

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Tjaša Sobočan

**Potencial socialnih inovacij za promocijo Slovenije prek javne diplomacije:
primer projekta Simbioza**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Tjaša Sobočan

Mentorica: doc. dr. Ana Bojinović Fenko

**Potencial socialnih inovacij za promocijo Slovenije prek javne diplomacije:
primer projekta Simbioza**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

POSVETILO

Igori, največšomi inovatori svojega časa v Böltincaj.

Ekipi Simbioze za priložnost, pogum in navdih – da bomo še mnoga leta skupaj spreminjali svet na bolje.

ZAHVALA

Velik hvala staršem, bratu Jerneju in vsem prijateljem za motivacijo in pametne tanače.

Srčna hvala mentorici za akademske usmeritve, potrpežljivost in razumevanje.

Hvala vsem, ki smo tekom študija tedensko reševali svet.

Za Böltince, Prekmurje, Slovenijo.

Potencial socialnih inovacij za promocijo Slovenije prek javne diplomacije: primer projekta Simbioza

Socialne inovacije so relativno nov pojav v času digitalne revolucije, ki nagovarjajo različne izzive sodobne družbe s primarnim ciljem ustvarjanja družbenih sprememb in ne ekonomskega profita. Delo opisuje primer socialne inovacije v Sloveniji, in kaže, kako se prek ustvarjanja družbenega učinka lahko oblikuje promocija države brez potrebe po spreminjanju zunanje-političnih ciljev Slovenije. Delo proučuje socialno inovacijo kot družbeni vpliv na zunanjo politiko in ne kot netradicionalnega akterja v mednarodnih odnosih. Prek teoretičnih predpostavk in empiričnih ugotovitev nakazuje, da socialne inovacije nosijo potencial za umestitev v javno diplomacijo kot sredstvo zunanje politike. Naloga v prvem delu umesti pojav socialnih inovacij v zunanje-politično okolje in opredeli koncept mehke moči države kot bistven element za vključitev socialnih inovacij v javno diplomacijo, ki jo države uporabljajo za mobilizacijo virov mehke moči. Prek tega proizvajajo mehko moč, ker želijo s tem pritegniti pozornost tujih javnosti skozi promocijo svojih vrednot, kulture in politik. Drugi del naloge empirično utemelji, kako lahko socialna inovacija koristi javni diplomaciji, in prikazuje, kakšen je realen potencial socialne inovacije na področju vključitve v zunanje-politično vsebino države. Ključna dodana vrednost magistrskega dela za znanost o mednarodnih odnosih je konceptualizacija socialne inovacije kot zunanje-politične zmogljivosti in vira mehke moči države ter njena umestitev v javno diplomacijo. Sklep magistrske naloge poda priporočila glede upoštevanja družbenih vplivov v javni diplomaciji in nakazuje izhodišča za nadaljnje raziskovanje.

KLJUČNE BESEDE: *socialna inovacija, zunanja politika, mehka moč, javna diplomacija, Simbioza.*

Potential of social innovations for promotion of Slovenia through public diplomacy: the case of Simbioza project

Social innovations are relatively new in the age of digital revolution, which tackle different challenges of modern society with the focus in the creation of social change, rather than economic profits. This work describes the case of social innovation in Slovenia, which exemplifies how the country's promotion can be shaped through the creation of social impact without direct intervention in the Slovenia's foreign policy goals. Social innovations are considered as a social impact and not as a non-traditional actor in international relations. Theoretical assumptions and empirical findings, laid down in my work, showcase that social innovations carry a potential of being installed into public diplomacy as a means of foreign politics. In the first part of the paper the concept of social innovation is placed into the context of foreign policy and the concept of soft power of the country as a fundamental element for the inclusion of social innovation into public diplomacy, which is used by countries for the mobilization of soft power sources, is defined. In this way they produce soft power, with the aim of attracting foreign publics by promoting their values, culture and policies. The second part of this Master Thesis empirically defines how can public diplomacy benefit from social innovations and exemplifies the real potential of social innovation in the integration into the country's foreign policy. The key added value of this Master's Thesis for the science of international relations lies in the conceptualization of social innovation as a soft power source and as a means of foreign policy of attaining its goals, as well as the placement of social innovation in public diplomacy. The conclusion gives an overview of final findings, recommendations regarding the observance of social influences in public diplomacy and indicates the basis for further research.

KEY WORDS: *social innovation, foreign politics, soft power, public diplomacy, Simbioza*

KAZALO

1	UVOD	8
1.1	OPREDELITEV CILJEV NALOGE	10
1.2	OPREDELITEV PROBLEMA, METODOLOGIJE IN STRUKTURE	11
2	SOCIALNA INOVACIJA KOT ZUNANJEPOLITIČNA ZMOGLJIVOST IN VIR MEHKE MOČI DRŽAVE	13
2.1	TEORIJA VPLIVOV OKOLJA NA VSEBINO ZUNANJE POLITIKE.....	14
2.2	MEHKA MOČ	18
2.2.1	<i>Definicija</i>	18
2.2.2	<i>Viri mehke moči</i>	21
2.2.3	<i>Mehka moč Slovenije</i>	23
2.3	SOCIALNE INOVACIJE	25
2.3.1	<i>Definicija</i>	26
2.3.2	<i>Vsebine socialnih inovacij</i>	29
2.3.3	<i>Umestitev socialne inovacije v zunanjepolitično okolje in kot vir mehke moči države</i>	31
2.3.4	<i>Socialne inovacije z vidika zunanje politike Republike Slovenije</i>	33
3	JAVNA DIPLOMACIJA KOT SREDSTVO IZVAJANJA MEHKE MOČI	38
3.1	OPREDELITEV POJMA	38
3.2	PRILAGAJANJE JAVNE DIPLOMACIJE NA DRUŽBENO-TEHNOLOŠKE SPREMEMBE	44
3.3	JAVNA DIPLOMACIJA REPUBLIKE SLOVENIJE	47
3.4	POTENCIAL PROMOCIJE SLOVENIJE PREK VKLJUČITVE SOCIALNIH INOVACIJ V JAVNO DIPLOMACIJO.....	50
4	PREDSTAVITEV ŠTUDIJE PRIMERA SOCIALNE INOVACIJE – SIMBIOZA MED GENERACIJAMI	54
4.1	SIMBIOZA MED GENERACIJAMI KOT SLOVENSKA SOCIALNA INOVACIJA	55
4.2	RAZVOJ IN TRAJNOSTNA ZGODBA PROJEKTA SIMBIOZA	58
4.3	DRUŽBENI UČINKI SIMBIOZE V SLOVENIJI	62
4.4	POMEN ZA SLOVENSKO JAVNO DIPLOMACIJO	64
5	REZULTATI EMPIRIČNE RAZISKAVE	68
5.1	OPREDELITEV REZULTATOV ANKETNEGA VPRAŠALNIKA.....	68
5.2	ANALIZA VPLIVA PROMOCIJE PROJEKTA SIMBIOZA PREK JAVNE DIPLOMACIJE GLEDE NA POVEČANJE POZITIVNE PREPOZNAVNOSTI SLOVENIJE V MEDNARODNI SKUPNOSTI	74
5.3	ANALIZA VPLIVA PROMOCIJE PROJEKTA SIMBIOZA PREK JAVNE DIPLOMACIJE GLEDE NA SPODBUJANJE PRIJATELJSKIH ODNOSOV SLOVENIJE Z DRUGIMI DRŽAVAMI	76
6	SKLEP IN IZHODIŠČA ZA NADALJNJE RAZISKOVANJE	79
7	LITERATURA	84
	PRILOGA A: PRIPOROČILNO PISMO – MIZŠ	94
	PRILOGA B: PRIPOROČILNO PISMO – MZZ	96
	PRILOGA C: ANKETA	98

Kazalo tabel, grafov in slik

Slika 2.1: Prikaz teorije vplivov okolja po Hillu in primerjava z ravnmi analize Russetta in Starra	16
Tabela 2.1: Viri, nosilci in prejemniki mehke moči.....	22
Slika 4.1: Prikaz potenciala promocije Slovenije ob preseku javne diplomacije in socialne inovacije..	55
Tabela 4.1: Primerjava lastnosti socialne inovacije v teoriji in v primeru projekta Simbioza	56
Tabela 4.2: Prikaz rezultatov vseslovenskih akcij Simbioza od leta 2011 do 2013	62
Graf 4.1: Delež starejših oseb, ki so računalnik in internet uporabljale vsak dan ali skoraj vsak dan, Slovenija	63
Tabela 4.3: Častni pokrovitelji projekta Simbioza po letih	65
Graf 5.1: Starostna opredelitev anketirancev	68
Graf 5.2: Poznavanje projekta Simbioza.....	69
Graf 5.3: Seznanitev s projektom.	70
Graf 5.4: Časovna seznanitev s projektom	70
Graf 5.5: Predstavitev Simbioze v tujini prek vodje misij.	71
Graf 5.6: Povratne informacije tujih deležnikov.....	72
Graf 5.7: Ocena aktivnosti MZZ.....	72
Graf 5.8: Lastna iniciativnost za promocijo slovenskih (socialnih) inovacij.....	73
Graf 5.9: Večanje pozitivne prepoznavnosti Slovenije prek Simbioze	74
Graf 5.10: Spodbujanje prijateljskih odnosov med državami	77

Seznam kratic

BiH – Bosna in Hercegovina

EU – Evropska unija

Eurofound – Evropska fundacija za izboljšanje življenjskih in delovnih pogojev (*European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions*)

DKP – Diplomatsko konzularna predstavništva

IKT – Informacijsko komunikacijska tehnologija

ITF – ITF Ustanova za krepitev človekove varnosti na področju pokonfliktne rehabilitacije (*ITF Enhancing Human Security*)

MIZŠ – Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport

MVO – Medvladna organizacija

MZZ – Ministrstvo za zunanje zadeve

Nato – Organizacija severnoatlantskega sporazuma (*North Atlantic Treaty Organisation*)

NVO – Nevladna organizacija

OECD – Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (*Organisation for Economic Cooperation and Development*)

OVSE – Organizacija za varnost in sodelovanje v Evropi

PR – Odnosi z javnostjo (*Public Relations*)

R&D – Raziskave in razvoj (*Research and Development*)

RS – Republika Slovenija

SPIRIT – Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma

SURS – Statistični urad Republike Slovenije

UKOM – Urad vlade za komuniciranje

UNIS – Informacijsko središče ZN na Dunaju (*United Nations Information Service Vienna*)

WEF – Svetovni ekonomski forum (*World Economic Forum*)

ZN – Združeni narodi

ZSocP – Zakon o socialnem podjetništvu

1 UVOD

V sodobni mednarodni skupnosti, kjer je aktivnih vedno več nevladnih akterjev, se spreminjajo razmerja med temi akterji in državami. Država pa ima kljub pojavu nevladnih akterjev še vedno osrednjo vlogo v smislu nosilca in glavnega izvajalca zunanjepolitičnih ciljev družbe neke države. Globalizacijski procesi vnašajo kompleksnost v dinamiko mednarodne skupnosti, kjer države ne morejo aktivno nagovarjati vseh izzivov globalizacije (Šabič 2011, 563–564). Prav to odpira prostor novim akterjem, ki se ukvarjajo s sodobnimi izzivi družbe in jih nagovarjajo z novostmi v civilnodruženem delovanju, med drugim tudi prek socialnih inovacij. Socialne inovacije so relativno nov pojav v času digitalne revolucije, ki nagovarjajo različne izzive sodobne družbe. Prek svojega učinka ustvarjajo družbeno vrednost, ki je postavljena pred ekonomski učinek (Cannatelli in Smith 2010, 10). Socialna inovacija je definirana kot sveža rešitev družbenih izzivov, ki je v primerjavi z obstoječimi rešitvami bolj uspešna, učinkovita in trajnostna, kjer ustvarjena vrednost primarno pripada družbi kot celoti, kot pa zasebnim posameznikom (Phills v Cannatelli in Smith 2010, 8).

Sistem socialnih inovacij obsega skupnost posameznikov s področja in institucij, ki lahko skupaj nagovarjajo družbene izzive in pomagajo oblikovati družbo ter inovacije. Pri tem se socialne inovacije lahko prepletajo z zunanjepolitičnimi cilji države in konceptom javne diplomacije. Slovenija je v novi Deklaraciji o zunanji politiki Republike Slovenije (v nadaljevanju Deklaracija)¹ strateško usmerjena k večanju ugleda in prepoznavnosti Slovenije, kar je v dokumentu zapisano kot prvi cilj. Slednji so natančneje opredeljeni v novem strateškem dokumentu pod imenom Slovenija: varna, uspešna in v svetu spoštovana – zunanja politika Republike Slovenije² (v nadaljevanju Strategija). V prejšnji deklaraciji o zunanji politiki³ iz leta 1999 Slovenija tega dotičnega cilja ni imela zapisanega, zato je vsako znamenje države bilo zgolj naključni stranski produkt kot pa ciljano strateško delovanje.

Promocija države skozi družbene vrednote (prostovoljstvo, vseživljenjsko učenje, pravica do informacijske tehnologije in e-pismenosti vseh generacij) je tako odraz aktivacije mehke moči

¹ *Deklaracija o zunanji politiki Republike Slovenije* (DeZPRS-1). Uradni list RS št. 53/15. Dostopno prek: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=DEKL37> (3. avgust 2015).

² Strateški dokument: *Slovenija: varna, uspešna in v svetu spoštovana – zunanja politika Republike Slovenije*. Dostopno prek: http://www.mzz.gov.si/fileadmin/pageuploads/foto/1507/STRATESKI_DOKUMENT_-_KONCNO_-_PDF.pdf (5. avgust 2015).

³ *Deklaracija a o zunanji politiki Republike Slovenije* (DeZPRS). Uradni list RS št. 108/99. Dostopno prek: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=DEKL3> (17. maj 2015).

države, ki tudi s pomočjo socialnih inovacij proizvaja širšo prepoznavnost v mednarodni skupnosti (Udovič in Brglez 2011, 14–15; Nye 2008, 95; Sharp 2005, 108). V sklopu tega deluje javna diplomacija, ki služi kot eno izmed ključnih sredstev zunanje politike države (Bojinović Fenko in Požgan 2014, 13; Brglez 2011, 554; Petrič 2010, 15; Gilboa 2008, 58; Bučar 2007, 864). Javna diplomacija je instrument, ki ga države uporabljajo za mobilizacijo virov mehke moči in prek tega proizvajajo mehko moč (kot vpliv), saj želijo pritegniti pozornost tujih javnosti skozi promocijo svojih vrednot, kulture in politik (Nye 2008, 95). Za potrebe magistrskega dela definiram mehko moč kot rezultat aktivacije kulture, vrednot in zunanje politike države skozi instrument javne diplomacije. Kultura je pri tem mišljena v celostnem pomenu v smislu načina življenja slovenske družbe (kot na primer izobraževanje, inovacije, blagovne znamke) (Bojinović Fenko in Požgan 2014, 13).

Po Nyeju (2008, 95) je mehka moč države definirana kot zmožnost, da država pritegne pozornost drugih, da si želijo prav to, kar si želi ona. Gre torej za posredno izvajanje moči, kjer drugi ravnajo tako, kot si mi želimo, ker želijo slediti našemu zgledu, vrednotam, ipd., temelji torej na privlačnosti. Vloga institucij in države je pri promociji socialnih inovacij dvojna: prva je formalna, kar zajema pravila in omejitve, ki jih določa, ter druga, neformalna vloga. Slednja vključuje vrednote, rutino in norme, in prek tega lahko država vpliva na pozitivno sprejetje socialnih inovacij ter pripomore k njihovi prepoznavnosti preko lastnih meja. Iskanje družbenih ciljev se tako nanaša na kolektivno in dinamično prepletanje akterjev, ki delajo skupaj za družbene učinke in rezultate (Phillips in dr. 2015, 15).

V nalogi se osredotočam na umestitev socialnih inovacij v vsebino zunanje politike za promocijo države prek javne diplomacije in pri tem uporabljam študijo primera slovenskega projekta Simbioza kot socialne inovacije. Projekt Simbioza med generacijami (v nadaljevanju Simbioza) je v Sloveniji aktivno in neprekinjeno prisoten od leta 2011, sprva pod organizacijo Zavoda za medgeneracijsko sodelovanje, Ypsilon, od leta 2014 naprej pa pod organizacijo Simbioza Genesis, socialno podjetništvo. Gre za socialno inovacijo na področju elektronskega opismenjevanja starejših s pomočjo mladih prostovoljcev, ki na inovativen način izvaja vseživljenjsko učenje ter pri tem vključuje ranljive družbene skupine (Simbioza.eu 2015). Simbioza je v minulih štirih nacionalnih akcijah (od leta 2011 do leta 2014) prek svojih aktivnosti povezala več kot 40 tisoč ljudi v Sloveniji, s tem pa prav tako pritegnila pozornost tujih držav.

Poleg aktivnosti v Sloveniji je aktualen tudi proces širitve projekta Simbioza v tujino, ki poteka z načelno podporo Ministrstva za zunanje zadeve Republike Slovenije (MZZ) ter Ministrstva za izobraževanje, znanost in šport (MIZŠ) (Simbioza.eu 2015). Ker na inovativen način nagovarja izziv hitrega staranja prebivalstva, je tako ustrezen model za več držav, kar lahko Sloveniji služi kot dobro izhodišče za večanje ugleda in prepoznavnosti v mednarodnem okolju. Mednarodno prepoznavnost je projekt pridobil tudi s številnimi mednarodnimi nagradami in priznanji; bil je tudi nominiran za *United Nations Population Award*⁴ 2014 s strani MZZ (MZZ 2014). Zanima me torej vloga socialnih inovacij kot družbenega dejavnika vsebine zunanje politike pri izvajanju javne diplomacije.

1.1 Opredelitev ciljev naloge

Cilji pričujočega dela so:

1. Proučiti socialne inovacije z vidika mehke moči države kot načina vplivanja države v mednarodnih odnosih.
2. S pomočjo študije primera Simbioze analizirati vpliv socialnih inovacij na izvajanje javne diplomacije Republike Slovenije, kjer socialne inovacije služijo kot vir mehke moči države.
3. Prek analize raziskati potencial slovenske javne diplomacije v luči mednarodnega družbenega učinka socialnih inovacij.

Problem je zastavljen v kontekst »/diplomacije v spremenjenih pogojih delovanja« (Šabič 2011, 562), ki so posledica digitalno-komunikacijskega razmaha, pri čemer se na spremenjene pogoje delovanja nanaša tudi prisotnost socialnih inovacij. Namen naloge je opredeliti koncept javne diplomacije države skozi prisotnost in delovanje civilne družbe, ki je zastopana prek nevladnih organizacij, orisati vrednost grajenja ugleda države prek družbenih vrednot, ter obenem nakazati sodobne trende sprememb v javni diplomaciji prek novih zunanjepolitičnih ciljev in novih akterjev, ki se pojavljajo na področju diplomacije v Sloveniji. Prek tega bom opredelila okvir za analizo navedene teme ter nakazala trende v razvoju slovenske javne diplomacije.

⁴ Nagrado podeljujejo Združeni narodi že od leta 1981 za izjemne presežke in inovativne rešitve na področju demografske dinamike. Vsaka država članica ZN ima pravico do ene nominacije vsako leto (Simbioza.eu 2015).

Dodana znanstvena vrednost pričujočega dela je v prispevku analize mehke moči skozi socialne inovacije, v aplikaciji koncepta mehke moči na študijo primera, in v izboru študije primera, ki je edinstven po pojavu v širšem slovenskem kot tudi mednarodnem prostoru, in je aktualen v okviru izvajanja javne diplomacije Republike Slovenije kot tudi v skladu z zunanjepolitičnimi cilji nove Deklaracije in Strategije. Področje socialnih inovacij je za izvajanje javne diplomacije dokaj novo, zato raziskovanje potenciala socialnih inovacij za vsebino promocije države predstavlja dobro izhodišče za nadaljnji študij in praktično uporabo raziskovalnih ugotovitev.

Pri raziskovanju postavljam tudi nekaj omejitev. Socialne inovacije nudijo široko (interdisciplinarno) polje proučevanja, vendar jih raziskujem z vidika zmogljivosti mehke moči. Socialno inovacijo lahko država lahko vključi v del zunanjepolitične vsebine in jo v zunanje okolje sporoča s sredstvi zunanje politike, v izbranem primeru prek javne diplomacije. Prav tako ne analiziram notranjega okolja zunanje politike, ki vključuje vpliv političnih odločevalcev, saj se ne ukvarjam z zunanjepolitičnim procesom, temveč s tem, kako RS sama oblikuje svojo zunanjepolitično agendo na podlagi domačega okolja zunanje politike, torej prek socialnih inovacij.

1.2 Opredelitev problema, metodologije in strukture

Raziskovalno delo temelji na naslednjih dveh izhodiščnih predpostavkah:

1. Socialna inovacija je lahko predmet javne diplomacije zunanje politike države.
2. Socialno inovacijo je mogoče kot vsebino zunanje politike države najbolje izvajati prek javne diplomacije.

Upoštevajoč omenjeni predpostavki bom skozi analizo in študijo primera preverila dve hipotezi:

1. Promocija projekta Simbioza prek javne diplomacije neposredno vpliva na povečanje pozitivne prepoznavnosti Slovenije v mednarodni skupnosti.
2. Promocija projekta Simbioza prek javne diplomacije neposredno spodbuja prijateljske odnose Slovenije z drugimi državami.

Magistrsko delo temelji na deduktivnem načinu raziskovanja, kjer teoretična izhodišča preverjam z empiričnim raziskovanjem. Celotna naloga je poleg uvodnih in sklepnih misli razdeljena na tri poglavne dele ter poglavje analize empiričnih ugotovitev. Uporabila sem

tako kvalitativne kot kvantitativne metode raziskovanja, saj sem v empiričnem delu izvedla anketni vprašalnik, kakor tudi intervju.⁵ Vključila sem tudi opravljeno raziskavo o motivaciji za medgeneracijski prenos znanja v okviru projekta Simbioza, ki je bila izvedena na Ekonomski fakulteti v Ljubljani leta 2012. Skozi vso nalogo uporabljam analizo in interpretacijo primarnih in sekundarnih virov, metodo opisovanja in študijo primera.

V prvem delu opredeljujem cilje naloge, konceptualni okvir in metodologijo. Po uvodnem delu opredelim ključne koncepte pričujočega dela: najprej mehko moč države, kjer vključim tudi mehko moč Slovenije, nato opredelim še koncept socialne inovacije kot zunanjepolitične zmogljivosti države. Na začetku drugega poglavja umeščam socialne inovacije v teorijo vplivov okolja zunanje politike, ki mi služi kot teoretično orodje za razumevanje domačega in tujega okolja zunanje politike države. Prav tako preverjam umestitev socialne inovacije v zunanjepolitično okolje, tudi na primeru RS, ter njeno relevantnost ter smiselnost izvajanja prek javne diplomacije. V istem poglavju definiram vsebine socialnih inovacij, ki so ustrezne v kontekstu zunanje politike države. Pri tem raziskujem tudi potencial socialnih inovacij za vključitev v predmet zunanje politike države.

V tretjem poglavju opredeljujem javno diplomacijo kot sredstvo izvajanja mehke moči države. Pri tem raziskujem, kako družbeno-tehnološke spremembe in pojav globalizacije spreminjajo javno diplomacijo, ter predstavljam novo vlogo javne diplomacije v 21. stoletju. Oba omenjena koncepta javne diplomacije in mehke moči raziskujem na primeru Slovenije, kjer skušam povezati ustreznost socialnih inovacij za področje mehke moči države. V četrtem poglavju pričujočega dela predstavljam projekt Simbioza ter njegov pomen z vidika mehke moči Slovenije in uporabnost projekta v okviru slovenske javne diplomacije. V petem poglavju analiziram svoje empirično raziskovanje, natančneje anketnega vprašalnika o prepoznavnosti projekta Simbioza med izvajalci slovenske javne diplomacije, ki sem ga izvedla med slovenskimi veleposlaniki v tujini. S tem preverjam, ali slednji izkoriščajo potencial slovenske socialne inovacije za promocijo države, koliko so seznanjeni z aktivnostmi projekta Simbioza ter kakšne povratne informacije so prejeli v primeru (ne)posredne vključenosti. Prav tako sem na podlagi intervjuja s ključnim deležnikom na področju izvajanja zunanje politike Slovenije skušala pridobiti podatke o vidiku nosilnih

⁵ Intervju je bil izveden dne 9. avgusta 2015 z uslužbencem MZZ mag. Leonom Marcem, ki je na dan intervjuja opravljal funkcijo vodje Službe za strateške študije in analize na MZZ. Intervjuvanec ima 16 let delovnih izkušenj na MZZ, kjer je deloval v več vlogah: referent za državo, vodja sektorja, namestnik veleposlanice, veleposlanik in namestnik generalnega sekretarja.

organov javne diplomacije glede umestitve socialnih inovacij v predmet zunanje politike ter o ustreznosti socialnih inovacij s zunanje političnimi cilji Republike Slovenije. V petem poglavju opredeljujem in utemeljujem tudi potrditev oziroma ovržbo hipotez. Končne ugotovitve glede hipotez podajam v šestem poglavju, kjer z refleksijo empiričnih ugotovitev na izhodiščni konceptualni okvir orišem tudi ugotovljen analitični model v pristopu javne diplomacije do socialnih inovacij, ki bo morebiti uporaben tudi za nadaljnje raziskovanje.

2 SOCIALNA INOVACIJA KOT ZUNANJEPOLITIČNA ZMOGLJIVOST IN VIR MEHKE MOČI DRŽAVE

V tem poglavju opredelim in definiram socialno inovacijo ter njeno navezavo na mehko moč države. Vpliv okolja umešča inovacije v različne kategorije, zato bom sprva navedla, kateri vplivi so relevantni za nadaljnje raziskovanje in umestitev socialne inovacije v pojav zunanje politike. To poglavje prikazuje, zakaj lahko socialno inovacijo umeščamo med zmogljivosti mehke moči države, obenem prav tako prek definicije opredeljuje, zakaj definiram navedeno študijo primera Simbioza kot družbeni dejavnik in ne kot akterja. Izhodišče tega razmisleka se nahaja v definiciji Nyeja (2004) in analizi mehke moči države kot zmogljivosti. Cilj tega poglavja je pokazati, zakaj je smiselno umeščati socialne inovacije v zunanjepolitično predstavlanje države in opredeliti, kako lahko socialna inovacija postane novo orodje promocije države prek javne diplomacije.

Prisotnost nevladnega sektorja se z razmahom socialnih inovacij globalno povečuje. NVO (nevladne organizacije) so nosilci t. i. globalne vesti, ki zastopa dobrobit širše javnosti nad posameznimi državami. Ker NVO s svojim delovanjem pritegnejo širše občinstvo in množično podporo, so države zaradi takega globalnega vpliva primorane upoštevati delo NVO (Nye 2004, 90). Slednje imajo v precejšnji meri fleksibilne mreže, ki so še posebej učinkovite pri penetraciji držav brez ozira na državne meje. Ker pogosto vključujejo lokalne posameznike, poznane domačim politikom, lahko take mreže pritegnejo pozornost medijev in vlad za njihove aktivnosti. Prek tega imajo možnost vzpostaviti transnacionalne politične koalicije, ki v svetu socialnih inovacij postajajo samoumevne in dobro uveljavljene (Nye 2004, 89–91).

2.1 Teorija vplivov okolja na vsebino zunanje politike

V analizi zunanje politike kot poddisciplini znanosti o mednarodnih odnosih ontološko proučujem obravnavano tematiko na sistemski ravni položaja držav v mednarodni skupnosti, saj me zanimajo viri ugleda in način doseganja prepoznavnosti države. Kot pravi Hudson (2012, 14–25; 2013, 7–9), je analiza zunanje politike aktersko specifična teorija, ki se osredotoča na zunanjepolitično delovanje držav v mednarodni skupnosti 'od znotraj', ne pa na učinke njihovega delovanja na mednarodni sistem. Raziskujem analizo vpliva dejavnikov v domačem okolju zunanje politike oziroma analizo na ravni družbe. Pri tem diplomacijo razumem kot instrument zunanje politike, prek katerega država razvija svoj vpliv v mednarodni skupnosti (Brglez in Udovič 2011, 23–32). Zanima me, kako država deluje navznoter pri načrtovanju in odločanju aktivnosti in dejavnosti za delovanje navzven. Na primeru Slovenije me zanima, kako država oblikuje zunanjepolitično agendo na podlagi domačega okolja, natančneje upoštevanja socialnih inovacij. Pri tem upoštevam vpliv okolja kot dejavnik sooblikovanja zunanjepolitičnega obnašanja držav (Bojinović Fenko 2010, 9, 27).

Za razumevanje umestitve socialnih inovacij v vsebino zunanje politike države moramo opredeliti in razumeti tudi okolje in kontekst, v katerega umeščamo socialne inovacije. Kot pravi Bučar (2001, 143), okolje lahko ustvarja priložnosti ter omejuje možnosti za delovanje držav. Če želimo razumeti družbene spremembe, se je potrebno usmeriti k procesu in kontekstu okolja (Bojinović Fenko 2010, 103–4). Prav zato je teoretično orodje naloge opredeljeno v okviru notranjega in zunanjega okolja zunanje politike držav, ki ga skozi konstruktivistično perspektivo podaja Hill (2003). Socialne inovacije kot netradicionalni družbeni dejavnik proučujem na podlagi teorije vplivov okolja na vsebino zunanje politike skozi družbeno teorijo mednarodnih odnosov, ki priznava obstoj novih akterjev v mednarodni skupnosti (NVO, MVO, korporacije, ipd.) in temelji na predpostavki, da je svet sestavljen iz različnih akterjev, kjer so pomembne interakcije med njimi. Gre za t. i. kritično zunanjo politiko, ki zahteva širše razumevanje politike in poleg vključevanja vladne ravni vsebuje še tudi materialne in družbene dejavnike, ki vplivajo na državo (Bojinović Fenko 2010, 39–40; Bratuša 2013, 17). Družbeni konstruktivizem poudarja, da so temeljne strukture mednarodne politike družbene (Bojinović Fenko 2010, 86–9). Sun (2008, 175) kot predstavnika družbenega konstruktivizma omenja Wendta in dodaja, da konstruktivizem pravzaprav zagovarja družbeno idejo oziroma kulturo, kar v primeru mehke moči pomeni, da ima slednja

pri porazdelitvi materialnih interesov med državami dejansko večji vpliv kot trda moč, temelječa na oprijemljivih (materialnih) virih.

Zunanja politika je del zunanjih odnosov celotne družbe in ne samo države. Izbiro države omejujejo njene lastne zmogljivosti in cilji, politika in ukrepi ter tudi značilnosti države, s katero medsebojno učinkuje. Po Russettu in Starru (1996, 215) zunanja politika predstavlja povezavo med dejavnostmi znotraj države in mednarodnim okoljem zunaj nje. Hill (2003, 37) prav tako meni, da zunanje politike ne moremo ločiti od domačega dogajanja, iz katerega izhaja. Brez domače družbe in države tako ne bi bilo zunanje politike. Zunanja politika ima svoje notranje vire, kot ima tudi domača politika zunanje vplive (Hill 2003, 39).

Hill (2003), Russet in Starr (1996), Benko (2000) in Alons (2007) opredelijo okolje zunanje politike na domače in tuje oziroma na notranje in zunanje, vendar ga definirajo različno. Russett in Starr (1996) ter Benko (1997) vzamejo za ločnico med notranjim in zunanjim okoljem zunanje politike suvereno ozemlje države, Hill (2003) meni drugače. Snyder, Bruck in Sapin (v Bojinović Fenko 2010, 70) navajajo, da je okolje »s/klop kategorij potencialno relevantnih dejavnikov in pogojev, ki lahko vplivajo na delovanje katere koli države«. Tudi oni dodajajo, da je sicer ločnica med okolji definirana v ozemeljskih mejah, ampak sta okolji povezani in ena izmed teh neprestanih povezav je prav diplomacija (Bojinović Fenko 2010, 70). Hill (2003, 37–44) za ločnico med okolji uporablja zunanjepolitični proces, kjer so pristojnosti odločevalca notranje okolje, vsi družbeni vplivi in posredno vplivanje na odločevalski proces pa zunanje okolje.

Russett in Starr (1996) sta opredelila šest ravni, ki pojasnjujejo vplive na zunanjepolitične odločitve. Hill (2003, 166–9, 171) opredeli tri tipe okolja zunanje politike in sicer materialne vire, polmaterialne vire ter mednarodno soodvisnost. Materialni in polmaterialni viri po Hillu (2003) spadajo v notranje okolje zunanje politike po Russettu in Starru (1996), kamor pa Hill (2003, 171–4) razume vse pristojnosti odločevalcev zunanje politike, torej posamezne odločevalce in njihove značilnosti, vloge odločevalcev ter vladne strukture, ki obenem predstavljajo tudi tri ravni analize po Russettu in Starru (1996). Po Hillu (2003, 173) se socialne inovacije uvrščajo med polmaterialne dejavnike (znanje, inovacije, gospodarstvo), a po Russett in Starru (1996) spadajo v raven družbe v domačem zunanjem okolju države, saj predstavljajo element ravni analize družba (slika 2.1).

Slika 2.1: Prikaz teorije vplivov okolja po Hillu in primerjava z ravnmi analize Russetta in Starra



Vir: prirejeno po Russett in Starr (1996, 279) in Hill (2003, 171–174).

Russett in Starr (1996, 279) navajata Kissingerja, ki domače okolje zunanje politike opiše kot javno mnenje, stališče vlade in birokracijo v državi. Oba avtorja (1996, 332–336) poleg javnega mnenja poudarjata še dodaten element odločevalcev, kot je odprtost vlad. Slednja označuje zmožnost vlade, da nadzoruje družbo in zmožnost določenih interesov v družbi, da komunicirajo svoje potrebe in zahteve vladi. Gre za obseg oziroma določeno mero, do katere je vlada podvržena vplivom družbe (prav tam). Ker proučujem družbeni vpliv na oblikovanje zunanje politike države, ki spada v domače zunanje okolje zunanje politike, bolj podrobno razdelam slednje ter obenem navedem še tuje okolje zunanje politike, ne poglobljam pa se v analizo notranjega okolja zunanje politike.

Pri razmejitvi zunanjega in notranjega okolja zunanje politike je relevantnem razmislek, pod katerimi pogoji in dejavniki bo država dala prednost domačim ali mednarodnim pobudam. Kot že omenjam, Hill (2003, 166–169) deli dejavnike zunanjega okolja zunanje politike na materialne, polmaterialne in politične (mednarodna soodvisnost). Zunanje okolje se ne nanaša samo na območje izven teritorija akterja, temveč vključuje vse stvari, ki so zunaj družbenih in političnih procesov, s katerimi akter pride do svojih odločitev. Nekatere od teh stvari so čisto fizične in prav tako spadajo v domače zunanje okolje (primer podnebja, naravnih virov države, ipd.) (Hill 2003, 174). Hill (2003, 171–174) opredeli t. i. polmaterialne dejavnike, ki so del domačega zunanjega okolja, med katere sodijo delovna sila ter določene storitve (izobraževanje, inovacije, gospodarstvo, trgovina, promet), in so manj dovzetni za spremembe, saj jih je težko replicirati. Polmaterialne dejavnike, kot je znanje, se pridobiva počasi, težko jih je oblikovati, saj vključujejo visoke standarde. Polmaterialni viri so družbeno

ustvarjeni in so relativno odporni na politična poseganja, kar pomeni, da je domet vlade omejen (prav tam). Obenem je pomembna tudi fizična lokacija oziroma položaj države, saj na primer visoko izobražena delovna sila izginja iz krajev, kjer je nujno potrebna, in se seli v kraje, kjer že obstaja taka delovna sila (pojav poznan kot beg možganov, npr. v Latinski Ameriki). Ob tem lahko pomanjkanje enega ključnega vira omejuje mednarodni vpliv držav (Hill 2003, 173).

Spremenljivke domačega zunanjega okolja so lahko moč domačih institucij, javnega mnenja in interesnih skupin, ki pritiskajo na obnašanje elit in ideologijo. Benko (1997, 233–235) izčrpno opredeli, kaj spada v domače okolje zunanje politike, in sicer spadajo družba z območjem (geostrateški položaj, lokacija, naravni viri...), prebivalstvo (urbanizacija, število, gostota naseljenosti), struktura družbe (razredna členitev, verska členitev, javno mnenje), zgodovinski spomin družbe, narodna integracija (homogenost glede na jezik, kulturo, ideologijo, vrednote, verovanja,...), ekonomski dejavniki (razvojna raven, družbeno bogastvo, zunanja trgovina), kulturni, zdravstveni, prosvetni dejavniki (število študentov v visokem šolstvu, pismenost), vojaški dejavnik (izdatki za obrambo, delež pripadnikov oboroženih sil v odstotkih prebivalstva), ter kot najpomembnejše navaja prevajanje družbenih odnosov v politiko (politična kultura, struktura, koncentracija politične moči, procesi odločanja, ipd.).

Tuje zunanje okolje zunanje politike obsega tako raven svetovnega sistema ter mednarodne odnose, kot opredeljujeta Russett in Starr (1996). Obenem Hill (2003) pojmuje to kot mednarodno politično soodvisnost. Hill navaja (2003, 166), da mednarodni politični sistem operira znotraj fizičnega konteksta, ki je v stalni kompleksni interakciji s človeško mislijo. Nastanek virtualnih mrež in tehnologija samo poudarita okolje, v katerem se odvijajo družbene spremembe in kjer se oblikuje nacionalni interes. Benko (1997, 236) označi zunanje okolje kot značilnosti določenega mednarodnega sistema, ki vključujejo tip držav in situacij, tipe obnašanja držav, dejavnikov združevanja in razdruževanja, komunikacijskih tokov v mednarodni skupnosti, pomenu ekonomije in politike, moč transnacionalnih procesov in subjektov, vlogo mednarodnega prava ter vlogo mednarodnih vladnih organizacij (MVO) in NVO. Benko (prav tam) dodaja tudi fizične lastnosti okolja, ekonomske in tehnološke lastnosti, kulturne lastnosti ter strukturne lastnosti. Hill (2003, 174) pa slednje imenuje kot tretji vidik (tujega) zunanjega okolja, in sicer mednarodno politično soodvisnost (mednarodno pravo, naravo mednarodnih odnosov, zunanjo politiko drugih držav itd.). Pri tem imenuje pet glavnih virov omejitev in soodvisnosti držav v globalnem pogledu: MVO, mednarodno pravo,

neformalne norme, zunanje politike drugih držav in hierarhija držav ter transnacionalni procesi (vključno z mednarodnimi NVO) (prav tam).

Socialne inovacije so po Hillu (2003) tako del domačega zunanjega okolja zunanje politike kot polmaterialni dejavnik, vendar pa se po Russettu in Starru (1996) nahajajo v domačem okolju države, saj so element ravni analize družba. V pričujočem delu tako skozi teorijo vplivov okolja preverjam, kako lahko država vključi socialno inovacijo v del zunanjepolitične vsebine (prek zunanjepolitičnega interesa in ciljev), ki jo v zunanje okolje želi sporočiti s sredstvi zunanje politike, tj. prek javne diplomacije. Socialna inovacija je netipični zunanjepolitični dejavnik, ki še ni dodobra raziskan.

2.2 Mehka moč

V tem delu magistrskega dela je glavni cilj opredelitev pojma mehke moči ter elemente, ki jo spremljajo, in morebitne omejitve koncepta. Že nekajkrat omenjam, da gre za neoprijemljivo zmogljivost države in njene družbe, ki temelji na privlačnosti. Vendar pa v tem delu razširim definicijo mehke moči in dodam elemente, ki jih je potrebno upoštevati ob določitvi definicije tega koncepta. Prikazujem, kaj je mehka moč, v kakšni obliki se pojavlja, ter kdo oziroma kaj jo lahko proizvaja. Na podlagi definicije mehke moči iščem stičišče s socialno inovacijo, ki mi bo kasneje služila kot izhodišče za umestitev socialnih inovacij v vsebino zunanje politike.

2.2.1 Definicija

Vsaka država si prizadeva okrepiti svoj položaj in ugled v mednarodni skupnosti, kot tudi ustvarjati ugodne in pozitivne pogoje za svoj dolgoročni družbeno-ekonomski razvoj (Amirbek in Ydyrys 2014, 501). To skušajo udejanjiti skozi različna zunanjepolitična orodja tako trde kot mehke moči. Mehka moč države leži v njeni ideologiji, kulturnih in političnih vrednotah ter zmožnosti, da (so)oblikuje mednarodne norme in institucije (Sun 2008, 172–173). Ob tem avtor (prav tam) dodaja, da je uporaba mehke moči precej bolj kompleksna v primerjavi s trdo močjo, ter da so viri mehke moči običajno izven neposrednega nadzora vlad držav. Najbolj znan utemeljitelj koncepta mehke moči je Joseph S. Nye (2004, 2008, 2011), ki se s proučevanjem mehke moči ukvarja že tretje desetletje, zato večina avtorjev izhaja iz njegove definicije. Nye (2004, 2008) definira mehko moč kot zmožnost, da oblikujemo preference drugih, in da vplivamo na druge prek privlačnosti, da dobimo želene rezultate. Gre

za nasprotni pojem trdi moči, ki pomeni uresničevanje preference prek groženj, plačil ali prisile (Nye 2008, 94). Sun (2008, 172) se strinja, da se v informacijski dobi mehka moč lahko enači z močjo privlačnosti. Nadalje definira (prav tam) mehko moč v zunanji politiki kot zmožnost ene države, da posredno vpliva na ostale države, da ji sledijo skozi privlačnost njenih političnih in kulturnih vrednot. Z drugimi besedami, mehka moč države leži v njeni ideologiji in kulturnih ter političnih vrednotah, kot tudi zmožnosti oblikovanja mednarodnih norm in institucij. Tudi Moss (2013) omenja posredni vpliv držav, in sicer je definicijo mehke moči povzel v treh točkah. Prva pravi, da je mehka moč rezultat všečnosti, spoštovanja, zaupanja in občudovanja držav, kar opisuje prek magnetizma: države so privlačne, ko imajo mehko moč, in odbijajoče, ko je nimajo. Nadalje, nobena država ne more pridobiti mehke moči neposredno, saj je odvisna od percipirane pozitivne podobe tujih javnosti. Vendar pa lahko država doseže večjo privlačnost skozi svoje obnašanje. Kot tretje avtor (prav tam) navaja kontekst in pogoje, v katerih se mehka moč povečuje. Trud, da se želi država prikupiti eni državi, ima lahko nasproten učinek v drugi državi, saj je potrebno upoštevati kulturne, politične in zgodovinske dejavnike v posamezni državi. Država lahko tako v mednarodni politiki uresniči svoje želje, ker ji ostale države želijo slediti, bodisi občudujejo njene vrednote, bodisi jo imajo za zgled, in/ali si želijo doseči njeno stopnjo odprtosti in blaginje (Nye 2004, 5–8; Nye 2008, 94). V mednarodni politiki viri mehke moči izhajajo iz vrednot, ki jih država izraža v svoji kulturi, zgledih internih praks in politik ter kako ureja odnose z drugimi deležniki (Nye 2004, 8). Hill (v Bojinović Fenko 2014, 9) razume mehko moč kot posredno, dolgoročno, ki temelji na prepričevanju raje kot na prisili. Dodaja (prav tam), da lahko države izvajajo mehko moč prek propagande, diplomacije in kulture.

Nye (2004, 15–17) opredeli tudi omejitve oziroma pogoje, ob upoštevanju katerih bo mehka moč bolj verjetneje pripeljala do zelenih učinkov. Sem spadajo kontekst, torej kdo se s kom povezuje in v kakšnih okoliščinah, učinek razpršenosti (difuzija) mehke moči, ki se ustvari prek privlačnosti in nenazadnje specifični cilji glede na okolje, kjer velja omeniti ustvarjanje okolja, ki je ugodno za demokracije (prav tam).

Nekateri skeptiki nasprotujejo uporabi termina mehka moč v mednarodni politiki, saj države nimajo popolnega nadzora nad proizvedeno privlačnostjo (Nye 2004, 17). Kot navaja avtor (prav tam), je to najbolj očitno in vidno na primeru Združenih držav Amerike (ZDA) in njeno mehko močjo, ki jo proizvaja npr. Hollywood (promocija ameriških vrednot in načina življenja), univerza Harvard (visok standard izobraževanja), podjetja Microsoft/Apple

(tehnološko napredna in inovativna družba) ter vrhunski športniki. Ampak, kot poudarja Nye (prav tam), ostaja dejstvo, da je civilna družba izvor precejšnje mehke moči. Nevladni in zasebni akterji proizvajajo svojo mehko moč, ki niso nujno v skladu z uradnimi zunanjepolitičnimi cilji države. Vendar je pri tem izrednega pomena, da se vlade takih držav zavedajo, da s svojimi politikami utrjujejo moč takih netradicionalnih akterjev namesto, da jo spodkopavajo.

Na Nyejevo definicijo leti kar nekaj kritik glede nezadostne elaboracije koncepta privlačnosti. Hayden (2012, 45) definira privlačnost kot reakcijo na prepričljive attribute. Bially Mattern (v Solomon 2014, 725) dodaja, da Nye preveč posplošuje privlačnost, po eni strani kot naravno objektivno izkušnjo skozi univerzalno privlačne vrednote (mir, demokracija, ipd.), po drugi strani pa navaja, da je privlačnost družbeni konstrukt, in poudarja praktičnost javne diplomacije, da tuje javnosti vzljubijo vrednote države, ki izvaja javno diplomacijo. S tem Nye meša različne ontološke predpostavke, in tako oba avtorja (Hayden in Bially Mattern v Solomon 2014) poudarjata njegovo konceptualno nejasnost glede opredelitve koncepta privlačnosti. Bially Mattern (v Bojinović Fenko 2014, 10) kot kritiko navaja še legitimnost akterjev, kjer se lahko moč izvaja samo, če prejemniki zvejo za naše ideje in vrednote.

Zaradi difuzije mehke moči država več ne zmore kontrolirati celotnega informacijskega prostora, niti instrumentov mehke moči. V sodobnem preoblikovanem mednarodnem sistemu je mehka moč ključen element pri povečevanju vpliva države za koristnejše izide njej v prid, saj je za države postalo izjemno težko, da bi na ugled države in nedejavne akterje vplivale skozi trdo moč (prek groženj in prisile) (Gallarotti 2011, 26). Globalizacija, družba znanja in uporaba naprednih tehnologij je v ospredje potisnila prepletanje trde in mehke moči, kar Nye (2008, 94) poimenuje pametna moč. Informacija je izvor mehke moči, vendar pa je informacija v 21. stoletju ob informacijski revoluciji postala tudi orožje (prek zmožnosti vplivanja). Gallarotti (2011, 28) v svoji definiciji mehke moči prav tako uporablja primerjavo s trdo močjo; navaja, da mehka moč vabi ciljne države, da prostovoljno storijo, kar država z mehko močjo želi, torej v primerjavi s trdo močjo, je v procesu mehke moči veliko manj konflikta interesov. Avtor (prav tam) uvršča mehko moč pod obliko meta-moči. Gre za situacijo, kjer so odnosi moči povezani z globljo mrežo družbenih odnosov, ki na njih tudi vplivajo in tako tudi vplivajo na končne rezultate, ki izvirajo iz interakcij med akterji. Mehka moč nadzoruje informacijski prostor s ciljem, da upravlja z javnim znanjem in dostopom do informacij. Moč ima tako tista država ali ne-državni akter, ki boljše in spretnjeje upravlja z

informacijami (Tuđman 2013, 17). Prav zato je nastal nov koncept moči, to je pametna moč (Gallarotti 2015, 245). To pomeni, da je država zmožna učinkovito kombinirati trdo in mehko moč, vendar tudi ta strategija t. i. pretkanosti »ne pojasni, kakšno delovanje države aktivira zmogljivosti mehke moči in kako se pri njenem izvajanju razlikuje od zmogljivosti in doseganja vpliva prek trde moči« (Bojinović Fenko 2014, 10).

V tem delu ugotavljam, da je mehka moč neoprijemljiva zmogljivost države, ki temelji na ustvarjanju privlačnosti. Mehka moč vse bolj stopa v ospredje zaradi množičnega informacijsko-tehnološkega napredka, ki ponuja dostop do informacij, a hkrati lahko pri tem hitro pride do zlorabe informacij, posebej občutljivih. Zato Nye (2008) vzpostavi nov koncept pametne moči, ki je kombinacija mehke in trde moči. Sama mehka moč ni pod neposrednim nadzorom vlad držav, saj veliko mehke moči proizvede tudi nevladni in zasebni sektor. Vendar pa je pri tem vedno potrebno upoštevati omejitve oziroma pogoje mehke moči, ki so: kontekst, stopnja razpršene moči, javno mnenje (do določene mere) ter vrsta ciljev za ustvarjanje privlačnosti. Za mednarodne odnose je najbolj relevantna aplikacija mehke moči prek javne diplomacije, kar je tudi tema pričujočega dela.

2.2.2 Viri mehke moči

Mehka moč države temelji na primarno treh glavnih virih: njena kultura, njene politične vrednote in njene tuje politike (Nye 2004, 11). Učinkovita je, ko lahko prek svojih virov vpliva na spremembo kulture tuje družbe, na njihove vrednote in politike ciljane države. Kulturo Nye (prav tam) definira kot skupek vrednot in praks, ki ustvarjajo pomen za družbo, torej v širšem kontekstu, kar je ustrezno za pričujoče delo. Država ima veliko večje možnosti, da pride do zelenih izidov, če njena kultura vključuje univerzalne vrednote, njene politike pa promovirajo skupne vrednote in interese, ki so širše prepoznane in sprejete, saj prek tega ustvarja večjo privlačnost. Vendar Nye (2004, 12) opozarja, da je potrebno upoštevati tudi kontekst, v katerem se proizvaja mehka moč prek kulture. Kontekst opredeli količino in pomen proizvedene mehke moči, saj na primer dobra francoska vina še ne pomenijo, da bodo tuje javnosti samo zaradi tega odobravale francosko politiko v mednarodnem okolju. Nadalje, vladne politike so prav tako lahko vir mehke moči, in so tudi odvisne od danega konteksta. Ozkogledne države, ki ne upoštevajo drugačnih mnenj in ozko opredeljujejo nacionalni interes, lahko kvečjemu spodkopavajo mehko moč države. Obnašanje držav in vrednote, ki jim vlade sledijo v domačem okolju (kot npr. demokracija) ali prek sodelovanja v mednarodnih

organizacijah ter v svojih zunanjih politikah (zavezanost k miru in človekovim pravicam), prav tako močno vplivajo na oblikovanje preferenc drugih. Tako lahko država, ki je zavezana k demokraciji, povezovanju in sodelovanju v mednarodnih organizacijah ter promociji človekovih pravic in miru, deluje kot zgled in s tem ustvarja pogoje privlačnosti in posnemanja (Nye 2004, 14–15).

Tabela 2.1: Viri, nosilci in prejemniki mehke moči

Viri mehke moči	Nosilec kredibilnosti ali legitimnosti	Prejemniki mehke moči
<i>Zunanje politike</i>	Vlade držav, mediji, NVO, MVO	Tuje vlade in javnosti
<i>Nacionalne vrednote in politike</i>	Mediji, NVO, MVO	Tuje vlade in javnosti
<i>Visoka kultura</i>	Vlade, NVO, MVO	Tuje vlade in javnosti
<i>Popularna kultura</i>	Mediji, trg	Tuje javnosti

Vir: Nye (2008, 107).

Gallarotti (2011, 30) je razširil področja virov mehke moči ter jih razdelil na dve skupini: domače in mednarodne. Med slednje prišteva spoštovanje mednarodnega prava, norm in institucij; temeljno zaupanje v multilateralizem in nasprotovanje pretiranemu unilateralizmu; spoštovanje mednarodnih pogodb in zavezništev; pripravljenost za žrtvovanje kratkoročnih nacionalnih interesov za prispevek h kolektivni koristi ter liberalne zunanje ekonomske politike. Domače vire mehke moči nadalje razdeli na politične institucije in kulturne vire. Politične institucije vključujejo demokracijo, konstitucionalizem, liberalizem oziroma pluralizem ter dobro operativno vlado. Med kulturne pa spadajo razglašena socialna kohezija, izboljšana kvaliteta življenja, svoboda, dovolj priložnosti, strpnost in privlačen življenjski stil (prav tam). Kako se torej država obnaša v svojem domačem okolju, lahko krepi njeno podobo in zaznana legitimnost, kar lahko v zameno pomaga njenim zunanjepolitičnim ciljem. Politični sistem se mora osredotočati na politično krepitev moči civilne družbe ter s tem zmanjševati politične razkorake (prav tam). Tuđman (2013, 19–21) še dodaja, da je globalizacija državam prinesla nove vrednote, poleg že ustaljenih univerzalnih. Tako informacijska revolucija in mehka moč spreminjata kulturno, družbeno in politično realnost nacionalnega prostora. Kot še navaja (prav tam), je uporaba mehke moči v sivem območju: njena legitimnost leži v promociji univerzalnih vrednot kulture, ampak ne za namen povzdigovanja razlik med državami. Mehka moč zagotavlja legitimnost za promocijo t. i. novih človekovih pravic; med njimi so prosti pretok ljudi, dobrin, storitev, pravica do dostopa do informacij, ipd.).

Koncept mehke moči je aktualen tudi zaradi želje po merljivosti in opredelitve vrednosti koncepta. McClory (2013, 4–8) navaja najbolj znano študijo mehke moči držav na globalni ravni in sicer analizo indeksa mehke moči.⁶ Indeks opredeljuje pet podkategorij mehke moči: diplomacijo, vladanje, kulturo, izobrazbo in posel/inovacije. Glede na to je McClory (2013) razvrstil države po mehki moči z željo, da bi odločevalci v državah razumeli svoja (konkurenčna) prednostna področja ter bi na podlagi tega lažje oblikovali prednostna področja zunanje politike in prilagajali zunanjepolitične cilje (Bojinović Fenko 2014, 11). Iz tega je razvidno, da je podjetništvo prav tako merilo opredelitve mehke moči države, ki pa je mišljeno v smislu relativne privlačnosti gospodarskega modela glede odprtosti, inovacij in kvalitete nadzora. Za opredelitev te podkategorije se je pri raziskovanju upoštevala stopnja inovativnosti, korupcije in konkurenčnosti v državi (McClory 2013, 8).

2.2.3 Mehka moč Slovenije

RS ima zaradi omejenih materialnih zmogljivosti tudi omejene vire moči, predvsem vojaške in ekonomske, kjer se bolj opira na povezovanje in vključevanje v različne mednarodne institucije.⁷ Po drugi strani ima toliko večje priložnosti pri uporabi mehke moči, vendar, kot ugotavljata Bojinović Fenko in Požgan (2014, 17–18) v svoji raziskavi o mehki moči Slovenije, je le-ta po zmogljivostih ter navzočnosti v mednarodnem okolju in mednarodnem vplivu opredeljena kot šibka. V večino raziskav o mehki moči držav tako sploh ni vključena oziroma se uvršča na dno. Avtorja (prav tam) sta na podlagi dveh indeksov,⁸ ki merita navzočnost držav na podlagi kvantitativnih podatkov, sicer opazila rast mehke moči tekom let (posebej ob pomembnejših mejnikih, kot je osamosvojitve Slovenije, pridružitve Slovenije k EU, večji svetovni športni dogodki, ipd.), vendar skupno ocenjujeta, da je Slovenija doživela »relativen neuspeh slovenske zunanje politike pri uporabi sredstev mehke moči za promocijo in znamčenje države« (Bojinović Fenko in Požgan 2014, 20).

Za neuspeh Slovenije, da bi pretvorila zmogljivosti v navzočnost in vpliv, navajata (Bojinović Fenko in Požgan 2014, 21–26) več razlogov:

⁶ Analizo indeksa mehke moči je v letih 2010, 2011 in 2012 izvedel *Institute for Governance* pod imenom *Novi prepričevalci – globalna lestvica mehke moči (The New Persuaders – a 2012 Global Ranking of Soft Power)* (Bojinović Fenko 2014, 11).

⁷ EU, Nato, ZN, Svet Evrope, OECD, OVSE, ipd.

⁸ Avtorja sta uporabila indeksa IEPG – indeks globalne navzočnosti (*Elcano Global Presence Index*) in IEPE – indeks evropske navzočnosti (*Eleano European Presence Index*) (prav tam).

- nezadostno promocijo slovenske kulture v celostnem pomenu, ki vključuje tudi izobraževanje, turizem, šport, blagovne znamke, itd.,
- preslabo izkoriščanje slovenskih naravnih virov,
- pomanjkanje celostne turistične ponudbe,
- neizkoriščen potencial slovenskih diplomatov državljanov (uspešni igralci, kot je Katarina Čas ter uspešni slovenski športniki in glasbeniki),
- prepočasna prilagoditev slovenskega izobraževalnega sistema na tujo mobilnost⁹ in slaba koordinacija mednarodnih programov,
- nezadostno razvita internacionalizacija ter s tem privabljanje visoko usposobljenih kadrov iz tujine ter tujih študentov,
- odsotnost kulturnih centrov v tujini, kjer dodajam še element izobraževalnih ali znanstvenih centrov.

Szondi (v Bojinović Fenko 2014, 25–26) je na primeru držav Srednje in Vzhodne Evrope proučeval vzroke za neuspešno znamčenje države, med njimi so pomanjkanje koordinacije med elementi, ki vplivajo na ugled države, odsotnost učinkovite koordinacije med deležniki, ki so vključeni v promocijo države ter pomanjkanje strateškega pristopa in kontinuitete. Bojinović Fenko in Požgan (prav tam) sta te dejavnike enako potrdila za primer Slovenije. Slovenija se v novi zunanjepolitični Strategiji sicer zavezuje k aktivni izgradnji ugleda in prepoznavnosti države v mednarodnem okolju, in prizadevanju, da vzpostavi podobo odgovorne in dejavne države v svetu.

Strategija vsebuje veliko elementov mehke moči, ki jih RS misli uresničiti prek promocije svojih vrednot, interesov in ciljev. Kot osrednjega akterja pri promociji slovenske kulture v zunanji politiki navaja MZZ, kar lahko predstavlja odgovor na očitek o nekoordiniranem upravljanju mreže za promocijo države. Prav tako omenja javno in kulturno diplomacijo ter strateško komuniciranje kot elemente mehke moči slovenske zunanje politike (Strategija 2015, 31). Neposredno omenja tudi druge elemente za krepitev promocije, ki se nahajajo med zgoraj navedenimi razlogi za neuspešno izkoriščanje zmogljivosti mehke moči v Sloveniji. Med temi so prizadevanja za izgradnjo celostne podobe Slovenije za koherentno promocijo navzven, sodelovanje vseh pristojnih resursov skupaj z MZZ na področju promocije slovenske blagovne znamke, promocija in stik z uveljavljenimi Slovenci (torej upoštevanje

⁹ »V študijskem letu 2012/13 je v Sloveniji študiralo 3.185 študentov s tujim državljanstvom, med vsemi študenti terciarnega izobraževanja je bilo 3,3 % tujcev. Kljub rasti tega deleža pa je Slovenija še vedno precej oddaljena od cilja, ki si ga je postavila za leto 2020: zvišati delež tujih študentov v našem okolju na vsaj 10 %« (SURS 2013b).

diplomatov državljanov). Ob navedenih spoznanjih raziskave, ki sta jo opravila Bojinović Fenko in Požgan (2014, 27), ugotavljam, da je v novi Strategiji, ki je bila predstavljena v letu 2015, Slovenija naredila korak v pravo smer za priznanje zmogljivosti svoje mehke moči.

2.3 Socialne inovacije

Pretok ljudi, informacij, kapitala in idej terja prilagoditev nacionalnih akterjev na nov red, ki temelji na mobilnem in družbenem svetu (Ghali 1996, 7). Obenem je lažje zaznati in dobiti informacije o perečih izzivih sodobne javnosti ter jih hitreje in ustrežneje nagovoriti. Socialne inovacije vodijo do družbenega napredka, medtem ko jih lahko izvajajo tako civilne javnosti (v obliki NVO, zagonskih podjetij, ipd.) kot tudi nacionalni deležniki. Država, ki izbere izobraževanje kot sredstvo za doseganje zunanjepolitičnih ciljev, se lahko hitro spremeni iz nepomembne v inovativno, napredno, učinkovito in prijazno prebivalcem, tudi v mednarodnem obziru (Juričić 2014, 57). Ker se v 21. stoletju razvite države soočajo z naraščajočimi ekološkimi, družbenimi in ekonomskimi izzivi, je potrebna nova prilagoditev ukrepov, ki mora upoštevati tudi digitalno-tehnološki napredek. Če pogledam predvsem družbene dejavnike, ki vplivajo na nastanek socialnih inovacij, posebej v Evropi, so to hitro staranje prebivalstva, vse daljša življenjska doba, padajoča stopnja rodnosti ter velika stopnja priseljevanja (po oceni Evropske komisije naj bi se med leti 2013 in 2050 v Evropo priselilo 40 milijonov ljudi) (Evropska komisija 2006). To pomeni, da je potrebno vpeljati več praks medgeneracijskega sodelovanja in preoblikovati družbene pogodbe sistema blaginje (Grimm in drugi 2013, 436). Isti avtorji (prav tam) poudarjajo, da imajo demografske ter ekonomske spremembe (kot na primer svetovna gospodarska in finančna kriza iz leta 2007) finančne posledice na področju socialnih zadev ter javnih financ. Prav zaradi tega je potreben razvoj politik, ki nagovarjajo neenakost, družbeno izključenost ter si prizadevajo za reintegracijo marginaliziranih družbenih skupin v socialno in gospodarsko življenje.

Koncept socialnih inovacij je v minulih letih izjemno napredoval in s tem se je tudi uporaba socialnih inovacij skokovito povečala. Leta 2000 je bil na Univerzi v Stanfordu, ZDA, ustanovljen Center za socialne inovacije, kjer se že 15 let ukvarjajo s temo razvoja socialnih inovacij tako v teoriji, kot tudi praksi (The Center for Social Innovation 2015). Pomembnost socialnih inovacij za organizacije, NVO in javni sektor je vse bolj izstopajoča, vzrok temu pa je v proaktivnem pristopu inovativnih rešitev za družbo v kombinaciji z odgovornim pristopom. V teoriji in praksi obstaja več definicij, nekatere so širše zastavljene, druge spet

ožje, vse pa vključujejo nagovor družbenih izzivov v novih oblikah sodelovanja. V tem delu opredeljujem nekaj najpogosteje uporabljenih definicij ter skušam izpeljati ustrezno definicijo za pričujoče delo.

2.3.1 Definicija

Socialne inovacije po svojem nastanku vsekakor niso nov pojav; kar pa je novo, je proučevanje koncepta ter definiranje pristopov, metodologije in merjenje njihovega učinka. Prav zaradi tega je obstoječa literatura dokaj sveža, saj se je ta veja družboslovja šele dodobra pričenjala razvijati. Kot pravijo Grimm in drugi (2013, 447), obstajajo trije glavni izzivi pri raziskovanju in teoretiziranju socialnih inovacij: izvori socialnih inovacij, podhranjeno raziskan koncept socialnih inovacij ter potreba po novih pristopih raziskovanja, ki vključujejo več metod hkrati. Sendi (2014, 50) prav tako povzema nekaj avtorjev (Mumford, Read, Ambramson, Eveland), ki so si enotni, da je definiranje in opredelitev področja socialnih inovacij metodološko kompleksno in precej zapleteno, kar ovira oblikovanje splošne teorije. Obenem opažam tudi pomanjkanje relevantnih strokovnih (akademskih) virov in enotne uporabne definicije socialne inovacije.

Inovacije so tako proces kot produkt (rezultat dela), katere morajo zadostiti dvema kriterijema: morajo biti noviteta, ne nujno izvorna, ampak nova za uporabnike, tako v kontekstu kot aplikaciji. Drugi kriterij je, da morajo predstavljati izboljšavo; rezultati inovacij naj bi bili bolj učinkoviti in uspešni kot prej obstoječe rešitve (Phills in drugi 2008, 37). Če dodamo tem pogojem še trajnost, kar pomeni, da se inovacija izvaja dlje časa in kontinuirano, in/ali pravičnost, smo že bližje definiciji socialne inovacije. Anderson in drugi (2014, 5–6) poudarjajo, da je pri definiciji socialnih inovacij potrebno upoštevati parametre, po katerih se socialne inovacije ločijo od drugih (ekonomskih, tehnoloških). Howaldt in Schwarz (2010, 8–10) dodajata, da je socialna inovacija več kot zgolj zahtevk, stranski učinek ali rezultat tehnične inovacije. Če hoče biti socialna inovacija uspešna, je pomembno upoštevati specifični kontekst, v katerem se pojavlja. Ta se nanaša na različne ravni, od vladne in odločevalne pa vse do mikro ravni, kot so lokalna okolja in sosedske ureditve (Mulgan 2006, 8; Grimm in drugi 2014, 450). Omenjeni dejavnik konteksta nas opominja na omejitve pri oblikovanju splošne definicije socialne inovacije, kajti, kar je za eno raven ali enoto (npr. država, lokalna skupnost, ranljiva skupina znotraj države) ustrezno, je lahko zaradi različnega konteksta popolnoma neuporabno za drugo (Murray in drugi 2010, 3–5).

Phills in drugi (2008, 39) so tako prišli do kompleksne definicije: socialna inovacija je

nova rešitev družbenega problema, ki je bolj učinkovita, uspešna, trajnostna ali pravičnejša, kot obstoječe rešitve in za katero ustvarjena vrednost primarno pripada družbi kot celoti, namesto posameznikom. Socialna inovacija je tako lahko produkt, proces izdelave ali tehnologija (podobno kot inovacija na splošno), lahko pa je tudi princip, ideja, del zakonodaje, družbeno gibanje, intervencija ali kakšna kombinacija le-teh.

To definicijo so prevzeli tudi v Centru za socialne inovacije na Stanfordu v ZDA. Definicija tako vsebuje opredelitev ciljne skupine (družba kot celota), namen (nagovoriti obstoječi družbeni problem) ter cilj (rešitev, ki je izboljšava, in se kontinuirano izvaja). Grimm in drugi (2013, 438) razlikujejo socialne inovacije glede na cilje in glede na procese. Prve, osredotočene na cilje, so tisti produkti in storitve, ki pomagajo graditi bolj trajnostno in vključujočo družbo. Druge, osredotočene na proces, so operativne, in ključne pri načinu, kako se inovacije izvajajo.

V kontekstu EU so definicijo postavili Hubert in drugi (2010, 6–9), kjer Evropska komisija definira socialne inovacije kot inovacije, ki so socialne tako po ciljih, kakor po sredstvih: nove ideje prek produktov, storitev in modelov, ki simultano in bolj učinkovito (kot alternative) nagovarjajo družbene potrebe ter ustvarjajo nove družbene odnose in sodelovanja. Njihova dodana vrednost je, poleg inoviranja, da mobilizirajo družbeno proaktivnost (Hubert in drugi 2010, 9). Socialne inovacije se pojavljajo na preseku med javnim in zasebnim sektorjem, tretjim sektorjem in gospodinjstvi (Evropska komisija 2015). Pri tem velja poudariti, da so socialne inovacije ključni element vizije Evropske unije, ki so vključene v strategijo Evropa 2020. Slednja si prizadeva, da bi Evropa postala socialno naravnana tržna ekonomija, ki nudi visoko stopnjo zaposljivosti ter socialne in ozemeljske kohezije (Evropska komisija 2010). Hubert (2010, 33) citira tudi Stiglitz, ki opredeli socialno inovacijo kot nove odzive na pereče družbene izzive, ki vplivajo na proces družbenih interakcij z namenom izboljšanja človekove blaginje. Evropska fundacija za izboljšanje življenjskih in delovnih pogojev (*European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions – Eurofound*) uporablja definicijo Evropske komisije. Socialne inovacije lahko vključujejo tovrstna stališča kot novo sodelovanje pri odločanju ter storitvah, ki vplivajo na družbeni položaj določene skupine in spremembe pri sistemu dela za socialo. Kot take so potem del družbenih sprememb in kulturnega razvoja (Eurofound 2013, 6). Tu so torej mnenja, da bi naj

socialna inovacija že samo s svojim obstojem aktivirala in generirala nove procese in akterje, poudarjajo pa še tudi odnose (prav tam).

Svetovni ekonomski forum (*World Economic Forum* – WEF) skupaj s fundacijo Schwab (*Schwab Foundation for Social Entrepreneurship*) podaja dvodelno definicijo socialnih inovacij. V osnovi je socialna inovacija postavljena za vpliv privatnega sektorja in kapitala za javno dobro, obenem pa gre pri socialni inovaciji za inovativne, praktične, trajnostne in podjetniško orientirane pristope, ki ustvarjajo pozitivno družbeno in/ali okoljsko spremembo s poudarkom na skupine z nizkimi prihodki in zapostavljene družbene skupine (Floyd 2013, Schwab Foundation 2013, 5). Tudi Anderson in drugi (2014, 7–10) navajajo več uporabnih definicij socialnih inovacij. Franz in drugi (v Anderson 2014, 8) menijo, da novo paradigmo inovacij v osnovi opredeljuje odprtost inovacijskega procesa družbi. Poleg podjetij, univerz in raziskovalnih inštitutov, postajajo državljani in stranke vse bolj ključni akterji inovacijskega procesa. S tem postaja inovacija ključni fenomen družbe in naraščajoče vpliva na vse sfere družbenega delovanja. Grimm in drugi (2013, 439) dodajajo, da se v luči organizacijskih študij socialna inovacija lahko nanaša na socialni kapital kot vir kreativnosti, učenja in pridobivanja veščin, izmenjave znanja in izgradnjo kapacitet, ki naredijo organizacije bolj odporne proti vse hitrejšimi spremembami. Poll in Ville (v Phillips in drugi 2015, 20) dodajata, da socialne inovacije niso tržni produkt, ampak so razvite skozi vzpostavljene interakcije in spremembe.

Za temeljitejšo definicijo je uporabno opredeliti tudi nasprotje od proučevanega koncepta. Hubert in drugi (2010, 29) so v svojem prispevku za EU v štirih točkah opredelili tudi, kaj socialna inovacija ni. Socialna inovacija sicer vključuje noviteto, ampak ni vsaka pobuda s socialno dimenzijo socialna inovacija. Prav tako ni nujno, da je socialna inovacija zgolj lokalna iniciativa na mikro ravni. Ostali dve opredeljeni napaki pri obravnavi, ki ju navede tudi Bulajič (2012, 19), sta upoštevanje vseh državnih, civilnih in privatnih organizacij, ter dimenzija merjenja in ocenjevanja socialnih inovacij.

Iz vseh navedenih definicij lahko izluščim glavne elemente, ki opredeljujejo socialno inovacijo in sta jih nekaj povzela tudi Mumford (2002, 252–264) in Sendi (2014, 49–51): reševanje perečih družbenih izzivov, vključevanje vseh družbenih skupin (še posebej ranljivih), krepitev moči ranljivih skupin (*empowerment*), aktivacija in participacija državljanov ter s tem večja vloga družbe, socialna interakcija, neekonomska motiviranost,

razvoj novih praks, spremembe v dinamiki družbenih odnosov (tudi razmerij moči) in trajnostna rešitev družbenih problemov. Socialna inovacija je določena novost ali sprememba, bodisi ideja, proces, produkt, storitev ali pobuda, ki mora v začetni fazi nagovarjati pereč družbeni izziv za ranljive družbene skupine, hkrati pa razvija nove družbene in/ali poslovne prakse, ter prek svojega učinka povzroča družbene spremembe, ki so trajnostne, in vodijo do institucionalnih premikov (npr. sprememba zakonodaje, ipd.) in do prestrukturiranja družbenih procesov, pri tem pa v prvi vrsti ne sledi ustvarjanju ekonomskega profita. Ob tej postavljeni definiciji še dodam, da se strinjam z omenjenimi avtorji (Mumford, Sendi, Murray in drugi, Grimm in drugi), da je ustrezneje na socialno inovacijo gledati iz procesne razsežnosti, kot tudi glede na končne rezultate; potrebno je tudi vedno upoštevati kontekst, v katerem socialna inovacija nastane in se razvija/odvija. Bulajič (2012, 19) še dodaja, da socialne inovacije potekajo na treh ravneh: na ravni najbolj ogroženih ranljivih skupin ali posameznikov, »na ravni družbeno-ekonomskega razvoja in na sistemski ravni (preoblikovanje družbenih vrednot)« (prav tam). Vse tri ravni so ključne pri vključevanju socialne inovacije v širšo javnost in nacionalni prostor, ob tem pa menim, da je za promocijo države navzven relevantna vsaka od navedenih stopenj.

2.3.2 Vsebine socialnih inovacij

Na tem mestu je potrebno jasno opredeliti, zakaj socialne inovacije uvrščam prav pod področje javne diplomacije in ne katere druge veje diplomacije, kot npr. znanstvene ali gospodarske diplomacije. Zato navajam elemente socialnih inovacij, ki le-te opredelijo pod vsebino zunanje politike države in njeno izvajanje prek javne diplomacije.

Digitalna revolucija je spremenila družbeno, politično in ekonomsko stvarnost, še posebej v komunikaciji, ki je postala lahko dosegljiva in (brezplačno) dostopna. Zaradi tega so se v mednarodni skupnosti pojavili dodatni netradicionalni akterji (mediji, filantropi, ipd.), kar nosi posledice za porazdelitev moči. Nye (2004, 6–7) opozarja na dva nova pojavi: tranzicijo in difuzijo moči. Tranzicija moči v mednarodnem sistemu označuje pomik moči od ene k drugim državam, Tuđman (2013, 16) navaja primer pomika moči od ZDA h Kitajski, Rusiji, Indiji, ipd. Difuzija moči pa označuje razpršitev moči k nedržavnim akterjem v domačem in mednarodnem okolju. Prav slednji pojav je relevanten za pričujoče delo, saj, kot sem že opredelila, socialna inovacija proizvaja mehko moč, ki jo potem lahko država uporabi skozi

sredstvo javne diplomacije za lastno promocijo. Odprtost vlad vsebuje tudi podvrženost vplivom svoje družbe, kar vključuje tudi upoštevanje socialnih inovacij, in to lahko država koristi kot vir privlačnosti in moči ter s tem krepí ustvarjanje svoje konkurenčne prednosti (Russett in Starr 1996, 171; Nye 2004, 31).

Če so ideje in kultura države blizu prevladujočim mednarodnim normam, ki temeljijo na liberalizmu, pluralizmu in avtonomiji, in če kredibilnost države temelji in krepí njene domače in mednarodne vrednote ter politike, potem bo ta država veliko verjetneje v globalni informacijski dobi pritegnila večjo pozornost in več mehke moči (Nye 2004, 31–32). Ta mehka moč v t. i. informacijski revoluciji je prej družbeno-ekonomski stranski produkt, kot pa neposredni rezultat uradnih akcij vlade države. V primeru socialnih inovacij to pomeni, da s tem, ko slednje proizvajajo mehko moč, neposredno krepíjo družbene vrednote in ustvarjajo ugodno okolje za državo, da utrjuje svoj ugled in privlačnost navzven. Po drugi strani lahko mehka moč NVO in socialnih inovacij vladi države povzročijo tudi škodo in ovirajo njihovo delo ali izpostavljajo njihovo neaktivnost. Anderson in drugi (2014, 22) navajajo primer vlad nekaterih držav Latinske Amerike in kako socialne inovacije v taki družbi samo izpostavijo neučinkovitost vlad, medtem ko je civilna družba našla način, da proizvaja družbeni kapital.

Značilnost socialne inovacije je med drugim tudi, da je nosilka t. i. mehke infrastrukture, torej neotipljivih prednosti kot je intelektualna lastnina, družbeni kapital, znanje, ipd., ki so uporabni in dostopni ostalim sektorjem in oblikam inovacij. Socialne inovacije povečini vključujejo tudi napredno tehnologijo, vendar s ciljem, da gradijo nova družbena partnerstva (Osburg in Schmidpeter 2013, 7). Tako imajo dvojni učinek, saj kot prvo nudijo odgovore na pereča družbena vprašanja, in kot drugo, sam proces inoviranja nakazuje koristne spremembe in ne samo izboljšave določene ideje, storitve ali procesa (Grimm in drugi 2013, 441–442). Gonilnik socialne inovacije je dejansko opažen prepad med ponujenim in med tistim, kar bi moralo biti, torej, med tem, kar ljudje rabijo in med tem, kar jim ponujajo vlade držav, zasebni sektor ali NVO. Kot pravijo Mulgan in drugi (2007, 9), se ta prepad s porastom novih tehnologij in znanjem stalno povečuje. Socialne inovacije ne potekajo v izolaciji, temveč temeljijo na interaktivnem procesu, ki ga zaznamuje kolektivno deljenje znanja med več organizacijami in institucijami. Socialne inovacije ne proizvajajo samo novo znanje, ampak tudi pomagajo organizacijam pridobiti in razviti trajne zmogljivosti (Phillips in drugi 2015, 22).

Področje socialnih inovacij vsebuje dva ključna elementa: znanje in inovacije. Oba sta odraz širše kulture, ki se manifestira tudi skozi izobraževanje. Če kultura države vključuje univerzalne vrednote in jih prek svojih politik aktivno promovira, ima večje možnosti, da dobi zelene rezultate (Nye 2004, 11). In prav tu se socialna inovacija navezuje na vsebino zunanje politike države in na javno diplomacijo. Kultura je namreč eden izmed glavnih virov mehke moči, ta pa je idejna zmogljivost države in glavni element javne diplomacije. Socialno inovacijo proučujem kot družbeni vpliv in ne kot netradicionalnega akterja v mednarodnih odnosih.

2.3.3 Umestitev socialne inovacije v zunanjepolitično okolje in kot vir mehke moči države

Wilson (2008, 114–115) navaja, da so sredstva, ki ustvarjajo privlačnost, dejansko vir mehke moči. Nye (2004, 11–12) se strinja, da privlačnost za tuje javnosti temelji na kulturi države, družbe ali organizacije, na usklajenih političnih vrednotah (in koherentnem predstavljanju letih doma in na tujem) ter na zunanji politiki. V tem delu me zanimajo področja socialnih inovacij in njihova umestitev v zunanjepolitično okolje kot vir mehke moči. Po opredelitvi definicije in umestitve socialnih inovacij ter mehke moči države je sedaj ključen še razmislek, kako lahko socialne inovacije vključimo v vsebino zunanje politike. Na tem mestu razdelam dve vprašanji. Najprej preverjam ustreznost socialne inovacije v vsebini zunanje politike, torej, kako se lahko artikulira v zunanjo politiko kot vir mehke moči. Obenem podam refleksijo na vprašanje, ali lahko vsaka socialna inovacija postane predmet zunanje politike. Na koncu podam še razmislek, skozi kakšno sito bi morala iti socialna inovacija, da lahko postane predmet vsebine zunanje politike. Cilj tega podpoglavja je tako preveriti, kakšen potencial ima socialna inovacija kot vir mehke moči za vsebino zunanje politike države in za ustvarjanje pozitivne prepoznavnosti države v mednarodni skupnosti.

Globalizacija je spodbudila soodvisnost držav skozi družbena in ekonomska področja v mednarodnem sistemu. Hkrati je tudi civilna družba dobila neposreden in hiter dostop do informacij in s tem zmogljivosti za aktivnejše delovanje, tudi na tujem (Huijgh 2012, 359–360). Tako so države soodvisne z mrežami tako transnacionalnih akterjev kot nacionalnih vlad držav. Obenem so stroški uporabe ali grožnje s silo postali izjemno visoki, kar je države privedlo do večje uporabe spoštovanja, občudovanja in sodelovanja, torej karakteristik mehke moči, v primerjavi z uporabo prisile ali groženj (Gallarotti 2011, 37). Z razvojem globalne

informacijske infrastrukture Tuđman (2013, 14–15) omenja dve pomembni spremembi pri obravnavi mednarodnih odnosov in obnašanja držav. Kot prvo navaja (prav tam) porast priljubljenosti mehke moči v primerjavi s trdo močjo (prednost javne diplomacije kot sredstva zunanje politike pred vojaškimi in ekonomskimi sredstvi), ter kot drugo izpostavlja informacije kot eno izmed osnovnih instrumentov nacionalne moči. Prav zato postaja mehka moč ključna za redefiniranje pomembnosti javne diplomacije države.

Pri proučevanju socialnih inovacij izpostavljam njihov posredni cilj, da s svojimi učinki v domačem okolju države proizvajajo mehko moč. Zaradi vse večjega brisanja mej med sektorji in prepletanja med različnimi deležniki in akterji znotraj države ter ciljnimi (ranljivimi) skupinami socialne inovacije ustvarjajo ugodno okolje za zunanjo politiko države, saj lahko država izkoristi socialno inovacijo kot družbeni vpliv za grajenje dolgoročnih odnosov s tujimi javnostmi in državami. Civilna družba je ena izmed neoprijemljivih zmogljivosti mehke moči, a hkrati priložnost za aktivacijo legitimnosti države za doseganje vpliva v mednarodnem okolju.

Če hoče država ob spremenjenih pogojih (družbenih, ekonomskih, tehnoloških) politično preživeti v mednarodnem okolju, mora temu prilagoditi svojo zunanjo politiko, ki bi v odprtih demokracijah naj temeljila na sodelovanju in ekonomski blaginji. Nenazadnje so tudi novonastale mreže civilne družbe (domače ali mednarodne) postale vir mehke moči, ki jo ne samo proizvajajo, ampak tudi prek nje dosegajo vpliv na odločevalce. Ob navedem je jasno, da unilateralna dejanja držav niso zaželeni in zato stanejo državo precej več (Gallarotti 2011, 37–39). Socialna inovacija se v vsebino zunanje politike države lahko uvrsti iz več razlogov, in sicer zaradi promocije družbenih vrednot in utrjevanja mednarodnih norm ter sovpadanja z nacionalnim interesom. Nujen kriterij pri socialni inovaciji je, da mora ustvarjati družbeno dobro. Anderson in drugi (2014, 30) pod družbeno dobro specificirajo pravičnost, krepitev moči in enakopravnost. Prek tega socialna inovacija gradi in utrjuje družbene vrednote, ter krepi zmogljivosti mehke moči v državi. Iz tega sklepam, da se potencial socialnih inovacij kaže v smislu razvoja zmogljivosti mehke moči države. Nye (2008, 95) navaja, da viri mehke moči države morajo temeljiti na ustvarjanju privlačnosti – če niso privlačni za tuje javnosti, potem se zmogljivost mehke moči države ne more pretvoriti v njen vpliv. V mednarodni politiki viri, ki proizvajajo mehko moč, v veliki meri izhajajo iz vrednot, ki so izražene v kulturi; zgledu, ki ga daje država s svojimi notranjimi in zunanji politikami, in v načinu, kakšne odnose vzdržuje z ostalimi akterji in deležniki (prav tam). Tako lahko države socialne

inovacije in njihovo proizvedeno mehko moč uporabijo za prikaz lastnega družbenega napredka in sprememb v mednarodni skupnosti. Udovič (2009, 27) pravi, da vsaka zunanja politika države izhaja iz sistema vrednot, ki pogojujejo njene odločitve tako pri izbiri ciljev kot pri določanju sredstev zunanje politike. Nadalje še navaja, da so mednarodne norme »odraz vrednostnega sistema« (prav tam) širše družbe. Družbene vrednote so temelj socialne inovacije, obenem so pa tudi zrcalo družbe v državi. Ker gre za elemente, na katerih temeljijo zunanjepolitični cilji in njeno izvajanje, se torej promocija družbenih vrednot prek socialnih inovacij lahko vključi v vsebino zunanje politike.

Cilj zunanje politike po Petriču (2010, 23) je uveljavitev lastnih interesov in pogledov v mednarodni skupnosti, kjer skuša uveljaviti svoje vrednote in si zagotoviti varnost ter blagostanje. Če socialna inovacija temelji na promociji družbenih vrednot, ki so obenem temelj za oblikovanje zunanjepolitičnih ciljev in vodilo pri njenem izvajanju, pomeni, da se socialna inovacija lahko uvrsti tudi v vsebino zunanje politike. Kot sem že omenila, je nacionalni interes države, povezan s socialnimi inovacijami, v promociji dosežkov družbe navznoter, torej v domačem okolju zunanje politike. Država prek vsebine zunanje politike gradi privlačnost in krepi kredibilnost, kar je po Nyeju (2008, 100) zaradi poplave informacij naraščajoči vir moči. Kot avtor nadaljuje (Nye 2008, 101), brez nacionalne kredibilnosti instrumenti javne diplomacije ne morejo pretvoriti virov mehke moči v privlačnost.

2.3.4 Socialne inovacije z vidika zunanje politike Republike Slovenije

Socialne inovacije državi ponujajo dvojni učinek, saj, kot prvo, stremijo k izboljšanju družbenih razmer v državi, in kot drugo, v mednarodnem obziru prikazujejo državo kot družbeno odgovorno in napredno, kot tako, ki prepozna in spoštuje univerzalne družbene vrednote (Grimm in drugi 2013, 439). Slovenija je na področju socialnih inovacij v primerjavi z zahodnoevropskimi državami še precej v začetni fazi razvoja. Namen tega podpoglavja je analizirati dva ključna dokumenta za zunanjo politiko Slovenije, in sicer Deklaracijo o zunanji politiki Republike Slovenije ter Strategijo zunanje politike Republike Slovenije pod naslovom Slovenija: varna, uspešna in v svetu spoštovana – zunanja politika Republike Slovenije. Dokumenta sta stopila v veljavo junija in julija 2015, zato sta zelo aktualna predvsem v luči promocije znanja in inovacij države prek javne diplomacije. To podpoglavje ponuja analizo dokumentov z vidika socialnih inovacij in javne diplomacije, ter analizo, kam je mogoče umestiti socialne inovacije na podlagi obeh strateških dokumentov za zunanjo politiko RS.

RS je 10. julija 2015 v Državnem zboru potrdila novo Deklaracijo, kjer je opredelila nacionalni interes, cilje zunanje politike RS in prednostna področja (MZZ 2015a). Pod nacionalni interes je za obravnavano področje pomembno izpostaviti uveljavitev ustavnih vrednot, ki temeljijo na pravni, socialni in demokratični državi, ter trajnostni razvoj, kamor se uvrščajo tudi znanje, inovacije in družbeni razvoj. Med cilji je takoj na začetku Deklaracije izpostavljen ugled in prepoznavnost države, ter uveljavitev kot odgovornega in dejavnega akterja v mednarodni skupnosti. Erjavec (2015) navaja, da je za zunanjo politiko Slovenije ugled postavljen zelo visoko, in poudarja, da je za ugled odgovornih več akterjev, ne samo MZZ; pri tem navaja še predsednika države, ostale politike, gospodarstvenike in športnike. Med cilji Deklaracija še navaja varovanje in uveljavitev vrednot in blaginje ter poudarja trajnostni razvoj. Med prednostna področja, relevantna za področje javne diplomacije in socialnih inovacij, Deklaracija na širše opisuje dotične cilje, in sicer krepitev ugleda in prepoznavnosti se nanaša na varno in gospodarsko uspešno državo; nadalje kot prednostna področja opredeli še promocijo znanja; krepitev prepoznavnosti slovenske kulture (ki jo razumemo v širšem smislu) in učinkovito predstavljanje v mednarodnih odnosih; dejavno zaščito najbolj ranljivih skupin (kamor se uvrščajo tudi starostniki); soočanje z izzivi staranja prebivalstva ter trajnostni razvoj. Obenem je v Deklaraciji omenjeno sodelovanje vlade RS pri izvajanju Deklaracije in Strategije z dodatnimi akterji, med drugim tudi civilno družbo, NVO in širšo javnostjo. Deklaracija v primerjavi s tisto iz leta 1999 tako prinaša sveženj novih področij, ki v prejšnji deklaraciji niso bile sploh omenjene, kot na primer inovacije in znanje. Ugled države je takrat temeljil predvsem na vključevanju v mednarodne organizacije in zveze ter vzpostavljanje podobe samostojnega in neodvisnega akterja v mednarodnih odnosih.

Kot poroča MZZ (2015b), je vlada RS s potrditvijo strateškega dokumenta zunanje politike RS podrobneje opredelila in konkretizirala cilje in prednostne naloge, s tem pa zaključila proces prenove strateških dokumentov zunanje politike RS. »Strateški dokument je razdeljen na tri glavna poglavja: 1. Okvir (vsebuje oceno mednarodnega okolja ter opozarja na vzajemno povezanosti med zunanjo in notranjo politiko); 2. Koncentrični krogi zunanje politike – prednostna območja (obravnavava zunanjo politiko po geografskih območjih); 3. Zunanja politika v preseku – prednostna področja (obravnavava zunanjo politiko po izbranih vsebinskih področjih)« (MZZ 2015a). Že samo poimenovanje Strategije 'v svetu spoštovana...' nakazuje na pomembnost grajenja pozitivne prepoznavnosti in ugleda v mednarodni skupnosti ter uveljavitev zunanje politike kot kredibilne in uspešne. Strategija

(2015, 1) ponovno opredeli ključna sporočila, povzeta iz Deklaracije, ki so: prepoznavnost Slovenije kot temeljni cilj slovenske zunanje politike, podpora interesom izobraževanja ter promocijo obetajočih zagonskih podjetij za njihov prodor v tujini. Zagonska podjetja temeljijo na inovacijah ob uporabi napredne tehnologije, zato so s svojim delom tudi med indikatorji napredne družbe.

Strategija vsebuje prenovljeno podobo zunanje politike Slovenije po slabem četrtnetletju njenega obstoja, zato se poslužuje tudi novih področij in razširja konkretna prednostna področja. Poleg inovacij in zagonskih podjetij dodaja tudi udejstvovanje države na področju starejših. Erjavec (2015) je ob tem pripomnil, da je Slovenija med pobudnicami za sprejetje konvencije Združenih narodov o varstvu pravic starejših. Slednje je ključno za pričujoče delo, kajti Slovenija se v svoji zunanji politiki zavezuje promociji tistih akterjev in dejavnikov, ki so tudi predmet socialnih inovacij. Strategija prepozna med drugimi tudi globalno naraščanje neenakosti in negativna demografska gibanja kot ključne izzive v spremenjenem globalnem okolju, ter doda, da naraščajoči socialni izzivi zahtevajo, da se družbe, ekonomije in institucije preoblikujejo spremembam primerno.

Strategija postavlja v ospredje »doseganje prepoznavnosti in ugleda RS kot države, ki je uspešna predvsem na gospodarskem področju in pri zagotavljanju vsestranske blaginje njenih prebivalcev ter hkrati odgovorna in dejavna v svetu« (Strategija 2015, 8). Pri tem uporablja diplomacijo kot ključni instrument za uveljavljanje nacionalnega interesa. Omenja tudi omejitve slovenske zunanje politike, ki se nanašajo na velikost države (glede na zunanjepolitične zmogljivosti in vpliv v mednarodni skupnosti), kar ji pa daje zgolj fleksibilnost in pragmatičnost, čeprav deluje z omejenimi viri. V strateškem interesu RS sta med drugimi omenjena tudi močna civilna družba ter socialna kohezija. To pomeni, da se zunanja politika zaveda pomena nedržavnih akterjev in dejavnikov, ki s svojimi aktivnostmi gradijo zunanjepolitično podobo odgovorne socialne države. Močna civilna družba pomeni urejeno in koherentno uveljavljanje družbenih vrednot, s čimer se država v svojih zunanjepolitičnih ciljih lažje poistoveti in projicira v mednarodno okolje pod nazivom odgovorne in odprte države. Pri tem Strategija navaja, da so vrednote in interesi neločljivo prepleteni.

V tretji sekciji pri opredelitvi prednostnih področij zunanje politike Slovenija prepozna pomen sposobnosti hitrega prilagajanja na spremembe v svetu, kar je tudi ključna prednost za

omogočanje krepitve prepoznavnosti in ugleda, kot tudi uveljavljanje vrednot in interesov Slovenije. Strategija omenja sodelovanje na tistih prednostnih področjih, kjer ima primerjalne prednosti. Pri socialnih inovacijah ima Slovenija bolj kot ne razvite posamezne zgodbe, kot pa celostno področje, ki je še v povojih. Vendar prav ti individualni primeri lahko izstopajo iz mikro stopnje na nacionalno raven ter postanejo primer dobre prakse ne samo za lokalno in nacionalno okolje, temveč tudi za mednarodno skupnost držav s podobnimi izzivi, ki jo dotična socialna inovacija nagovarja. V imenu dostojnega življenjskega standarda se na prednostno področje uvršča tudi zagovarjanje pravic starejših, kar je novost v primerjavi s prejšnjo Strategijo iz leta 1999.

Svojo prepoznavnost Slovenija gradi prek več elementov, kjer je vključevanje »zmogljivosti javnega, zasebnega in nevladnega sektorja, znanosti, inovacij in tehnologije priložnost tudi za uveljavitev gospodarskih in drugih subjektov RS v tujini« (Strategija 2015, 26–27). Na novo Strategija opredeljuje tudi znanstveno diplomacijo, ki skrbi za uveljavljanje in internacionalizacijo slovenske znanosti, inovacij in visokega šolstva. Pri tem omenja boljše izkoriščanje inovacijskih možnosti, potencial zagonskih podjetij, pretok znanja in idej v RS in zunaj meja kot nekaj izmed ključne dodane vrednosti omenjene veje diplomacije. Nadalje je kulturna diplomacija prav tako ena izmed najbolj relevantnih sredstev in dejavnikov zunanje politike. Gre za sredstvo, ki pomaga pri prepoznavnosti države prek kulture, ki je ključna za identiteto naroda in države ter njeno zastopanost. Kot navajata Bojinović Fenko in Požgan (2012, 33–34), kulturna diplomacija uporablja najbolj mehko moč na premici moči v zunanji politiki. Strategija pod poseben odsek opredeljuje tudi javno diplomacijo in znamčenje Slovenije, ki gradi podobo Slovenije v svetu. Pri tem pod elemente mehke moči navaja strateško komuniciranje ter javno in kulturno diplomacijo. Če gledamo iz perspektive grajenja prepoznavnosti in ugleda, se vse našteje veje diplomacije (znanstvena, kulturna, javna), ne glede na vsebinske razlike in fokusna področja, prepletajo in med seboj dopolnjujejo. Znanje je prav tako skupni imenovalc vsem trem vejam, ki pripomorejo k celostni izgradnji podobe Sloveniji. Prisotnost inovacij slovenskih državljanov doma in v svetu je lahko element učinkovite promocije skozi kanale javne diplomacije, kar nakazuje tudi Strategija.

Nova dokumenta, Deklaracija in Strategija, neposredno ne imenujeta ali obravnavata socialnih inovacij, kar je, glede na to, da ima Slovenija še veliko priložnosti na tem področju in glede na porast socialnih inovacij zaradi naraščajočih družbenih izzivov mogoče izpuščena priložnost slovenske zunanje politike. Vendar obe poudarjata pomen znanja, izobraževanja,

zagonskih podjetij in inovacij ter njihovo promocijo in sodelovanje z drugimi deležniki na tem področju, kar je primerno izhodišče in podlaga tako za delo civilne družbe kot tudi za izvajalce javne diplomacije. Moja študija primera v pričujočem delu je socialna inovacija na področju starejših kot ranljive družbene skupine, zato je omembe vredno tudi novo področje zunanjepolitične usmeritve, kot že omenjeno, udejstvovanje RS na področju starejših. Znanje, inovacije in pozornost starejšim so tako z vidika zunanje politike RS tisti elementi, kamor lahko umestimo socialne inovacije kot družbeni vir mehke moči države.

Aktualnost in ustreznost izbrane študije primera Simbioza se kaže v izbranem družbenem izzivu ter rezultatih, ki jih je projekt ustvaril na nacionalni ravni. S tem je pritegnil polno pozornost odločevalcev, ki so projekt podprli na najvišji državni ravni. Posredni indikator so tudi osvojene slovenske in tuje nagrade, zanimanje tujih javnosti za projekt ter vključitev nekaterih ministerstev in DKP-jev v projekt, kar opredelim v četrtem poglavju. V nadaljevanju izpostavljam en vidik sodelovanja MZZ s civilno družbo na primeru obravnavane študije primera projekta Simbioza. Ključen je poudarek, da so tovrstna sodelovanja opredeljena tudi v novi Strategiji. Čeprav je Simbioza izpostavila šibko in nezadostno reševanje konkretnega družbenega izziva v Sloveniji s strani pristojnih državnih organov, so slednji prepoznali prizadevanja civilne družbe ter aktualnost izziva skozi medgeneracijsko sodelovanje in prostovoljstvo. Tako sta MZZ in MIZŠ projektu za namene internacionalizacije izdala priporočilno pismo, v katerem navajata:

Verjamem, da je Simbioza eden tistih odličnih socialnih inovacij Republike Slovenije, ki lahko v pozitivni luči predstavijo zanimivo zgodbo tudi za ostale države. Ekipa Simbioze je pripravljena z lokalnimi partnerji prenašati svoje znanje in izkušnje in verjamem, da bi bila takšna akcija prav v vsaki državi lahko zgodba o uspehu. Tudi zato njihova prizadevanja po mednarodnem delovanju podpiram in predlagam, da prisluhnete ideji in rezultatom in premislite, kako bi lahko projekt izvedli v vaši državi (Jernej Pikalo, minister za izobraževanje, šolstvo in šport, 23. junij 2014; Priloga A).

Na Ministrstvu za zunanje zadeve Republike Slovenije smo še posebej veseli, da želijo ustanovitelji s projektom povezati svet. Veseli nas, da sodelujemo pri promociji projekta in pomena medgeneracijskega sodelovanja tudi v mednarodnih organizacijah in številnih državah. Kot generalna direktorica za multilateralne zadeve sem ponosna, da je bil projekt Simbioza že predstavljen v okviru UNIS na Dunaju.

Simbioza na zelo prodoren in napreden način spodbuja medgeneracijski dialog in sodelovanje, ki bosta v sodobni družbi zaradi staranja prebivalstva in daljše življenjske dobe le še pridobivala na pomenu. Prav zato je Ministrstvo za zunanje zadeve Republike Slovenije nominiralo Zavod Ypsilon in projekt Simbioza za UN Population Award 2014.

Prepričana sem, da je Simbioza ena izmed odličnih socialnih inovacij v Republiki Sloveniji. Zagotovo je lahko zanimiva tudi za ostale države in verjamem, da lahko

postane uspešna zgodba. Ekipa Simbioze je pripravljena svoje izkušnje in znanja prenašati na lokalne partnerje in z njimi sodelovati pri izvedbi projekta. Tudi zato njihova prizadevanja po mednarodnem delovanju na Ministrstvu za zunanje zadeve podpiramo. Predlagam, da prisluhnete ideji in rezultatom ter premislite, kako bi lahko projekt izvedli v vaši državi (Dragoljuba Benčina, generalna direktorica, 20. junij 2014; Priloga B).

Pri obravnavanem problemu je smiselno razmisliti, kakšna merila bi morala obstajati za umeščanje socialnih inovacij v vsebino zunanje politike. Marc (2015) meni, da v tej fazi, ko je v Sloveniji še razmeroma malo socialnih inovacij, njihove promocije prek orodij zunanje politike ni potrebno omejevati s posebnimi filtri, saj lahko posamezna veleposlaništva sama razmislijo, katere izmed slovenskih socialnih inovacij bi bile primerne za promocijo v okolju njihove države sprejemnice. Pri oblikovanju vsebine zunanje politike v širšem smislu vpliva več akterjev, ne samo pristojno uradniško in diplomatsko osebje. Kot pravi Bojinović Fenko (2010, 73), vpliva na oblikovanje zunanje politike celotna družba v državi, tudi javnost in civilna družba ter organizacije, ki jo predstavljajo. Tudi v novi Strategiji (2015, 31) je opredeljeno sodelovanje z zainteresirano javnostjo in predstavniki civilne družbe, kar je prvi pogoj za učinkovit dialog glede umestitve socialnih inovacij na zunanjepolitično agendo. Menim, da v kolikor socialna inovacija s svojimi učinki nagovarja prednostna področja države za zunanjepolitično delovanje in je v nacionalnem interesu, zadovoljuje pogoj, da se vključi v vsebino zunanje politike v okviru predstavitve dobre prakse družbenega napredka v državi.

3 JAVNA DIPLOMACIJA KOT SREDSTVO IZVAJANJA MEHKE MOČI

To poglavje je namenjeno opredelitvi javne diplomacije kot sredstva zunanje politike. Najprej predstavim pojem javne diplomacije in njene lastnosti, nato pa analiziram, kako se javna diplomacija sooča s spremembami hitrega tehnološkega razvoja in globalizacije, ki se odvijajo v mednarodni skupnosti. V drugem delu tega poglavja sledi pregled javne diplomacije Republike Slovenije ter aktivnosti na tem področju s strani njenih izvajalcev. Poglavje zaključim s ključnim vprašanjem tega magistrskega dela, in sicer, kakšen je potencial za promocijo Slovenije, če se socialna inovacija vključi v predmet javne diplomacije kot sredstva izvajanja zunanje politike. Prav tako iščem ustrezen razmislek o tem, ali se lahko vsaka socialna inovacija promovira prek javne diplomacije.

3.1 Opredelitev pojma

Preden definiram pojem javne diplomacije, je potrebno poudariti, da proučujem diplomacijo kot instrument zunanje politike in ne kot institucijo v mednarodnih odnosih. Kot pravi Benko

(1997, 40), je diplomacija eno izmed sredstev zunanje politike, torej orodje za zunanjepolitično izvajanje. V tem delu podam definicijo javne diplomacije v obdobju t. i. postmoderne diplomacije. Prav tako opredelim, zakaj ne gre pojma javne diplomacije zgolj enačiti s propagando in kakšne so razlike s kulturno diplomacijo. Cilj tega podpoglavja je, da iz množice različnih definicij najdem najbolj primerno, ki ustreza raziskovalnemu izhodišču tega dela.

Postmoderna diplomacija se pojavi zaradi različnih integracijskih procesov in krepitve multilateralizma, ki temelji na načelih odprtosti, sodelovanja in zaupanja (Benko 1997, 41; Jazbec 2007, 886). Gre za t. i. odprto diplomacijo, ki vzpostavlja dialog z odprto družbo, in med drugim dobiva tudi nove značilnosti ali take, ki na novo pridobivajo na pozornosti, kot sta na primer javna in gospodarska diplomacija (Jazbec 2007, 887, 893). Ob porasti mehke moči je javna diplomacija tako postavljena vse bolj v ospredje (Nye 2008, 95). Seveda je potrebno upoštevati razumevanje vloge javne diplomacije in temu primerne obravnave. Novi izzivi in potrebe javne diplomacije v obdobju po hladni vojni in po terorističnem napadu na ZDA leta 2001 zahtevajo spremembe, ki izvirajo iz treh med seboj povezanih revolucij glede množičnega komuniciranja, politike in mednarodnih odnosov. Revolucija informacijske tehnologije je olajšala dostop do informacij in pospešila izmenjavo idej o svetovni politiki s strani različnih akterjev (NVO, MVO, civilna družba, podjetja, ipd.). Prav ta revolucija je v mednarodnih odnosih spremenila cilje in sredstva zunanje politike. Pozitivne podobe države in dober ugled v svetu skozi privlačnost in prepričevanje so postale bolj pomembne od elementov trde moči, ki so tradicionalno doseženi prek vojaških in ekonomskih sredstev (Gilboa 2008, 55–56).

Roberts (2007, 45) opredeli javno diplomacijo kot nasprotnico tradicionalni/klasični, kjer je slednja v vlogi vlada države do drugih vlad držav, javna diplomacija pa v odnosu vlada države v odnosu do tujih javnosti. Pri tem definira (prav tam) javno diplomacijo kot aktivnosti zunanje politike, ki so vladne ali financirane s strani vlade, s ciljem, da za svojo državo ustvarijo karseda pozitivno okolje pri tujih javnostih in se tem dosežejo odobranje svoje zunanje politike (prav tam). Podobno opredeljuje tudi Rugh (2009, 12–13), kjer pa opozori, da, če želimo povezovati mehko moč z javno diplomacijo, jo moramo v tem obziru tudi proučevati. Kot navaja (prav tam), obstajajo novejšje definicije javne diplomacije ter tradicionalne definicije, kjer vse vključujejo komunikacijo s tujimi javnostmi. Pri tradicionalni javni diplomaciji aktivnosti izvaja vlada države, pri novejših definicijah je pa

možnost, da lahko aktivnosti zunanje politike izvajajo tudi nevladni akterji, kot so NVO ali celo posamezniki (prav tam). Tudi Signitzer in Coombs (v Gilboa 2008, 58) podajata posodobljeno definicijo javne diplomacije, kjer zagovarjata, da odnosi z javnostjo in javna diplomacija zasledujeta podobne cilje in uporabljata podobna orodja. Njuna definicija (prav tam) javne diplomacije je način, kako vlade, posamezniki in skupine vplivajo neposredno ali posredno na tista javna mnenja, ki vplivajo neposredno na zunanjepolitične odločitve tuje vlade. S tem avtorja prepoznata nove akterje, kar posledično kaže na rastočo soodvisnost vseh akterjev v mednarodnih odnosih. Taisto definicijo uporabi tudi Snow (2009, 6), ki meni, da takšna opredelitev spodbuja sodelovanje javnosti pri sooblikovanju zunanje politike.

Ker je objekt proučevanja konceptualizacija mehke moči in socialne inovacije kot vira mehke moči države, za potrebe pričujočega dela uporabljam tradicionalno definicijo javne diplomacije, saj je za izvajanje javne diplomacije v tem delu bistvena vlada države in njene zunanjepolitične aktivnosti. Država namreč svojo zunanjo politiko lahko nadzira, vse aktivnosti so koordinirane s strani države, zato tudi komunikacija poteka bolj organizirano in koherentno v primerjavi z ostalimi akterji v mednarodnem okolju. Nye (2008, 95–96) se osredotoča bolj na korelacijo javne diplomacije in mehke moči, kjer definira javno diplomacijo kot instrument, ki ga vlade uporabljajo za mobilizacijo virov (mehke moči), da lahko komunicirajo in privlačijo predvsem tuje javnosti, in ne samo zgolj vlad tujih držav. Javna diplomacija skuša ustvarjati privlačnost skozi mehko moč svoje države, da bi sledila neoprijemljivim zunanjepolitičnim ciljem, predvsem za promocijo lastne države (grajenje ugleda in mednarodne prepoznavnosti države). Gilboa (2008, 57) pravi, da je proces javne diplomacije dvostopenjski: najprej je neposredna komunikacija, ki ustvarja spodbudno javno mnenje v drugi državi, in potem je še pritisk obveščene javnosti na svoje vlade, da se poslužujejo prijaznih politik napram državi, ki je uporabila javno diplomacijo. Tuđman (2013, 16–17) opredeli javno diplomacijo kot način, s katerim države zagotovijo dominacijo informacij v mednarodnih odnosih in informacijskem prostoru. Kot instrumente javne diplomacije navaja medije, NVO, PR agencije, MVO, izmenjave (znanstvene, izobraževalne), razvojno pomoč, ipd. Cilj javne diplomacije opredeli kot zagotoviti (mehko) moč skupaj z drugimi, a ne nad drugimi (prav tam).

Sun (2008, 173) navaja, da je Edward Murrow prvi uporabil koncept javne diplomacije že leta 1963. Murrow jo je definiral kot izmenjavo vladnih in nevladnih mnenj s tujimi vladami in nevladnimi posamezniki in organizacijami (prav tam). Plavšak Krajnc (2004, 645) opredeli

javno diplomacijo »kot obliko prepričevalnega komuniciranja s tujimi javnostmi v kontekstu uresničevanja zunanjepolitičnih ciljev« (prav tam). Oba torej definirata javno diplomacijo skozi dejanja enega akterja – vlade držav. Tudi Udovič (2009, 42) povzema definicijo Alumni združenja ameriške informacijske agencije, ki pravi, da je javna diplomacija aktivnost, ki »se ukvarja z obveščanjem javnosti in analiziranjem obnašanja le-te pri ustvarjanju in izvajanju zunanje politike« (prav tam). Bojinović Fenko in Požgan (2012, 34) opredelita odnos kulture v javni diplomaciji in sicer navajata definicijo, da je javna diplomacija »razumevanje, informiranje in vplivanje na tujo javnost ter širjenje dialoga med državljani in institucijami ter njihovimi naslovniki v tujini«, ki sta jo podala Krause in van Evera (prav tam). Javna diplomacija se pa lahko izvaja tudi skozi določene vidike kulturne diplomacije, kjer se glede na namen ti dve sredstvi lahko srečata (prav tam). Petrič (2010, 394) doda, da je javna diplomacija »organizirano delovanje diplomacije, ki je namenjeno javnosti v tuji državi«, za namen krepitev naklonjenega odnosa in razumevanje za državo izvajalko javne diplomacije. Kot meni Marc (2015), javna diplomacija obsega predstavljanje in interpretacijo stališč lastne države pred tujimi javnostmi (zunanjepolitičnih, pa tudi notranjepolitičnih, gospodarskih interesov) ter vsestransko, celovito promocijo države in njeno znamčenje pred tujimi javnostmi. Nadalje poudarja (prav tam), da vse pomembnejša postaja tudi javna diplomacija navznoter, ki jo razume kot krepitev verodostojnosti in legitimnosti zunanje politike in zunanjepolitičnega aparata (in izdatkov za ta namen) pred domačimi javnostmi.

Naloga javne diplomacije je, da skuša privabiti tuje javnosti prek ustvarjanja privlačnosti ustreznih vidikov svoje družbe in politik, torej posredovati prave, izbrane informacije. Pametna javna diplomacija zahteva razumevanje vlog kredibilnosti, samokritičnosti in civilne družbe pri proizvodnji mehke moči. Roberts (2007, 46) pri tem poudarja, da morajo izvajalci javne diplomacije biti ozaveščeni in upoštevati mnoge zunanje (izven diplomacije) vplive na zunanjo politiko, vključno z aktivnostmi javnega in zasebnega sektorja v državi. To vključuje tudi dejavnosti nevladnega sektorja in interakcijo z njimi. Pri javni diplomaciji je ključen akter tuja javnost, vir moči pa privlačnost. Marc (2015) med akterje javne diplomacije prišteva še elemente zunanjepolitičnega aparata, druge politične deležnike, gospodarstvenike, akademsko sfero, medije, idr. Diplomatska strategija, ki ji izvajalci javne diplomacije sledijo, so vzajemne koristi družbe na podlagi družbenih vrednot države in njenih zunanjepolitičnih ciljev. Komuniciranje poteka skozi partnerstva in mreže ter sodelovanjem z nedržavnimi akterji. Nosilec javne diplomacije je Ministrstvo za zunanje zadeve in DKP-ji (diplomatsko-

konzularna predstavništva). Cilj javne diplomacije zasleduje *win-win* rezultate prek odprtosti in kredibilnosti (Leonard in Alakeson 2000, 366).

Mnogo avtorjev enači ali zamenja javno diplomacijo s propagando, odnosi z javnostjo, psihološkim dobrobitim in z javnimi zadevami. Prav tako enačijo pojem javne diplomacije z mehko močjo ter merijo rezultate zgolj na podlagi javnega mnenja in medijske pokritosti (Gilboa 2008, 55), kar je napačno in neuporabno za razvoj teorije in metodologije javne diplomacije. Kelly (v L'Etang 2009, 608–609) pravi, da obstaja živahna razprava o povezanosti propagande in javne diplomacije, predvsem, ali bi propaganda sploh morala biti del javne diplomacije, in do katere mere bi naj vključevala tehnike propagande za prepričevanje tujih javnosti. Petrič (2010, 394) opozori, da je cilj javne diplomacije sicer podoben propagandi in promocijski dejavnosti, vendar je razlika v izvajalcu. Podobno meni Plavšak Kranjc (2004, 647), ki navaja, da propaganda zlorablja model prepričevalnega komuniciranja zato, da lahko ustvari videz zadovoljstva potreb in interesov obeh strani. Propaganda je politično usmerjena aktivnost, ki cilja na množično občinstvo (Roberts 2007, 46; Bojinović Fenko in Požgan 2012, 34). Nye (2008, 101) doda, da pri propagandi običajno manjka kredibilnost, kar lahko ima nasprotne učinke od zelenih. Melissen (2005, 17–18) prav tako pravi, da propagando označujeta dve glavni karakteristiki: negativna konotacija iz zgodovine in enačenje koncepta z manipulacijo ter zavajanjem. Kot nadaljuje avtor (prav tam), je glavna razlika med propagando in javno diplomacijo v vzorcu komunikacije. Javna diplomacija v sodobni družbi temelji na dvosmerni komunikaciji, kjer po eni strani skuša privlačiti tuje javnosti k podobnemu mišljenju, po drugi strani pa javno diplomacijo tudi zanima, kaj ima tuja javnost za povedati (Melissen 2005, 18; Nye 2008, 103). Petrič (2010, 393–394) navaja, da je glavni cilj propagandnih in promocijskih aktivnosti države zagotovitev, da si le-ta dolgoročno utrdi pozitivno podobo v mednarodnem okolju. Zato je poleg notranje urejenosti ključno tudi krepiti verodostojnost svoje zunanje politike.

Javna diplomacija temelji na kompleksnem odnosu treh glavnih komponent: vlada, mediji in javno mnenje (Gilboa 2008, 62). Medtem ko je odnos javne diplomacije do vlade že jasno opredeljen skozi podane definicije, na tem mestu na kratko opredeljujem odnos komunikacijskih metod. Kot pravi Plavšak Kranjc (2004, 653), javna diplomacije vsebuje elemente odnosov z javnostmi, vendar njena komunikacija temelji in je vezana na zunanjepolitično vsebino, vrednote in norme, in vključuje tudi strateško komuniciranje in načrtovanje. Prav tako se povezuje javno diplomacijo in konceptom znamčenja. Med njima

obstaja nekaj podobnosti (upravljanje podob in simbolov, grajenje odnosov, uporaba množičnih medijev), je pa tudi precej razlik, ki so vezani na cilje oziroma končne rezultate (narasla prodaja v primerjavi z zunanjo politiko, ipd.). Oglaševanje in znamčenje je tako specifično in velikokrat vnaprej znano, medtem ko gre pri javni diplomaciji za kompleksne vsebine, ki morajo v svoji komunikaciji najti ustrezno rešitev glede na kontekst zunanjepolitičnih odločitev, kjer javna diplomacija ne more biti minimalizirana na slogane in podobe (Gilboa 2008, 67–68). Javno diplomacijo opredeljuje neposredna komunikacija vlade države in grajenje dolgoročnih (kulturnih) odnosov s tujimi javnostmi. Pri tem Nye (2008, 101) opredeli tri dimenzije javne diplomacije: dnevna komunikacija z domačimi in tujimi mediji, kjer država razlaga kontekst notranje- in zunanjepolitičnih odločitev; nato je strateško komuniciranje, ki je podkrepljeno s političnimi ali oglaševalskimi kampanjami; in nenazadnje tudi razvoj trajnih odnosov s ključnimi posamezniki prek izmenjav, izobraževanj, ipd. Vse tri dimenzije so ključne, da pomagajo državi ustvariti privlačno podobo, ki lahko izboljša možnosti za doseganje zelenih učinkov. Kot ugotavljam, nosi javna diplomacija karakteristike propagande, znamčenja in oglaševanja, ter v svoji dvosmerni komunikaciji upošteva tudi javno mnenje. Najbolj uporabna definicija za pričujoče delo je Nyejeva (2008), saj omenja vir, od kje javna diplomacija črpa material za svoje delovanje, torej mobilizacijo mehke moči, ki pa jo v večini ne proizvaja država, temveč njena kultura (v najširšem smislu).

Pri tem velja opredeliti pozitivno prepoznavnost države, in sicer se koncept navezuje na namensko ustvarjanje dobre podobe države v mednarodnih odnosih, ki temelji na dojemanju značilnosti države (socio-ekonomskih, geografskih, političnih, vojaških, zunanjepolitičnih ipd.). Pozitivno prepoznavnost lahko gradijo posamezne osebe, značilnosti, družba ter ostale značilnosti države, ki pri tujih javnostih ustvarjajo pozitiven afekt (Nurtazina in drugi 2014, 486). Kot pravi Bučar (2001, 150), so zunanjepolitična dejanja države odvisna od notranjepolitičnih razmer. Če država v svojem družbenem notranjem okolju doživi spremembe, ki kažejo na njeno odprtost in naprednost, si želi ta sloves uveljavljati tudi v mednarodnem okolju. Ta pozitiven vpliv lahko izkoristi v kontekstu mehke moči, ki v tem primeru temelji na sposobnosti, da se zmogljivosti spremenijo v aktivno implementacijo zunanjepolitičnih ciljev (Bojinović Fenko 2014, 7–8).

Cilj javne diplomacije je komuniciranje s tujimi javnostmi, da se oblikuje ugodno tuje javno mnenje, pridobi večje razumevanje med tujimi javnostmi, gradi pozitivna podoba, znamka in sloves države v tujih pogledih, še najbolj pa je pomembno, da se vpliva na obnašanje in

politike tujih vlad prek vplivanja na mnenje njihove javnosti (Zatepilina 2009, 157). Javna diplomacija zaobjema torej dejanja in aktivnosti države v zvezi s tujimi javnostmi z željo po večjem ugledu in kredibilnosti skozi promocijo svojih družbenih vrednot. Anholt (2006, 272) dodaja, da so uradne marketinške kampanje držav za večanje prepoznavnosti in privlačevanja tujih javnosti zapravljanje proračunskih sredstev in iluzija, kajti javnost ne spreminja mnenja o tuji državi (ki se po navadi izoblikujejo skozi desetletja) zgolj, ker jim privlačni oglasi tako narekujejo. Gre za dolgotrajen proces, kjer so med viri ugleda tudi vrednote in kultura države, neposredni stiki ter napredek civilne družbe, zato je smiselno, da se uradna diplomacija poslužuje tudi netradicionalnih virov za grajenje svoje znamke prepoznavnosti.

Razlika med kariernimi diplomati in laičnimi javnostmi leži v razumevanju obnašanja tujih držav. Diplomati morajo vedno biti pripravljene spreminiti mnenje o drugi državi, medtem ko širše javnosti nimajo ne izkušenj ne znanja niti želje, da bi natančno proučili dejanja tujih vlad, zato so njihovi odzivi na vladne politike direktni in pogojeni s percepcijo države v celoti (Anholt 2006, 273). Zatepilina (2009, 158) še navaja, da akademiki (Yang in Grunig 2005, Gotsi in Wilson 2001) definirajo ugled kot kognitivno zastopstvo organizacij v nazoru javnosti in kot splošno ovrednotenje organizacije skozi čas. Ugled države je v mednarodni politiki pomemben prav tako kot v velikih korporacijah. Kredibilnost nacionalnih deležnikov je vir moči, na katerega se zanašajo ostali akterji v svojih odnosih do države. Kot še doda Zatepilina (prav tam), ugled države v kontekstu javne diplomacije določajo trije ključni dejavniki in sicer odnos države do tujih javnosti, neposredna izkušnja tujih javnosti z državo ter komunikacije in simboli, ki so si v nasprotju z dejanji države napram tujim javnostim. Angažma nevladnega sektorja in civilne družbe so s svojimi dejanji, akcijami in projekti tako lahko zelo stroškovno učinkoviti odnosi z javnostjo za državo. Prav zato Zatepilina (2009, 159) ugotavlja, da je za javno diplomacijo nujno, da v svoje delo vključi nedržavne akterje in njihove izkušnje ter na tem mestu opozarja, da ostaja še velik nerealiziran potencial javne diplomacije glede takega povezovanja z NVO. Bistveno je poudariti, da se je koncept javne diplomacije v sodobni informacijski družbi spremenil od svojih začetkov. Kakšni so razlogi za to, razdelam v naslednjem podpoglavju, dejstvo pa ostaja, da morajo diplomati zaradi družbeno-tehnoloških sprememb postati vse bolj fleksibilni.

3.2 Prilagajanje javne diplomacije na družbeno-tehnološke spremembe

Na tem mestu navajam nekatere spremembe, ki zaznamujejo obdobje informacijske in digitalne revolucije in zahtevajo prilagoditve in posodobitve diplomacije države. Pri tem javna diplomacija pridobiva na pomenu, »ki v opazni meri potiska diplomacijo in njeno dejavnost in rezultate čedalje bolj v področje javnega« (Jazbec 2007, 888). V tem podpoglavju raziskujem, kako se javna diplomacija prilagaja na spremembe, s katerimi se neizbežno mora soočiti. Cilj podpoglavja je, da najprej opredelim spremembe in nato prikažem, kakšne odgovore nudi javna diplomacija na spremenjene okoliščine, predvsem v kontekstu vključevanja aktivnosti javnosti in civilne družbe znotraj države.

Javna diplomacija je postala najbolj očitna v času hladne vojne, ko so prevladovalе kampanje za prevlado moči in jedrskega orožja ter ideološko bitko v tekmi priljubljenosti po svetu. Javno diplomacijo so takrat velesile izkoriščale za doseg mednarodnih ciljev, in takrat se je koncept pogoste enačil s propagando (Gilboa 2008, 55). Spremembe so v 21. stoletju doletele celotno polje diplomacije, predvsem zaradi razvoja znanosti, tehnologije in tehnike, ter razvoja družbenoekonomskih odnosov (Bučar 2007, 863). Jazbec (2007, 886) pravi, da se je podoba diplomacije pričela spreminjati zaradi vse večjih in intenzivnejših procesov integracije, globalizacije ter krepitve multilateralizma. Pri tem so se spremenili diplomatsko komuniciranje ter vsebina diplomatskih aktivnosti, kot tudi čas komunikacije med deležniki (Bučar 2007, 863). Snow (2009, 6) prav tako navaja porast uporabnikom prijaznih informacijsko-komunikacijskih tehnoloških orodij, ki so povečali javno participacijo pri razpravi o zunanjih zadevah in vključenosti v javno mnenje pri zunanjepolitičnem oblikovanju. Omenja (prav tam) tudi porast izmenjave in mobilnosti ljudi, tako virtualne kot osebne. Nye (2008, 99) izpostavi, da je promocija pozitivne podobe države že dolgo prisotna, vendar so se spremenili pogoji za projekcijo mehke moči. Model javne diplomacije iz obdobja hladne vojne v sodobnem času ni več aplikativen, posebej ob tem, ko je skoraj polovica držav na svetu odprtih demokracij (prav tam). Plavšak Krajnc (2004, 653) še doda, da se v sodobnem času zaradi informacijske revolucije okolje delovanja javne diplomacije drastično spreminja, kar pušča posledice tudi pri funkcijah javne diplomacije in zahteva ustrezno prilagoditev.

Novo definiranje se pojavlja ob prehodu v 21. stoletje, kjer je več avtorjev opredelilo definicije t. i. nove javne diplomacije. Gre za vključitev novih akterjev ter, kot pravi Gilboa (2008, 58), za poizkus prilagoditve javne diplomacije pogojem informacijske dobe. Trije

avtorji (Potter 2002/2003; Melissen 2005; Gilboa 2006) so opredelili učinke teh sprememb na javno diplomacijo:

- naraščajoča pomembnost javnega mnenja,
- vzpon bolj prodornih in globalnih medijev,
- povečana globalna transparentnost,
- vzpon globalne kulture, ki vodi v obratno željo po zaščiti kulturne raznolikosti,
- osrednje mesto javne diplomacije v zunanji politiki,
- naraščajoče število nevladnih akterjev,
- težko usklajevanje potreb po informacijah doma in na tujem,
- dvosmerni komunikacijski vzorec izmenjave informacij med državami,
- interaktivnost med državami in nevladnimi akterji,
 - uporaba mehke moči,
- dvosmerna komunikacija,
- strateška javna diplomacija,
- informacijsko upravljanje,
- medijsko obleganje,
- odnosi z javnostjo,
- znamčenje države,
- samo-predstavitev in e-podoba,
- udomačenje zunanje politike ter
- naslavljanje kratko- in dolgoročnih tematik.

Tuđman pravi (2013, 17), da v času vse večje soodvisnosti država ne more ustvariti in doseči lastnih ciljev brez pomoči in sodelovanja drugih. Prav zaradi tega predlaga spremembo modela javne diplomacije, kjer se iz enosmernih komunikacij preide v dvosmerni dialog ter grajenje enakopravnega odnosa s tujimi javnostmi, ki so soustvarjalci znamčenja in komunikacije. V kolikor želijo država in njene politike koristiti mehko moč, morajo zagotoviti tri pogoje: komunikacijo s ciljno javnostjo na aktivnem tržišču idej, nagovor druge strani, da spremeni svoja stališča o določenem političnem vprašanju ter zagotovitev, da novo stališče vpliva na želeni politični rezultat. Za moje delo so ključne prilagoditve javne diplomacije v upoštevanju netradicionalnih nevladnih akterjev, dvosmernem toku komunikacije ter v večjem poudarku izgradnje kredibilnosti države prek mehke moči. V poplavi informacij mora javna diplomacija znati izbrati takšne, ki državi gradijo kredibilnost in ugled. Kot pravi Nye (2004, 111), je učinkovita javna diplomacija vedno dvosmerna. Kot

sem že omenila, mehka moč temelji na skupnih vrednotah, s ciljem, da si drugi želijo, kar si želiš ti, to pa pomeni, da je potrebno razumeti, kako slišijo podano sporočilo in ga na podlagi tega ustrezno (pre)oblikovati (sprejeti in upoštevati odziv oziroma t. i. povratno informacijo). Nye še dodaja (2004, 113), da morata komunikacija in dejanja države skozi njene politike usklajeni, kar pa je v informacijski dobi težko. Ugotavljam tudi, da se z navedenimi spremembami občutno širi tudi obseg in področja dela izvajalcev javne diplomacije, še najbolj vodij DKP-jev. Slednji tako ne predstavljajo več samo interesov države, temveč tudi širše interese domačega okolja (na primer civilne družbe).

3.3 Javna diplomacija Republike Slovenije

V začetku navedem bistven organ za izvajanje javne diplomacije za pričujoče delo ter opredelim njegovo vlogo. Nato v tem okvirju raziščem stanje javne diplomacije Slovenije, ki se po sprejetju nove Strategije uveljavlja med pomembnejša sredstva zunanje politike.

Slovenija je v času samostojnosti dosegla relevantne mejnike, ki označujejo uspeh diplomacije in s tem tudi javne diplomacije. Med njimi so uspešna osamosvojitve in mednarodno priznanje slovenske države, vključitev v mednarodne organizacije, med njimi ZN, OVSE, OECD, EU, Svet Evrope in Nato, in predsedovanja v sklopu nekaterih izmed naštetih organizacij/institucij. Kot ocenjujejo v novi Strategiji, je Slovenija naredila veliko na področju lastne emancipacije kot kredibilnega akterja v mednarodni skupnosti, po drugi strani pa ni bila toliko uspešna pri grajenju mednarodne prepoznavnosti. Zato v novi Strategiji daje prednost predvsem povečanju ugleda in prepoznavnosti ter gospodarskim ciljem. Nova Strategija vsebuje odsek, namenjen javni diplomaciji, pod imenom Podoba Slovenije v svetu in podnaslovom Javna diplomacija in znamčenje Slovenije. Naloge in cilje opredeli sledeče (Strategija 2015, 31):

Strateško komuniciranje, javna in kulturna diplomacija so pomembni elementi mehke moči slovenske zunanje politike. Prepoznavnost RS kot varne, odprte, odgovorne, kulturno bogate in uspešne države je ključna za utrditev gospodarskega položaja države. Javna diplomacija – v tesnem sodelovanju z drugimi vladnimi resorji in agencijami – v tem smislu deluje zlasti na ključnih trgih, uporabljajoč klasična promocijska sredstva ter sredstva digitalne diplomacije. Turistična promocija, namenjena ne le ciljnim poslovnim skupinam, ampak najširši javnosti, je izredno pomemben del teh prizadevanj. Kratkoročno je znotraj proračuna Ministrstva za zunanje zadeve treba povečati sredstva za javno diplomacijo. Ključna je močna sinergija prizadevanj, zato se predstavniki drugih resorjev in vladnih agencij s področja promocije vključujejo v diplomatska predstavništva in konzulate.

Iz tega je razvidno, da je naklonjenost Slovenije na področju javne diplomacije preiščena in v novi Strategiji postavljena kot prioriteta, predvsem v smislu prepoznavnosti države in njenega ugleda. Slovenija se želi identificirati kot odgovorna in napredna članica mednarodne skupnosti, kjer se poslužuje tudi novih instrumentov, kar je glede na dosedanje kritike (Bučar 2007, 863; Jazbec 2007, 886; Petrič 2010, 15; Bojinović Fenko in Požgan 2014, 17) zunanje politike pozitivna sprememba. Glavni nosilec aktivnosti javne diplomacije je MZZ, ki služi oziroma bi naj služil kot koordinacijsko telo za izvajanje aktivnosti v sklopu javne diplomacije. MZZ ima poseben oddelek, ki se imenuje Sektor za javno diplomacijo in bilateralno gospodarsko sodelovanje, ki »načrtuje in koordinira aktivnosti javne diplomacije in vodi bilateralno gospodarsko sodelovanje Republike Slovenije s tujino« (MZZ 2015b). Kot navaja (prav tam):

Sektor skrbi za načrtovanje komuniciranja Republike Slovenije s tujimi javnostmi in koordinira izvajanje ciljev slovenske zunanje politike in nacionalnih interesov Republike Slovenije v tujini z vzpostavljanjem odnosov med Vlado Republike Slovenije in tujimi javnostmi. V okviru tega skrbi za načrtovanje in koordinacijo komuniciranja s tujimi javnostmi na področjih zunanje politike, človekovih pravic, gospodarstva, znanosti, kulture in razvojnega sodelovanja. Sektor načrtuje, koordinira in izvaja javno diplomacijo Republike Slovenije v sodelovanju s pristojnimi službami ministrstva, diplomatskimi predstavništvi in konzulati ter drugimi resorji. Skupaj s Službo za odnose z javnostjo sodeluje s tujimi mediji in sodeluje pri izvajanju aktivnosti digitalne diplomacije. Sektor izvaja tudi naloge s področja promocije slovenske kulture v tujini. V sodelovanju s pristojnimi nacionalnimi, evropskimi in mednarodnimi institucijami ter DKP RS načrtuje in koordinira dejavnosti na področju zunanje kulturne politike RS in medkulturnega dialoga.

Pri tem velja poudariti, da je omenjeni sektor spada pod Direktorat za gospodarsko diplomacijo in je pristojen tudi za izvajanje kulturne diplomacije. Ena izmed ključnih služb, s katero mora MZZ tesno sodelovati, je tudi Urad vlade za komuniciranje (UKOM). Slednji »je strokovna služba slovenske vlade in njenih ministrstev, ki skrbi za verodostojne in celovite informacije med vlado, njenimi predstavniki ter domačimi in mednarodnimi javnostmi« (UKOM 2015). Poleg MZZ ima tudi Urad predsednika vlade RS (UPVRS 2015) novo funkcijo, ki spada v domeno javne diplomacije in sicer obstaja funkcija državnega sekretarja, pristojnega »za vzpostavitev dialoga s civilno družbo in koordinacijo državljanskih pobud ter socialno podjetništvo« (prav tam).

Marc (2015) meni, da je bila slovenska javna diplomacija zelo uspešna do vstopa v EU in Nato, ter v času predsedovanja EU, nato pa so se pojavile določene težave., zlasti v smislu, kako naj diplomacija, – po tem, ko so bili doseženi ključni nacionalni cilji – zagotovi

legitimnost pred domačo javnostjo. To težavo povezuje z zmanjšanjem sredstev za zunanjo politiko, z nekaterimi ekscesi posamičnih diplomatov ter z zaostrovanjem notranjepolitičnih odnosov, kjer zaradi navedenih razlogov javna diplomacija tudi pri tuji javnosti ni mogla vedno dovolj uspešno opraviti svojega dela. Kot takšen primer navaja področje odnosov s Hrvaško. Na splošno meni (prav tam), da je (svetovna) ekonomska kriza prizadela tudi moč oz. prepričljivost slovenske javne diplomacije v državah Zahodnega Balkana, kjer je bil delno prizadet videz Slovenije kot 'zgodbe o uspehu'.

Jazbec (2004) v svojem prispevku o javni diplomaciji za primer Slovenije opredeli nekaj ključnih poudarkov in napotkov, ki pomagajo pri obravnavi javne diplomacije Slovenije. Najprej poudari, da mora posredovanje informacij o zunanjepolitični in diplomatski dejavnosti v medije biti premišljeno in celovito, ter opozarja na aktivnost samih izvajalcev javne diplomacije. Slednji bi naj tudi preverjali povratne informacije tujih javnosti kot del smernic za nadaljnje oblikovanje aktivnosti. Omeni tudi zelo pomemben vidik javne diplomacije in sicer izobraževanje diplomatov, predvsem medijskih veščin, ter usposabljanje za javne nastope doma kot v tujini. Dotakne se tudi vsebinske agende, kjer svetuje program predavanj o Sloveniji v tujini ter sodelovanja z znanstveno-raziskovalno skupnostjo, kjer posebej omeni implementacijo izsledkov raziskav v (javno) diplomatsko dejavnost (prav tam). Na tem mestu lahko potegnem vzporednice z umestitvijo učinkov socialne inovacije v javno diplomacijo, saj gre za ekvivalenten primer z enakim ciljem: pritegniti pozornost tujih javnosti skozi uspešne rezultate slovenske družbe (civilne in akademske) za namen večanja ugleda in prepoznavnosti. Tudi Marc dodaja (2015), da prihodnost slovenske javne diplomacije vidi v razvoju tako vsebine zunanje politike, ki jo uresničuje javna diplomacija, kot tudi razvoju metode komuniciranja s tujimi javnostmi. Pravi še (prav tam), da slovenska javna diplomacija potrebuje znatno več (finančnih) sredstev, s katerimi bo lahko nagovarjala cilje skupine in tudi splošno javnost v tujih državah.

Izpostavljena dejstva nakazujejo, da je javna diplomacija RS v svoji mladi zgodovini precej zgodaj doživljala vzpon, ter kasneje tudi padec. Kljub temu ocenjujem, da se z novimi strateškimi usmeritvami zunanje politike RS javni diplomaciji kljub dobro piše. Nova Strategija nudi vsebinska izhodišča za nadaljnji razvoj in krepitev moči javne diplomacije Slovenije, od izvajalcev pa je odvisno, kako bodo filtrirali in na kakšen način bodo zbirali in posredovali relevantne informacije. MZZ se mora okrepiti kot koordinator ter biti v stalni navezi z ostalimi deležniki, med njimi tudi predstavniki civilne družbe. Svet digitalne

tehnologije in novih IKT orodij hitro napreduje, kjer informacije potujejo vse hitreje, zato mora instrument javne diplomacije biti stalno na preži, predvsem pa biti prilagodljiv in pragmatičen pri svojem delu.

3.4 Potencial promocije Slovenije prek vključitve socialnih inovacij v javno diplomacijo

Po pregledu in opredelitvi definicije socialne inovacije lahko poiščem povezavo s področjem javne diplomacije ter opredelim odnos med njima. Glavna ideja, ki ji sledim v tem delu, je prikaz, kako lahko socialno inovacijo povezujemo z javno diplomacijo. Slednjo proučujem kot sredstvo zunanje politike, kar pomeni, da je »izvajanje zunanje politike (akterstvo) faza v zunanjepolitičnem procesu, ki se odvija v mednarodni skupnosti (struktura), in kjer so za razumevanje ključni tako notranji (npr. notranja kultura, vsebina zunanje politike, idr.) kot zunanji dejavniki (vpetost države in njene družbe v regionalne in globalne mednarodne kulturne odnose, delovanje mednarodnih vladnih in nevladnih organizacij)« (Bojinović Fenko in Požgan 2012, 33).

Socialna inovacija ni izključno v domeni NVO. Lahko se proizvajata tudi v okviru politike ali vlade (novi modeli javnega zdravja), tržišča (organska hrana, odprtokodni programi), gibanja (pravična trgovina) ali akademske sfere (pedagoški modeli varstva otrok), kot tudi socialna podjetništva (mikrokrediti, revije za brezdomce, ipd.). najuspešnejše socialne inovacije so produkt sodelovanja med sektorji in kjer se ustvarjajo učinkovita zavezništva med majhnimi organizacijami in podjetniki ter velikimi organizacijami, ki lahko potencirajo učinek socialne inovacije (Mulgan in drugi 2007, 8).

Socialne inovacije pomagajo nagovoriti najbolj pereče globalne izzive s pomočjo novih rešitev, kot je na primer pravična trgovina, izobraževanje na daljavo, spletne transakcije, varčno gospodinjstvo, ipd. Državi nudijo možnost, da prek njih nagovori izzive v družbi, ki niso primerno naslovljene prek uradne politike, a so v nacionalnem interesu, da se jih reši (Kamler 2011, 75; Urama in Acheampong 2013). Prek svojega poslanstva kreativnih rešitev je namen socialnih inovacij prav tako, da premikajo meje v prepričanjih in vrednotah na vseh stopnjah (lokalno, regionalno, mednarodno). Socialne inovacije vključujejo prepletenost in sodelovanje več deležnikov, kar je ključno za uspešen razvoj in uporabo v praksi. En izmed ključnih družbenih izzivov je hitro staranje prebivalstva, ki je postal izziv 21. stoletja za

večino razvitih držav. Kot opisujem v nadaljevanju, ima Slovenija razvit model, ki statistično dokazano ustrezno nagovarja tematiko aktivnega staranja, zato ima tudi priložnost, da postane prva nosilka tovrstne inovacije v svetu tudi prek svoje javne diplomacije.

Kot že omenjam, socialne inovacije v smislu angažiranja družbe ustvarjajo veliko mehke moči s svojim učinkom in prav tu se kaže relevantnost socialnih inovacij za javno diplomacijo. Nye (2008, 94) navaja, da mehka moč države temelji na virih kulture, vrednot (ki jim država sledi doma in v tujini) in politik. Glavni izvajalci in nosilci socialnih inovacij so predstavniki nevladnega sektorja, še posebej NVO in socialni podjetniki. NVO in njihove mreže imajo zalogo virov mehke moči, ki jo s pridom tudi uporabljajo in izkoriščajo. Prav zato jih vlade ne morejo ignorirati, temveč se morajo angažirati v dialog z njimi (Nye 2004, 94). Kamler (2011, 79) meni, da imajo NVO sicer neodvisno zastavljene agende, vendar se slednje velikokrat križajo z vladnimi interesi in pogosto prekrivajo s kulturnimi interesi. Mehka moč nosi zmožnost, da oblikujemo preference drugih s ciljem, da v zameno producira željene ukrepe politik (kar je odvisno od primera) (Nye 2004, 105). Javna diplomacija pa temelji na mehki moči, kar je za Slovenijo posebej privlačno in uporabno sredstvo zunanje politike. Pametna javna diplomacija, kot jo imenuje Nye (2008, 75), vključuje razumevanje kredibilnosti, samokritičnosti ter civilne družbe pri generiranju mehke moči.

Promocija države skozi javno diplomacijo je v času naprednih informacijsko komunikacijskih tehnologij dobila nove razsežnosti za projekcijo mehke moči. Informacije pridobivajo pomen, do njih pa prek svetovnega spleta veliko ljudi zlahka dostopa. Napredna tehnologija je ne samo okrepila moč civilne družbe, temveč tudi drastično zmanjšala stroške in prenos komunikacij. Vlade konstantno tekmujejo za kredibilnost ne samo med seboj, ampak tudi v odnosu z drugimi alternativami, kot so mediji, korporacije, NVO, različne mreže, ipd. (Nye 2008, 99–100). Zaradi ogromne mase informacij na dnevni ravni je še toliko bolj pomembno, da so informacije, ki jih širijo države, kredibilne in točne. Zunanjepolitično delovanje države mora biti v skladu z družbenimi vrednotami, ki jih promovira.

Socialne inovacije nastanejo na ozemlju določene države, vendar so lahko funkcionalne kjerkoli ob določenih pogojih (družbenih, kulturnih, ekonomskih). Ker nagovarjajo družbene izzive in probleme, jih največkrat proizvajajo predstavniki civilne družbe. Kot pravijo Murray in drugi (2010, 167), socialne inovacije nastanejo izpod prizadevanj civilne družbe prek kampanj, družbenih gibanj, NVO in društev. Čeprav gre po naravi za majhen in razcepljen

sektor, vseeno po svojem cilju deluje bolj celostno, kot drugi sektorji. Bulajič (2012, 26) ter Lettice & Parekh (v Phillips in drugi 2015, 17) poudarjajo, da socialne inovacije ne spadajo izključno pod en sektor, temveč zaradi svoje kompleksnosti zahtevajo sodelovanje več deležnikov in s tem tudi sektorjev ter delitev znanja in izkušenj. S tem se strinjajo tudi Mesojedec in drugi (2012), ki uvrstijo socialno podjetništvo (kot nosilca in izvajalca socialnih inovacij) med presek javnega, zasebnega in nevladnega sektorja. Civilni sektor »zajema filantropske (človekoljubne) organizacije/društva, prostovoljstvo ter humanitarne oziroma dobrodelne organizacije/ustanove, katerih (prvotni) cilj ni ustvarjanje dobička« (Bulajič 2012, 26). Državni sektor je zelo uporaben pri promociji socialnih inovacij, često tudi pri začetnem financiranju. Civilna družba (pro)izvaja socialne inovacije, in prek svojih projektov, idej, aktivnosti proizvaja tudi mehko moč, ter s tem uveljavlja družbene vrednote in nagovarja družbene izzive. Prek tega se gradi in krepi ugled družbe, kar lahko država projicira v mednarodno skupnost prek javne diplomacije.

V tem delu iščem stičišče med socialnimi inovacijami in javno diplomacijo. Med nalogami kot tudi cilji javne diplomacije je, da skrbi za prepoznavnost in ugled svoje države, kar lahko dosega prek več sredstev. Prek javne diplomacije država kanalizira mehko moč navzven, obenem velja poudariti, da civilna družba ustvarja mehko moč v državi, kjer deluje, ki pa se lahko aplicira tudi v mednarodno okolje (kot primer dobre prakse). Zato je v interesu države, da si gradi kredibilnost ne samo prek tradicionalne diplomacije, temveč tudi prek javne diplomacije, kjer je potrebno vključiti nove netradicionalne akterje, kot je civilni sektor. Tuje javnosti ugled države pogojujejo s podobo družbe in kulture, ter z neposrednim stikom, ki ga morebiti imajo (prek organizacij, izmenjav, podjetij, ipd.). Kot navedeno zgoraj, lahko država v svojem notranjem in/ali zunanjem okolju doživi pozitivne družbene spremembe, kar posledično želi projicirati tudi navzven. S tem si želi v mednarodnem okolju dvigniti prepoznavnost in kredibilnost, za kar v bistvu izkoristi proizvedeno mehko moč v domačem okolju. To je uporabno predvsem za države, ki lažje dosežejo večji zunanjepolitični vpliv skozi mehko moč, ker so zaradi različnih dejavnikov omejene pri uporabi druge vrste moči. Izgradnja neotipljivih zmogljivosti mehke moči države je tako ključna za doseganje navzočnosti države v širši mednarodni skupnosti.

Po opredelitvi vseh ključnih konceptov magistrske naloge umeščam še element promocije države v povezavi s socialno inovacijo. Promocija države prek javne diplomacije ne deluje izključno sama, temveč v povezavi z več akterji, kanali in sredstvi. Javna diplomacija se

predstavlja kot kanal uradne politike, ki prevaja vire mehke moči v dejanja (Gilboa 2008, 61). Vključevanje projektov nevladnih deležnikov v programe nacionalne politike in zunanjepolitične aktivnosti odraža priznavanje mehke moči teh deležnikov in utrjevanje verodostojnosti vlade države in izvajalcev javne diplomacije. Informacijsko-tehnološki napredek je povzročil, da svet lažje in hitreje zazna informacije, zato se tudi rešitve generirajo hitreje, kot jih je uradna politika zmožna nagovoriti in reagirati. Pri tem velja poudariti, da se v sklopu te naloge promocija Slovenije v okviru javne diplomacije nanaša in omeji na promocijo njenih zunanjepolitičnih ciljev in vrednot širše slovenske družbe.

Marc (2015) omenja, da so zunanjepolitični cilji RS v novi Deklaraciji, ki naj bi jih država dosegala še posebej prek javne diplomacije, vezani na domače okolje (navznoter) zunanje politike: reafirmacija članstva RS v EU in NATO, zagotovitev podpore različnih javnosti za več sredstev za zunanjo politiko, zagotovitev podpore različnih javnosti za več pozornosti zunanje politike do varnostnih vprašanj, ter cilji, osredotočeni navzven. Slednji so nadgradnja/re-invencija odnosov RS z državami Zahodnega Balkana, utrditev percepcije RS kot primarno srednjeevropske države ter ponovna utrditev podobe 'zgodbe o uspehu', tudi v institucijah EU (prav tam).

Steinbock (v Van Dyke in Verčič 2008, 682) pravi, da je javna diplomacija odprta, neformalna in mobilna. Dodaja (prav tam), da širi »mednarodno komuniciranje zunaj področja profesionalnih diplomatov in drugih vladnih uradnikov na vse, ki imajo dostop do spleta oziroma do svetovnih novičarskih medijev«. Cilj javne diplomacije je razvoj partnerstev in sodelovanja s ključnimi deležniki, po drugi strani pa lahko socialna inovacija živi samo prek partnerstev in sodelovanja, kar oba koncepta povezuje. Socialne inovacije lahko kot netradicionalni vir promocije Slovenije večajo ugled in prepoznavnost države v mednarodni skupnosti skozi mehko moč, ki je neposredno namenjena sistemskim spremembam v družbi, posredno pa jo lahko država uporabi za svojo promocijo.

Kot ugotavljam v magistrskem delu, obstaja potencial promocije Slovenije prek vključitve socialnih inovacij v javno diplomacijo, če je vključena promocija družbenih vrednot, usklajenost z zunanjepolitičnimi cilji (ugled, prepoznavnost) in če obstaja nacionalni interes glede socialne inovacije. Družbene vrednote, še posebno tiste, ki so univerzalne in ki ustrezajo tudi mednarodnim normam, so privlačne za javnosti, tako domačo, kot tudi tuje. Kot pravita van Dyke in Verčič (2008, 686), »/p/ojmi, kot so politične vrednote, moralna

avtoriteta, kultura in komunikacijski viri, na katerih temelji mehka moč, ustrezajo spremenljivkam, ki so vezane na infrastrukturo države (politični sistem, ekonomski sistem, razvitost in raven aktivizma), kulturo in medijsko okolje. Slednji okvir bi lahko uporabili in izkoristili za analizo zmogljivosti mehke moči v določeni državi«. Pri tem velja omeniti, da so socialne inovacije proizvajalci mehke moči, saj mobilizirajo družbo, s tem pa aktivirajo proizvodnjo mehke moči. So del družbenih sprememb in kulturnega razvoja, prav tako predstavljajo odprtost inovacijskega procesa družbi.

Slovenija sicer nima eksplicitne agende glede sistema vključevanja socialnih in drugih inovacij v javno diplomacijo oziroma na sploh v zunanjo politiko. Kot pravi Marc (2015), gre pri socialnih inovacijah za precej novo in mlado področje, ki si še utira pot v javno diplomacijo, zato je umestitev socialne inovacije za promocijo RS prepuščena posameznim diplomatom kot izvajalcem zunanje politike RS. V tem primeru vidim veliko priložnost za povečano vsebinsko sodelovanje izvajalcev slovenske javne diplomacije predvsem s civilnim sektorjem, ki bi ob izkazanem interesu nedvomno bil pripravljen sodelovati, na primer pripraviti poročilo svojega dela kot primera dobre prakse v Sloveniji. To je sicer v manjšem obsegu že obstoječa praksa, ki je odvisna bolj od lastnega interesa diplomata ali predstavnika MZZ, kot pa od nekega systemskega pristopa.

4 PREDSTAVITEV ŠTUDIJE PRIMERA SOCIALNE INOVACIJE – SIMBIOZA MED GENERACIJAMI

»Socialni podjetniki niso zadovoljni zgolj s tem, da dajejo ljudem ribo ali da jih učijo ribariti. Vztrajali bodo, dokler ne bodo naredili revolucije v ribiški industriji.« (Bill Drayton, Ashoka)

V tem poglavju opisujem študijo primera projekta Simbioza med generacijami, ki je v Sloveniji aktivno prisotna od leta 2011. Pri tem obravnavam vseslovenske akcije e-opismenjevanja starejših v računalniških delavnicah, ki so potekale v letu 2011, 2012 in 2013, ter aktivnosti na področju tujine od 2011 do sredine 2015. Omenim tudi socialno podjetništvo, ki je neposreden rezultat neprekinjenega delovanja projekta od leta 2011 naprej, ter opredelitev socialnega podjetništva v Sloveniji prek Zakona o socialnem podjetništvu (ZSocP).¹⁰ Slednji je dobro izhodišče za nadaljnji razvoj socialnih inovacij znotraj teritorialnih meja RS. Za zunanjepolitično delovanje so bolj bistveni rezultati dela socialnih

¹⁰ Zakon o socialnem podjetništvu (ZSocP). Sprejet 7. marca 2011. Ur. l. RS 20/2011.

podjetnikov, med temi so lahko tudi učinki socialnih inovacij (v kolikor se socialno podjetništvo s tem ukvarja), ki temeljijo na skupnih družbenih vrednotah. K že ustaljenim strukturam in pristopom klasične slovenske promocije bi bilo smiselno dodati nov, inovativen, učinkovit in z ekonomskega vidika ugoden pristop k povečanju prepoznavnosti Slovenije v svetu, pri čemer so socialne inovacije resen kandidat.

V začetku definiram, zakaj je Simbioza sploh socialna inovacija in katere elemente socialnih inovacij vsebuje. Nato sledi pregled, kako je projekt Simbioza nastal ter se razvijal v relevantnem obdobju proučevanja, ki sem si ga zastavila, torej od leta 2011 do 2013. Pri tem opisujem tudi trajnostno zgodbo po letu 2013 za namen razumevanja celotnega okvirja in dodane vrednosti projekta kot socialne inovacije. V nadaljevanju podrobneje analiziram družbene učinke projekta Simbioza v Sloveniji ter zaključim z opredelitvijo, kakšen pomen ima projekt Simbioza za slovensko javno diplomacijo.

4.1 Simbioza med generacijami kot slovenska socialna inovacija

Kot kaže primer socialne inovacije Simbioza, lahko neformalna vloga institucij in države pomembno vpliva na promocijo socialne inovacije, kakor lahko slednja vpliva na dober renome Slovenije v mednarodni skupnosti. Simbioza je za Slovenijo lahko ustrezen model promocije predvsem zato, ker so družbene vrednote, ki jih projekt nagovarja, visoko cenjene v mednarodni skupnosti. Drug razlog je v družbenem izzivu, ki ga Simbioza rešuje, saj je naraščanje starejšega prebivalstva prisotno v globalni razsežnosti.¹¹ Spodnja slika (Slika 4.1) prikazuje presek skupnih točk socialne inovacije Simbioza in slovenske javne diplomacije. Rezultati projekta in kontinuiteta so pritegnili sodelovanje tujih deležnikov doma in na tujem. Simbioza lahko tako služi kot primer, kako se oblikuje promocija države brez neposrednega poseganja v zunanjepolitične cilje Slovenije. Kljub temu ima projekt potencial, da postane novo orodje promocije države prek javne diplomacije, kar je v majhni meri tudi že izkoristil.

Slika 4.1: Prikaz potenciala promocije Slovenije ob preseku javne diplomacije in socialne inovacije

¹¹ ZN ocenjuje, da bo globalno gledano število starostnikov nad 60 let naraslo iz 841 milijonov ljudi v letu 2013 na več kot 2 milijardi ljudi do leta 2050. Ocenjujejo, da bo leta 2047 število starostnikov prvič preseгло število otrok na svetu (ZN 2013).



V spodnji Tabeli 4.1 ugotavljam, zakaj projekt Simbioza obravnavam kot socialno inovacijo.

Tabela 4.1: Primerjava lastnosti socialne inovacije v teoriji in v primeru projekta Simbioza

Elementi socialne inovacije	Simbioza med generacijami
reševanje perečih družbenih izzivov	Naraščajoče staranje prebivalstva, socialna vključenost starostnikov, mladinska participacija
vključevanje družbenih skupin, posebej ranljivih	Starejši od 55 let in starostniki nad 65 let (upokojenci)
krepitev moči ranljivih skupin	e-opismenjevanje za večjo samostojnost in neodvisno življenje starostnikov, pravica do dostopa do informacij
aktivacija in participacija državljanov	Vključitev približno 40 tisoč posameznikov med leti 2011 in 2014 v projekt
večja vloga družbe	Aktivna participacija različnih družbenih skupin, razvoj nadaljnjih vsebin na podlagi odzivov udeležencev
neekonomska motiviranost	Projekt temelji na prostovoljstvu
socialna interakcija	Medgeneracijsko sodelovanje in povezovanje ljudi vseh starosti
Sledenje družbenim vrednotam	Medgeneracijsko sodelovanje, vseživljenjsko učenje, prostovoljstvo, socialna vključenost, pravica do dostopa informacij, medgeneracijski dialog
razvoj novih praks	Računalniško e-opismenjevanje starostnikov kot nov model za kvalitetno staranje in vseživljenjsko učenje
trajnostna rešitev družbenih problemov	Izboljšana uradna nacionalna statistika v letu 2013 (v primerjavi z letom 2009)

Nadalje lahko projekt Simbioza opredelim kot socialno inovacijo na podlagi dodatnih elementov, ki ustvarjajo projektu dodano vrednost. Projekt Simbioza je nastal kot prostovoljska pobuda na podlagi uradnih statističnih podatkov, ki so opozarjali na pereče posledice družbenega izziva – staranja prebivalstva v Sloveniji ter s tem povezani izzivi (neaktivnost, osamljenost, večji zdravstveni izdatki, nesamostojnost, breme družbi). Kot poudarjajo sami (Simbioza 2011), ne gre za lastno in izvorno novost storitve, saj so tovrstne računalniške delavnice bile prisotne v Sloveniji, vendar na majhni lokalni ravni (v okviru

posamezne občine, knjižnice, ipd.) in nikoli eksplicitno za skupino starostnikov nad 65 let. Prav tako je dodana vrednost projekta izvajanje projekta z istimi vsebinami (moduli, gradiva, dostopnost) naenkrat in istočasno po celi Sloveniji, prav tako v odročnih regijah in krajih, kjer imajo omejene priložnosti. Tako ne gre za originalno inovacijo, ampak za izboljšano in nadgrajeno verzijo obstoječih programov, ki promovira enakost vseh družbenih skupin, socialno vključenost ter pravico do izobraževanja in e-pismenosti.

Simbiozo lahko opredelim kot socialno inovacijo zaradi njenih ciljnih skupin, kot je zapisano v zgornji tabeli (Tabela 4.1). To so starostniki, ki težko sledijo naprednim tehnologijam, in mladi od 12.-30. leta, ki ob digitalni revoluciji 21. stoletja postajajo vse bolj apatični in nekompetentni za vstop na trg delovne sile. K temu spada še nacionalna aktivacija mladega prebivalstva za prostovoljstvo v Sloveniji in prenos znanja v obratnih vlogah (mlajši poučujejo, starejši sodelujejo), kar pa predstavlja inovacijo v procesu neformalnega izobraževanja (Simbioza 2011; Simbioza 2012; Simbioza 2013).

Definicija socialnih inovacij vsebuje tudi vrednote, ki bi naj bile splošno družbeno sprejete in prepoznane. V tem obziru navajam vrednote projekta Simbioze, ki so (Simbioza 2015):

- vseživljenjsko učenje in aktivno staranje za namen kvalitetnejšega staranja in dviga računalniške pismenosti med starostniki;
- ozaveščanje glede pomembnosti prostovoljstva ter krepitev solidarnosti med mlajšimi generacijami in
- krepitev medgeneracijskega dialoga in socialne vključenosti ranljivih skupin, kot so starostniki.

Kot je navedeno v zaključnem poročilu projekta za leto 2013 (Simbioza 2013, 8):

Osnovno poslanstvo Simbioze ostaja sodelovanje in prenos znanja med generacijami ter spodbujanje vseživljenjskega učenja. Eden od ciljev projekta je dvig računalniške pismenosti in zanimanje za učenje e-veščin med starejšimi; želi jim pomagati pri (prvem) stiku z računalnikom in internetom. Po drugi strani med mladimi promovira vrednote prostovoljstva, odgovornosti in krepki proaktiven odnos do družbe in lastne prihodnosti. Vsaka izkušnja, doživetje namreč šteje.

Na podlagi analize gornjih podatkov lahko projekt Simbioza v vsaki točki uvrstim med socialne inovacije. Poleg tega za dodatno kredibilnost navajam še nekaj najpomembnejših nagrad, priznanj in inovacij, ki jih je projekt prejel za svoje delovanje in inovacijo od več domačih in tujih deležnikov (Simbioza 2015):

- Nagrada Državljan Evrope 2012 (s strani Evropskega parlamenta za projekt Simbioza v letu 2011)
- Prostovoljec leta 2012 pod krovom Mladinskega sveta Slovenije (s častnim pokroviteljstvom bivšega predsednika RS dr. Danila Türka)
- Srebrna nagrada za inovacije s strani Slovenske gospodarske zbornice za leto 2011
- Nagrada mladinskega sektorja za leto 2013
- Evropska nagrada za družbeno odgovorne podjetniške prakse za partnerstvo, inovacije in spremembe, podeljena s strani CSR Evropa in BITC (*Business in the Community*) za leto 2012
- Nagrada za socialno vključenost s strani Fundacije Erste za leto 2013
- Nominacija za United Nations Population Award 2014, predlog s strani MZZ RS
- Priznanje Republike Slovenije za prostovoljstvo za leto 2014, podeljeno s strani predsednika RS Boruta Pahorja

Simbioza ponuja reševanje družbenih izzivov hitrega staranja in mladinske neaktivnosti ter s tem neposredno promovira socialno vključenost skozi medgeneracijsko sodelovanje. V tem delu navajam pretežno otipljive dejavnike, zakaj lahko projekt Simbioza uvrščam med socialne inovacije (statistika, družbeni izziv, nagrade) ter nekaj neotipljivih (vrednote, namen, dodana vrednost projekta).

4.2 Razvoj in trajnostna zgodba projekta Simbioza

Zavod Ypsilon je nastal leta 2009 z namenom, da postane aktivna slovenska platforma za mlade proaktivne posameznike med 20. in 30. letom starosti in s tem združuje predstavnike generacije Y¹² in mlajše. Kot je zapisano na spletni strani organizacije, so cilji njihovega delovanja, da ustvarjajo miselno središče za mlade posameznike; povezujejo različne deležnike; prispevajo k razvoju kompetenc in ozaveščajo mlade; pomagajo doseči družbeni dogovor o medgeneracijskem sodelovanju ter soustvarjajo vrednostni sistem, ki prispeva k trajnostnemu razvoju družbe (Zavod Ypsilon 2015). Zavod Ypsilon je pravno urejen kot nevladna in neprofitna organizacija, ki sledi vrednotam sodelovanja, odgovornosti, spoštovanju, prijateljstvu in optimizmu. Eden glavnih namenov Zavoda Ypsilon je razvoj medgeneracijskega sodelovanja in iz tega izhaja povod za medgeneracijski projekt Simbioza

¹² Kronološko gledano se po širšem konsenzu v generacijo Y uvrščajo posamezniki, rojeni med letni 1980 in 2000 (Zemke in drugi 2000, 11).

(Simbioza 2013). Projekt Simbioza vključuje vsakoletne vseslovenske akcije in ostale podprojekte, ki so se razvili kot rezultati teh akcij.

Leta 2010 je Statistični urad RS objavil podatke glede digitalne pismenosti in uporabe računalnika v RS. Po podatkih raziskave o uporabi IKT tehnologije pri posameznikih je bilo v letu 2010 med rednimi uporabniki računalnika le 2,4 odstotka oseb starih od 65 do 74 let. V istem letu je le 2,1 odstotka starostnikov redno uporabljalo internet (SURs 2011). Ob tem še SURs (2011) navaja, da je konec leta 2010 živel samih že 27,7 odstotka oseb, starejših od 64 let, kar je 2,4 odstotka več, kot ob popisu leta 2002¹³. Kot navajajo (Simbioza 2011), so pri Zavodu Ypsilon tako prepoznali priložnost medgeneracijskega povezovanja za inovativni nagovor družbenega izziva starajočega se prebivalstva in mladinske neaktivnosti. Na prostovoljsko pobudo se je razvil projekt pod imenom Simbioz@ e-pismena Slovenija, kot vseslovenska akcija e-opismenjevanja starostnikov s pomočjo mladih prostovoljcev. Pred prvo vseslovensko akcijo, ki je potekala v oktobru 2011, so se od januarja do aprila izvajale pilotne delavnice po večjih krajih v Sloveniji za namen testiranja odziva javnosti in starejših udeležencev (Simbioza 2011).

Poslovni model projekta zaobjema sodelovanje in vključevanje mnogo partnerjev in deležnikov na lokalni, regionalni in nacionalni ravni, predvsem pa podporo zasebnega in nevladnega sektorja. V letu 2011 je ekipa izvedla projekt v celoti na prostovoljski ravni (Simbioza 2011). Projekt Simbioza je obsegal petdnevno akcijo, kjer se je vsak dan dve uri dopoldan in popoldan izvajal en modul. Uporabljale so se lokacije z obstoječo infrastrukturo (opremljene računalniške učilnice), kot so osnovne in srednje šole, javne knjižnice, domovi za starejše občane, ipd. Izvajalci so bili prostovoljci, ki so se pripravili po vnaprej poslanih gradivih, udeleženci so jih dobili v tiskani obliki na delavnici. Kot navajajo (Simbioza 2011), so razvili lastna gradiva in module za poučevanje, ki so bila brezplačno dostopna prek svetovnega spleta. V prvem letu se je izvajalo tri različne module od spoznavanja osnov računalnika do uporabe interneta in elektronske pošte, v letih 2012 in 2013 sta bila dodana še dva modula za spoznavanje spletnih družbenih omrežij in napredne mobilne tehnologije (Simbioza 2012; Simbioza 2013). Prav tako so razvili lastni spletni sistem za sprejemanje prijav sodelujočih, lokacij ter info točk, upravljanje spletnih vsebin na strani, ter za upravljanje z lokacijami, in s tem izvajali virtualno logistiko namesto osebne prisotnosti na

¹³ Sočasno je pobudnik projekta Simbioza, Žiga Vavpotič, naletel na vprašanje svoje babice, ki se je ob prebiranju časopisa čudila, kaj je to 'www', misleč, da gre za trgovino, kjer je možno kupiti čisto vse.

lokacijah. V letu 2013 so projekt preimenovali v Simbioza med generacijami, saj se je že pričela oblikovati trajnostna zgodba (Simbioza 2013).

Kot je zapisano v zaključnem poročilu projekta za leto 2011 (Simbioza 2011), je bila prvotna ideja, da se projekt izvede enkrat. Vendar so se po pozitivnem odzivu udeležencev, sponzorjev, medijev in drugih partnerjev projekt nadaljeval še nadaljnji dve leti (2012, 2013) v okviru računalniškega opismenjevanja. Po oktobrskih delavnicah 2013 je nastalo več podprojektov z namenom, da se računalniški del projekta trajnostno deluje prek prenosa znanja na lokalne deležnike ter se opredeli novo tematsko področje delovanja za vseslovensko akcijo. V letu 2014 se je slednja nadaljevala v okviru promocije športa in aktivnega staranja pod imenom Simbioza Giba. Eden vidnejših rezultatov v okviru trajnostnega nadaljevanja projekta Simbioza je bila vzpostavitev medgeneracijskega centra pod imenom 'Na Triglav spreminjat svet! Simbioza medgeneracijski center' jeseni 2013, kar se je zgodilo še pod okriljem Zavoda Ypsilon (Simbioza 2015; Ypsilon 2015). S pomočjo sponzorjev je tako projekt dobil prostore lastno za delovanje in neformalno izobraževanje vseh generacij na dnevni ravni. Medgeneracijski center sestoji iz večje in manjše polno opremljene računalniške učilnice, večnamenskega prostora za delavnice in druženja ter pisarno za operativno delovanje ekipe (Simbioza 2013).

Kot pravi Vavpotič (v Simbioza 2013), je bil že po prvih izvedenih delavnicah v letu 2011 prisoten velik interes za projekt s strani tujih javnosti, predvsem nacionalnih deležnikov in njihovih diplomatskih predstavnikov. Zato se je po vseslovenski akciji v letu 2012 pojavila ideja o vzporedni vzpostavitvi mednarodne razsežnosti projekta kot tržnem izvoznem produktu. Na slovenske delavnice so bili namreč povabljeni tuji diplomatski predstavniki, skupaj s slovenskim političnim vrhom. Tako se je pričel proces internacionalizacije projekta pod imenom *Simbioza Tujina*. Poleti 2013 so bile izvedene pilotne delavnice v Šanghaju na Kitajskem, ki je popolnoma drugačno kulturno in družbeno okolje, a so kitajski udeleženci projekt sprejeli enako pozitivno kot slovenski (Simbioza 2013). V letu 2014 so se v celoti izvedle pilotne delavnice tudi v Zagrebu, prav tako z istim izidom navdušenja s strani starostnikov in prostovoljcev (Simbioza 2015). Izdelano znanje, poznavanje strukture projekta in širok nabor izkušenj so privedli do cilja vzpostavitve projekta Simbioza v tujini, da bi se tako širile ideje o večjem ozaveščanju glede prostovoljstva med mladimi, izboljšala e-pismenost specifične ciljne skupine ter posledično zmanjšale medgeneracijske razlike znotraj širše mednarodne skupnosti. Ideja internacionalizacije projekta vključuje širitev in izboljšanje

idej medgeneracijskega dialoga. Pri tem velja omeniti še, da projekt Simbioza Tujina deluje z minimalnimi finančnimi vložki oziroma na prostovoljni ravni (interna gradiva,¹⁴ Simbioza 2015).

Prav zaradi trajnostne usmeritve projekta je bila maja 2014 vzpostavljena nova pravna entiteta pod imenom Simbioza Genesis, socialno podjetništvo, ki je prevzela vse dotedanje aktivnosti projekta Simbioza. Socialno podjetništvo in socialne inovacije so se v slovenski zakonodaji uveljavile leta 2012 s sprejetjem ZSocP. Tako lahko na podlagi opredelitve ciljev socialnega podjetništva, ki jih citiram, sklepam, da so poleg civilne družbe in nevladnega sektorja socialna podjetja med glavnimi nosilci in izvajalci socialnih inovacij (ZSocP):

- (1) Socialno podjetništvo predstavlja trajno opravljanje dejavnosti socialnega podjetništva ali trajno opravljanje drugih dejavnosti pod posebnimi pogoji zaposlovanja, s proizvodnjo in prodajo proizvodov ali opravljanjem storitev na trgu, pri čemer ustvarjanje dobička ni izključni niti glavni cilj opravljanja dejavnosti
- (2) Socialno podjetništvo krepi družbeno solidarnost in kohezijo, spodbuja sodelovanje ljudi in prostovoljsko delo, krepi inovativno sposobnost družbe za reševanje socialnih, gospodarskih, okoljskih in drugih problemov, zagotavlja dodatno ponudbo proizvodov in storitev, ki so v javnem interesu, razvija nove možnosti zaposlovanja, zagotavlja dodatna delovna mesta ter socialno integracijo in poklicno reintegracijo najbolj ranljivih skupin ljudi na trgu dela (cilji socialnega podjetništva).

V letu 2014 so se v okviru projekta Simbioza razvili še (Simbioza 2015):

- *Simbioza Šola*: šole, ki se prijavijo kot izvajalke projekta, pridobijo naziv ter samostojno dvakrat na leto izvedejo računalniške delavnice za starostnike v svojem lokalnem okolju.
- *Simbioza Mojstri*: celostna 280-urna izobraževanja v okviru štirih modulov za ranljivo skupino mladih iz okolja z manj priložnostmi ali nedokončano osnovno/srednjo šolo, ter mladih, ki so dolgotrajno brezposelni.
- *Simbioza Klub*: članska platforma za starostnike z namenom za dodatno izobraževanje, ki poteka skozi celo leto.
- *Konzorcij Sodelujemo!*: pobuda za prenos dobrih praks in medgeneracijskega znanja znotraj podjetij v Sloveniji.
- *Ypsilon Mladi/e-Simbioza e-znanje za vse*: izobraževalne delavnice in treningi, namenjeni mladim med 15. in 30. letom za pridobitev e-veščin in lažji vstop na trg delovne sile v okviru kampanje *E-Skills for Jobs* s strani Evropske komisije.
- *Simbioza Giba*: vseslovenska prostovoljska akcija medgeneracijskega druženja ob športnih aktivnostih.

¹⁴ Avtorica pričujočega dela sodeluje v projektu Simbioza od aprila 2013 ter aktivno vodi področje internacionalizacije od januarja 2014.

Po pregledu nastanka projekta v sklopu organizacije Zavod Ypsilon, poslovnega modela projekta in aktivnosti kot rezultat trajnostnega delovanja, najdem relevantne podatke za nadaljnjo proučevanje: projekt nagovarja konkretni družbeni izziv na podlagi uradne nacionalne statistike, vključuje ranljive družbene skupine, enako obravnava vse sodelujoče, mobilizira širšo javnost ter deluje v javnem interesu države.¹⁵

4.3 Družbeni učinki Simbioze v Sloveniji

Za merjenje družbenega učinka pri socialnih inovacijah ni enotnega instrumenta, saj gre za pojav, kjer se ustvarjajo večplastni učinki (otipljivi in neotipljivi) in so odvisni od konteksta (Canatelli in Smith 2010, 14–17). V primeru projekta Simbioza opredelim družbeni učinek skozi rezultate, ki jih je projekt ustvaril v proučevanem časovnem obdobju treh let ter skozi najoprijemljivejše kvantitativno merilo, ki je izraženo z uradno nacionalno statistiko. Prav tako navajam rezultate raziskave Ekonomske fakultete v Ljubljani, kjer so v sklopu Simbioze 2012 neodvisno opravili raziskavo o motivaciji prostovoljcev in udeležencev za sodelovanje v projektu Simbioza. Kvantitativne rezultate obravnavanih vseslovenskih akcij prikazujem v spodnji tabeli (Tabela 4.2).

Tabela 4.2: Prikaz rezultatov vseslovenskih akcij Simbioza od leta 2011 do 2013

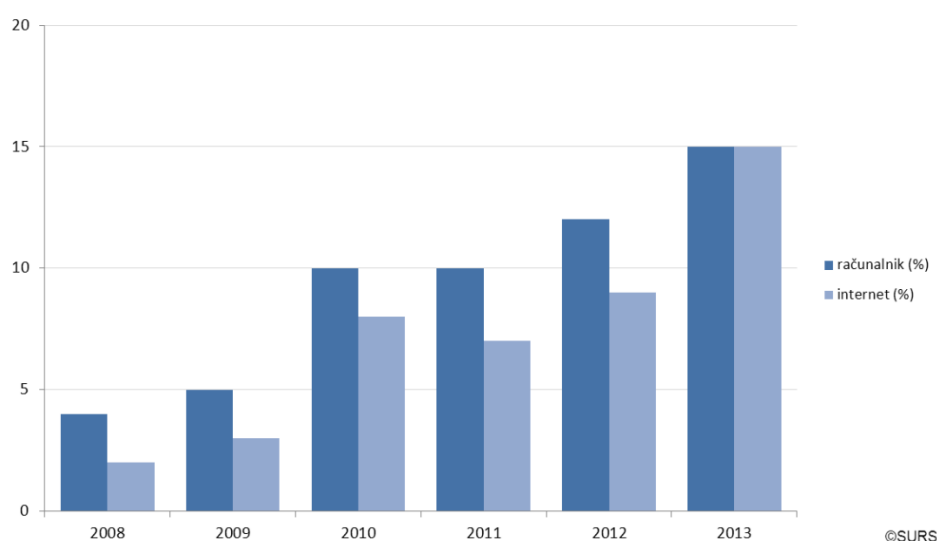
	2011	2012	2013
<i>Število udeležencev (starostnikov)</i>	5721	5033	4926
<i>Število prostovoljcev</i>	2413	3250	3606
<i>Število lokacij</i>	230	300	328
<i>Odstotek zadovoljnih udeležencev</i>	96	93	96
<i>Povprečna starost udeležencev (v letih)</i>	63	64	65
<i>Povprečna starost prostovoljcev (v letih)</i>	24	23	25
<i>Stroški projekta (brez medijskih objav) (v €)</i>	100.492,00	137.953,16	125.955,16
<i>Skupno število medijskih objav</i>	412 (1.3.-23.11.2011)	582	598
<i>Ocenjena vrednost medijskih objav (v €)</i>	931.842,02	864.512,51	974.400,00

Vir: Povzeto po zaključnih poročilih projekta Simbioza za leto 2011, 2012 in 2013.

¹⁵ Zavod Ypsilon ima status organizacije v javnem interesu v mladinskem sektorju od leta 2013 (Urad za mladino 2015).

Velik indikator napredka družbe in izboljšanja stanja na področju digitalne pismenosti starejših, starih od 65 do 74 let, je uradna statistika in izboljšani rezultati. Tako je SURS za leto 2013 objavil podatke, da je delež dnevnih uporabnikov računalnika med starejšimi trikrat, interneta pa sedemkrat večji kot pred petimi leti za obdobje od 2009 do 2013 (SURs 2013a). Glede na to, da je projekt Simbioza vključil in e-opismenjeval več kot 15 tisoč starostnikov v obdobju treh let od 2011 do 2013, lahko trdim, da je pripomogel k izboljšanju nacionalne statistike, vendar pa vsekakor ni prišlo do tega izključno zaradi projekta Simbioza.

Graf 4.1: Delež starejših oseb, ki so računalnik in internet uporabljale vsak dan ali skoraj vsak dan, Slovenija



Vir: SURS (2013a).

Neodvisno od poteka projekta je v letu 2012 Ekonomska fakulteta v Ljubljani sočasno s vseslovensko akcijo Simbioza izvedla raziskavo o motivaciji za medgeneracijski prenos znanja.¹⁶ Njihovi rezultati kažejo (EF 2013),

da so pri sodelujočih prostovoljcih v primerjavi z njihovimi vrstniki (generacije Y) bolj izražene socialne oz. altruistične delovne vrednote, pomembnejše so jim tudi moralne vrednote in prispevek za dobro družbe. Prostovoljci z višjo prosocialno motivacijo in tisti, ki so bolj pozitivno doživljali delavnice (npr. večja zainteresiranost, navdušenje, veselje) so ob zaključku projekta izražali tudi večje splošno zadovoljstvo, večjo zaznano korist sodelovanja v projektu in večje izboljšanje sposobnosti za poučevanje (starejših). Obenem pa so starejši prostovoljci in tisti, ki so bili že pred sodelovanjem v Simbiozi bolj samozavestni glede svojih pedagoških sposobnosti, poročali o manjšem izboljšanju svojih sposobnosti.

¹⁶ V raziskavi je sodelovalo blizu 300 starejših udeležencev delavnic in prek 450 mlajših predavateljev in pomočnikov. Pri pripravi raziskave so sodelovali prof. dr. Robert Kaše, doc. dr. Katja Mihelič in doc. dr. Jana Žnidaršič.

Na drugi strani so na zaznane povečanje sposobnosti na področju IKT pri udeležencih vplivali tako zaznana samozavest za delo z računalnikom pred Simbiozo, sodelovanje na Simbiozi v preteklem letu, kot tudi zunanja in notranja motivacija. Gledano celostno se raziskava dotika problematike delovnih vrednot generacije Y, vzratnega medgeneracijskega prenosa znanja (mlajši učijo starejše) in prosocialne motivacije ter tako v slovenskem prostoru odpira teme, ki so razvojno pomembne tako za organizacijski kot tudi širši družbeni kontekst.

Iz zgoraj navedene raziskave so razvidni neotipljivi družbeni učinki projekta, ki temeljijo na vrednotah in motivaciji sodelujočih. Tudi to uvrščam med družbene učinke, ki kažejo na interes za dialog med različnimi družbenimi skupinami prek prostovoljstva in medgeneracijskega sodelovanja. Velja dodati, da je vsaka izvedena delavnica projekta Simbioza vključevala tudi redne evalvacije, ki so prinesle zanimive rezultate, kot na primer, da se je vsako leto večalo število najmlajših prostovoljcev (osnovnošolcev) ter število udeležencev, ki so stari med 45 in 60 let, ki so še del aktivnega prebivalstva (Simbioza 2013). Simbioza kot socialna inovacija pomaga proizvajati mehko moč družbe prek ustvarjenih neotipljivih učinkov: domače znanje, intelektualna lastnina in družbeni kapital, kar je, če je v skladu s političnimi vrednotami države, lahko privlačno za navzven za druge države.

Prikazujem najbolj otipljive in relevantne družbene učinke Simbioze, ki nakazujejo, da je projekt prek svojega družbenega učinka vzpostavil novo družbeno prakso pri aktivnem staranju ter ustvaril trajnostno delovanje in je tako lahko dobro izhodišče za primer dobre prakse v Sloveniji in širše, v mednarodni skupnosti.

4.4 Pomen za slovensko javno diplomacijo

Če želi biti socialna inovacija uporaben koncept za zakonodajalce, mora vsebovati sporočilo o nujnih prilagoditvah sistema za razvoj učinkovitega gospodarstva (Grimm in drugi 2013, 440). Skozi družbene vrednote, katerim projekt sledi, in družbene učinke, ki jih ustvarja, iščem korelacijo s slovensko javno diplomacijo in vzporednice za potencialno uspešno promocijo države. Zato v tem delu opredelim, zakaj in kako je Simbioza lahko uporaben primer dobre prakse za slovensko javno diplomacijo, ter obenem prikažem, kako projekt spodbuja in krepi prijateljske odnose tujih držav s Slovenijo.

Kot ugotavljata Bučar in Bulajič (v Bulajič 2012, 42–43), je Slovenija po številu strateških dokumentov na nacionalni ravni naklonjena inovacijam in trajnostnemu družbeno-

ekonomskemu razvoju, kljub temu da se pojma socialnih inovacij ne omenja neposredno. Obenem velja omeniti, da zastavljeni cilji v strateških dokumentih po mnenju Bučarjeve (v Bulajič 2012, 43) niso blizu učinkovite implementacije zaradi prisotnosti še precej tradicionalnega ekonomsko naravnane razumevanja inovacij.

V letu 2013 je sodelovanje projekta Simbioza z MZZ potekalo tudi prek aktivnosti uradnih in delovnih obiskov predstavnikov držav in njihovih diplomatov za obisk delavnic. Tako je leta 2013 v sklopu delovnega obiska Slovenije takratni zunanji minister Bosne in Hercegovine (BiH), dr. Zlatko Lagumdžija, na povabilo ministra za zunanje zadeve RS, Karla Erjavca, obiskal delavnice, ter ob tem izrazil zadovoljstvo in željo po sodelovanju s projektom v BiH. Poleg zunanjih ministrov so v letu 2013 računalniške delavnice obiskali še: dr. Wilmer Armando Depablos, stalni odpravnik poslov Veleposlaništva Bolivarske republike Venezuele; Martin Hermges, namestnik veleposlanika Avstrije; Paul van Oostveen, namestnik veleposlanika Kraljevine Nizozemske; Susan Bardon, namestnica veleposlanika Republike Irske; Wu Dongmei, namestnica veleposlanika Ljudske republike Kitajske in dr. Anna Elisabeth Prinz, veleposlanica Zvezne Republike Nemčije, pri tem obisku se je pridružila tudi slovenska veleposlanica v Berlinu v letu 2013, nj. eksc. Marta Kos Marko (Simbioza 2013). Po koncu vseslovenske akcije v letu 2013 se je Simbioza na vabilo informacijskega središča Združenih narodov na Dunaju (*United Nations Information Service Vienna – UNIS*) predstavila na panelu v sklopu iniciative 'CINÉ-ONU Vienna', ki skozi film prikaže aktualne družbene izzive po svetu (Simbioza 2015).

Delavnice so obiskali tudi nekateri častni pokrovitelji projekta in ostali državniki: Janko Veber, takratni predsednik Državnega zbora RS; Mitja Bervar, takratni predsednik Državnega sveta RS in Bogdan Benko, državni sekretar na MZZ. V celoti je pa samostojno izpeljala delavnico takratna predsednica vlade, Alenka Bratušek. V tabeli spodaj (Tabela 2.3) navajam častne pokrovitelje projekta, ki so v omenjenih letih v večini tudi obiskali delavnice (Simbioza 2011; 2012; 2013). S tem prikazujem izkazano moralno podporo, ki jo je projekt užival s strani slovenskih najvišjih državnikov. Iz navedenega je razvidno, da je projekt Simbioza pritegnil pozornost tudi s strani tujih diplomatskih predstavnikov.

Tabela 4.3: Častni pokrovitelji projekta Simbioza po letih

2011	2012	2013
dr. Danilo Türk, predsednik	dr. Danilo Türk, predsednik	Borut Pahor, predsednik države

države RS	države RS	RS
Ljubo Germič, predsednik Državnega zbora RS	dr. Gregor Virant, predsednik Državnega zbora RS	Alenka Bratušek, predsednica Vlade RS
Borut Pahor, predsednik Vlade RS	mag. Blaž Kavčič, predsednik Državnega sveta RS	Janko Veber, predsednik Državnega zbora RS
mag. Blaž Kavčič, predsednik Državnega sveta RS	Neelie Kroes, podpredsednica Evropske komisije, pristojna za digitalno agendo	Mitja Bervar, predsednik Državnega sveta RS
Neelie Kroes, podpredsednica Evropske komisije in komisarka za digitalno agendo		Vlasta Nussdorfer, varuhinja človekovih pravic
dr. Pavel Gantar, nekdanji predsednik Državnega zbora RS		

Vir: Simbioza (2011; 2012; 2013).

V letu 2014 je bilo o delovanju projekta in aktivnostih seznanjenih 26 slovenskih diplomatskih predstavnikov (vodje misij) v sklopu rednega posveta slovenske gospodarske diplomacije na Brdu pri Kranju. Slovenske vodje misij na Danskem, Nizozemskem, v Irski, , Braziliji, Nemčiji in Indiji so ekipi Simbioze dali neposredne kontakte civilnega sektorja v državah sprejemnicah.¹⁷ Nekateri vodje misij so z ekipo Simbioze sodelovali tudi neposredno v tujini (na primer udeležba slovenskega vodje misije v Zagrebu na pilotnih delavnic na Hrvaškem skupaj z bivšim predsednikom Republike Hrvaške Stjepanom Mesićem in dr. Božom Dimnikom, častnim konzulom Hrvaške v Sloveniji; udeležba slovenskega vodje misije v Beogradu na srečanju ekipe Simbioze s srbskim ministrom za mladino in šport Vanjo Udovičićem) (Simbioza 2015). Prav tako se je v letu 2014 s projektom in njegovimi učinki kot »primer dobre prakse na področju medgeneracijskega sodelovanja in proaktivnosti mladih seznanil« (Simbioza 2014) seznanil Ahmad Alhendawi, posebni odposlanec Generalnega sekretarja ZN za mlade, ki si je ogledal medgeneracijski center v Ljubljani (prav tam).

Na podlagi izkazanega interesa tujih javnosti (diplomatskih in državnih predstavnikov) in moralne podpore domačega političnega okolja (prek častnih pokroviteljstev in obiska delavnic) je mogoče sklepati o priložnosti Simbioze predvsem pri promociji prek slovenske DKP mreže v tujini. Slovenska javna diplomacija je med drugim usmerjena v »načrtovanje in koordinacijo komuniciranja s tujimi javnostmi na področjih zunanje politike, človekovih pravic, gospodarstva, znanosti, kulture in razvojnega sodelovanja« (MZZ 2015b). Socialna inovacija Simbioza deluje na področju človekovih pravic ter predstavlja širše družbene vrednote slovenske kulture (v najširšem smislu), zato bi bil razmislek o umestitvi promocije

¹⁷ Ob tem velja omeniti, da so kontakti v Albaniji, BiH, Izraelu, Makedoniji, Srbiji in na Hrvaškem že bili predhodno vzpostavljeni (interna gradiva).

projekta prek DKP-jev smiseln. Predstavitev projekta pri tujih partnerjih in nacionalnih deležnikih kot primera dobre prakse je lahko tisti glavni element mehke moči države, ki ga tuje javnosti dojemajo kot pozitiven prenos znanja in izkušenj ter zavezanost k univerzalnim vrednotam spoštovanja človekovih pravic. Simbioza kot socialna inovacija je tako lahko orodje DKP-jev za ustvarjanje privlačnosti in pozornosti v namene promocije slovenske države kot napredne in odgovorne članice mednarodne skupnosti.

5 REZULTATI EMPIRIČNE RAZISKAVE

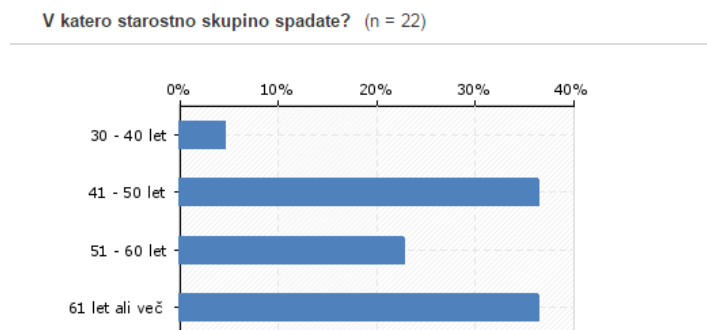
V tem poglavju predstavljam empirične ugotovitve raziskave, ki sem jo opravila prek ankete slovenskih vodij misij v tujini ter prek intervjuja z uslužbencem MZZ z dolgoletnimi izkušnjami v diplomaciji in vsebinski pripravi zunanjepolitične vsebine Nato na podlagi rezultatov ankete in opravljenega intervjuja preverjam hipotezi, ki sem ju opredelila v uvodu.

5.1 Opredelitev rezultatov anketnega vprašalnika

K sodelovanju v anketi je bilo povabljenih 43 naslovnikov v času od 1. do 31. julija 2015, glede na posredovane kontakte kadrovske službe MZZ. Naslovniki so bili aktualni vodje misij ali začasni odpravniki poslov na veleposlaništvih Republike Slovenije v tujini in Stalnih predstavništvi RS pri mednarodnih organizacijah do vključno z dne 31. julijem 2015. Na anketo se je odzvalo 13 vodij, ki so v celoti izpolnili anketo ter 9,¹⁸ ki so deloma izpolnili anketo, zato pri slednjih za analizo upoštevam samo odgovorjena vprašanja. Skupaj je tako ustreznih 22 vprašalnikov, kar predstavlja 51,2 odstotka vseh anketirancev.

Od 22 vprašanih jih je 50 odstotkov ženskega spola in 50 odstotkov moškega spola. Največ anketirancev spada v dve starostni kategoriji, in sicer od 41 let do 50 let ter 61 let ali več (graf 5.1). Povprečna delovna doba v vprašanih v funkciji veleposlanika (oz. odpravnika poslov) je 6,3 let, pri tem je najvišje navedena delovna doba 20 let, najnižja pa 2 meseca. Precej višja je povprečna delovna doba vprašanih v funkciji diplomata in sicer 21,5 let.

Graf 5.1: Starostna opredelitev anketirancev

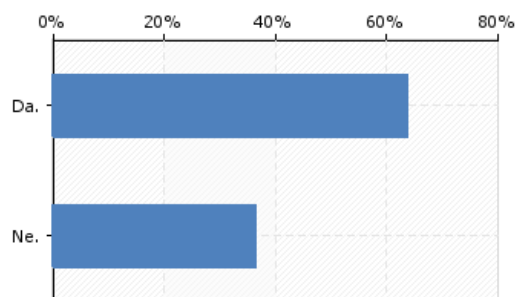


¹⁸ Sklepam, da tisti, ki projekta ne poznajo, niso nadaljevali reševanja ankete.

Prvo vsebinsko vprašanje ankete se nanaša na poznavanje projekta Simbioza (graf 5.2). Od 22 anketirancev jih je 64 odstotkov odgovorilo pritrdilno, 36 odstotkov projekta ne pozna. Kot vodjo aktivnosti na področju tujine za projekt Simbioza me ta podatek preseneča, saj je bilo v letih 2013 in 2014 precej aktivnosti Simbioze neposredno naslovljenih na MZZ, kot sem prikazala v poglavju o socialnih inovacijah ter predstavitvi študije primera. Poleg tega da so vprašani diplomati z dolgim stažem, je najbolj očiten podatek sodelovanja z MZZ nominacija Simbioze za *UN Population Award 2014* s strani MZZ, ki je tudi edina slovenska nominacija v sklopu omenjene nagrade v času samostojne RS.

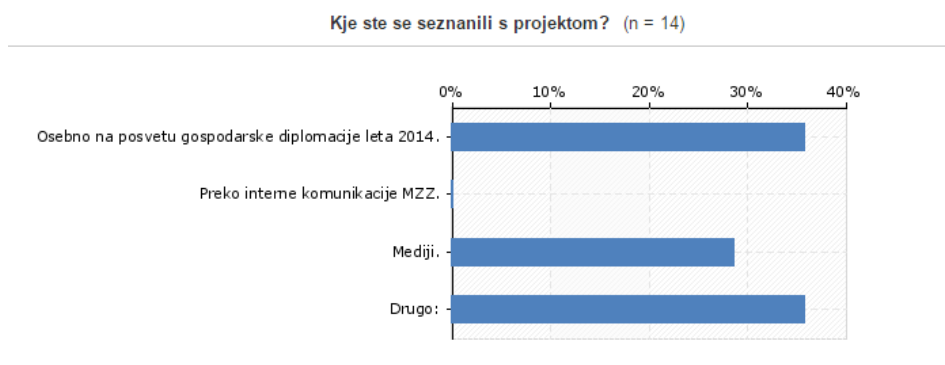
Graf 5.2: Poznavanje projekta Simbioza

Ali ste seznanjeni s slovenskim projektom Simbioza med generacijami? (n = 22)



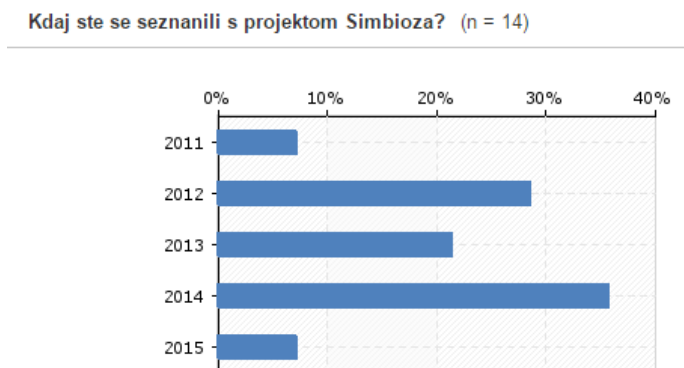
Simbioza je bila kar 24. vodjem misij osebno predstavljena na posvetu gospodarske diplomacije januarja 2014, obenem so bili vsi udeleženci obveščeni o zastopanosti organizacij, ki se predstavljajo. Prav tako je bil projekt kot primer dobre prakse predstavljen na posvetu slovenske diplomacije tudi v letu 2015. Najpogostejši odgovor na vprašanje, kje so se anketiranci seznanili s projektom, je tako bil posvet gospodarske diplomacije v letu 2014 ter odgovor 'Drugo', kjer so navedli osebni stik bodisi s pobudnikom projekta Žigo Vavpotičem bodisi z ekipo Simbioze ter prek medijev.

Graf 5.3: Seznanitev s projektom.



Ker projekt Simbioza poteka kontinuirano od leta 2011, me je zanimalo, kdaj so se anketiranci seznanili s proučevano socialno inovacijo. Največ jih je za projekt izvedelo v letu 2014, drugi najpogostejši odgovor je bilo leto 2012. Vzroki za to so lahko različni; med njimi posvet slovenske diplomacije v začetku leta 2014, nato je bila v letu 2014 prvič izvedena športna različica projekta pod imenom Simbioza Giba, prav tako je v tem letu potekalo veliko aktivnosti z MZZ, kar sovpada z rezultati vprašanja.

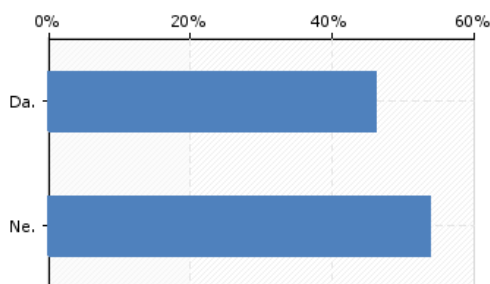
Graf 5.4: Časovna seznanitev s projektom



Po osnovni opredelitvi vsebinskih vprašanj glede seznanitve s projektom so se vprašanja nanašala na aktivnosti DKP-jev na področju socialnih inovacij in Simbioze. Od 13. vprašanih je tako 46 odstotkov odgovorilo pritrdilno, da so že predstavili Simbiozo v državah sprejemnicah, ostali pa še niso imeli priložnosti predstaviti aktivnosti Simbioze. Razlogov je tukaj lahko več, bodisi je bila tematika neustrezna bodisi vodja misije ni bil ustrezno seznanjen s projektom in aktivnostmi.

Graf 5.5: Predstavitev Simbioze v tujini prek vodje misij.

Ali ste imeli priložnost predstaviti aktivnosti Simbioze v vaši državi sprejemnici? (n = 13)

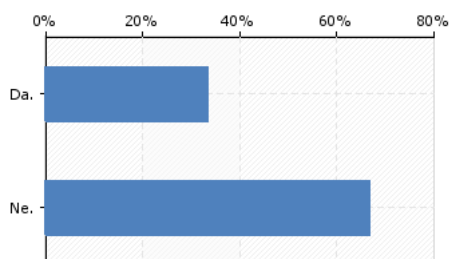


Ob pritrdilnem odgovoru iz grafa 5.5 se je pojavilo dodatno vprašanje, komu so imeli priložnost predstaviti slovensko socialno inovacijo Simbioza. Najpogostejši odgovor je bil, da nacionalnim deležnikom (vladi, parlamentu, ipd.), pri odgovoru 'drugo' pa sta dva anketiranca navedla deležnike v okviru nacionalnih ministrstev za zunanje zadeve, tretji najpogostejši odgovor pa se je nanašal na druge veleposlanike in tuje diplomate. Slovenski vodje misij so tako izvajali promocijo projekta prek kanalov tradicionalne diplomacije in nič s predstavniki civilne družbe. Kot je razvidno iz odgovorov, je promocija verjetno potekala v sklopu priložnostne predstavitve in ne ciljane strategije.

Ob pritrdilnem odgovoru v grafu 5.5 sem anketirance spraševala tudi o povratno informacijo tujih akterjev glede projekta Simbioza, kar je ključno za javno diplomacijo (graf 5.6). Izmed šestih odgovorov jih je več kot 60 odstotkov odgovorilo negativno, kar je slab indikator spremljanja povratnih informacij v primeru promocije, ne samo za projekt temveč tudi za slovensko zunanjepolitično izvajanje in njen diplomatski aparat. Tisti, ki so odgovorili pritrdilno, so nadalje označili, da so prejeli povratno informacijo, ki je sicer bil pozitiven odziv, vendar brez nadaljnjih aktivnosti, kar je na nek način izgubljena priložnost za promocijo uspešnih zgodb Slovenije po eni strani ter povezovanje in širjenje projekta v tujino po drugi.

Graf 5.6: Povratne informacije tujih deležnikov

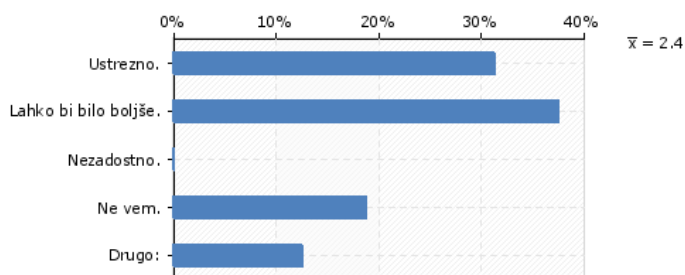
Če ste imeli priložnost predstaviti projekt v vaši državi sprejemnici, ali ste prejeli povratne informacije o Simbiozi od tujih akterjev? (n = 6)



Zanimala me je tudi kritičnost vodij misij do svojega delodajalca, torej institucije MZZ. Zato sem prosila anketirance, da ocenijo izvajanje promocije socialnih inovacij s strani MZZ. Od 16 podanih odgovorov jih je 38 odstotkov izrazilo, da bi izvajanje lahko bilo boljše, 31 odstotkov pa jih je ocenilo, da je zadostno. Odgovor pod 'drugo' je vseboval obrazložitev, da s projektom niso seznanjeni dovolj ali sploh. Glede na to, da za promocijo takih aktivnosti ni namenskih sredstev v proračunu DKP-jev in vse temelji na lastni pobudi vodje misije, menim, da so odgovori prizanesljivi.

Graf 5.7: Ocena aktivnosti MZZ

Kako bi ocenili izvajanje promocije socialnih inovacij, kot je npr. Simbioza, s strani MZZ? (n = 16)

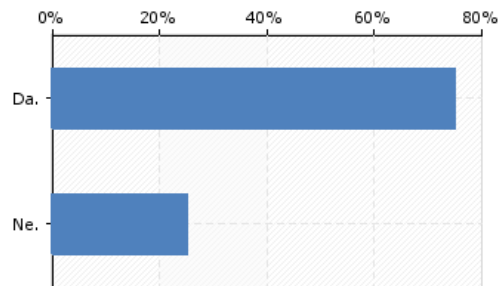


Kot ugotavljam, je za zadeve, kot so socialne inovacije in njihova promocija prek DKP-jev, odločilna lastna pobuda vodje misije, ki sam/a presodi, če se ji/mu zdi inovacija ustrezna za nadaljnjo predstavitev tujim deležnikom, obenem je tudi bolj ali manj odvisno od lastne angažiranosti, v kolikšni meri vodja misije inovacijo sploh pozna in/ali je seznanjen/a z njo. Zaradi tega sem anketirance povprašala, ali so kdaj na lastno pest promovirali slovenski projekt v državi sprejemnici, kjer sem preverila lastno angažiranost in dovzetnost za

slovenske inovacije (graf 5.8). Pri tem je 75 odstotkov vprašanih odgovorilo pritrdilno, ostali še niso dali lastne pobude za promocijo slovenskega projekta na tujem.

Graf 5.8: Lastna iniciativnost za promocijo slovenskih (socialnih) inovacij

Ali ste kdaj dali lastno pobudo za promocijo kakšnega slovenskega projekta v vaši državi sprejemnici? (n = 16)



Na zadnje sem vodje misij vprašala, katere tri slovenske inovacije se jim zdijo najboljše za predstavitev tujim javnostim. Odgovorilo je 13 vprašanih, najpogosteje so našli Simbiozo, Slovensko filantropijo, Zavod Ypsilon in Kralje ulice, omenjeni so bili še tematski sklopi projektov, in sicer na področju izobraževanja mladih, bio/ekoloških vplivih ter integracije manjšin, področje tehnike (inovativni izdelki široke potrošnje), IKT (IT rešitve), modeli vključitve socialno ogroženih, oblikovanje vzdržnega socialnega podjetništva, Slovenski inkubator in sodelovanje DKP z lokalnimi občinami (povezovanje slovenskih in tujih občin ter izmenjava dobrih praks).

Iz zgoraj navedenih rezultatov anketnega vprašalnika je mogoče ugotoviti, da so vodje misij naklonjeni slovenskim socialnim inovacijam ter njihovi promociji prek DKP, ter so se tudi pripravljene vključiti v proces seznanitve in aktivnega sodelovanja na področju izvajanja promocije. Vodje misij so podali nekaj odličnih izhodišč za politična priporočila, ki jih navajam v sklepnem delu. Prav tako je dobrodošlo spoznanje, da so anketiranci tudi kritični do sistema lastne organizacije (pomanjkanje koordiniranega obveščanja s strani matične institucije) in da opozarjajo na pomanjkanje virov (tako finančnih kot človeških), ter obenem poudarjajo sodelovanje z nevladnimi deležniki iz Slovenije, kakor tudi iz tujine. Tu se javna diplomacija izkaže kot primerno sredstvo zunanje politike, saj vodje misij sami omenjajo vse akterje, ki so ključni za izvajanje javne diplomacije. V naslednjih dveh podpoglavjih posebej opredelim ključni vprašanji za magistrsko delo, ki sem ju preverjala v anketi ter intervjuju, in

sicer glede večanja pozitivne prepoznavnosti Slovenije ter spodbujanju prijateljskih odnosov med državami, in se neposredno vežeta na moja raziskovalna izhodišča.

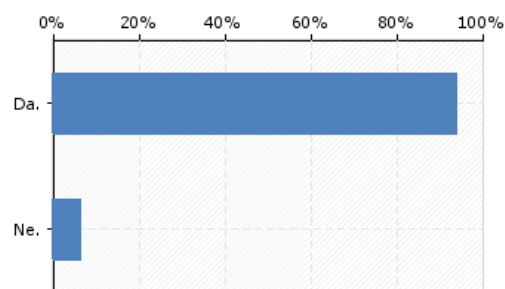
5.2 Analiza vpliva promocije projekta Simbioza prek javne diplomacije glede na povečanje pozitivne prepoznavnosti Slovenije v mednarodni skupnosti

V tem delu raziskave analiziram ključno vprašanje, ki se nanaša na odzive tujih javnosti glede projekta Simbioza prek slovenskih DKP ter na mnenje slovenskih vodij misij glede povečane prepoznavnosti Slovenije na podlagi določene slovenske socialne inovacije.

Kot omenjam, se vprašanje nanaša na neposredno večanje ugleda Slovenije ob promociji projekta Simbioza. Ker gre pri slednjem za negovanje družbenih vrednot, ki so univerzalne, in pripadnost civilnemu neprofitnemu sektorju, lahko Slovenija prek tovrstnih nematerialnih zmogljivosti sama ustvari svojo podobo kot odgovorna in napredna država, kjer so starostniki e-pismeni oziroma imajo priložnost postati e-pismeni zastonj. Pri tem vprašanju je večina vprašanih odgovorila pritrdilno, torej se strinjajo, da lahko promocija projekta, kot je Simbioza, neposredno vpliva na grajenje pozitivne prepoznavnosti Slovenije.

Graf 5.9: Večanje pozitivne prepoznavnosti Slovenije prek Simbioze

Ali se vam zdi, da lahko promocija projekta, kot je Simbioza, v mednarodni skupnosti neposredno vpliva na povečanje pozitivne prepoznavnosti Slovenije? (n = 16)



Eno ključnih vprašanj za nadaljnjo razpravo o vključevanju socialnih inovacij v vsebino zunanje politike RS je vprašanje, na kakšen način bi lahko MZZ povečal doseg promocije slovenskih socialnih inovacij. Odgovorilo je 13 anketirancev, ki so podali zelo dinamične in uporabne napotke. Navedene odgovore lahko strnem v tri skupine predlogov, na podlagi katerih potem opredelim nadaljnje napotke in priporočila v sklepnem delu. Prva skupina je tehnična izvedba, kamor spada samo izvajanje na terenu (aktivnosti DKP), logistična

obravnava in fizična podpora. Predlogi v tej kategoriji vsebujejo izbiro boljših orodij (komuniciranja), večjo uporabo lokalnih jezikov in tudi fizično podporo s strani DKP, vključitev vsebin v program obiskov predstavnikov RS v tujini, okrogle mize skupaj z akterji države sprejemnice, promocija s strani veleposlanika in promocija dogodkov na veleposlaništvih, sodelovanje slovenskih inovatorjev na mednarodnih sejmih, povezovanje institucij držav sprejemnic s slovenskimi zainteresiranimi inovatorji in institucijami, povezovanje raziskovanja in razvoja (R&D, *research and development*) enako mislečih in inovativno naprednih držav z RS, potencialna preusmeritev aktivnosti SPIRIT-a (Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma) tudi na to dejavnost. Obenem se navajajo tudi ciljni dogodki za mreženje in predstavitev inovacij, predstavitve inovacij v državi sprejemnici in njihovih medijih, s sodelovanjem z zainteresiranimi institucijami in z obiski zainteresirane javnost v Sloveniji. Še posebej uporaben predlog pa je neposreden oz. t. i. *tailor made* pristop s projekti, ki imajo konkurenčno prednost v okolju, kjer deluje dotično veleposlaništvo.

Druga kategorija obsega finančno podporo, kjer bi z večjimi finančnimi sredstvi na MZZ in DKP lažje vključili in celovito izvajali promocijo inovacij prek javne diplomacije. Tretja kategorija obsega koordinacijo in projektno vodenje s strani MZZ, in vsebuje načrtno in konceptualno vključevanje projektov socialnih inovacij v javno diplomacijo RS z ustreznim načrtom dodatne promocije slovenskih inovacij in z večjim obveščanjem DKP mreže in ciljnih javnosti. Predvsem bi morali na MZZ in na veleposlaništvih dobiti zelo konkretne opise posameznih projektov, prav tako bi zaradi omejenega števila diplomatov na veleposlaništvih bilo koristno, da se pridejo nosilci posameznih inovacij predstaviti sami, veleposlaništva pa bi jim pomagala vzpostaviti kontakte iz lokalnih okolij in jih podpreti pri njihovih obiskih, obveščanju in promociji.

Pri tem ugotavljam, da vodje misij vidijo potencial socialne inovacije za izgradnjo pozitivne prepoznavnosti države in so naklonjeni tudi večji promociji v okviru DKP, vendar tudi ob večji angažiranosti nosilcev socialnih inovacij v tujini. Tako v anketi kot v intervjuju vprašani poudarjajo nujnost povečanja finančnih sredstev, namenjenih javni diplomaciji, kjer velja razmisliti o dodatnih virih za javno diplomacijo. Na tem mestu prvo zastavljeno hipotezo, ki se glasi:

H1: Promocija projekta Simbioza prek javne diplomacije neposredno vpliva na povečanje pozitivne prepoznavnosti Slovenije v mednarodni skupnosti.

in jo lahko potrdim, vendar z zadržanostjo. Ugotavljam, da je 94 odstotkov od 16 veljavnih odgovorov odgovorilo pritrdilno, torej promocija Simbioze prek javne diplomacije lahko neposredno vpliva na povečanje pozitivne prepoznavnosti Slovenije v mednarodni skupnosti. V okviru svoje naloge tako lahko potrdim prvo hipotezo, za širšo splošno in sistemsko obravnavo vključevanja socialnih inovacij v predmet javne diplomacije pa bi bilo ključno, da bi imela povratne informacije vseh slovenskih veleposlaništev.

Na podlagi rezultatov ankete in intervjuja sicer lahko potrdim prvo hipotezo, vendar pa je pri tem najpomembnejši odziv tujih javnosti, ki so s projektom bili seznanjeni prek slovenskih DKP-jev. 46 odstotkov vprašanih je že imelo priložnost predstaviti omenjeno socialno inovacijo, od tega jih je nekaj več kot 30 odstotkov prejelo pozitivni odziv, kjer je razvidno, da je javna diplomacija tam korektno opravila svoje delo. To je sicer pozitivna informacija, vendar, če gledam celoto, je to zgolj okrog 14 odstotkov vseh vprašanih, kar pa za nek sistemski pogled ni obetavno. Čeprav bi koristil še podatek pojavljanja in omembe projekta Simbioza v tujih medijih, je na voljo dovolj gradiva, da se prvo hipotezo potrdi.

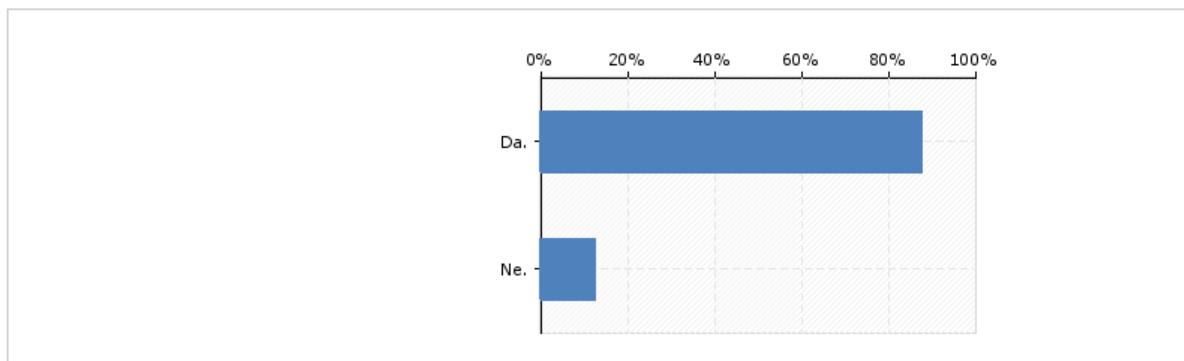
5.3 Analiza vpliva promocije projekta Simbioza prek javne diplomacije glede na spodbujanje prijateljskih odnosov Slovenije z drugimi državami

Ob vprašanju, ali lahko določena socialna inovacija, kot na primer Simbioza, neposredno spodbuja prijateljske odnose Slovenije z drugimi državami, Marc (2015) poudarja, da posredno vsekakor. Nadalje opredeli, da socialne inovacije lahko prispevajo k percepciji države kot dinamične, odprte, sodobne, podjetne, socialne ipd., kar so atributi, s katerimi se želi v tujini predstavljati vsaka država ali vsaj večina držav. Dodaja še, da so določene socialne inovacije lahko posebej zanimive v določenih državah, na primer socialna inovacija s področja Romov v državah z romskim prebivalstvom, inovacija na področju vključevanja starejših je posebej zanimiva za države z neugodno demografsko sliko ipd. Takšne inovacije bi verjetno težko pomembneje vplivale na stanje odnosov med državami, zagotovo pa lahko posredno pripomorejo k želeni kakovosti odnosov (prav tam).

Podobno vprašanje, ki se nanaša na spodbujanje prijateljskih odnosov Slovenije z drugimi državami, sem zastavila v anketi (graf 5.9). Večina vprašanih je odgovorila pritrdilno, negativno je odgovoril en posameznik, ki je izpostavil, da lahko promocija projekta vpliva zgolj posredno in nikakor ne neposredno.

Graf 5.10: Spodbujanje prijateljskih odnosov med državami

Ali se vam zdi, da lahko promocija projekta, kot je Simbioza, v mednarodni skupnosti neposredno spodbuja prijateljske odnose Sloveniji z drugimi državami? (n = 16)



Anketirance sem nato še prosila, če ob pritrdilnem odgovoru lahko navedejo kakšen primer iz prakse, kjer promocija projekta spodbuja prijateljske odnose Slovenije z drugimi državami. Med primeri so navedli:

- rehabilitacijo otrok iz Gaze;
- primeri projektov in npr. festivalov s področja socialnega podjetništva;
- aktivnosti slovenskega ITF (*ITF Enhancing Human Security*) - področje zagotavljanja človekove varnosti ali projektov 'Skupaj v preteklosti';
- tesna povezava razvojnih projektov v okviru uradne razvojne pomoči držav in izvajanje njihovih projektov v državah prejemnicah;
- vključevanje in povezava gospodarskih, socialnih, razvojnih, humanitarnih aktivnosti diplomatske mreže posameznih držav (Nizozemska, Nemčija, Italija, Francija, Velika Britanija), ki so pragmatično zastavljeni in predstavljajo dodano vrednost (tudi) družbam in ekonomiji od koder pomoč izvira;
- projekt javno-zasebnega partnerstva in promocija slovenskih poslovno-investicijsko-turističnih zmogljivosti na uradnih dogodkih, kjer veleposlaništvo obeležuje npr. dan državnosti;
- predstavitve slovenskih vinarjev in proizvajalcev hrane ob diplomatsko-športnih dogodkih (diplomatski teniški turnir v Helsinkih leta 2010);

- v Šanghaju, kjer se je promovirala Simbioza, je obstajal interes določenih subjektov, vendar do realizacije ni prišlo;
- slovenska pobuda 'Medeni zajtrk' prevzeta na Madžarskem, prispeva k pozitivni podobi Slovenije, povezuje šole, otroke, čebelarje, vlade itd.;
- v Argentini se močno spodbuja medgeneracijsko sodelovanje; junija (2015) je bil za širšo javnost izveden medkulturni dogodek z argentinskimi partnerji (direktorat za migracije in Univerza Muntref);
- forum slovanskih kultur.

Ob tem dodajam, da sem podobno vprašanje zastavila tudi v intervjuju, kjer Marc (2015) navaja, da so slovenski diplomatski predstavniki bistveno manj seznanjeni s slovenskimi socialnimi inovacijami (v primerjavi s področjem gospodarske diplomacije), ki bi jih lahko predstavili kot primer dobre prakse tujim javnostim. Intervjuvanec sam (Marc 2015) med slovenske socialne inovacije našteva socialno trgovino Sotra ter romsko restavracijo. Drugo hipoteza, to je:

H2: Promocija projekta Simbioza prek javne diplomacije neposredno spodbuja prijateljske odnose Slovenije z drugimi državami.

lahko na podlagi ankete in navedb neposrednih aktivnosti projekta Simbioza v tujini (skupaj s predstavniki DKP) potrdim. Vsekakor pa ostaja še maneverski prostor za dodatno raziskovanje in podkrepitev omenjene hipoteze, kot na primer število omemb projekta Simbioze v bilateralnih aktivnostih s strani več nacionalnih deležnikov, ne samo ministra za zunanje zadeve. Vodje misij so navedli nekaj konkretnih projektov, ki se izvajajo bodisi v tujini bodisi v Sloveniji. Ob tem dodajam, da kot morebitno rešitev vidim oblikovanje kataloga socialnih inovacij v Sloveniji v tujem jeziku, ki bi vseboval pregled inovacij na različnih področjih, ki so v interesu države (ranljive skupine, okolje, socialna vključenost, medgeneracijsko sodelovanje, ipd.), kjer bi potem vsak vodja misije na podlagi proučevane problematike v državi prejemnici sam oblikoval svojo agendo za promocijo slovenskih socialnih inovacij. To bi bil učinkovit pripomoček in obenem celostni pregled aktualnega dogajanja na tem področju in ustreznost za vpeljavo v zunanjepolitično vsebino, ki bi temeljil na letni posodobitvi.

6 SKLEP IN IZHODIŠČA ZA NADALJNJE RAZISKOVANJE

Socialna inovacija je v nalogi opredeljena kot zmogljivost mehke moči, ki se kanalizira skozi javno diplomacijo. Magistrsko delo nadalje razume koncept javne diplomacije kot sredstvo zunanje politike, kjer država lahko uporabi socialno inovacijo lastne družbe kot orodje svoje promocije za izgradnjo ugleda in prepoznavnosti v mednarodni skupnosti. Ta dva cilja sta na primeru Slovenije v novih strateških dokumentih zunanje politike vsebinsko izpostavljena na prvem mestu. Po drugi strani so socialne inovacije rastoč in globalno prisoten fenomen, ki temelji na poudarjanju družbenih vrednot. Slednje so v večini univerzalno prisotne in se krepijo prek mehke moči, ki jo proizvajajo. Tako imajo države imajo priložnost, da izkoristijo pozitivne družbene učinke, nastale prek socialnih inovacij, in s tem ustvarjajo privlačnost pri tuji javnosti. Teorija vplivov okolja podkrepi potencial socialnih inovacij kot polmaterialni vir zunanjepolitičnega okolja in priznava inovacije kot družbeni vpliv, ki se lahko uvrstijo v kontekst zunanjepolitične agende države. Socialne inovacije vsebujejo zunanjepolitični motiv, kajti dosežki družbe v državi in družbene spremembe so orodje, s katerim država skuša graditi in izvajati promocijo svoje (pozitivne) podobe v mednarodnem okolju, torej ugled navzven. Zunanje in notranje okolje zunanje politike se stalno povezujeta, njuna stična točka pa je diplomacija.

Mehka moč je ključen povezovalni element socialnih inovacij in javne diplomacije. Izhaja iz treh temeljnih virov (kultura, vrednote, politike), vendar se področja virov v času globalizacije širijo. Mehka moč temelji na privlačnosti in zato predstavlja instrument za mobilizacijo potenciala javne diplomacije. Konceptualizacija javne diplomacije se lahko opredeli na več načinov, a v pričujočem delu uporabljam pojem javne diplomacije kot sredstva zunanje politike, prek katerega država dosega vpliv v mednarodni skupnosti, torej v svojem zunanjem okolju. Zaradi lažjega dostopa do informacij je komuniciranje dobilo nove razsežnosti, tudi na področju diplomacije. Na podlagi napisanega je javna diplomacija v novi preobleki, kjer pa družbeno-tehnološke spremembe zahtevajo fleksibilnost in ažurnost. Pri tem menim, da bi se javna diplomacija morala obnašati bolj podjetno in temeljiteje koristiti prednosti svojih kanalov komuniciranja s tujimi javnostmi. V dobi postmoderne diplomacije se pojavljajo novejšje definicije koncepta javne diplomacije, kjer so vključeni netradicionalni akterji. Kljub temu pa v magistrskem delu uporabljam klasično definicijo javne diplomacije, ki je opredeljena kot neprisilno sredstvo, ki temelji na družbenih ali vladnih pobudah, izvaja pa se prek zunanje politike države.

Netradicionalni družbeni dejavnik, kot je socialna inovacija, lahko na promocijo države vpliva neposredno (z vključevanjem vsebine v zunanjepolitično agendo ter aktivnostmi z DKP-ji) in posredno (z ustvarjenimi družbenimi učinki v domači državi). Projekt Simbioza se je razvil kot primer dobre prakse zaradi svoje trajnosti (kontinuirana prisotnost od leta 2011), obsega (vseslovenska akcija), vrednot (medgeneracijsko sodelovanje, krepitev moči starostnikov in mladine, socialna vključenost ranljivih skupin, vseživljenjsko učenje) in učinkov (izboljšana e-pismenost starostnikov, itd.). Študija primera v magistrskem delu kaže, da tovrstna socialna inovacija proizvaja veliko mehke moči skozi svoj družbeni učinek, kar pa ne bi bilo tako opazno, če se kultura države ne bi identificirala z vrednotami, ki jih projekt nagovarja. S tem sovpadajo tudi politične vrednote Slovenije, ki ji država sledi, zato projekt Simbioza lahko postane predmet vsebine zunanje politike, saj bo to Slovenijo v mednarodnem okolju prikazalo kot napredno in odgovorno članico mednarodne skupnosti. Na podlagi empiričnih rezultatov sem izpostavila pogled izvajalcev javne diplomacije na zastavljeno temo ter opredelila, kaj pomeni koncept promocije v okviru pozitivne prepoznavnosti in krepitev prijateljskih odnosov z državami. Ugotavljam, da obstaja še veliko neizkoriščenega potenciala na področju javne diplomacije RS, kar potrjujem tudi v anketi. Upam si trditi, da bo slovenska javna diplomacija ob novih zunanjepolitičnih ciljih in strateških dokumentih končno dobila pozornost, ki jo lahko izkoristi za dva ključna cilja: dvig mednarodnega ugleda Slovenije (prek pozitivne prepoznavnosti) ter spodbujanja prijateljskih odnosov z državami (predvsem prek primerov dobre prakse iz lastnih virov, kot so na primer socialne inovacije). V anketi in intervjuju so vprašani večkrat opozorili na nezadostna sredstva za javno diplomacijo. Glede na prioriteto umestitev grajenja ugleda Slovenije v mednarodni skupnosti v novih strateških dokumentih zunanje politike RS gre pričakovati, da se bo tudi delež financiranja za ta namen povečal. Vendar je potrebno povečati tudi sredstva DKP-jev za ta namen, ki so kot izvajalci javne diplomacije v najbolj neposrednem stiku s tujo javnostjo. Pri tem bi dodala, da je mogoče s strani vodij DKP potrebna tudi lastna iznajdljivost in dovezetnost za spremembe, predvsem v okviru spremljanja in lastnega informiranja. Socialne inovacije so doživele razmah v času digitalne revolucije, zato posledično niso omejene na delovanje znotraj državnih teritorialnih meja. Vendar pa vseeno gre za novost, ki si še mora ustvariti mesto v javni diplomaciji.

Nadaljnje raziskovanje potenciala socialnih inovacij za vsebino promocije države, v tem primeru Slovenije, se mi zdi ključnega pomena, saj sem skozi magistrsko delo pokazala, da

gre za aktualen pojav, ki bo zaradi tehnološkega napredka in s tem večanjem razlik med prebivalstvom vse bolj prisoten v družbi. Socialne inovacije so tisti družbeni dejavnik, ki s proizvajanjem mehke moči neposredno krepijo družbene vrednote, s tem pa ustvarjajo ugodno okolje za krepitev ugleda države v mednarodni skupnosti in ustvarjanja privlačnosti do tujih javnosti. Pametna javna diplomacija vsebuje prisotnost in razumevanje vloge civilne družbe ter spodbujanja sodelovanja javnosti pri sooblikovanju zunanje politike. Prej, kot bodo države-kot izvajalci zunanje politike-to osvojili, večji potencial ima socialna inovacija kot vir mehke moči za večanje zunanjepolitičnih zmogljivosti države in utrjevanju njenih ključnih ciljev.

Skozi delo sem sledila cilju ugotoviti, ali obstaja potencial socialne inovacije za promocijo države, v kolikor se socialna inovacija lahko vključi v vsebino zunanje politike. Ukvarjala sem se predvsem s tem, kako država sama oblikuje svojo zunanjepolitično agendo na podlagi socialne inovacije (kot elementa domačega okolja zunanje politike). Pri tem mi anketa, intervju in lastna izkustva iz prakse nudijo zanimiva izhodišča, da lahko podam priporočila izvajalcem javne diplomacije glede potenciala socialnih inovacij za promocijo države in s tem nakažem trende v razvoju slovenske javne diplomacije. Kot prvo opažam, da manjka celostni pristop do umestitve atipičnih področij, kot so socialne inovacije, v zunanjepolitično vsebino. Najprej je vsekakor potrebno opredeliti analitični model v pristopu javne diplomacij do socialnih inovacij, ki bi se potem stopnjeval do sistemske ureditve. Pridružujem se opazkam navedenih avtorjev pri kritiki slovenske javne diplomacije, da slednja ne izkorišča dovolj danih zmogljivosti. Kljub novim strateškim dokumentom na področju zunanje politike RS je še vedno prisotna določena stopnja togosti sistema, kjer je fleksibilnost in ažurnost odvisna od lastne angažiranosti določenih posameznikov med izvajalci javne diplomacije. Nadalje je potrebna tudi uskladitev in opredelitev pristojnosti med pristojnimi resorji, kar je ključno za nadaljnjo razporeditev finančnih in človeških virov.

Dejstvo ostaja, da socialne inovacije polnijo vrzel med tem, kaj družba rabi in kaj jim vlada nudi. V času razmaha naprednih tehnologij se ta luknja samo še večja, kar pomeni pričakovani porast socialnih inovacij. Tudi iz tega naslova bi bilo za pričakovati večjo sistemsko angažiranost MZZ za umestitev socialnih inovacij kot nosilk mehke infrastrukture v področje zunanje politike. Strinjam se z navedbami v anketi, ki predlagajo celosten pristop MZZ do socialnih inovacij; torej od vsebine zunanje politike do načrtnega vključevanja socialnih inovacij v javno diplomacijo ob zagotovitvi določenih finančnih virov, s katerimi lahko

izvajalci javne diplomacije delujejo. Prihodnost slovenske javne diplomacije vidim tudi v poglobljenem sodelovanju MZZ s predstavniki civilne družbe v okviru partnerstev in skupnih projektov. Na podlagi izkušenj iz prakse lahko potrdim načelno sodelovanje in podporo MZZ z aktivnostmi Simbioze v tujini, vendar je bila že nekajkrat prisotna težnja po poglobljenem sodelovanju tudi v okviru skupnega partnerstva, ki pa zaradi finančnih in kadrovskih omejitev s strani MZZ ni bilo implementirano. Po drugi strani pa velja omeniti, da so nekateri vodje misij ob seznanitvi s projektom Simbioza sami dali pobudo, da jih ekipa Simbioze sproti obvešča o aktivnostih v njihovi državi sprejemnici, v kolikor se aktivnosti odvijajo. Konkretna priporočila za nadaljnji razvoj področja bi razdelila na dva sklopa: s strani MZZ in s strani nevladnega sektorja. V prvem sklopu bi tako s strani MZZ opredelila sistemski pristop, kar sem že poprej omenila. To bi vključevalo pregled področja slovenskih socialnih inovacij in ocenitev potenciala za promocijo RS preko primerov dobre prakse. Ta pristop bi prav tako vključeval redno obveščanje DKP-jev o aktivnostih in novostih projektov slovenskih socialnih inovacij (na primer prek mesečnih elektronskih novic). Sistemska koordinacija iz MZZ bi tudi lahko vključevala oblikovanje napotkov vodjem DKP-jev glede promocije socialnih inovacij prek javne diplomacije, ki bi bilo zastavljeno strateško glede na interese držav sprejemnic, saj bi se s tem večali tudi učinki promocije. Najbolj ključno in učinkovito rešitev pa vidim v vključitvi predstavitev socialnih inovacij in družbeno-koristnih projektov v letni posvet slovenske diplomacije, ki bi potekal po istem principu kot obstoječi gospodarski posvet, kjer gospodarstveniki osebno vodjem misij predstavijo svoje interese. Tako bi se vse vodje misij imele priložnost osebno spoznati z aktivnostmi in interesi slovenske civilne družbe. Vsa omenjena priporočila bi temeljila na večji finančni podpori MZZ za svoja DKP, ki bi posledično lahko v večji meri in bolj strateško izvajali javno diplomacijo in promocijo socialnih inovacij. Drugi sklop bi obsegal večje sodelovanje nevladnega sektorja, kar bi vključevalo pripravo ustreznih gradiv (tudi v tujih jezikih glede na ciljno skupino), udeležbo dogodkov v organizaciji DKP, v kolikor bi obstajal interes za to, ter redno in vzajemno obveščanje med DKP-ji in nevladnim sektorjem. Na podlagi takih partnerstev bi tako Slovenija lahko konkretnije izkoristila zmogljivosti mehke moči in okrepila izvajanje javne diplomacije, kar si je zastavila tudi v novi Strategiji.

Analiza konceptov v pričujočem delu je omejena na razumevanje javne diplomacije kot sredstva zunanje politike ter socialne inovacije kot proizvajalca mehke moči. Tako je bil predstavljen le en vidik diplomacije, razumevanje akterjev javne diplomacije se nanaša na državne izvajalce, kot je MZZ. V delu prav tako proučujem socialne inovacije kot družbeni

dejavnik, ki ga država lahko uporabi za mobilizacijo mehke moči države navzven. Zanimivo bi bilo tudi proučevati, kakšen bi bil pomen socialnih inovacij, če bi nosilce le-teh analizirali kot akterje, kar bi potem lahko raziskovali skozi, na primer, kulturno diplomacijo. Nadalje, ostaja še dodatna komunikološka razsežnost proučevanja, če bi recimo proučevali vse medijske objave in uporabili diskurzivno analizo, kar bi lahko bila iztočnica za poglobljeno raziskavo na mojo temo. Na področju promocije države navzven je vpletenih veliko akterjev, ki jih zaradi omejene relevantnosti nisem omenjala, obenem pa se področje javne diplomacije po nekaterih avtorjih prepleta z odnosi z javnostjo. Tudi ta vidik je lahko izhodišče za nadaljnjo analizo. Vsekakor ostaja dejstvo, da se javna diplomacija mora (hitreje) prilagajati toku sprememb na področju tehnologije, komunikacij in inovacij ter izkoristiti potencial, ki se odpira v delovanju civilne družbe in se utrditi kot dvosmerni kanal izmenjave informacij dobre prakse med domačo in tujo javnostjo.

7 LITERATURA

Amirbek, Aidarbek in Kanat Ydyrys. 2014. Education as a Soft Power Instrument of Foreign Policy. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 143: 501–503.

Anderson, Tara, Andrew Curtis in Claudia Wittig. 2014. *Definition and Theory in Social Innovation*. Krems: Danube University. Dostopno prek: <http://www.social-innovation-blog.com/wp-content/uploads/2014/05/Definitions-and-Theory-in-Social-Innovation-Final-1.pdf> (2. marec 2015).

Anholt, Simon. 2006. Public diplomacy and placebranding: Where's the link? *Place Branding* 2: 271–275.

Benko, Vlado. 1997. *Znanost o mednarodnih odnosih*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2000. *Sociologija mednarodnih odnosov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Bojinović Fenko, Ana. 2010. *Premoščanje ločnice med proučevanjem mednarodnih odnosov in zunanje politike: primer mednarodnega regionalizma*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- (ur.). 2014. *Mehka moč v zunanji politiki in mednarodnih odnosih: študije aktualnih primerov, el. knjiga*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- in Jure Požgan. 2014. Mehka moč Slovenije: študija izkoristka kulturnih zmogljivosti. V *Mehka moč v zunanji politiki in mednarodnih odnosih: študije aktualnih primerov*, el. knjiga, ur. Ana Bojinović Fenko, 16–27.

Bratuša, Maja. 2013. *Posebnosti funkcij državljana diplomata v postmoderni diplomaciji*. Magistrsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Brglez, Milan. 2011. K slovenskim diplomatskim študijam. *Teorija in praksa* 48(3): 545–561. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Bučar, Bojko. 2001. Stroka in politika ob deseti obletnici slovenske zunanje politike. *Teorija in praksa* 38 (1): 142–151.

--- 2007. Spremembe diplomacije v XXI. stoletju. V *Teorija in praksa*, ur. Igor Lukšič, 862–76. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Bulajič, Maruša. 2012. *Socialne inovacije v Sloveniji*. Magistrsko delo. Ljubljana: FDV.

Cannatelli, Benedetto in Brett Smith. 2010. *Scaling social impact: An open innovation perspective*. Dostopno prek: http://sbaer.uca.edu/research/icsb/2010/Social/254_Full_Paper.pdf (5. marec 2015).

Deklaracija a o zunanji politiki Republike Slovenije (DeZPRS). Uradni list RS št. 108/99. Dostopno prek: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=DEKL3> (17. maj 2015).

Deklaracija o zunanji politiki Republike Slovenije (DeZPRS-1). Uradni list RS št. 53/15. Dostopno prek: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=DEKL37> (3. avgust 2015).

EF. 2013. *Sporočilo za javnost*. Dostopno prek: <https://www.facebook.com/notes/ntvis/sporo%C4%8Dilo-za-javnost-o-raziskovanju-motivacije-za-medgeneracijski-prenos-znanja-/528876147197188> (5. junij 2015).

Erjavec, Karl. 2015. »Vsi problemi na Bližnjem Vzhodu so se začeli z napadom na Irak«. *Intervju, MMC RTVSLO*. Dostopno prek: <http://www.rtvsllo.si/slovenija/vsi-problemi-na-bliznjem-vzhodu-so-se-zaceli-z-napadom-na-irak/362234> (7. april 2015).

Evropska komisija. 2006. *The Demographic Future of Europe – From Challenge to Opportunity*. Bruselj: Evropska komisija.

---. 2010. *This is European Social Innovation*. Bruselj: Evropska unija.

--- 2015. *Definition of Social Innovation*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/social-innovation/past-editions/definition_en.htm (1. junij 2015).

Eurofound. 2013. *Social innovation in service delivery: New partners and approaches*. Dostopno prek: https://www.zsi.at/object/project/2252/attach/0_EF1354EN.pdf (16. april 2015).

Floyd, David. 2013. *Scaling social innovation: what is it?* Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/social-enterprise-network/2013/jul/18/scaling-social-innovation> (2. marec 2015).

Gallarotti, Giulio M. 2011. Soft power: what it is, why it's important, and the conditions for its effective use. *Journal of Political Power* 4 (1): 25–47.

--- 2015. Smart Power: Definitions, Importance, and Effectiveness. *Journal of Strategic Studies* 38 (3): 245–281.

Ghali, Boutros Boutros. 1996. Foreword. V *NGOs, The UN and Global Governance*, ur. Weiss, Thomas G. in Leon Gordenker.

Gilboa, Eytan. 2008. Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616: 55–77.

Grimm, Robert, Fox, Christopher, Susan Baines in Kevin Albertson. 2013. Social innovation, an answer to contemporary societal challenges? Locating the concept in theory and practice. *Innovation: The European Journal of Social Science Research* 26 (4): 436–455.

Hayden, Craig. 2012. *The Rhetoric of Soft Power: Public Diplomacy in Global Contexts*. Lanham, MD: Lexington Books.

Hill, Christopher. 2003. *The Changing Politics of Foreign Policy*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

Howaldt, Jürgen in Michael Schwarz. 2010. Social innovation: Concepts, research fields and international trends. *International Monitoring* 5. Dostopno prek:

http://www.asprea.org/imagenes/IMO%20Trendstudie_Howaldt_englisch_Final%20ds.pdf (3. maj 2015).

Hubert, Agnes in drugi. 2010. *Empowering people, driving change: Social innovation in European Union*. Bruselj: BEPA. Dostopno prek: http://www.net4society.eu/_media/Social_innovation_europe.pdf (3. maj 2015).

Hudson, Valerie M. 2012. The History and Evolution of Foreign Policy Analysis. V *Foreign Policy: Theories, Actors, Cases*, ur. Steve Smith, Amelia Hadfield in Tim Dunne, 13–34. Oxford: Oxford University Press.

Hudson, Valerie M. 2013. *Foreign Policy Analysis: Classic and Contemporary Theory*. Plymouth: Rowman and Littlefield.

Huijgh, Ellen. 2012. Public Diplomacy in Flux: Introducing the Domestic Dimension. *The Hague Journal of Diplomacy*. 7: 359–367.

Jazbec, Milan. 2004. Javna diplomacija. Prispevek za nadaljevalni pogovor o prihodnosti Slovenije na naslovno temo. *Slovensko društvo za mednarodne odnose*. Dostopno prek: http://tucan.sdmo-drustvo.si/Uploaded/News/47/File/dr_Milan_Jazbec_35.doc (10. junij 2015).

--- 2007. Postmoderna diplomacija. *Teorija in praksa* 44(6): 877–895.

Juričić, Tamara. 2014. Vloga športne diplomacije: študija primera Južnoafriške republike in aplikacija na države v razvoju. V *Mehka moč v zunanji politiki in mednarodnih odnosih: študije aktualnih primerov*, ur. Ana Bojinović Fenko, 55–73.

Kamler, Erin. 2011. NGO Narratives in the Global Public Sphere. *The International Journal of Diversity in Organisations, Communities and Nations* 11 (2): 75–86.

Leonard, Stead M. in Vidhya Alakeson. 2000. *Going public: Diplomacy for the information society*. London: The Foreign Policy Centre.

Marc, Leon. 2015. Intervju uslužbenca Ministrstva za zunanje zadeve Republike Slovenije z avtorico, Ljubljana, 9. avgust 2015.

Melissen, Jan (ur.). 2005. *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

McClory, Jonathan. 2013. *The New Persuaders III – A 2012 Global Ranking of Soft Power*. <http://www.instituteforgovernment.org.uk/publications/new-persuaders-iii> (19. marec 2015).

Moss, Trefor. 2013. Soft Power? China Has Plenty. *The Diplomat*. Dostopno prek: <http://thediplomat.com/2013/06/soft-power-china-has-plenty/1/> (6. junij 2015).

Mulgan, Geoff 2006. *Social Innovation: what is it, why it matters, how it can be accelerated*. First edition. Oxford: Skoll Center for Social Entrepreneurship and the Young Foundation.

--- Tucker, Simon, Rushanara Ali in Ben Sanders. 2007. *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*. Working paper, third edition. London: The Young Foundation. Dostopno prek: http://eureka.sbs.ox.ac.uk/761/1/Social_Innovation.pdf (23. maj 2015).

Mumford, M. D. (2002): Social innovation: Ten cases from Benjamin Franklin. *Creativity Research Journal*, 14 (2): 253–266.

Murray, Robin, Julie Caulier-Grice in Geoff Mulgan. 2010. *The Open Book of Social Innovation*. United Kingdom: The Young Foundation. Dostopno prek: <http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovationg.pdf> (3. april 2015).

MZZ. 2014. *Seznanitev z nominacijo projekta Simbioza za nagrado OZN za populacijska vprašanja (UN Population Award) – predlog za obravnavo*. Dostopno prek: [http://vrs-3.vlada.si/MANDAT13/vladnagradaiva.nsf/71d4985ffda5de89c12572c3003716c4/fc4eb3fc364545e2c1257c7b00448ca5/\\$FILE/Simbioza.pdf](http://vrs-3.vlada.si/MANDAT13/vladnagradaiva.nsf/71d4985ffda5de89c12572c3003716c4/fc4eb3fc364545e2c1257c7b00448ca5/$FILE/Simbioza.pdf) (14. februar 2015).

--- 2015a. *Vlada RS določila besedilo strateškega dokumenta zunanje politike RS*. Dostopno prek: http://www.mzz.gov.si/nc/si/medijsko_sredisce/novica/article/6/35604/07afcc8d1d5d766c0bf1a0c6e122373f/ (30. julij 2015).

--- 2015b. *Spletna stran Ministrstva za zunanje zadeve*. Dostopno prek: www.mzz.gov.si (10. maj 2015).

Nye, Joseph S. 2004. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.

--- 2008. Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616: 94–109.

Nurtazina, Rosa, Yerkebulan Zhumashov in Maral Tomanova. 2014. Definition, Structure and Core Functions of the State Image. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic and Management Engineering* 8 (2): 486–489.

Osburg, Thomas in Rene Schmidpeter, ur. 2013. *Social Innovation: Solutions for a sustainable future*. Berlin Heidelberg: Springer.

Pamment, James. 2014. Articulating influence: Toward a research agenda for interpreting the evaluation of soft power, public diplomacy and nation brands. *Public Relations Review* 40: 50–59.

Phillips, Wendy, Lee, Hazel, James, Peter, Ghobadian, Abby in Nicholas O'Regan. 2015. Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. *Group & Organization Management*, 1–34.

Phills Jr., James A., Kriss Deiglmeier in Dale T. Miller. 2008. Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*. Dostopno prek: http://www.ssireview.org/images/articles/2008FA_feature_phills_deiglmeier_miller.pdf (3. marec 2015).

Petrič, Ernest. 2010. *Zunanja politika, osnove teorije in praksa*. Ljubljana: CEP.

Plavšak Kranjc, Kristina. 2004. Javna diplomacija: temeljni koncept in trendi. *Teorija in praksa* 41 (3-4): 643-658.

Roberts, Walter R. 2007. What is public diplomacy? Past practices, Present conduct, Possible future. *Mediterranean Quarterly* 18 (4): 36–52.

Rugh, William A. 2009. The Case for Soft Power. V *Toward a New Public Diplomacy: Redirecting U.S. Foreign Policy*, ur. Philip Seib, 3–21. New York: Palgrave Macmillan.

Russett, Bruce M. in Harvey Starr. 1996. *World politics: the menu for choice*. New York: W. H. Freeman and Co.

Schwab Foundation. 2013. *Breaking the binary: Policy Guide to Scaling Social Innovation*. Dostopno prek: http://www.weforum.org/pdf/schwabfound/PolicyGuide_to_Scaling_Social%20Innovation.pdf (3. februar 2015).

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. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

Sendi, Richard. 2014. Socialna inovacija za boj proti diskriminaciji oseb z oviranostmi v grajenem okolju. *Urbani izziv* 25 (2): 48–57.

Simbioza. 2011. *Zaključno poročilo projekta Simbioz@ e-pismena Slovenija za leto 2011*. Dostopno prek: http://cdn.simbioza.eu/uploads/files/simbioz@_2011zakljucno.pdf (4. maj 2015).

--- 2012. *Zaključno poročilo projekta Simbioz@ e-pismena Slovenija za leto 2012*. Dostopno prek: http://cdn.simbioza.eu/uploads/files/zakljucno_porocilosimbioz@2012.pdf (4. maj 2015).

--- 2013. *Zaključno poročilo projekta Simbioza med generacijami za leto 2013*. Dostopno prek: http://cdn.simbioza.eu/uploads/files/_zakljucnoporocilo_simbioza2013.pdf (6. maj 2015).

--- 2014. *Odposlanec Generalnega sekretarja za mlade Alhendawi na obisku pri Simbiozi. Sporočilo za medije*. Dostopno prek: <http://cdn.simbioza.eu/uploads/files/alhendawi-na-obisku.pdf> (4. junij 2015).

Simbioza.eu. 2015. *Spletna stran projekta Simbioza med generacijami*. Dostopno prek: <http://www.simbioza.eu/sl/2013/za-medije> (12. januar 2015).

Solomon, Ty. 2014. The affective underpinnings of soft power. *European Journal of International Relations* 20 (3): 720–741.

Snow, Nancy. 2009. Rethinking Public Diplomacy. V *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, ur. Nancy Snow in Phillip M. Taylor, 3–11. New York: Taylor and Francis.

Strateški dokument: Slovenija: varna, uspešna in v svetu spoštovana – zunanja politika Republike Slovenije. Dostopno prek: http://www.mzz.gov.si/fileadmin/pageuploads/foto/1507/STRATESKI_DOKUMENT_-_KONCNO_-_PDF.pdf (5. avgust 2015).

Sun, Henry H. 2008. International political marketing: a case study of United States soft power and public diplomacy. *Journal of Public Affairs* 8: 165–183.

SURS. 2011. *Mednarodni dan starejših*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/StatWeb/glavnanavigacija/podatki/prikazistaronovico?IdNovice=4221> (4. maj 2015).

--- 2013a. *Uporaba računalnikov in interneta pri starejših, podrobni podatki, Slovenija, 2013 - končni podatki*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/StatWeb/glavnanavigacija/podatki/prikazistaronovico?IdNovice=5923> (10. maj 2015).

--- 2013b. *Mednarodni dan študentov 2013*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/StatWeb/glavnanavigacija/podatki/prikazistaronovico?IdNovice=5895> (15. junij 2015).

Šabič, Zlatko, 2011. Analogija med strukturama države in mednarodne skupnosti: globalno vladanje, mednarodne institucije in diplomacija v 21. stoletju. *Teorija in praksa* 48 (3): 562–85.

The Center for Social Innovation. 2015. *Social Innovation*. Dostopno prek: <http://csi.gsb.stanford.edu/social-innovation> (15. februar 2015).

Tuđman, Miroslav. 2013. Izvještajne službe i meka moć. *National Security & the Future* 14 (1): 9–53.

Udovič, Boštjan. 2009. *Ekonomski in gospodarski diplomacija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- in Milan Brglez. 2011. Slovenske diplomatske študije med diplomatsko prakso in teorijo. V *Diplomacija med teorijo in prakso*, 1. izdaja, ur. Boštjan Udovič, 11–47.

UKOM. 2015. O Uradu. Dostopno prek: http://www.ukom.gov.si/si/o_uradu/ (10. avgust 2015).

UPVRS. 2015. Kabinet predsednika vlade. Dostopno prek: http://www.kpv.gov.si/si/kabinet_predsednika_vlade/ (3. julij 2015).

Urad za mladino. 2015. *Delovanje v javnem interesu v mladinskem sektorju*. Dostopno prek: <http://www.ursm.gov.si/> (3. avgust 2015).

Urama, Kevin Chika in Ernest Nti Acheampong. 2013. Social Innovation Creates Prosperous Societies. *Stanford Social Innovation Review*. Dostopno prek: http://www.ssireview.org/articles/entry/social_innovation_creates_prosperous_societies (5. februar 2015).

Van Dyke, Mark A. in Dejan Verčič. 2008. Odnosi z javnostmi, javna diplomacija in strateško komuniciranje: mednarodni model pojmovne konvergence. *Teorija in praksa* 45 (6): 678–705.

Wilson, Ernest J. 2008. Hard Power, Soft Power, Smart Power. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616: 110–124.

Zakon o socialnem podjetništvu (ZSocP). Ur. l. RS 20/2011. Dostopno prek: <https://www.uradni-list.si/1/content?id=102703> (20. april 2015).

Zatepilina, Olga. 2009. Non-state ambassadors: NGOs' contribution to America's public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy* 5 (2): 156–168.

Zavod Ypsilon. 2015. *Spletna stran Zavoda Ypsilon*. Dostopno prek: www.ypsilon.si (3. maj 2015).

Zemke, Ron, Claire Raines in Bob Filipczak. 2000. *Generations at Work : Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, Nexters in Your Workplace*. New York: Amacom.

ZN. 2013. *A Report: World Population Ageing 2013*. Dostopno prek: <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WorldPopulationAgeing2013.pdf> (10. junij 2015).

PRILOGA A: PRIPOROČILNO PISMO – MIZŠ



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT

Masarykova cesta 16, 1000 Ljubljana

T: 01 400 52 00
F: 01 400 53 21

To whom it may concern

Number: 092-1/2014
Date: 4.7.2014

Subject: Simbioza – Letter of Support

Simbioza, a project of the Ypsilon Institute, is surely one of the most successful actions of civil society in the history of the Republic of Slovenia.

For the past three years, the project connected Slovenia through an honest intergenerational cooperation between the youth and the elderly, where the young volunteers taught the elderly the basics of computer use at educational workshops around Slovenia.

Simbioza has received great international recognition and numerous awards, among others the European Citizen Award, awarded by the European Parliament. Thus, it proved that its aim does not only lie in advancement of e-skills, but also strives to encourage key values for the future of the world: solidarity, volunteering, active participation, intergenerational cooperation and lifelong learning.

The results of the project are remarkable; at over 300 locations around Slovenia (libraries, schools, companies, youth centers, student clubs, and homes for the elderly...) a remarkable number of 5721 participants took part in the project where they were taught by 2413 volunteers in 2011. In the following year the number of participants increased to 5033 and the number of volunteer instructors to 3250. 2013 was a record year, as there were 3606 volunteers, and 4926 participants. The oldest participant was 99 years old. These numbers place Simbioza among the largest intergenerational volunteer projects in Slovenia.

We are satisfied that Simbioza helped to improve the computer and internet use in Slovenia. Based on the data gathered by the Statistical Office of the Republic of Slovenia the shares of daily computer and Internet users among the elderly are three and seven times higher compared to five years ago. In the annual report of 2013 the Institute for Macroeconomic Analysis and Development (IMAD) published an annual report stating: "The model of cooperation between the stakeholders from non-profit, private and public sector, used for realization of Simbioza project, presents a social innovation and a basis that could be adjusted to address the problems on other areas."

The fact that Simbioza is becoming a sustainable project is a special type of social innovation in itself. This has been achieved through the construction of an intergenerational centre, Simbioza Masters project, where the elderly have the possibility of acquiring the help of the younger generations. Another step taken to achieve this was by establishing a Consortium, that introduces intergenerational cooperation in organizations, and Simbioza Schools, with which the project aspires to introduce intergenerational solidarity into the community through a sustainable

model, one that would also become integrally tied with our educational system. And foremost, the Simbioza team wishes to connect the world.

The project enjoys moral support of The Republic of Slovenia with all the four presidents as honorary sponsors: President of the Republic, of the National Assembly, of the Government and of the National Council. As Minister of Education, Science and Sport it was my great pleasure to support the project and actively participate in Simbioza.

I believe that Simbioza is one of those great social innovations of the Republic of Slovenia that present a positive and interesting story for other countries. The Simbioza team is prepared to share their knowledge and experience with local partners, so I am convinced that actions like these could be a success story in many countries. Therefore, I support their efforts aimed at international actions and recommend to everyone to listen to their ideas and results, and see how you can implement the project in your country.

Simbioza connects. It makes the elderly happy and it empowers the youth. What better could we wish for the future?

Sincerely,



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jernej Pikalo', is written over the printed name.

Dr. Jernej PIKALO
Minister

PRILOGA B: PRIPOROČILNO PISMO – MZZ



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA ZUNANJE ZADEVE
DIREKTORAT ZA GLOBALNE ZADEVE
IN POLITIČNO MULTILATERALO

Prešernova cesta 25, 1000 Ljubljana

T: 01 478 2000
F: 01 478 2340, 01 478 2341
E: gp.mzz@gov.si
www.mzz.gov.si

Številka:
Datum: 20. junij 2014

Pismo podpore

Spoštovani,

Projekt Simbioza, ki ga je oblikoval Zavod Ypsilon, je odlična socialna inovacija, ki je nastala v Republiki Sloveniji. Gre za izjemno uspešno pobudo slovenske civilne družbe, ki je uspela povezati stare in mlade v iskreno medgeneracijsko sodelovanje. Projekt Simbioza je prvič zaživel oktobra 2011, ko so mladi prostovoljci po vsej Sloveniji starejše učili osnov računalništva. Delavnice so bile izvedene tudi v letih 2012 in 2013.

V treh letih izvajanja se je delavnic projekta na več kot 300 lokacijah po Sloveniji udeležilo več kot 15 000 udeležencev, pri njegovi izvedbi pa je sodelovalo skoraj 10 000 prostovoljcev. Simbioza je bila tudi dolgoročno uspešna, saj podatki Statističnega urada Republike Slovenije kažejo, da je delež dnevniških uporabnikov računalnika med starejšimi trikrat, interneta pa sedemkrat večji kot pred petimi leti.

Ekipe projekta načrtuje njegovo izvedbo tudi letos. Za razliko od prejšnjih let se bo projekt letos osredotočil na spodbujanje športne aktivnosti med starejšimi. Na takšen način projekt zagotovo prerašča zgolj računalniško opismenjevanje in postaja resnični prostor krepitev medgeneracijskega sodelovanja.

Posebne vrste socialna inovacija je tudi širitev projekta Simbioza na druga področja, s čimer je akcija postavila trajnostni model. Ustanovili in zagnali so medgeneracijski center; razvijajo projekt Simbioz@mojstrov, kjer bodo mladi na voljo starejšim 2-4 ur na dan; vzpostavili so konzorej, ki bo vpeljal medgeneracijsko sodelovanje tudi v podjetja; izvajajo projekt Simbioza šole, s katerim želijo medgeneracijsko solidarnost vpeljati v lokalne skupnosti s trajnostnim in v šolski prostor vpetim modelom.

Pri projektu, ki je požel veliko mednarodnih nagrad, med drugim mu je Evropski parlament podelil naziv Državljan Evrope, ne gre samo za e-učenje starejših, temveč za spodbujanje ključnih vrednot za prihodnost sveta: solidarnosti, prostovoljstva, aktivne participacije, medgeneracijskega sodelovanja in vseživljenjskega učenja.

Republika Slovenija je projekt ves čas moralno podpirala. To dokazujejo tudi častno pokroviteljstvo predsednikov Republike, Državnega zbora, Vlade in Državnega sveta Republike Slovenije. Pri izvedbi projekta Simbioza so leta 2013 sodelovali tudi predsednica Vlade in številni slovenski ministri, med njimi tudi minister za zunanje zadeve. Skupaj z njim se je delavnice udeležil tudi minister za zunanje zadeve Bosne in Hercegovine.

Na Ministrstvu za zunanje zadeve Republike Slovenije smo še posebej veseli, da želijo ustanovitelji s projektom povezati svet. Veseli nas, da sodelujemo pri promociji projekta in pomena medgeneracijskega sodelovanja tudi v mednarodnih organizacijah in številnih državah. Kot generalna direktorica za multilaterane zadeve sem ponosna, da je bil projekt Simbioza že predstavljen v okviru UNIS na Dunaju.

Simbioza na zelo prodoren in napreden način spodbuja medgeneracijski dialog in sodelovanje, ki bosta v sodobni družbi zaradi staranja prebivalstva in daljše življenjske dobe le še pridobivala na pomenu. Prav zato je Ministrstvo za zunanje zadeve Republike Slovenije nominiralo Zavod Ypsilon in projekt Simbioza za UN Population Award 2013.

Prepričana sem, da je Simbioza ena izmed odličnih socialnih inovacij v Republiki Sloveniji. Zagotovo je lahko zanimiva tudi za ostale države in verjamem, da lahko postane uspešna zgodba. Ekipa Simbioze je pripravljena svoje izkušnje in znanja prenašati na lokalne partnerje in z njimi sodelovati pri izvedbi projekta. Tudi zato njihova prizadevanja po mednarodnem delovanju na Ministrstvu za zunanje zadeve podpiramo. Predlagam, da prisluhnete ideji in rezultatom ter premislite, kako bi lahko projekt izvedli v vaši državi.

Živimo v času izjemne medsebojne povezanosti. Simbioza pa lahko še dodatno pripomore k povezanosti, ne le med državami, ampak tudi med ljudmi.


Dragoljuba Benčina
generalna direktorica

PRILOGA C: ANKETA

Podatki:

Spol

Starost (po skupinah)

Delovna leta opravljanja funkcije veleposlanika

Delovna leta opravljanja funkcije diplomata

Geografska regija opravljanja trenutnega dela (npr: Zahodna Evropa, JV Azija)

Kako dolgo ste na mestu trenutne misije? X let.

1. Ali ste seznanjeni s slovenskim projektom Simbioza med generacijami?

DA

NE

2. Če da, kje ste se seznanili s projektom?

a. Osebno na posvetu gospodarske diplomacije leta 2014.

b. Prek interne komunikacije MZZ.

c. Mediji.

d. Drugo: _____ -

3. Če da, kdaj ste se seznanili s projektom?

a. 2011.

b. 2012

c. 2013

d. 2014

e. 2015

f. Ne vem.

4. Ali ste imeli priložnost predstaviti aktivnosti Simbioze v vaši državi sprejemnici?

DA

NE – najprej pri vprašanju 8.

5. Če da, komu?

a. Širši javnosti (na konferenci ali priložnostnem dogodku)

b. Drugim veleposlanikom in/ali ostalim tujim diplomatom.

c. Nacionalnim deležnikom (vladi, parlamentu, ipd)

d. Drugo: _____

6. Če ste imeli priložnost predstaviti projekt v vaši državi sprejemnici, ali ste prejeli povratne informacije o Simbiozi od tujih akterjev?

DA

NE

7. Če da, kakšni so bili odzivi tujih akterjev?
- Pozitivni, zanimale so jih dodatne informacije.
 - Želeli so povezavo s slovensko ekipo.
 - Odziv je bil pozitiven, a ni bilo nadaljnjih aktivnosti.
 - Ni bilo zanimanja.
 - Drugo: _____
8. Kako bi ocenili izvajanje promocije socialnih inovacij, kot je npr. Simbioza, s strani MZZ?
- Zadostno
 - Lahko bi bilo boljše
 - Dobro
 - Ne vem.
9. Ali ste kdaj dali lastno pobudo za promocijo kakšnega slovenskega projekta v vaši državi sprejemnici?
- DA
NE
10. Ali se vam zdi, da lahko promocija projekta, kot je Simbioza, v mednarodni skupnosti neposredno spodbuja prijateljske odnose Sloveniji z drugimi državami?
- DA
NE
11. Če da, imate kakšen primer dobre prakse iz kateregakoli obdobja vašega diplomatskega staža? Prosim, navedite.
- DA, _____
NE.
12. Ali se vam zdi, da lahko promocija projekta, kot je Simbioza, v mednarodni skupnosti neposredno vpliva na povečanje pozitivne prepoznavnosti Slovenije?
- DA
NE
13. Če ne, zakaj ne?
- _____
14. Na kakšen način bi lahko MZZ povečal doseg promocije slovenskih inovacij?

15. Katere se vam zdijo tri najboljše slovenske (socialne) inovacije, ki bi jih predstavili tuji javnosti?