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616 (1): 31–54. Dostopno prek: <http://ann.sagepub.com/content/616/1/31> (5. julij 2011).
29. Černigoj, Lavra. 2006. *Javna diplomacija in Republika Slovenija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
30. Delo. 2011. *Pahor je prehiteval z napovedjo o umiku vojakov iz Afganistana*. Dostopno prek: http://www.delo.si/novice/politika/pahor-je-prehiteval-z-napovedjo-o-umiku-vojakov-z-afganistana_2.html (6. julij 2011).
31. Delo 2014. *Kdo na digitalnem parketu vodi tango*. Dostopno prek: <http://www.delo.si/novice/politika/kdo-na-digitalnem-parketu-vodi-tango.html> (14. marec 2014).
32. *Deutsche Welle*. Dostopno prek: <http://www.dw-world.de> (14. oktober 2011).
33. Dewey, John. 1999. *Javnost in njeni problemi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
34. Dunn Cavelt, Myriam. 2008. Information Operations: Trends and Controversies. *CSS Analyses in Security Policy* 3 (34): 1–3. Dostopno prek: <http://www.css.ethz.ch/publications/pdfs/CSS-Analyses-34.pdf> (30. julij 2014).
35. Facebook. 2014a. *Facebook. Product/service*. Dostopno prek: https://www.facebook.com/facebook/timeline?ref=page_internal (2. februar 2014).
36. --- 2014b. *Nato*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/NATO> (3. marec 2014).

37. --- 2014c. *Anders Fogh Rasmussen*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/andersfoghrasmussen> (4. marec 2014).
38. --- 2014č. *Model Nato Youth Summit*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/modelnatoyouthsummit> (10. februar 2014).
39. --- 2014d. *Nato Facebook*. Nato iReps Competition. <https://www.facebook.com/search/keyword/?q=nato%20ireps> (10. februar 2014).
40. --- 2014e. *Kolinda Grabar-Kitarović*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/KolindaGrabarKitarovic> (4. marec 2014).
41. --- 2014f. *Ministrstvo za obrambo*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/pages/Ministrstvo-za-obrambo-RSSlovenian-Ministry-of-Defence/167871313259398> (8. marec 2014).
42. --- 2014g. *Ministrstvo za zunanje zadeve*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/pages/Slovenian-Ministry-of-Foreign-Affairs-Ministrstvo-za-zunanje-zadeve-RS/140650099320596#!/140650099320596/photos/a.407184546000482.113316.140650099320596/815616705157262/?type=1&theater> (7. marec 2014).
43. --- 2014h. *Barack Obama*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/barackobama> (14. marec 2014).
44. --- 2014i. *The White House*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/thewhitehouse> (14. marec 2014).
45. Ferjančič, Emil. 2012. *Fokusiran intervju z Vodjo službe za javno diplomacijo Ministrstva za zunanje zadeve*. Ljubljana, 23. oktober 2012.
46. Feulner, Edwin J., Helle C. Dale, Colleen Graffy, Michael Doran, Joseph Duffey, Tony Blankley. 2008. Public Diplomacy: Reinvigorating America's Strategic Communications Policy. *Heritage Lectures* 1065. Dostopno prek: <http://www.heritage.org/research/lecture/public-diplomacy-reinvigorating-americas-strategic-communications-policy> (11. januar 2011).
47. Fisher, Ali. 2006. Public diplomacy in the United Kingdom. V *The Present and Future of Public Diplomacy: A European Perspective*, ur. Javier Noya, Elcano Royal Institute for Strategic Studies. Dostopno prek: <http://www.wandrenpd.com/wp-content/uploads/2010/01/PD-in-the-UK.pdf> (18 avgust 2012).

48. Fitzpatrick, Kathy R. 2011. U.S. Public Diplomacy in a post 9/11 World: From Messaging to Mutuality. *CPD Perspectives on Public Diplomacy*, 6: 1–54. Dostopno prek: http://uscpublicdiplomacy.org/publications/perspectives/CPD_Perspectives_Mutuality.pdf (22. september 2012).
49. France 24. Dostopno prek: <http://www.france24.com/en/> (14. avgust 2014).
50. Gilboa, Eytan. 2008. Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616 (1): 55-77. Dostopno prek: <http://ann.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/616/1/55.full.pdf+html> (26. marec 2010).
51. Gregory, Bruce. 2008. Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616 (1): 274–290 Dostopno prek: <http://abs.sagepub.com/content/616/1/274> (6. julij 2011).
52. Gregory, Bruce. 2008a. Public Diplomacy and Governance: Challenges for Scholars and Practitioners. V *Global Governance and Diplomacy*, ur. Cooper, Andrew F., Brian Hocking in William Maley, 241–256. New York: Palgrave Macmillan.
53. Grizold, Anton. 1989. Obramboslovje – družbena veda. V *Obramboslovje na Slovenskem*, ur. Vlasta Vičič, 3–11. Ljubljana: Marksistični center CK ZK Slovenije.
54. Gruban, Brane, Dejan Verčič in Franci Zavrl. 1997. *Pristop k odnosom z javnostmi*. Ljubljana: Pristop.
55. Gruban, Darja. 2002. *Javna diplomacija kot sodobna diplomatska praksa*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
56. Guček, Bojan. 2003. *Sedem fragmentov k zunanji politiki*. Dostopno prek: <http://www.prihodnost-slovenije.si/up-rs/ps.nsf/krf/CB261848EBE2C81EC1256E940046C579?OpenDocument> (10. avgust 2014).
57. Habjan, Blaž. 2008. *Javna diplomacija v mednarodnih organizacijah – primer UNICEFA*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
58. Heine, Jorge. 2008. On the Manner of Practising the New Diplomacy. V *Global Governance and Diplomacy*, ur. Cooper, Andrew F., Brian Hocking in William Maley, 271–287. New York: Palgrave Macmillan.
59. Helbig, Robert. 2011. *Defining its future, engaging its public: NATO's new Strategic Concept as a tool for survival*. ISU Conference Paper, 8. april 2011. Dostopno prek: <http://pol.illinoisstate.edu/downloads/conferences/2011/>

- Helbig.pdf (2. avgust 2011).
60. Hocking, Brian. 2005. Rethinking the 'New' Public Diplomacy. V *The New Public Diplomacy. Soft Power in international Relations*, ur. Melissen, Jan, 28–43. London: Palgrave Macmillan.
 61. Internet World Stats. Dostopno prek: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (18. februar 2014).
 62. Jazbec, Milan. 2002. *Diplomacija in varnost*. Ljubljana: Vitrum.
 63. Jazbec, Milan. 2009. Slovenia and NATO: A handful of rich experience. V *News of the Euro-Atlantic Council of Slovenia*. Conference materials, ur. Anton Bebler, Tomaž Šušteršič in Petra Fras, 39–49. Dostopno prek: http://www.vlada.si/fileadmin/dokumenti/si/projekti/2009/NATO/Zbornik-60let_NATO.pdf (23. avgust 2012).
 64. Johnson, Caitlin A. 2009. 'Sesame Street and Muppet Diplomacy'. *CBS News*, 11. Februar. Dostopno prek: <http://www.cbsnews.com/stories/2006/12/06/sunday/main2235639.shtml> (15. avgust 2011).
 65. *Joint Publication 3-13. Information operations*. 2012 - http://www.dtic.mil/doctrine/new_pubs/jp3_13.pdf (5. avgust 2014).
 66. Jönsson, Christer. 2008. Global Governance: Challenges to Diplomatic Communication, Representation and Recognition. V *Global Governance and Diplomacy*, ur. Cooper, Andrew Fenton., Brian Hocking in William Maley, 29–38. New York: Palgrave Macmillan.
 67. Kaplan, Andreas M. in Michael Haenlein. 2010. Users of the world unite! The challenges an opportunities of social media. Dostopno prek: <http://www.slideshare.net/Twittercrisis/kaplan-and-haenlein-2010-social-media> (7. avgust 2014).
 68. Key, Valdimir Orlando. 2007. Javno mnenje in demokratična politika v *Komunikološka hrestomatija 3*, ur. Slavko Splichal, 139–152. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
 69. *Komunikacijska strategija vključevanja Republike Slovenije v Nato*. 2001. Pridobljena v Službi za strateške komunikacije Ministrstva za obrambo Republike Slovenije.
 70. Kopušar, Edvard. 2012. *Pogovor o javni diplomaciji*. Ministrstvo za zunanje zadeve Republike Slovenije, 7. september 2012.

71. Kuehl, Daniel T. 2002. *Information operations, Information Warfare, and Computer Network Attack*. Dostopno prek: <https://www.usnwc.edu/getattachment/aada5e5e-da53-4823-b055-7b85817c20cc/Information-Operations,-Information-Warfare,-and-C.aspx> (5. avgust 2014).
72. Lampret, Uroš in Staša Novak. 2010. Nov Strateški koncept Nata: Zakaj je Nato še vedno nepogrešljiv? *Bilten Slovenske vojske*. 12 (4): 15-31.
73. Leonard, Mark, Catherine Stead in Conrad Smewing. 2002. *Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Centre.
74. Leonard, Mark, Andrew Small in Martin Rose. 2005. *British Public Diplomacy in the 'Age of Schisms'*. London: Foreign Policy Centre.
75. L'Etang, Jacquie. 2009. Public Relations and Diplomacy in a Globalized World: An Issue of Public Communication. *American Behavioral Scientist* 53 (4) 607–626. Dostopno prek: <http://abs.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/53/4/607.full.pdf+html> (12. februar 2011).
76. Libicki, Martin. 1995. *What is information warfare?* Dostopno prek: <http://www.dtic.mil/cgi-bin/GetTRDoc?AD=ADA367662>-(6. avgust 2014).
77. Malešič, Marjan. 1997. *Propaganda in war*. Stockholm : Styrelsen för psykologiskt försvar.
78. Malešič, Marjan. 2013. Vloga medijev in propagande v vojnah na območju nekdanje Jugoslavije. *Acta Histriae* 21 (4): 855–878. Dostopno prek: <http://zdjp.si/it/docs/acta/n21-4/malesic.pdf> (5. avgust 2014).
79. Malešič, Marjan, Sandra B. Hrvat in Marko Polič. 2006. *Komuniciranje v krizi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
80. Macnamara, Jim. 2012. Corporate and Organizational Diplomacy: an alternative paradigm to PR. *Journal of Communication Management* 16 (3): 312–325.
81. Melissen, Jan. 2005. The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice. V *The New Public Diplomacy. Soft Power in international Relations*, ur. Melissen, Jan, 3–27. London: Palgrave Macmillan.
82. *Merriam-Webster Dictionary*. Dostopno prek: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/meme> (21. avgust 2011).
83. *Ministrstvo za zunanje zadeve*. 2011. Slovenija prevzela vlogo kontaktnega veleposlaništva Nata v Črni gori. Dostopno prek:

- http://www.mzz.gov.si/nc/si/medijsko_sredisce/novica/article/141/28063/ (1. junij 2011).
84. *Ministrstvo za zunanje zadeve*. 2014. *Strateški svet o izhodiščih zunanjepolitične strategije*. Dostopno prek: http://www.mzz.gov.si/nc/si/medijsko_sredisce/novica/article/32647/ (11. februar 2014).
 85. --- 2014b. Dostopno prek: <http://www.mzz.gov.si/> (26. februar 2014).
 86. *Munich Security Conference*. Dostopno prek: <https://www.securityconference.de/en/activities/munich-security-conference/msc-2014/storify/> (26. februar 2014).
 87. *Model organiziranosti vladnih odnosov z javnostmi*. 2007. Dostopno prek: http://www.ukom.gov.si/fileadmin/ukom.gov.si/pageuploads/dokumenti/Programi_in_porocila/model-odnosi-z-javnostmi.pdf (26. april 2012).
 88. Najžar, Uroš. 2012. *Uporaba družabnih omrežij v javni diplomaciji – prednosti in slabosti (študije primerov)*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
 89. Nato. 2006. *Nato Handbook*. Bruselj: Nato Public Diplomacy Division.
 90. Nato. 2011a. *Committee for Public Diplomacy*. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/natolive/topics_69272.htm (10. januar 2011).
 91. --- 2011b. *Communication and information programmes*. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/natolive/topics_69275.htm? (10. junij 2011).
 92. --- 2011c. *Nato Contact Point Embassies*. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/natolive/topics_49190.htm (19. junij 2011).
 93. --- 2011č. *Science for Peace and Security*. Dostopno prek: <http://www.nato.int/cps/en/natolive/78209.htm> (19. junij 2011).
 94. --- 2011d. *New Strategic Concept*. Dostopno prek: <http://www.nato.int/strategic-concept/> (21. junij 2011).
 95. Nato. 2012a. »New Challenges – Better Capabilities«. Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the Bratislava Security Conference, 22. 10 2009. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1B52C1928/natolive/opinions_58248.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
 96. --- 2012b. »Nato at 60 – »Traditional values and New Threats.« Address by the NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the 14th

- International NATO Conference, Budapest, Hungary, 19. 11. 2009. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/natolive/opinions_59297.htm (8. junij 2012).
97. --- 2012c. »NATO as a guarantor of territorial defence and a provider of global security.« Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the conference "NATO Talk around the Brandenburger Tor" in Berlin, 26. 11. 2009 Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1-B52C1928/natolive/opinions_59491.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
98. --- 2012č. »NATO and Russia, partners for the future.« Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the Moscow State Institute for International Relations, 17. 12. 2009. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1-B52C1928/natolive/opinions_60223.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012)
99. --- 2012d. Speech by NATO Secretary Anders Fogh Rasmussen at Georgetown University, 22. 2. 2010. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1B52C1928/natolive/opinions_61566.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
100. --- 2012e. Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the Strategic Concept Seminar in Helsinki, 4. 3. 2010. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1-B52C1928/natolive/opinions_61891.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
101. --- 2012f. Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at NATO's New Strategic Concept - Global, Transatlantic and Regional Challenges and Tasks Ahead - Warsaw, Poland, 12. 3. 2010. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1-B52C1928/natolive/opinions_62143.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
102. --- 2012g. »Building a Euro-Atlantic Security Architecture«. Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the Brussels Forum 2010 organised by the German Marshall Fund, Brussels, Belgium, 27. 3. 2010. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1-B52C1928/natolive/opinions_62395.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
103. --- 2012h. »Afghanistan and the Future of Peace Operations.« Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the University of Chicago, 8. 4. 2010. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1B52C1928/natolive/opinions_62510.htm?selectedLocale=en

- (8. junij 2012).
104. --- 2012i. »On Alliance Solidarity in the 21st Century.« Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen - Tallinn, Estonia, 22. 4. 2010. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1B52C1928/natolive/opinions_62699.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
105. --- 2012j. Address by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the Belgian Royal High Institute for Defence, 26. 4. 2010. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/natolive/opinions_62923.htm (8. junij 2012).
106. --- 2012k. »Meeting Future Challenges Together.« Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the Bucharest University, 7. 5. 2010. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1-B52C1928/natolive/opinions_63307.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
107. --- 2012l. »Renewing the Transatlantic security community in the age of globalisation.« Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the Central Military Club, Sofia, Bulgaria, 20. 5. 2010. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1B52C1928/natoliveOpinions_63773.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
108. --- 2012m. Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the Spring Session of the NATO Parliamentary Assembly in Riga. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1-B52C1928/natolive/opinions_63981.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
109. --- 2012n. »NATO – Managing Security in a Globalised World.« Speech by Secretary General of NATO Anders Fogh Rasmussen at the Catholic University of Lisbon, Portugal, 2. 7. 2010. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SIDC6EBD3B1B52C1928/natolive/opinions_64814.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
110. --- 2012o. »The New Strategic Concept: Active Engagement, Modern Defence.« Speech by NATO Secretary General Anders Fogh Rasmussen at the German Marshall Fund of the United States (GMF), Brussels, 8. 10. 2010. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/SID-C6EBD3B1-B52C1928/natolive/opinions_66727.htm?selectedLocale=en (8. junij 2012).
111. --- 2012p. *Montenegro*. Dostopno prek: http://www.nato-montenegro.me/koordinacioni-tim/akcioni-planovi/cat_view/80-dokumenta?orderby=dmdate_published&ascdesc=DESC (17. julij 2012).

112. Nato. 2014a. *Nato Contact Point Embassies 1. 1. 2013–31. 12. 2014.* Dostopno prek: http://www.nato.int/nato_static/assets/pdf/pdf_topics/130107-CPEs2013_.pdf (9. februar 2014).
113. --- 2014b. *Nato.* Dostopno prek: <http://www.nato.int/cps/en/natolive/index.htm#5BEEA9C2740842FA8B8F5133EA69509C> (26. februar 2014).
114. *NATO Strategic Communications Policy.* 2009. Dostopno prek: <http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf> (7. februar 2014).
115. *NATO/ISAF Strategic Communications Framework 2011.* 2011. Dostopno prek: <http://publicintelligence.net/nato-stratcom-afghanistan/> (7. februar 2014).
116. *NATO/KFOR Strategic Communications Framework 2011.* 2011. Dostopno prek: <http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Kosovo-2011.pdf> (7. februar 2014).
117. *NATO Strategic Communications Framework – Nato Operations in support of UN Security Council 1973.* 2011. Dostopno prek: <http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Libya.pdf> (7. februar 2014).
118. Noya, Javier. 2006. The United States and Europe: Convergence or Divergence in Public Diplomacy? V *The Present And Future Of Public Diplomacy: A European Perspective.* Dostopno prek: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/ebc7338045e54b8a95f2fd762a2d4af9/WP29-2006_Noya_Public_Diplomacy_Europe.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ebc7338045e54b8a95f2fd762a2d4af9 (2. september 2014).
119. Nye, Joseph S. Jr. 2004. *Soft Power. The Means to Success in World Politics.* New York: Public Affairs.
120. Nye, Joseph S. Jr. 2008. Public Diplomacy and Soft Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science.* 616 (1): 94–109. Dostopno prek: <http://ann.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/616/1/94.full.pdf+html> (30. junij 2011).
121. Nye, Joseph S. Jr. 2010. Smart power needs smart public diplomacy. *The Daily Star*, 15. februar. Dostopno prek: <http://www.dailystar.com.lb/Opinion/Commentary/Feb/15/Smart-power-needs-smart-public-diplomacy.ashx#axzz1ScxkOpPY> (30. junij 2011).

122. *Obrambna strategija Republike Slovenije*. 2012. Dostopno prek: http://www.mo.gov.si/fileadmin/mo.gov.si/pageuploads/pdf/javne_objave/2012/obr_strategija.pdf (8. junij 2012).
123. Ordeix-Rigo, Enric in João Duarte. 2009. From Public Diplomacy to Corporate Diplomacy: Increasing Corporation's Legitimacy and Influence. *American Behavioral Scientist* 53 (4): 549–564. Dostopno prek: <http://abs.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/53/4/549.full.pdf+html> (6 februar 2011).
124. *Primerjalna analiza učinkovitega spletnega komuniciranja. Poročilo*. 2012. Elaborat d.o.o.
125. Paul, Christopher. 2008. *Information Operations. Doctrine and Practice*. Westport, Connecticut: Praeger Security International.
126. Payne, Gregory J. 2009. Trends in Global Public Relations and Grassroots Diplomacy. *American Behavioral Scientist* 53 (4): 487–492. Dostopno prek: <http://abs.sagepub.com/content/53/4/487.citation> (6. februar 2011).
127. Plavšak Krajnc, Kristina. 2004. Javna diplomacija: temeljni koncept in trendi. *Teorija in praksa* 41 (3–4): 643–658.
128. Pogovori o prihodnosti Slovenije pri predsedniku republike. Dostopno prek: <http://www.prihodnost-slovenije.si/up-rs/ps.nsf> (14. februar 2011).
129. Poročilo o dejavnosti Republike Slovenije na Zahodnem Balkanu v letu 2012 in o uresničevanju Smernic za delovanje Republike Slovenije do Zahodnega Balkana. Dostopno prek: http://www.vlada.si/fileadmin/dokumenti/si/projekti/2014/Zahodni_Balkan/Porocilo_vladi_o_ZB-2012.pdf (26. februar 2014).
130. Pratkanis, Anthony. 2009. Public Diplomacy in International Conflicts. V *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, ur. Nancy Snow in Philip M. Taylor, 195–200. New York: Routledge.
131. *Program obveščanja javnosti o vključevanju Slovenije v Nato*. 2001. Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje. Dostopno prek: http://www.ukom.gov.si/fileadmin/ukom.gov.si/pageuploads/dokumenti/Programi_in_porocila/nato-program.pdf (1. julij 2011).
132. Radenković, Milena. 2012. *Posredovani odgovori uslužbenke Veleposlaništva Republike Slovenije v Podgorici – Kontaktnega veleposlaništva za Nato, pristojne za javno diplomacijo*. 11. julij 2012.

133. Reding, Anaïs, Kristin Weed in Jeremy J. Ghez 2010. Nato Strategic Communication Concept and its relevance for France. *RAND Corporation technical report series*. Dostopno prek: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/technical_reports/2010/RAND_TR855.2.pdf (1. julij 2011).
134. Reinhard, Keith. 2009. American Business and its Role in Public Diplomacy. V *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, ur. Nancy Snow in Philip M. Taylor, 195-200. New York: Routledge.
135. *Resolucija o strategiji nacionalne varnosti Republike Slovenije*. 2010. Ur. l. RS 27/2010 (2. april 2010). Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=201027&stevilka=1189> (16. januar 2011).
136. Riordan, Shaun. 2004. Dialogue-based Public Diplomacy: A New Foreign Policy Paradigm? *Discussion Papers in Diplomacy* 95. Dostopno prek: http://www.clingendael.nl/publications/2004/20041100_cli_paper_dip_issue95.pdf (28. marec 2010).
137. Riordan, Shaun. 2005. Dialogue-based Public Diplomacy: A New Foreign Policy Paradigm? V *The New Public Diplomacy. Soft Power in international Relations*, ur. Jan Melissen, 180–195. London: Palgrave Macmillan.
138. Rivas, Cesar Villanueva. 2010. *Cosmopolitan Constructivism: Mapping a Road to the Future of Cultural and Public Diplomacy*. Dostopno prek: <http://publicdiplomacymagazine.com/cosmopolitan-constructivism-mapping-a-road-to-the-future-of-cultural-and-public-diplomacy/> (28. maj 2012).
139. Rochester, Martin J. 2010. *Fundamental Principles of International Relations*. Philadelphia: Westview Press.
140. Ronfeldt, David in John Arquilla. 2009. Noopolitik. A new paradigm of Public Diplomacy. V *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, ur. Nancy Snow in Philip M. Taylor, 352–362. New York: Routledge.
141. Ross, Alec in Ben Scott. 2011. Socialni mediji: vzrok, učinek in odziv. Revija Nato. Dostopno prek: http://www.nato.int/docu/review/2011/Social_Medias/21st-century-statecraft/SL/index.htm (14. avgust 2012).
142. RT. Dostopno prek: <http://rt.com/> (14. avgust 2014).
143. RTV Slovenija. 2011a. *Začeli se bomo dogovarjati za umik iz Afganistana*. Dostopno prek: <http://www.rtvsl.si/slovenija/pahor-zaceli-se-bomo-dogovarjati-za-umik-iz-afganistana/260470> (23. junij 2011).

144. --- 2011b. *Jelušičeva: Umik vojakov iz Afganistana oktobra bi bil preuranjen*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/slovenija/jelusiceva-o-umiku-iz-afganistana-sploh-nismo-govorili/260531> (24. junij 2011).
145. --- 2011c. *Pahor Rasmussenu pojasnil odločitev o umiku vojakov iz Afganistana*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/slovenija/pahor-rasmussenu-pojasnil-odlocitev-o-umiku-iz-afganistana/260738> (27. junij 2011).
146. Russett, Bruce in Harvey Starr. 1996. *World Politics: the Menu for Choice*. New York: W. H. Freeman and Company.
147. Scholte, Jan Aart. 2008. From Government to Governance: Transition to a New Diplomacy. V *Global Governance and Diplomacy*, ur. Cooper, Andrew F., Brian Hocking in William Maley, 39–60. New York: Palgrave Macmillan.
148. Selan, Aljoša. 2012. *Posredovani odgovori obrambnega svetovalca Ministrstva za obrambo Republike Slovenije v Črni gori*, 11. junij 2012.
149. Serajnik Sraka, Nada. 2009. *Komunikacijske kampanje: priročnik za načrtovanje, vodenje in ocenjevanje kampanj*. Ljubljana: GV Založba.
150. Sharp, Paul. 2005. Revolutionary States, Outlaw regimes and the Techniques of Public Diplomacy. V *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*, ur. Jan Melissen, 106-123. New York. Palgrave Macmillan.
151. Shea, Jamie. 2011. Nato's new Strategic concept: moving from Theory to Practice. *European Perspectives* 3 (1): 7–16.
152. Sigsgaard, Jens Nielsen. 2009. The New Era of Diplomacy: The Effects of Public Diplomacy, Nation Branding and Cultural Diplomacy. Dostopno prek: [http://projekter.aau.dk/projekter/en/studentthesis/the-new-era-of-diplomacy\(5d41b1f2-0865-4583-9935-d06edacfa8ab\).html](http://projekter.aau.dk/projekter/en/studentthesis/the-new-era-of-diplomacy(5d41b1f2-0865-4583-9935-d06edacfa8ab).html) (28. maj 2012).
153. Sila, Aleš in Aleksandra Pelko. 2012. *Fokusiran intervju z vodjo Službe za strateško komuniciranje in svetovalko za odnose z javnostmi Službe za strateško komuniciranje Ministrstva za obrambo*. Ljubljana, 22. 8. 2012.
154. Slaček Brlek, Aleksander Sašo. 2009. Javno mnenje in javnomnenjske poizvedbe. *Javnost* 16: S99–S116. Dostopno prek: <http://javnost-thepublic.org/article/pdf/2009/5/6/> (4. avgust 2014).
155. Skupno spletišče v podporo včlanjevanju Slovenije v Nato. Dostopno prek: <http://nato.gov.si/slo/slovenija-nato/> (6. julij 2011).

156. Smernice za delovanje Republike Slovenije do Zahodnega Balkana. Dostopno prek: http://www.mzz.gov.si/fileadmin/pageuploads/Zunanja_politika/Zahodni_Balkan/Smernice_ZB.pdf (18. julij 2012).
157. Snow, Nancy. 2012. *Public Diplomacy and Propaganda: Rethinking Diplomacy in the Age of Propaganda*. Dostopno prek: <http://www.e-ir.info/2012/12/04/public-diplomacy-and-propaganda-rethinking-diplomacy-in-the-age-of-persuasion/> (30. julij 2014).
158. *Socialmedia today*. What happens online in 60 seconds? Dostopno prek: <http://socialmediatoday.com/timgrimes/1619306/what-happens-online-60-seconds-infographic> (19. februar 2014).
159. *Socialmediafuehrerschein*. Dostopno prek: <http://socialmediafuehrerschein.de/tag/social-media-dienste/> (10. Februar 2012).
160. Splichal, Slavko. 2004. Vidnost in moč v javnem mnenju. *Javnost* 11: S13–S28.
161. Splichal, Slavko. 1997. *Javno mnenje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
162. Stalno predstavništvo Republike Slovenije pri zvezi Nato. 2011. Dostopno prek: [http://bruselj.misija.si/index.php?id=1120&L=0&tx_ttnews\[tt_news\]=6709&tx_ttnews\[backPid\]=12&cHash=0b49b304d9](http://bruselj.misija.si/index.php?id=1120&L=0&tx_ttnews[tt_news]=6709&tx_ttnews[backPid]=12&cHash=0b49b304d9) (7. julij 2011).
163. *Statisticbrain*. Facebook Statistics. Dostopno prek: <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/> (20. februar 2014).
164. *Strasbourg/Kehl Summit Declaration*. 2009. Dostopno prek: http://www.nato.int/cps/en/natolive/news_52837.htm?mode=pressrelease (10. 1. 2011).
165. *Strategija o sodelovanju Republike Slovenije v mednarodnih operacijah in misijah*. Ur. I. RS 19/2010 (12. marec 2010). Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=96635> (16. januar 2011)
166. Strmšnik, Domen. 2009. *Javno mnenje kot instrument političnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
167. Strnad, Peter. 2008. *Informacijske operacije kot dejavnik preoblikovanja oboroženih sil*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
168. Svete, Uroš. 2006. Informacijsko-komunikacijska tehnologija in sodobne varnostne teorije. V *Varnost v postmoderni družbi*, ur. Marjan Malešič, 47-67. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

169. Szondi, Gyorgy. 2008. Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. V *Discussion Papers in Diplomacy*, ur. Virginie Duthoit in Ellen Huijgh, 1–42. Dostopno prek: http://www.clingendael.nl/publications/2008/20081022_pap_in_dip_nation_branding.pdf (14. avgust 2012).
170. Šavc, Primož. 2011. *Posredovani odgovori direktorja Direktorata za obrambno politiko na Ministrstvu za obrambo Republike Slovenije*. Ljubljana, 18. avgust 2011.
171. Škrlep, Andrej. 2002. Javnost, javno mnenje in diskurzivna racionalnost. *Družboslovne razprave* VIII (41): 153–169. Dostopno prek: <http://www.druzboslovnerazprave.org/media/pdf/clanki/dr41Skerlep.PDF> (30. avgust 2011).
172. *The Role of Nato Contact Point Embassies*. 2008.
173. *The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy*. Dostopno prek: <http://fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html> (1. marec 2010).
174. *Transatlantic trends*. 2007. Dostopno prek: http://www.gmfus.org/trends/doc/2007_english_key.pdf (5. januar 2011).
175. *Transatlantic trends*. 2008. Dostopno prek: http://www.gmfus.org/trends/doc/2008_english_key.pdf (5. januar 2011).
176. Tuch, Hans. 1990. *Communicating with the world*. New York. St. Martin's Press.
177. Twitter. 2012. *Ministrstvo za obrambo*. Dostopno prek: https://twitter.com/MO_RS (15. avgust 2012).
178. Twitter. 2014a. *About*. Dostopno prek: <https://about.twitter.com/company> (20. februar 2014).
179. --- 2014b. *Discover Twitter*. Dostopno prek: https://discover.twitter.com/?utm_source=business&utm_medium=web&utm_campaign=seo (20. februar 2014).
180. --- 2014c. *Twitter Statistics*. Dostopno prek: <http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics/> (20. februar 2014).
181. --- 2014č. *Anders Fogh Rasmussen*. Dostopno prek: <https://twitter.com/AndersFoghR/status/436538208349069312> (26. februar 2014).

182. --- 2014d. *Nato*. Dostopno prek: <https://twitter.com/NATO> (26. februar 2014).
183. --- 2014e. *Anders Fogh Rasmussen*. Dostopno prek: <https://twitter.com/AndersFoghR/status/436538208349069312> (4. marec 2014).
184. --- 2014f. *Ministrstvo za obrambo*. Dostopno prek: https://twitter.com/MO_RS (8. marec 2014).
185. --- 2014g. *Ministrstvo za zunanje zadeve*. Dostopno prek: <https://Twitter.com/MZZRS> (8. marec 2014).
186. --- 2014h. *Barack Obama* Dostopno prek: <https://twitter.com/BarackObama> (14. marec 2014).
187. --- 2014i. *The White House*. Dostopno prek: <https://twitter.com/WhiteHouse> (14. Marec 2014).
188. --- 2014j. *Roman Jakič*. Dostopno prek: <https://twitter.com/RomanJakic> (10. marec 2014).
189. Udovič, Boštjan. 2009. *Ekonomska in gospodarska diplomacija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede
190. Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje. 2012. *O uradu*. Dostopno prek: http://www.ukom.gov.si/si/o_uradu/ (10. julij 2012).
191. *Ustava Republike Slovenije*. Ur. l. RS št. 1/1991. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=19911&stevilka=4> (11. januar 2011).
192. Van Dyke, Mark A. in Dejan Verčič. 2009. Public Relations, Public Diplomacy, and Strategic Communication: An International model of Conceptual Convergence. V *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*, ur. Krishnamurthy Sriramesh in Dejan Verčič, 822–842. London: Routledge.
193. Verčič, Dejan. 1999. Odnosi z javnostmi v Evropi. *Teorija in praksa* 36 (4): 519-529.
194. Verčič, Dejan in Beeteke van Ruler. 2002. Refleksivni komunikacijski menedžment. *Teorija in praksa* 39 (5): 739–754. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/tip/tip20025VercicvanRuler.PDF> (11. januar 2011).
195. Viotti, Paul R. in Mark V. Kauppi. 1999. *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism, and beyond*. Boston: Allyn&Bacon.
196. Vlada Republike Slovenije. 2011. 114. redna seja Vlade RS. Dostopno prek: http://www.vlada.si/si/medijsko_sredisce/sporocila_ministrstev_in_

- vladnih_sluzb/archive/2010/07/browse/4/cat/441/ (1. julij 2011).
197. Vlada Republike Slovenije. 2012. *Organiziranost in pristojnosti*. Dostopno prek: http://www.vlada.si/o_vladi/organiziranost_in_pristojnosti/pristojnosti_vlade/ (30. junij 2012).
 198. Vlada Republike Slovenije. 2014. *43. redna seja Vlade RS*. Dostopno prek: http://www.vlada.si/delo_vlade/seje_vlade/sporocila_za_javnost/sporocila_za_javnost/article/43_redna_seja_vlade_rs_36653/ (11. februar 2014).
 199. *Voice of America*. Dostopno prek: <http://www.insidevoa.com> (14. oktober 2011).
 200. Vrečko, Tisa. 2011. *Uokvirjanje kriz skozi prizmo preteklosti: primer okvare v Jedrski elektrarni Krško*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
 201. Vreg, France. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
 202. Vukadinović, Radovan. 1995. *Diplomacija. Strategija političnih pogajanj*. Ljubljana: Arah Consulting.
 203. We-Nato. 2012. Dostopno prek: <http://we-nato.org> (14. avgust 2012).
 204. Yun, Seong-Hun in Elizabeth L. Toth. 2009. Future Sociological Public Diplomacy and the Role of Public Relations: Evolution of Public Diplomacy. *American Behavioral Scientist* 53 (4): 493–503. Dostopno prek: <http://abs.sagepub.com/content/53/4/493> (6. februar 2011).
 205. YouTube. 2014a. O. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/yt/about/sl/index.html> (21. februar 2014).
 206. --- 2014b. *Za medije*. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/yt/press/sl/> (21. februar 2014).
 207. --- 2014c. *Nato*. Dostopno prek: <http://www.youtube.com/user/NATOCOMMUNITY> (4. marec 2014).
 208. --- 2014č. *United Nations*. Dostopno prek: http://www.youtube.com/watch?v=zd7RRr5Eubg&list=TLbXogrs8GWskFYFbEn_D7seQ-omkxN0wh (4. marec 2014).
 209. --- 2014d. *Ministrstvo za zunanje zadeve*. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/channel/UCQr43X77Pvbyl3bsO6xjFmA> –MZZ (7. marec 2014).
 210. --- 2014e. *MORSstudio*. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/user/MORSstudio/about> (7. marec 2014).

211. Zaharna, Rhonda S. 2009. Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives. V *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, ur. Nancy Snow and Philipp M. Taylor, 86–100. New York: Routledge.
212. *Zakon o obrambi* (ZObr-UPB1). Ur. l. RS, št. 103/2004. Dostopno prek <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=2004103&stevilka=4405> (5. julij 2012).
213. *Zakon o zunanjih zadevah* (ZZZ-1-UPB1). Ur. l. RS 113/2003. Dostopno prek <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=2003113&stevilka=4929> (5. julij 2012).
214. Zares. *Ob napovedanem umiku slovenske vojske iz Afganistana*. Dostopno prek: <http://www.zares.si/ob-napovedanem-umiku-slovenske-vojske-iz-afganistana/> (6. julij 2011).
215. Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti. *Socialna, družbena in družabna omrežja*. Dostopno prek: <http://isjfr.zrc-sazu.si/sl/svetovalnica/socialna-dru%C5%BEbena-in-dru%C5%BEabna-omre%C5%BEja#v> (6. avgust 2012).
216. Zöllner, Oliver. 2009. German Public Diplomacy. V *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, ur. Nancy Snow in Philip M. Taylor, 262-269. New York: Routledge.
217. White, Brian. 2005. Diplomacy. V *The Globalization of World Politics: Introduction to International Relations*, ur. John Baylis in Steve Smith, 387-405. Oxford: Oxford University Press.