



**Fakulteti i Administratës Publike dhe
Shkencave Politike**

Studime pasdiplomike – cikli i dytë

**Programi studimor:
Diplomaci (4+1)**

Teza : Diplomacia publike

Kandidati

Bujar Idrizi

Mentori

Prof.Dr. Jonuz Abdullahu

Tetovë 2018

Përmbajtja

1.Hyrje

Kapitulli I

1. Gjeneza
2. Definicioni
3. Diplomacia publike mbështetës i qëllimeve të politikës së jashtme
4. Piramida komunikative e diplomacisë publike
5. Ngritja e vetëdijes
6. Ngritja e njohurisë
7. Ngritja e përkrahjes
8. Reaksioni i dëshiruar rezultat i diplomacisë publike efektive

Kapitulli II

1. Diplomacia publike e SHBA
2. Diplomacia publike e Britanisë së Madhe
3. Diplomacia publike e Holandës
4. Diplomacia publike e Sllovenisë

Kapitulli III

1. Struktura e diplomacisë publike e Maqedonisë
2. Faktorët që ndikojnë në përcaktimin e diplomacisë publike të Maqedonisë
3. Qëllimet e diplomacisë publike të Maqedonisë
4. Instrumentet e diplomacisë publike të Maqedonisë
5. Aktivitetet e diplomacisë publike të Maqedonisë
6. Sa e sukseshme është diplomacia publike e Maqedonisë
7. Konkluzione
8. Rekomandime

Hyrje

Diplomacia publike është term dhe drejtim që ka ardhur në përdorim kohët e fundit, duke përcaktuar një fokus të ri të diplomacisë tradicionale. Ndonëse në fillim diplomacia publike nuk është trajtuar në mënyrë të duhur në kuadër të diplomacisë tradicionale, ajo sot ka fituar vendin e duhur dhe pozicionin që meriton. Së këndejmi është shumë e rëndësishme që të vendoset përkufizim i drejtë i diplomacisë publike në kontekstin e diplomacisë tradicionale, dhe rëndësinë që ka ajo si instrument në realizimin e misionit dhe qëllimeve të politikës së jashtme.

Lënda e këtij hulumtimi është diplomacia publike si instrument në marrëdhëniet ndërkombëtare, aspektet shkencore të trajtimit të saj, struktura dhe funksionimi në sistemet e etabluara si dhe përvojat dhe efektet nga përdorimi i saj në Republikën e Maqedonisë.

Në segmentin e parë të këtij hulumtimi fokusohemi në aspektet e trajtimit shkencor të diplomacisë publike dhe të përkufizimit dhe definimit të saj. Po ashtu fokusohemi në përkufizimin ndërmjet diplomacisë publike dhe diplomacisë klasike; diplomacisë publike dhe propagandës; diplomacisë publike dhe marrëdhëniet me opinionin.

Trajtim në kuadër të këtij segmenti do të ketë edhe vetë struktura e diplomacisë publike, elementet të cilat ajo i ngërthen, korelacioni dhe funksionimi i tyre.

Në segmentin e dytë, hulumtimi fokusohet në paraqitjen dhe trajtimin e sistemeve të etabluara dhe funksionale të diplomacisë publike të disa shteteve, organet dhe institucionet të cilat merren me të si dhe rëndësinë që ajo e ka. Paraqitja e përvojave dhe koncepteve të ndryshme do të na ndihmojë që më mirë të kuptojmë mënyrën e funksionimit të diplomacisë publike dhe ta krahasojmë atë me përvojat në vend. Për këtë qëllim në këtë hulumtim prezantojmë diplomacinë publike të SHBA-së, diplomacinë publike të Britanisë së Madhe, diplomacinë publike të Holandës dhe diplomacinë publike të Sllovenisë.

Segmenti i tretë i këtij hulumtimi fokusohet në diplomacinë publike të Republikës së Maqedonisë. Në kuadër të këtij segmenti trajtohen: organet të cilat merren me diplomacinë publike. Gjithashtu trajtohet rëndësia e cila i jepet diplomacisë publike, për të përfunduar me ndikimin e saj në marrëdhëniet ndërkombëtare të RM-së dhe imazhin që ajo e ka dhe e ka krijuar në arenën ndërkombëtare.

Pamëdyshje diplomacia publike çdo ditë e më shumë po bëhet instrument shumë i rëndësishëm dhe pjesë përbërëse aktive e politikës së jashtme dhe me këtë edhe element dhe instrument shumë i rëndësishëm në marrëdhëniet ndërkombëtare. Duke pasur parasysh faktin se realizimi i interesave nacionale është i lidhur ngushtë me udhëheqjen efektive të politikës së jashtme, vetvetiu imponohet nevoja për trajtimin e diplomacisë publike si pjesë dhe instrument të saj. Së këndejmi njohja e mirë e përkufizimeve ndërmjet diplomacisë dublike dhe asaj klasike si dhe

përkufizimi i drejtë ndërmjet diplomacisë publike dhe propagandës, është më se i rëndësishëm në ndërtimin e strukturave efikase dhe hartimin e strategjisë funksionale dhe adekuatë.

Me këtë hulumtim përveç se më mirë do të njihemi me strukturat organizative të vendeve të cilat kanë traditë në zbatimin e diplomacisë publike, po ashtu do të kemi mundësinë që të reflektojmë përvojat e tyre në këtë segment dhe të nxjerrim konkluzione të rëndësishme të veçantë. Komunikimi strategjik dhe dialogu i mirëfilltë janë parakusht i ndërtimit të raporteve harmonike dhe krijimit të imazhit pozitiv i cili është çelës i realizimit të interesave nacionale.

Kapitulli I

1. Gjeneza

Ideja e diplomacisë publike erdhi si pasojë e ndryshimeve globale - demokracisë masive, mediave të shpejta dhe marketingut komercial nga qeveria. Termin e diplomacisë publike e gjejmë të përdoret në vitin 1960 nga Agjencia Amerikane e Informacionit. Gjithashtu, kjo terminologji u trajtua nga Edmund Gullion, diplomat amerikan dhe dekani i Shkollës së Ligjit dhe Diplomacisë Fletcher në Universitetin Tufts. Sipas tij, diplomacia publike "... merret me ndikimin e opinionit publik mbi formimin dhe menaxhimin e politikës së jashtme. Ajo mbulon dimensionet e marrëdhënieve ndërkombëtare mbi diplomacinë tradicionale, ndikimin e qeverive të shteteve në opinionin publik në vende të tjera, bashkëveprimin e grupeve dhe interesave private në një vend me ato në të tjerët, raportimin mbi politikën e jashtme dhe ndikimin që ajo ka në politikën e vendeve të tjera, komunikimin ndërmjet atyre të cilëve u takon punë - diplomatë dhe konsulentë të huaj, procesi i komunikimit ndërkulturor "(Cull, 2009: 19).

Por përdorimi më i hershëm i nocionit të diplomacisë publike shfaqet në shekullin e 19-të, ose në vitin 1856 në gazetën e Londrës Times dhe u referohet kritikave të qeverisë nga ana e qytetarëve. Diplomacia publike ndryshon nga diplomacia klasike. Ndërsa diplomacia klasike përdor komunikimin e elitës në pushtet ose individëve me ndikim, diplomacia publike fokusohet kryesisht në shoqërinë civile.

Ka përkufizime të ndryshme të diplomacisë publike. Njëri nga definicionet e vjetra të ngritur nga Berridge (2007: 24) thotë se është "... një propagandë anësore e kryer ose e ndërmarrë nga diplomatët, e cila gjithashtu është detyra më e rëndësishme për misionet diplomatike. Ministria e Punëve të Jashtme u siguron diplomatëve të saj informata në kohë nga departamenti i informacionit ose departamentet me emra të ngjashëm, qëllimi i vetëm i të cilëve është të sigurojnë që informacionet më të mira për shtetin amë të transmetohen në lajmet kryesore. Diplomacia publike

është e njohur për menaxhimin e lajmeve. Si shkak i avancimit të teknologjisë, ka edhe departamente për informacione elektronike dhe informacione online elektronike të drejtuara drejt botës së jashtme, veçanërisht në faqet zyrtare të Ministrisë së Jashtme. "

Skoko (2009:65) pohon se "Ndryshe nga diplomacia tradicionale që është kryesisht sekrete, diplomacia publike ndodh në kohë reale, përpara një milion auditoriumi dhe përdor mjetet e komunikimit masiv".

Diplomacia publike lidhet drejtpërdrejt me pushtetin. Shpesh quhet fuqi e butë, pasi bazohet në ndikimet kulturore, vlerat dhe ideologjitë¹. Nocionin fuqi e butë e ka futur Nye në vitin 1990. Nye përcakton fuqinë si "... aftësinë për të ndikuar në sjelljen e të tjerëve në mënyrë që të marrin rezultatet e dëshiruara" (2009: 3).

Diplomacia publike, ndryshe nga diplomacia tradicionale, i jep një ndërgjegjësim të madh publik dhe përdor një model të komunikimit simetrik dyanësh. Diplomacia publike i referohet ndikimit të politikës së jashtme dhe përhapjes së dialogut midis qeverive dhe institucioneve nga njëra anë dhe me qytetarët e një vendi nga ana tjetër.

Sipas Snoë (2009; 9) rrënjët e diplomacisë publike qëndrojnë në industrinë e marrëdhënieve bindëse publike, marketingut dhe reklamave. Ndërsa Skoko (2009; 65) pohon se qëllimi i diplomacisë publike është të krijojë një perceptim të kombit dhe në punën e tij jo vetëm që përdor aftësitë diplomatike, por edhe mediat, strategjitë kulturore dhe të tjera. Diplomacia publike shpesh kritikohet për veprimin në shkëputje të plotë për punësimin e profesionistëve të ndryshëm për marrëdhënie me publikun të cilët e " lustrjnë" reputacionin e individëve apo bizneseve dhe që nuk heqin dorë nga klishetë dhe justifikimet sipërfaqësore. Nancy Snoë (2009: 10) argumenton se: "... diplomacia publike nuk është pjesë e marrëdhënieve me publikun. Diplomacia publike nuk kritikon qeverinë apo agjencitë e saj, e cila është PR. Kjo kritikë e marrëdhënieve me publikun nuk shkon përtej përkufizimit të PR që James Grunig kishte vendosur më parë: "... marrëdhëniet me publikun janë praktika e përgjegjësisë publike". Kritika të tilla mund të aplikohen më gjerësisht në marrëdhëniet me publikun amerikan, sepse në vendet e tjera PR konsiderohet një mjet i vlefshëm dhe i pashmangshëm për të quajtur (brenduar) vendin.

Suksesi i diplomacisë publike shihet më mirë në marrëdhëniet me publikun. Lidhja e konceptit vjen nga sfera e PR, dhe shoqërohet me audiencat të cilat së pari kanë disa përvoja në organizimin

¹ Nancy Snow në Manualin e Diplomacisë Publike (2009: 3)

ose qeverinë e huaj. Nga ana tjetër, imazhi dhe reputacioni janë më pak specifikë dhe lidhen me masat që fitojnë përvoja nga ana tjetër.

Në fushën e komunikimeve ndërkombëtare të shekullit XXI, diplomacia publike është bërë tema më dominante. Diplomacia publike është një proces dyanësh që përfshin komunikimin ndërkombëtar. Për John R. Kelley (2009: 72) Diplomacia publike ka tre kategori të veprimtarisë,:

1. informacioni: menaxhimi dhe shpërndarja e informacioneve në ngjarjet afatshkurtëra ose në kriza;
2. ndikimi: fushatat afatgjata bindëse që ndryshojnë qëndrimet e popullatës së synuar;
3. angazhimi: ndërtimi i marrëdhënieve afatgjata të besimit të ndërsjellë dhe mirëkuptimit të përbashkët mes grupeve, organizatave, kombeve dhe të tjerëve.

Sipas sferave të mësipërme të veprimtarisë, diplomacia publike ka një gamë të gjerë aktiviteteve: komunikimin ditor duke shpjeguar kontekstin e hartimit të politikave dhe përgatitjen për situata të mundshme krize, krijimin proaktiv të agjendave mediale përmes organizimit të ngjarjeve dhe aktiviteteve të ndryshme dhe ndërtimin e marrëdhënieve të besueshme me individë, organizata apo institucione me influencë. Secila nga kategoritë e mësipërme ka një rol të rëndësishëm për të krijuar imazhin më të mirë të vendit të tyre, thotë Kelley (2009: 74).

Fjala diplomat rrjedh nga greqishtja e lashtë διπλωμάτης (diplōmátēs), që do të thotë mbajtës i një diplome (një letre të palosur), duke iu referuar kështu jo një çertifikate të edukimit, por letrave të akreditimit, të cilat i mundësojnë atij ose asaj të kryejë misione në emër të shtetit ose institucionit nën juriduksionin e një shteti ose institucioni tjetër.

Diplomacia publike është një mënyrë në të cilën autoritetet ose individët dhe grupet private mund të ndikojnë drejtpërsëdrejti ose tërthorazi në opinionin publik dhe pozitat që ndikojnë drejtpërdrejt në vendimet e politikës së jashtme të qeverisë tjetër¹. Sipas mendimit të tyre, diplomacia publike zgjeron fushën e veprimtarisë diplomatike tradicionale nga sferat e "politikës më të lartë" ndaj problemeve dhe aspekteve të ndryshme në jetën e përditshme, nga sfera "të mbyllura" të pushtetit dhe diplomatëve drejt aktorëve të rinj dhe grupeve të synuara².

Diplomacia publike është një proces i hapur komunikimi i bazuar në parimet e publicitetit dhe që përpiqen t'i drejtohen publikut, ndryshe nga diplomacia tradicionale karakteristikat kryesore të të cilave janë sekretet dhe ekskluziviteti³.

¹ Benno Signitzer and Timothy Coombs, Public relations and Public diplomacy, 1992 g, New York

² Rezime , f.5, internet- Javna diplomacija

³ Hans Tuch, Communicating with the world, US Public diplomacy overseas, New York, 1992

Kur është përdorur termi diplomacia publike? Termin “diplomacia publike” e ka përdorur për herë të parë në vitin 1965 dekani i shkollës Fleçer të drejtësisë dhe diplomacisë, Edmund Gallion. Ai atë e ka përcaktuar si: “Program të financuar nga qeveria, të orientuar ndaj informimit dhe ndikimit në opinionin publik të shteteve të tjera”. Në vitin 1977 në Kongresin Amerikan në Raportin e Komisionit Mërfi për strukturimin e aparatit të politikës së jashtme, për herë të parë u përdor termi “diplomacia publike”. Më përpara ky koncept ka qenë përcaktuar si “diplomacia kulturore”, “diplomacia e re” apo “dimensioni i katërt i politikës së jashtme”. Në Kongresin Amerikan në vitin 1986 kreu i Komitetit për Çështjet e Jashtme, D.Fossell thekson se diplomacia publike ka qenë e pranishme në marrëdhëniet ndërkombëtare në të gjitha kohërat. Asaj thjesht i është dhënë një emërtim i ri, për shkak të mospërcaktimit mjaftueshmërisht të qartë të saj. Më vonë, me këtë temë u mor në mënyrë të detajuar politologu amerikan, profesori i Universitetit të Harvardit, Joseph S.Nye. Ky është autori i konceptit të “pushtetit të butë-soft poër”. Ai vlerëson se diplomacia publike është një ndër metodat më efikase të rritjes së potencialit të “pushtetit të butë”¹.

1. Definicioni

Diplomacia publike (anglisht public diplomacy), si term në fillim është përdorur në Shtetet e Bashkuara të Amerikës. Në kontekst të marrëdhënieve ndërkombëtare shpesh identifikohet me marrëdhëniet publike të vendeve. Disa teoricienë diplomacinë publike e konsiderojnë si një eufemizëm i propagandës shtetërore. Ata mendojnë se përmes saj disa shtete dhe kombe dëshirojnë të paraqiten në një mënyrë më të mirë, më me avantazh. Ideja për diplomacinë publike është krijuar për arsye të zhvillimit të hovshëm dhe ndryshimeve të botës moderne. Ndikimi në masë të madhe i mediave, mandej zhvillimi i hovshëm i proceseve demokratike dhe transparencës, krijuan kushte që qeveritë të kenë nevojë të prezantojnë politikën e tyre, jo vetëm individëve dhe qeverive të tjera, por edhe tërë publikut,. Me këtë rast, qeveritë për të promovuar shembuj në sferën e investimeve ose në sferën e turizmit, patjetër të shfrytëzojnë komunikimet më të sofistikatuara dhe mjetet promotive nëpërmjet marketingut komercial. Këtë e bëjnë për arsye se korporatat multinacionale fitojnë fuqi të shteteve, ndërsa të dyja palët bëjnë gara për aksion të njëjtë të konsumatorëve në shtetet e njëjta.

¹ <https://sot.com.al/opinione/diplomacia-publike-instrument-kyç-i-arritjes-së-objektivave-të-politikës-së-jashtme-të-një-shteti>

Përkufizimi për propagandën në fjalor thuhet: "përhapja sistematike e një doktrine apo shkakut apo informacioni të reflektuar nga shkaqet dhe pasojat e një veprimi, si dhe interesat në drejtim të shpjegimeve të tyre." Duke pasur parasysh se përkufizimi nuk përcakton pikërisht nëse informacioni që propagandohet duhet ose nuk duhet të jetë i vërtetë, kuptimi i propagandës është se ajo kryhet me qëllim të mbështetjes së shkaqeve dhe pasojave të një akti të caktuar. Në kuptimin gjuhësor, fjala propagandë do të thotë "çfarë do të propagohet" dhe inkurajohet nga Kisha Katolike, më saktësisht agjencitë kishtarë përgjegjëse për ungjillizim. Në SHBA, megjithatë, propaganda e fjalës përdoret në konotacion me gënjeshtër. Megjithatë, në Agjencinë e Informacionit të Qeverisë së Shteteve të Bashkuara që përdor shërbimin mediatik të Zërit të Amerikës udhëhiqet nga një parim i qartë se vetëm informacioni i saktë dhe i vërtetë ofrohet gjatë gjithë kohës. Si një nga mjetet për të mbrojtur Zëri i Amerikës, në shumicën e rasteve përdor transkriptet e bisedës.

Në thelb, termi diplomacia u rrit nga ambicia e respektimit të parimit të vërtetësisë në proklamime dhe për të marrë një shenjë të vërtetë propagandistike. Megjithatë, disa kritikë kanë argumentuar se nën këtë term të propagandës së vërtetë mund të jetë propaganda e fshehtë.

Termin "Diplomacia publike" për herë të parë e ka përdorur Agjensioni Amerikan Informativ USIA në vitet 1960 të shekullit të kaluar. Me këtë bëhet përpjekje për të sqaruar si shteti modern udhëheq me audiencën e vet në botë. (Leonard ,2002). Definicioni i plotë në atë kohë ka qenë: "Ndikimi i qëndrimeve të opinionit në formimin dhe formësimin e politikave të jashtme. Ajo përfshin dimensionet e marrëdhënieve më shumë se diplomacia tradicionale; kultivimi i mendimeve të opinionit në shtetet e tjera prej qeverive të tjera; bashkëveprimi i grupeve private dhe ndikimi i tyre në politikë; komunikimi ndërmjet atyre që për punë themelore e kanë komunikimin, siç janë diplomatët dhe korrespondentët e huaj; dhe proceset e komunikimit interkulturor"¹.

Definicionin për "Diplomacinë publike" Ministria e Jashtme e Mbretërisë së Bashkuar, përkatësisht Foreign dhe Commonwealth Offise e definon kështu:

"Diplomacia publike është pjesë e diplomacisë që e tejkalon diplomacinë tradicionale të qeverisë kundrejt qeverisë; e orientuar për të ndikuar ndaj personave kryesorë të cilët krijojnë mendime dhe marrin vendime, si edhe bartin porosi kryesore rreth Mbretërisë së Bashkuar, krijojnë një pasqyrë të atillë për Mbretërinë e Bashkuar e cila do të krijojë vende pune, investime, studentë

¹ *Javna diplomacija: imidz nacije i brendiranje , zbornik radova f.17*

dhe vizitorë, dhe në fund për të promovuar influencë dhe reputacion për Mbretërinë e Bashkuar në botë dhe për të fituar miq të përhershëm me influencë”¹.

Diplomacia publike është një degë e Diplomacisë. Sipas karakterit të saj ajo ndryshon nga diplomacia tradicionale. Në vetvete përfshin bashkëveprimin jo vetëm me qeveritë, por edhe me individët apo organizatat joqeveritare. Qëllimi i diplomacisë publike është promovimi i interesave kombëtare të një shteti nëpërmjet informimit të audiencës së huaj, me qëllim ndikimin e saj.

Për studiuesin kanadez, Evan Potter, diplomacia publike është përpjekja e qeverisë së një vendi për të ndikuar opinionin publik ose elitën e një vendi tjetër me qëllim për të kthyer politikën e jashtme të atij vendi në avantazhin e saj. Diplomacia publike është po ashtu një ushtrim përpjekjesh dhe ndikimesh që shtrihet përtej diplomacisë tradicionale duke përfshirë një numër shumë të madh “lojtarësh”, brenda dhe jashtë qeverisë, të cilët angazhohen për audiencat publike të brendshme dhe të jashtme.

Eksperti i diplomacisë publike, Jan Melisen, kur flet për këtë, thotë se diplomacia publike mund të shihet si një “instrumentalizim i fuqisë së butë (soft poëer)”. Sipas tij diplomaci publike do të thotë të influencosh të tjerët, që arrihet përmes marrëdhënieve të komunikimit dhe besueshmërisë. Këto janë si instrumente të fuqisë së butë, me të cilat fitohet ky besim dhe nga ku varet imazhi pozitiv publik i një vendi. Jan Melissen thekson se dikur politika ndërkombëtare është krijuar më së shumti prej udhëheqësve politikë dhe një grushti zyrtarësh të lartë. Kjo tani më i takon së kaluarës. Sipas kësaj, as diplomacia nuk është më një botë e mbyllur diplomatësh dhe përfaqësuesish të tjerë qeveritarë. Diplomacia publike para se gjithash paraqet një trinom: identitet, imazh dhe komunikim. Identiteti është gjendja aktuale e vendit, imazhi tregon sesi është perceptimi i audiencës së jashtme (njerëz, vende, aktorë jo shtetërorë etj.) për një shtet, dhe komunikimi është mënyra sesi një identitet transformohet në një imazh. Joseph Nye, hulumtues i zëshëm shkencor i diplomacisë publike dhe komunikimit, ka vlerësuar se “politika në epokën e informimit nuk është më çështje se cila ushtri është fituese, por se cila çështje/ngjarje është treguar më së miri”.

Në lidhje me diplomacinë publike ëshë me interes të theksohet deklarata e cituar nga Richard Holbrooke, diplomatit të shquar amerikan të viteve të nëntëdhjeta të shekullit të kaluar dhe fillimit të shekullit XXI: "Quani atë si të dëshironi, quanie atë diplomaci publike, quanie vepra publike, luftë

¹ Po aty f.17

psikologjike dhe nëse doni të jeni me të vërtetë korrekt dhe të hapur, quanie me emrin tuaj të vërtetë - propagandë "¹.

2.Diplomacia pblike mbështetëse e qëllimeve të politikës së jashtme

»Diplomacia publike është një fytyrë publike e një diplomacie tradicionale.« (Ross, 2002 në Leonard, 2002: 1).

Diplomacia në kuptimin e saj shumëkëndor përfaqëson formulimin dhe zbatimin e politikës së jashtme, teknikën e politikës së jashtme, negociatat ndërkombëtare dhe veprimtarinë profesionale, që kryhen nga diplomatët (*Benk, 1997: 255-262; Nicolson, 1988/1989: 3-5*). Diplomacia mund të definohet thjesht si një metodë primare me të cilën realizohet politika e jashtme dhe si mjet normal i komunikimit në marrëdhëniet ndërkombëtare (*Vukadinovic, 1994: 109*). Në përfaqësimin e një prej autorëve »politika (e huaj) është një formulim dhe një drejtim; dhe diplomacia një komunikim dhe realizim. Është një lubrifikant për makinerinë e politikës së jashtme "*(Olson, 1991: 60)*. Diplomacia është përgjegjëse për menaxhimin e marrëdhënieve midis vendeve dhe aktorëve të tjerë, nëpërmjet ndihmës së këshillave, hartimit dhe realizimit të politikës së jashtme, koordinimit dhe sigurimit të interesave specifike dhe të gjera (*Barston, 1988: 1*). Një aktivitet diplomatik është menduar për avancimin e interesave kombëtare me praktikën e bindjes (*Smith, 1999*).

Brenda këtij kuptimi mund të gjejmë edhe konceptin e diplomacisë publike. Në dy përkufizimet më të përdorura, Signitzer dhe Coombs (1992: 138) e kuptojnë diplomacinë publike si: »... një mënyrë, me të cilën qeveria dhe individët dhe grupet private mund të ndikojnë drejtpërdrejt ose tërthorazi në ato mendime dhe pozita publike, ndikojnë drejtpërsëdrejti në vendimet e politikës së jashtme të një qeverie tjetër. "Në kuptimin e tyre, diplomacia publike po zgjeron fushën e veprimtarive tradicionale diplomatike: nga sfera e" politikës së lartë "mbi çështjet dhe aspektet e ndryshme të jetës së përditshme dhe nga sfera" e mbyllur " të qeverive dhe diplomatëve për aktorët e rinj dhe grupet e synuara, d.m.th. individë, grupe dhe institucione të ndryshme, të cilat po bashkohen me aktivitetet e komunikimit ndërkulturor dhe ndikimi në marrëdhëniet politike midis vendeve (*Signitzer dhe Coombs 1992: 139*). Në mënyrë të ngjashme, Mannheim (1994: 4) vjen në përfundimin se qëllimi i diplomacisë publike është shpjegimi në favor të politikës qeveritare dhe përfaqësimi i një

¹ Richard Holbrooke, Get the Message out, Washington Post, 28- Oktober 2001

kombi për publikun e huaj. Ai përcakton diplomacinë publike strategjike si veprimtari diplomatike "qeveritare për njerëzit" (qeveria - publik), e cila përfshin përpjekjet e qeverisë për të ndikuar opinionin publik dhe elitën në një vend tjetër dhe nëpërmjet kësaj edhe aktivitetet e politikës së jashtme të një vendi të synuar.

Ndryshe nga diplomacia tradicionale, e cila ndodh shpesh fshehurazi, ose prapa dyerve të mbyllura, diplomacia publike zakonisht ndodh të realizohet para një audience prej miliona njerëzish. Ajo përdor maksimalisht të gjitha mjetet e masmedias të cilat i ka në dispozicion. Nuk është e bazuar vetëm në promovimin e politikave të veta, por edhe për promovimin e kulturës, vlerave kombëtare, mënyrën e jetesës dhe çdo gjë që do të kontribuonte për informim më të mirë dhe perceptim më të mirë të vendit që ata përfaqësojnë. Diplomatët modernë besojnë se promovimi i turizmit, promovimi i tregtisë dhe kultura e vendit të tyre janë një pjesë e rëndësishme e punës së tyre. Në përpjekjet e tyre, ata kanë mjete të shumta komunikimi përmes të cilave mund të arrijnë direkt në publikun e dëshiruar pa ndihmën e institucioneve kompetente të vendit pritës. Diplomacia publike në këtë kontekst nuk bazohet më vetëm në aftësitë dhe shkathtësitë standarde diplomatike, por edhe në aftësitë e bazuara në informatat mediatike dhe strategjitë kulturore. Qëllimi "publik" i diplomacisë publike është që të krijojë dhe të zhvillojë imazhin e dëshiruar të shtetit. Krijon një terren të begatë dhe mirëkuptim mes popujve dhe shteteve, si dhe qëllime "sekrete". Krijon sferat e veta të ndikimit, ndikon në proceset e brendshme politike. Përgatit terrenin për vendosjen e ideve dhe produkteve të veta ose krijon një bazë dhe mbështetje për politikën e veta globale. Diplomacia publike ndryshon nga diplomacia tradicionale në atë që përfshin ndërveprimin jo vetëm me qeveritë, por kryesisht me subjektet dhe organizatat joqeveritare. Përveç kësaj, aktivitetet e diplomacisë publike shpesh përfaqësojnë pikëpamje të ndryshme të përfaqësuara nga individë dhe organizata individuale, të cilat plotësojnë pikëpamjet e qeverisë zyrtare. Diplomacinë publike ne e kuptojmë si një figurë publike në diplomacinë tradicionale. Qëllimi i diplomacisë tradicionale është të avancojë interesat e SHBA nëpërmjet shkëmbimeve zyrtare me qeveritë e huaja. Diplomacia publike e bën këtë nëpërmjet shkëmbimeve private dhe akteve në koordinim dhe paralelisht me përpjekjet tradicionale diplomatike¹.

¹ Christopher Ross, në Brookings / Harvard Forum, 16 janar 2002

Synimi i formimit profesional të specialistëve në fushën e marrëdhënieve ndërkombëtare dhe të diplomacisë konvencionale dhe asaj publike është synimi kryesor i diplomacisë. Për të arritur këtë qëllim studiohen teoritë kryesore mbi marrëdhëniet ndërkombëtare dhe përmes njohjes me zhvillimet më të rëndësishme politike, diplomatike dhe ekonomike në marrëdhëniet midis shteteve në planin global dhe rajonal, si edhe në kuadër të organizatave ndërkombëtare e rajonale. Ky program, duke theksuar lëndët me karakter praktik, aftëson studentët për t'u përfshirë në aktivitete konkrete të administrimit e çështjeve ndërkombëtare dhe diplomatike.

Diplomacia publike, tradicionalisht, ka shërbyer si një instrument dhe si një proces i politikës së jashtme për të edukuar të tjerët rreth vlerave, kulturës, interesave kombëtare. Gjithashtu, në të njëjtën kohë, ka shërbyer për të promovuar objektivat dhe qëllimet e politikës së jashtme të shtetit. Këtë e ka bërë duke paraqitur fakte, duke ofruar shpjegime, duke korrigjuar shtrembërimin e fakteve dhe duke i kundërshtuar gënjeshttrat. Përpjekjet e diplomacisë publike do të dalin me sukses jo sepse thjeshtë shpërndajnë informata rreth një politike ose interesit kombëtar, por është saktësia dhe besueshmëria e këtyre informatave që do të bindin publikun e jashtëm. Kur jemi te shtetet dhe fuqitë e mëdha ata përdorin mjete diplomatike, ekonomike dhe ushtarake në favor të politikës së tyre të jashtme. Por, kur bëhet fjalë për shtete të vogëla si Maqedonia, Shqipëria dhe Kosova me mundësi modeste, diplomacia publike është pothuaj e domosdoshme si mjet i politikës së jashtme për të influencuar publikun në vendet e jashtme. Opinionet e shteteve të vogla pastaj janë vendimtare në përpilimin e politikës qeveritare të atyre shteteve ndaj Maqedonisë, Kosovës dhe Shqipërisë.

Diplomacia publike nuk paraqet asfarë reklame. Përkundrazi ajo mëton në vendosjen e marrëdhënieve afatgjata, që krijojnë kushte të përshtatshme për politikën e një shteti.

Politologu amerikan, Edmund Gallion, thotë se ekzistojnë tre dimensionet e Diplomacisë publike.

1. Komunikimi i përditshëm. Me këtë, sipas tij, sqarohet esenca e vendimeve të politikës së brendshme dhe të jashtme të një shteti, po edhe përgatitja për luftën me krizat. Nëse paraqiten zbrazëtira, vakuume në lidhje me informacionet për një problem të caktuar, atëherë kontrollin mund ta marrin subjekte të tjerë të arenës ndërkombëtare.
2. Komunikimi strategjik. Në të përfshihen diskutime në lidhje me tema me rëndësi politike për një vend të caktuar, e që lidhen me fushatat politike apo të reklamave.
3. Dimensionin e tretë lidhet me zhvillimet e marrëdhënieve me individë të një shteti të huaj, përmes ndihmës së bursave, me programe të shkëmbimeve ndërkombëtare, me seminare, konferenca dhe

aksese në kanalet e informimit publik. Dimensionin e tretë mendohet të jetë si vendimtar i diplomacisë publike. Ai nënkupton komunikim individual, që mbështetet në një nivel të lartë besimi dhe me këtë krijon edhe marrëdhënie të ngushta.

Një sërë studiuesish të diplomacisë publike mendojnë se lënda e parë e saj janë: kultura, vlerat kombëtare, politika e jashtme dhe e brendshme e një vendi.

Tashmë »baballarët« e diplomacisë publike Signitzer dhe Coombs (1992) e njohin përveç të ashtuquajturit linjë me mendje të ashpër, e cila po përdor propagandën dhe bindjen edhe të ashtuquajturën linjë të diplomacisë publike me mendje të butë. Ky është duke qëndruar në një parim që informacioni dhe programet kulturore duhet të anashkalojnë qëllimet momentale të politikës së jashtme dhe të përqendrohen në qëllimet më të larta kombëtare afatgjata. Në këtë dritë vjen mendimi se diplomacia publike jo vetëm që qëndron në funksionin e politikës së jashtme, por më tepër si e ashtuquajtura diplomacia kulturore merr rolin e kryerjes së të ashtuquajturës politikë të jashtme kulturore, zhvillimin e marrëdhënieve kulturore ndërkombëtare, dialogun ndërkulturor, të kuptuarit dhe bashkëpunimit.

Komplikimet arrijnë tashmë në pikëpamjen e përmbajtjes së një kuptimi të tillë të diplomacisë publike: navigimi bazë për veprimtarinë e diplomacisë publike është interesi kombëtar dhe qëllimet e politikës së jashtme, të cilat në parim bazohen në konsensusin e brendshëm mbi identitetin dhe vlerat kombëtare. Si mund të përforcojë kështu diplomacia publike në komunikimin e saj "diversitetin e brendshëm dhe universalitetin jashtë", pa hyrë në imperializmin kulturor dhe me inkurajimin aktual të modeleve të tolerancës ndërkulturore? Po ashtu ngrihet pyetja se cilët janë aktorët e diplomacisë kulturore: a janë këto ministritë kombëtare të kulturës ose institucionet e pavarura, të njohura në Evropë (për shembull Këshilli Britanik, Instituti Goethe, qendrat kulturore jashtë vendit) ose institucionet e pavarura kulturore dhe artistët vetë, organizatat ndërkombëtare, shoqatat profesionale etj.

Njohja jonë e rrymave kulturore ndërkombëtare shkon më shumë në drejtim të thyerjes së kornizave institucionale dhe shtetërore, ku politika dhe diplomacia e jashtme janë kryesisht duke qëndruar në anën e saj dhe duke u kujdesur që të mos jenë pengesë. Në këtë kuptim, për shembull, artistët e rinj mund të bëhen ambasadorët më të mirë kulturorë, meqenëse është kreativiteti i tyre dhe jeta specifike e tyre që përfaqësojnë një element të njohur të identitetit modern, thyen modelet stereotipike dhe si të tilla operon jashtë në mënyrë efektive, madje edhe jo ngjithëse.

Ne pajtohem me gjetjen që shtetet në procesin e globalizimit kanë një kontroll të dobët, por gjithashtu mund të kenë ndikim (Broën dhe Studemeister, 2001: 3). Ham (2002) flet edhe për një lëvizje nga gjeopolitika dhe pushteti në kohën e postmodernës, për të cilën ndikimi dhe imazhi janë tipik. Që edhe në politikën globale janë «sot shfaqet / imagjinata hapësira e veprimit për veprim, jo vetëm për fluturim» (Appadurai, 1996 në Rosenau 1999: 7). Prandaj, në botën moderne shtetet dhe organizatat ndërkombëtare po përpiqen për prezantimin më të mirë të mundshëm holistik (gjithëpërfshirës), të ashtuquajturin promovim, në mënyrë që të rrisin reputacionin / imazhin e tyre, të cilin e kuptojmë si një shumë e të gjithë njohësve, dhe perceptimet e vlerave dhe pozicionet rreth një shteti dhe kombi të caktuar, i cili është deri në një masë të caktuar i bazuar në besim (Kunczik, 2003: 412).

Në këtë kontekst, Kline dhe Berginc (2004: 1045) argumentojnë se diplomacia tradicionale po zhduket dhe se politikanët në të ardhmen do të duhet të gjejnë një vend për vendin e tyre, pra markën e tij të tregut. Sipas fjalëve të tij, kjo do të thotë »hyrja në treg konkurrues të vendit, duke siguruar besnikërinë dhe kënaqësinë e qytetarëve të saj dhe të huaj dhe veçanërisht krijimin e një vlere të shtuar të markës së vet të tregut në sytë e grupeve të ndryshme të marrësve të saj». E njëjta gjë argumentohet edhe nga autorë të tjerë (Ham, 2001, Kunczik, 1997), se vendet në këtë rast përfaqësojnë veten sipas reklamimit të produkteve komerciale dhe konkurrojnë për dashuri të publikut si markat e tregut (të ashtuquajturat » shtet i markës "). »Shtetet si markat janë ende" ndërluftuese "(dhe janë krijuar - pra formuar dhe konstituuar - në 'luftë') edhe pse këtë herë përmes një race jo të dhunshme për aksionet dhe njohjen e tregut." (Ham, 2002: 265). Në të njëjtën kohë, ata theksojnë se shteti si markë tregtare nuk mund të dizajnohet artificialisht dhe së pari duhet të bazohet në identitetin e vendit, i cili është në vetperceptimin, vizionin dhe kulturën kombëtare. Për njohjen më të madhe të shtetit, përforcimin konsekuent të imazhit / reputacionit të tij dhe së fundi, për vendosjen e një marke tregtare është e nevojshme të investohet shumë në komunikimin dhe gjendjen e planifikuar, pasi një markë duhet të konfirmohet edhe nga qytetarët e saj (Kline, 2004).

Në fushën e markës shtetërore padyshim që udhëheqin organizatat kombëtare të turizmit, të cilat kryejnë në mënyrë efektive marrëdhënie të ndërsjella publike ndërkombëtare strategjike dhe krijuese, të cilat në mënyrë sinergjike kontribuojnë në të gjitha efektet e diplomacisë publike të një shteti të caktuar (Kunczik, 2003 415-416). Por reklamat e tilla dhe fushatat e PR nuk mund të barazohen me diplomacinë publike, pasi shpesh flasim për dimensione të ndryshme të një produkti, d.m.th. shteti, i cili po tregtohet në mënyrë të tillë për publikime të ndryshëm të synuar. Është e

rëndësishme të theksohet se diplomacia publike nuk është thjesht një koleksion i teknikave të promovimit të shtetit (reklamat, marrëdhëniet me publikun, publiciteti), por është përcaktuar në thelb nga përmbajtja dhe cilësia e formulimit dhe zbatimit të politikës së jashtme - në kuptimin e »veprave më të forta se fjalët «. Me këtë, sipas mendimit tonë, dy vlera janë të vlefshme: »Nëse imazhi është i keq dhe veprat tona janë të mira, është faji ynë për mosnjohjen e komunikimit. Nëse imazhi është një pasqyrë realiste e të metave tona, faji është ende yni për të mos ditur të menaxhojmë mirë¹».

4. Piramida komunikative e diplomacisë publike

Diplomacia publike është komunikimi i një aktori me qytetarët e vendeve të huaja. Ky aktor mund të jetë përfaqësues i shoqërisë civile, një organizatë joqeveritare apo shumëkombëshe, gazetar apo medium, specialist i ndonjë sektori të ndryshëm i industrive, i politikës ose pjesëtar i ndonjë publiku². Sot me diplomacinë publike nënkuptojmë komunikimin e aktorëve shtetërorë dhe joshtetërorë, organizatave joqeveritare, korporatave, individëve etj. - me publikët e jashtëm. Qëllimi themelor i aktorëve të komunikimit është informimi, ndikimi dhe angazhimi për të realizuar objektiva politike e ekonomike të vendit. Për të arritur këto objektiva, komunikohet me publikët e huaj nëpërmjet mjeteve të ndryshme, përfshirë mediat ndërkombëtare, „kultivimin“ e gazetarëve ndërkombëtare dhe studiuesve, aktivitete kulturore, shkëmbime arsimore dhe bursa studentësh, vizita dhe konferenca të programuara, publikime etj³.

»Një diplomat modern mund të jetë dikush që identifikon veten me vlerat e një vendi të caktuar brenda bashkësisë ndërkombëtare dhe modeleve humanitare për zgjidhjen e dilemave të hapura të globalizimit.« (Guček, 2003: 3)

Me problemin e diplomacisë publike janë marrë studiues dhe praktikues të ndryshëm. Edmund Gullion, drejtues i Qendrës për Diplomaci Publike “Murroë” në Universitetin Tufts dhe ish-drejtori i USIA-s, i cili e krijoi nocionin, në vitin 1966, e përkufizon diplomacinë publike si aktivitet që mëton “ndikimin e që ndrimeve, formimin dhe ekzekutimin e politikës së jashtme”⁴. Ai thotë se me diplomaci publike nënkuptojmë “mjetet me të cilat qeveritë, grupe private dhe individë, ndikojnë

¹ (Bernstein, 1986 në Jančić, 1998: 1039).

² *New public diplomacy in the 21st century : a comparative study of policy and practice*, London- New York: Routledge, 2013, f. 1

³ Evan H. Potter , “Canada and the New Public Diplomacy”, *International Journal*, Winter 2002-2003, f. 47 4364

⁴ James Pamment, *New public diplomacy in the 21st century : a comparative study of policy and practice*, London- New York: Routledge, 2013, f. 6.

qëndrimet dhe opinionet e popujve të tjerë dhe të qeverive, në mënyrë që të ushtrojnë ndikim në vendimet e tyre të politikës së jashtme”¹. “Diplomacia publike bazohet në marrëdhënien e ndërlikuar mes tre përbërësve të mëdhenj: qeverisë, mediave dhe opinionit publik”². Në vitet e ’70-ta të shekullit të kaluar aktorët themelorë kanë qenë qeveritë si dhënësit të mesazhit, publikët e huaj paraqiten si marrësit të mesazhit, ndërsa mediat - si kanal ndërmjetësues komunikimi.

Më vonë aktorët e Diplomacisë publike sa vijnë e shtohen. Si aktorë komunikues me publikët e huaj përveç qeverisë, dalin edhe aktorët joshitetërorë të një vendi, si: organizata të ndryshme joqeveritare, organizata ndërkombëtare, korporata etj. , të cilat janë në bashkëpunim me shtetin ose funksionojnë si të pavarura. John Lee, studiues i diplomacisë publike që në vitin 1968 thotë se “ne jetojmë në epokën e diplomacisë publike, ku dialogu me njëri-tjetrin është më i rëndësishëm sesa komunikimi ndërmjet qeverive”. Me fjalë të tjera, Lee fokusonte opinionet e jashtme, në vend të diplomacisë tradicionale që synon komunikimin qeveri me qeveri. Sipas Lee studiues i komunikimit me “njëri-tjetrin”, më vonë për të komunikuar do të shtohen aktorët e komunikimit. Me këtë rast komunikimi do të përfshijë individët e vendeve të ndryshme, përtej komunikimeve të zyrtarëve shtetërorë.

Qendra Murroë, në njërën nga broshurat e saj Nicholas J. Cull, “Public Diplomacy before Gullion-The Evolution of a Phrase”, f. 19. in: Nancy Snoë & Philip M. Taylor (ed), Routledge Handbook of Public Diplomacy, Neë York-London, Routledge, 2009., diplomacinë publike e përshkruan si më poshtë:

"Diplomacia publike ... merret me ndikimin e qëndrimeve publike në formimin dhe zbatimin e politikave të jashtme. Ajo përfshin dimensione të marrëdhënieve ndërkombëtare përtej diplomacisë tradicionale; kultivimin nga ana e qeverive, të opinionit publik në vendet e tjera; ndërveprimin e grupeve dhe interesave private të një vendi - në një vend tjetër; raportimi i punëve të jashtme dhe ndikimi i saj në politikë; komunikimit ndërmjet atyre puna e të cilëve është komunikimi...”³

¹ . Edmund A. Gullion, *Definitions of Public Diplomacy*, në: <http://fletcher.tufts.edu/Murrow/Diplomacy/Definitions>

² Stuart N. Soroka, *Media, Public Opinion, and Foreign Policy*, Press/Politics 8(1), f. 28. available in: <http://people.mcgill.ca/files/stuart.soroka/SorokaHIJPP2003.pdf>.

³ (<http://fletcher.tufts.edu/Murrow/Diplomacy> dhe <http://publicdiplomacy.org/pages/index.php?page=about-publicdiplomacy#3>)

Kjo na tregon se prej aktorëve shtetërorë në fushën e komunikimit të diplomacisë publike na dalin edhe aktorë të tjerë privatë dhe grupe të tjera interesi të cilët komunikojnë me publikët e jashtëm.

Trajtimi i supozimit bazë mund të ndihmojë edhe në kuptimin e diplomacisë publike në kohët moderne dhe drejtimet e zhvillimit të saj të ardhshëm. Me konceptualizimin e të ashtuquajturës diplomaci moderne publike është thelbësore të merret parasysh se mjedisi nga i cili rrjedh sot nevoja funksionale për diplomacinë publike është duke ndryshuar në mënyrë të pakthyeshme, veçanërisht me zhvillimin revolucionar të kanaleve të komunikimit dhe teknologjive informative dhe si i tillë dikton metodat moderne (konvencionale dhe alternative) të aktiviteteve të diplomacisë publike. Komuniteti ndërkombëtar i shekullit 21 është përcaktuar nga shumë paradokse dhe kundërshtime, të tilla si proceset e fragmentimit dhe integritit (të ashtuquajturat fragmentimi). Marrëdhëniet ndërkombëtare dhe diplomacia, ndërsa në të njëjtën kohë janë luftërat e sotme, po ndodhin sot në rrjete globale interaktive të aktorëve, informacioneve dhe ideve, ku media, teknologjia informative dhe hapësira ideale janë duke mbipopulluar territorin e shtetit dhe me këtë edhe koncepte tradicionale të sovranitetit dhe pushtetit (Rosenau, 1999). Bashkësia ndërkombëtare e sotme është »një tas për vezët që mbajnë vezë, të cilat përmbajnë predha të sovranitetit, ndërsa omletet e bashkësisë globale po bëhen.«¹. Çështja e rëndësishme këtu është sigurisht komunikimi apo edhe imagjinata, ku gjërat që paraqiten përmes mediave, sidomos nëpërmjet rrjeteve televizive globale, si CNN, janë reale dhe gjithashtu perceptohen si të vërteta, që sot është faktikisht e përfaqësuar në të ashtuquajturën 'politikë e jashtme, ose më mirë në medializimin apo edhe virtualizimin e konflikteve të armatosura të sotme. Sipas mendimit tonë koncepti i diplomacisë publike është në një mjedis të tillë duke u bërë një koncept dominues i diplomacisë së sotme për shekullin 21. Pavarësisht parashikimeve të shumta të përfundimit të diplomacisë, konteksti i ri i marrëdhënieve ndërkombëtare po dikton edhe më shumë diplomacinë, e cila në funksionin bazë të komunikimit mbetet qendrore. Diplomacia e sotme (publike) si e tillë tashmë në thelbin e saj përmban aktivitete të komunikimit, ku komunikimi nuk është një qëllim në vetvete, por është i bashkuar me përmbajtje konkrete të politikës së jashtme, efekte, vlera dhe norma dhe, megjithë këtë e planifikuar strategjikisht si heshtje (Plavšak, 2004). Këto pyetje të reja konceptuale po ngrihen në nivele të ndryshme, që po tregojnë trendet e një evolucioni të ardhshëm të diplomacisë publike dhe veprimtarisë së saj.

¹ Booth, 1991 në Rosenau, 1999: 6.

Në nivelin e aktorëve (të ashtuquajturit komunikues dhe të adresuar): në fushën e diplomacisë publike përveç agjentëve tradicionalë diplomatikë (qeveri, përfaqësues të autorizuar) të tjerë janë gjithashtu aktive - mediat, organizatat joqeveritare, subjektet ekonomike, individët etj.

Në nivelin e kanaleve dhe metodave të punës: kanalet tradicionale diplomatike dhe metodat e punës plotësohen me rëndësi nga përdorimi i mediave moderne.

Në nivelin e përmbajtjes dhe «misionit»: diplomacia publike jo vetëm që vepron në politikën e saj të jashtme, por është në marrëdhëniet ndërkombëtare moderne që merren edhe me çështjet aktuale globale, ndërsa pjesërisht edhe në funksion të avancimit të ekonomisë, inkurajimi i mirëkuptimit kulturor, zhvillimi i bashkëpunimit me shoqërinë civile etj.

Metodat e operimit të sotëm të diplomacisë publike mund të kuptohen si plotësuese dhe në një farë mase konvergjente: nga njëra anë roli i diplomacisë tradicionale ruhet siç përcaktohet nga Konventa e Vjenës për Marrëdhëniet Diplomatike (1961), ndërsa në anën tjetër ajo plotësohet dhe zgjerohet (në kuptimin e një vlere të shtuar) nëpërmjet rrjetit, komunikimit dhe mënyrave të tregut të veprimit. Diplomatët modernë po përballen me sfida dhe detyra të reja: nga njëra anë me veprimtarinë e tyre profesionale janë gjithnjë e më shumë në varësi të masmediave dhe përmbajtjeve të transmetuara nga këto, ndërsa në anën tjetër ata duhet të ruajnë mbështetjen e publikut të ndryshëm për politikën e jashtme dhe për të ushqyer imazhin e saj të këndshëm, me të cilin ata janë duke u bërë një lloj i marrëdhënieve me publikun dhe përfaqësuesit e medias, menaxherët e komunikimit dhe koordinatorët (Plavšak, 2002: 116-117). Në të njëjtën kohë, ata duhet të mbeten në rolin e tyre parësor proaktiv dhe të thellë: duke njohur dhe reaguar në kohë dhe në mënyrë holistike në zhvillimin e marrëdhënieve ndërkombëtare, përcaktimin e agjendave, hapjen e pyetjeve, formimin e koalicioneve, regjimet ose rendin ndërkombëtar, katalizimin e veprimeve kolektive etj. (Sharp, 1999: 41). Mund të flasim për diplomacinë moderne publike si rrjet, moderator dhe diplomacinë katalizator (Hocking, 2002, Livingston, 2002), e cila komunikon në rrjetet e aktorëve, duke përfshirë mediat, përkthime, ndërmjetësime, filtrim, analizë dhe interpretim të çështjeve të politikës ndërkombëtare dhe të jashtme me një vlerë të shtuar. Prandaj, në fushën e politikës së jashtme dhe marrëdhënieve ndërkombëtare, një partneritet publik do të duhet të fitojë rëndësi, ku shteti do të kthehet në rolin moderues në bazë të bashkëpunimit dhe koordinimit me aktorët e interesuar, ndërsa diplomacia publike do të përfaqësojë pjesë të ndërmjetme ndërmjet rregullores dhe vetë-rregullimit (Guček, 2003: 2).

Mund të themi se mediat më në fund kanë hyrë në sferën tradicionalisht ekskluzive të diplomacisë: jo vetëm që po iu përgjigjen ngjarjeve politike ndërkombëtare, por po hyjnë në mënyrë aktive në proceset e komunikimit midis qeverive dhe publikut në lidhje me politikën ndërkombëtare dhe madje edhe vetë të bëhen mjete të politikës së jashtme nëpërmjet qetësimit dhe ndërmjetësimit, por gjithashtu duke i tensionuar marrëdhëniet dhe konfliktet (*Kunczik, 2003: 409*). Me zgjerimin e komunikimit global, politika botërore është bërë në masë të madhe e transmetuar përmes mediave dhe është veçanërisht përmes rrjeteve televizive ndërkombëtare, me të ashtuquajturën efekt CNN, sikur ndodh në kohë reale para syve të »globalit« publike (*Gilboa, 2002, Robinson 2001*). Dinamika dhe mënyra e punës ndryshojnë në mënyrë të pakthyeshme në diplomacinë moderne, të cilat shpesh veprojnë në kushte, kur »informacionet e vlefshme, vëzhgimet dhe rekomandimet e burimeve të largëta diplomatike dhe të inteligjencës ndalën të vinin në kohën e duhur për të ndikuar në vendimet dhe madje kur informacioni i tillë arrin në kohë, ata nuk mund të konkurrojnë me pamjet televizive dramatike dhe raportet e drejtpërdrejta të krizave dhe çështjeve të jashtme " (*Gilboa, 2002: 737*).

"Realiteti i medias" dhe ligjet e saj janë deri në njëfarë mase duke përshtatur edhe politikanët globalë dhe aktorët e politikës së jashtme me formulimin dhe zbatimin e politikave të tyre, ku po përpiqen me teknika dhe shkathtësi të ndryshme të marrëdhënieve publike për të përmirësuar jo vetëm përmbajtjen, por për të krijuar ngjarje, me vlerë të mbulimit të medias, për të forcuar bindjen e imazhit publik dhe ngjashmërinë e politikave të tyre të jashtme. Pra, edhe ata që janë të përfshirë në këtë proces pranojnë se "është shumë shpesh e rëndësishme se si do të luhet një politikë e caktuar", si do të shfaqen figurat, nëse do të dërgohen sinjalet e duhura dhe nëse publiku do të impresionojë fleksibilitetin e reagimit të qeverisë - dhe jo nëse politika përparon interesat afatgjata kombëtare. (*Gergen, 1991: 48-49*). Prandaj disa autorë (*Amon, 2001, Gilboa, 2001*) flasin për diplomacinë, e cila në instrumentalizimin e saj ndjek sistematikisht dhe në mënyrë të përpiktë ligjet dhe formatet e mediave dhe po transformohet në format e të ashtuquajturës diplomaci e medias, tele (di) plomacy, photodiplomacy, diplomaci të çastit dhe në kohë reale. Edhe më radikale janë ato pohime se në ato janë luftërat mediatike »diplomatët perëndimorë janë bërë kaq të sofistikuar në kthimin e informacionit publik në një mënyrë vizuale dinake dhe rrjeteve televizive që veprojnë në marrëdhënie simbiotike me qeverinë dhe përpiqen drejt konformitetit në agjendat gjeopolitike, të përcaktuara nga qeveritë e forta. "(Thussu, 2000: 5)

Përkundër këtyre tendencave, aktiviteti i medias nuk mund të zëvendësojë krejtësisht aktivitetet e diplomacisë publike: edhe pse ata po vijnë së bashku në fushën e komunikimit dhe

përfaqësimit të medias, profesionet diplomatike dhe gazetare mbeten të dallueshme në ruajtjen e funksioneve të tyre të veçanta. Raportet e përditshme dhe mediat nuk mund të kënaqin nevojat e proceseve të vendimmarrjes në politikat e jashtme dhe çështjet ndërkombëtare në një masë të tillë sa raportet më të thella diplomatike, të pasura me informacione, burime, analiza dhe rekomandime (Vukadinović, 1994: 248-249). Gjithashtu nuk mund të nënvlerësojmë rolin e kanaleve tradicionale diplomatike dhe kuptimin e komunikimit ndërpersonal (diplomatik). Megjithatë, ekziston një rregull i përgjithshëm, i cili është miratuar nga përvoja e pasur, që mediat me një mungesë të politikës së qartë dhe strategji bindëse qeveritare zakonisht shkaktojnë rezultate shkatërruese.

5. Ngritja e vetëdijes

Prej të gjitha mënyrave me të cilat komunikojnë vendet, diplomacia publike është ajo më e përshtatshme me të cilën e ngrit imazhin e një vendi. Diplomacia publike ndikon në mendimin publik të një vendi dhe me këtë rast ndikon edhe në krijimin apo ndryshimin e perceptimit të tyre.

Pas ngjarjes , tragjedisë , së 11 shtatorit të vitit 2001 agenda politike në SHBA ngritet në një nivel më të lartë. Pas rënies së murit të Berlinit, SHBA-të ndërprejnë të angazhohen t'i zgjerojnë vlerat dhe porositë e tyre në të katër anët e botës. Kështu në mënyrë të shkallëzuar shterrën një numër të madh propagandash dhe mjetesh informative , në të cilat mbështeteshin shumë gjatë Luftës së ftohtë, duke e dobësuar dhe zvogëluar USIA, Zërin e Amerikës në proporcione jo të rëndësishme.

Fundi i Luftës së ftohtë kontribuoi që diplomacia publike të fitojë rëndësi të veçantë. Fillojnë të përhapen proceset demokratike, fillojnë të rriten në mënyrë enorme mediat , të rritet numri i organizatave joqeveritare në nivel global. Të gjitha këto zhvillime kontribuan në ndryshimin e natyrës së pushtetit dhe akoma më shumë e ngushtuan lirinë e veprimit të qeverive nacionale.

Ka shumë shembuj ku duket që sjellja e vendeve tejoqeanike të luajë rol vendimtar të aftësisë së qeverive të tyre për të realizuar qëllimet e veta në fushën e politikës së jashtme. Në luftërat e Avganistanit dhe Kosovës pati rrezik për disfatë (humbje), jo në rrafshin ushtarak , por në luftën mediatike për të krijuar mendim publik. P.sh. në Ruandë konflikti etnik që nxitur më shumë nga radioemisionet provokative dhe jo nga komandat e njëjësive ushtarake. Demonstratat globale antikapitaliste ilustrojnë një faqe të re në fushë të diplomacisë, me ç'rast shtetet dhe aktorët që nuk

janë pjesë e aparatit të shtetit konkurrojnë për vëmendjen ndaj publikut. Gjatë krizës lidhur me sëmundjen e lopëve (të çmendura), Qeveria e Francës përkundër Ligjit të Unionit Evropian, ndaloi import të mishit të viçit prej Mbretërisë së Bashkuar si përgjigje frikës nga kjo sëmundje të opinionit për shkaqe sigurie. Vendet e ndryshme në fushën e ekonomisë globale ndërmjet veti konkurrojnë për investime , tregti, turistë, sipërmarrës dhe punëtorë me kualifikime të larta. Propaganda nuk do të mund ta bindë popullatën në shtetet që nuk janë të gatshëm për luftë, ta përkrahë luftën kundër terrorizmit, por percetimi i motivimeve të vendeve të Perëndimit si vende imperialiste ose egoiste, ka gjasa që të prishë suksesin dhe debatet e ndryshme nacionale mund të krijojnë tensione, që më vonë edhe të prishin koalicionin ndërkombëtar. Emetuesit e pavarur ose nacionalë të lajmeve nuk mund ta bllokojnë thirrjen për armë nga stacionet etnike, por kanë mundësi të ndikojnë si kundërpeshë përmes paraqitjes së pasqyrës së thjeshtë të tensioneve aktuale dhe të krijojnë qasje deri te informacionet ,të cilat do të mund të jenë me rëndësi esenciale. Fushatat promovuese të mishit të viçit në Mbretësinë e Bashkuar në një masë të caktuar ndikonte në frikën te konsumuesit, por funksioni i tyre është të paraqesë edhe kualitetin e shkencës britaneze dhe integritetin e veterinerëve të tyre, që luajtën një rol të rëndësishëm në zbutjen e dyshimit tek opinioni francez. Shumë hulumtime kanë treguar se fushatat për ndryshimin e percepcionit , të cilat janë bërë nga disa vende, si Irlanda, Spanja ose Zelanda e Re mund të sigurojnë çmime më të mira të prodhimeve dhe shërbimeve, ndërsa njëkohësisht të tërheqin edhe investime dhe turistë.

Sipas akademikut amerikan Xhozef Naj tërheqja nga forca (pushteti) mund të jetë një mënyrë e plotësimit të formave tradicionale të fuqisë (pushtetit), të cilat mbështeten në fuqinë ekonomike ose ushtarake. Ai mendon se ka dallim ndërmjet fuqisë (pushtetit) “të fortë” dhe “të butë”. “Pushteti i butë funksionon ashtu që i bind të tjerët të ndjekin ose të pajtohen me norma ose institucione të cilat e nxisin sjelljen e dëshiruar. Pushteti i butë mund të mbështetet në zbatimin e ideve të dikujt ose të aftësisë për të inkuadruar agjendën në atë mënyrë që i formësojnë prioritetet e të tjerëve”. Meqë numri më i madh i porosive të cilat i perceptojnë njerëzit për ndonjë vend (shtet) janë jashta kontrollit të qeverive nacionale – libra , CD, filma, programe televizive, brende ose prodhime konsumuese me asiacionet nacionale , ngjarje etj. aktivitetet e qeverive dhe organizatave të tjera do të kenë ndikim, por marginalisht, do të bëjnë përpjekje të pastrojnë rrugët dhe të nxisin porosi pozitive për masat e gjera popullore , përmes veprimit të drejtpërdrejtë ndaj një kategorie të njerëzve. (Mark Leonard, Ketrin Sted i Konrad Smoving, Prosvetno delo, f.14).

Me vendosmëri Xhozef Naj thekson se: “po t’i analizojmë harxhimet e buxhetit amerikan, ata kanë qenë 17 herë më tepër për forcë (pushtet) të fortë ushtarak, se sa për prezantimin tonë në botë, të buxhetit të Stejt Departamentit për ndihmë në botë si edhe për Zërin e Amerikës dhe për të gjitha programet e shkëmbimeve bashkë. Ka një pasqyrë të gabuar”. “ Pasqyra për Mbretërinë e Bashkuar është shumë e ngjashme. Ministria e Mbrojtjes merr 18 herë më shumë mjete se sa Zyra e Punëve të Jashtme dhe Punëve të Komonvelltit (FCO, Foreign and Commonwealth Office (24.2 miliardë funta ndaj 1.3 miliardë funta). Funksionimi i diplomacisë publike lidhet me faktin që angazhimi i saj e shpague punën, përkatësisht i rikthen mjetet e investuara pas punës së kryer si edhe çmimit të mossuksesit. P.sh. 200.000 studentë të huaj, të cilët Mbretëria e Bashkuar bën përpjekje t’i tërheqë për çdo vit, fitojnë 5 miliardë funta në vit për arsimim më cilësor në Britani. Gjithashtu edhe kriza me mishin e viçit , humbjet në fushë të turizmit sillen në 2 miliardë funta.

Krejt kjo i tejkalon kufijtë ndërmjet harxhimeve të fuqisë reaktive ushtarake dhe diplomacisë publike. Institucionet diplomatike duhet ta tejkalojnë modelin e vjetër të bashkimit të disa njësisë të reja dhe rekrutimin e personelit plotësues nga organizatat joqeveritare – pra ndryshime që realisht janë sipërfaqesore. Mbi të gjitha ka nevojë për transformim të ofertës së diplomacisë dhe investime më të mëdha në të. Institucionet e jashtme patjetër ta transformojnë vetveten nga reporterë dhe lobistë për çështje reaktive në organizimin e debateve publike nëpër botë. Ekzistojnë mendime kyçe disa nga të cilat do të theksohen në vazhdim:

Qeveritë nuk i kushtojnë kujdes të mjaftueshëm asaj që e prezantojnë nëpër botë. Lidhja me masat e gjera popullore në vendet tjera nuk realizohet përmes ambasadave, por përmes punës së korrespondentëve të huaj në kryeqytetin e një vendi.

Shtetet e Evropës Perëndimore garojnë ndërmjet veti në 200 vende edhe përkundër faktit se kanë interesa bilaterale vetëm në disa prej tyre. Kjo ndikon negativisht për vendet në zhvillim, për shkak të fokusimit të shfrytëzimit të burimeve në vendet me të cilat kanë marrëdhënie bilaterale.

Kur bëhet fjalë për tonin e diplomacisë publike , qeveritë e vendeve të ndryshme patjetër ta ndryshojnë atë. Toni i diplomacisë publike duhet të përqendrohet më shumë në drejtim të angazhimit, përkundër argumenteve fituese. Në mjediset ku qytetarët janë skeptikë ndaj qeverive dhe janë të ndjeshëm ndaj pengesave postkoloniale, duhet të ndërtohen marrëdhënie dhe përpjekje për t’u marrë vesh grupet e para (frontale) në vend që të jepen porosi njëkahëshe.

Me rëndësi është të theksohet se përzierja konspirative e diplomacisë publike mund të jetë kundërproduktive. Qeveritë nuk kanë fuqi të madhe bindëse. Përmes influencës së institucioneve të

cilëve do t'u besojë populli – prej organizatave joqeveritare dhe diasporës deri në brende dhe parti politike, që me siguri do të ndërtojnë besueshmëri dhe do t'i arrijnë qëllimet e veta, sesa përmes veprimit të vetë përfaqësuesve.

Zyrat e vendeve të huaja dhe institucionet e diplomacisë publike duhet të mendojnë në lidhje me mundësinë e paraqitjes së krizës, të planifikojnë dhe krijojnë buxhet me një fleksibilitet më të madh dhe ekipe speciale të diplomacisë publike, të cilët do të mund të mobilizohen për një kohë të shkurtër.

Të gjitha vendet duhet ta përdëftojnë rëndësinë e tyre përkundër faktit të mosdhënies rëndësi. P.sh. sipas të dhënave njerëzish që kanë ndjenja të veçanta pozitive ndaj Britanisë, është fakt se ata e shohin si vend refuzues dhe se do t'u drejtohen vendeve të tjera edhe atëherë kur mendojnë se janë më pak të rëndësishëm.

Administrata duhet të fokusohet më tepër ndaj vendeve në të cilët kanë më tepër interesa, dhe drejt atyre të cilët ndikimet janë më të lehta.

Tani angazhimet janë të fokusuara në ndërtimin e një diplomacie publike multilaterale nëpërmjet rikonstruimit të ambasadave për t'u bërë organizata për lobim dhe ndërrimin e politikave, të krijohet infrastrukturë që do t'i lidhë partitë politike dhe organizatat joqeveritare jashta kufijve për të krijuar fushë për politikë të përbashkët, të planifikohen fushata të komunikimit proaktiv.

Diplomacia publike ka për detyrë të vendosë marrëdhënie: t'i kuptojë nevojat e vendeve, kulturave dhe popujve të tjerë, t'i paraqesë idetë e tyre, t'i përmirësojë të gjitha perceptcionet e tyre, si edhe të kërkojë fusha në të cilat do të gjendet kauzë e përbashkët. Diplomacia publike dallon nga ajo tradicionale sepse ajo në vete ngërthen numër më të madh grupe njerëzish të të dyja palëve dhe grupe interesash më të gjera, të cilat i tejkalojnë interesat aktuale të qeverive.

Diplomacia publike mbështetet në premisën se pasqyra dhe reputacioni i vendit janë të mira publike. Mund të krijojnë ose opinion pozitiv ose negativ për fitime afariste individuale. Puna për çështje të caktuara do ta plotësojë pasqyrën e përgjithshme për vendin dhe sërish do të reflektohet ndaj tij, negativisht ose pozitivisht. Për shembull tradita e reputacionit britanik do të kontribuojë që brendet trashëguese siç janë ata të Asprejit, t'i shesin prodhimet e tyre, fushatat e tyre të marketingut do ta forcojnë edhe reputacionin britanez si komb që e respekton elementin trashëgues. Njësoj edhe reputacioni norvegjez në fushën e ndërmjetësimit ndërkombëtar do të kontribuonte që grupet e ndryshme të Shri Lankës t'i bindë se ajo është ndërmjetësuese e ndershme, që si kthim do t'ia forconte reputacionin kur bëhet fjalë për paqen.

Diplomacia publike ndikimin e vet duhet ta bëjë në mënyrë të caktuar. Ajo në fillim duhet të rrisë të informuarit e njerëzve për një vend të caktuar, ta ndryshojë mendimin negativ për një vend të caktuar, ta rrisë respektin ndaj një vendi, të krijojë mendime pozitive për një vend të caktuar, të krijojë interesim ndaj një vendi, të ndikojë ndaj njerëzve – kompanive për investime. »Një diplomat modern mund të jetë dikush që identifikon veten me vlerat e një vendi të caktuar brenda bashkësisë ndërkombëtare dhe modeleve humanitare për zgjidhjen e dilemave të hapura të globalizimit.» (Guček, 2003: 3)

Trajtimi i supozimit bazë mund të ndihmojë edhe në kuptimin e diplomacisë publike në kohët moderne dhe drejtimit e zhvillimit të saj të ardhshëm. Me konceptualizimin e të ashtuquajturës diplomaci moderne publike është thelbësore të merret parasysh se mjedisi nga i cili rrjedh sot nevoja funksionale për diplomacinë publike është duke ndryshuar në mënyrë të pakthyeshme, veçanërisht me zhvillimin revolucionar të kanaleve të komunikimit dhe teknologjive informative dhe si i tillë dikton metodat moderne (konvencionale dhe alternative) të aktiviteteve të diplomacisë publike.

Metodat e operimit të sotëm të diplomacisë publike mund të kuptohen si plotësuese dhe në një farë mase konvergjente: nga njëra anë roli i diplomacisë tradicionale ruhet siç përcaktohet nga Konventa e Vjenës për Marrëdhëniet Diplomatike (1961), ndërsa në anën tjetër ajo plotësohet dhe zgjerohet (në kuptimin e një vlere të shtuar) nëpërmjet rrjetit, komunikimit dhe mënyrave të tregut të veprimit. Diplomatët modernë po përballen me sfida dhe detyra të reja: nga njëra anë me veprimtarinë e tyre profesionale janë gjithnjë e më shumë në varësi të masmediave dhe përmbajtjeve të transmetuara nga këto, ndërsa në anën tjetër ata duhet të ruajnë mbështetjen e publikut të ndryshëm për politikën e jashtme dhe për të ushqyer imazhin e saj të këndshëm, me të cilin ata janë duke u bërë një lloj i marrëdhënieve me publikun dhe përfaqësuesit e medias, menaxherët e komunikimit dhe koordinatorët (Plavšak, 2002: 116-117). Në të njëjtën kohë, ata duhet të mbeten në rolin e tyre parësor proaktiv dhe të thellë: duke njohur dhe reaguar në kohë dhe në mënyrë holistike në zhvillimin e marrëdhënieve ndërkombëtare, përcaktimin e agjendave, hapjen e pyetjeve, formimin e koalicioneve, regjimet ose rendin ndërkombëtar, katalizimin e veprimeve kolektive etj. (Sharp, 1999: 41). Mund të flasim për diplomacinë moderne publike si rrjet, moderator dhe diplomacinë katalizator (Hocking, 2002, Livingston, 2002), e cila komunikon në rrjetet e aktorëve, duke përfshirë mediat, përkthime, ndërmjetësime, filtrim, analizë dhe interpretim të çështjeve të politikës ndërkombëtare dhe të jashtme me një vlerë të shtuar. Prandaj, në fushën e politikës së jashtme dhe marrëdhënieve ndërkombëtare, një partneritet publik do të duhet të fitojë rëndësi, ku shteti do të

kthehet në rolin moderues në bazë të bashkëpunimit dhe koordinimit me aktorët e interesuar, ndërsa diplomacia publike do të përfaqësojë pjesë të ndërmjetme ndërmjet rregullores dhe vetë-rregullimit (Guček, 2003: 2).

5. Ngritja e njohurive

Diplomacia publike po ndodh më së shumti, përpara një milion audiencash. Ajo mund të përdorë maksimalisht të gjitha mjetet e komunikimit masiv që ka në dispozicion. Nuk bazohet vetëm në nxitjen e politikave të veta. Zhvillon aktivitete në promovimin e kulturës, vlerave kombëtare, mënyrën e jetës dhe gjithçkaje që do të kontribuonte në një informacion më cilësor dhe komunikim më të mirë në lidhje me perceptimin e shtetit që përfaqëson.

Ekzistojnë ngjashmëri të mëdha në mes të marrëdhënieve me publikun dhe diplomacisë publike në shumë fusha. Jacquie L'Etang (2009: 608) beson se "... të dy janë përgjegjës për komunikimin institucional zyrtar me organizata të tjera dhe marrëdhëniet me grupe të mëdha ose publikun dhe përcjell opinionin publik dhe raportimin e medias "¹.

Lirisht mund të thuhet se pjesë e praktikës së diplomacisë janë marrëdhëniet me publikun dhe prandaj janë përgjegjës për marrëdhëniet ndërkombëtare dhe marrëdhëniet me mediat. Gjithashtu, detyra e marrëdhënieve publike është të arrihen aq më mirë marrëdhëniet personale me vendin pritës. Nga ana tjetër, ka një pohim se diplomacia, qoftë politike, ekonomike, informative apo kulturore, është pjesë e strategjisë së marrëdhënieve publike. Edhe diplomacia edhe marrëdhëniet me publikun përfshijnë disa elemente të përbashkëta siç janë: menaxhimi me problemet, respektimi i kodit të konfidencialitetit (informata konfidenciale, komerciale ose organizative), menaxhimi i krizave, menaxhimi i informatave gjatë luftës.

Marrëdhëniet me publikun zhvillohen në fusha të shumëfishta nga menaxhimi i krizave dhe komunikimi i përbashkët, deri në përgjegjësi shoqërore. Praktikuesit e marrëdhënieve me publikun kanë një ndikim në agjendat e mediave lokale, kombëtare dhe ndërkombëtare, duke formuar kështu diskurse publike, pohon *L'Etang (2009: 609)*.

Autorja i quan ata ndërmjetës kulturorë, dhe kështu i quan edhe diplomatët. Ngjashmëria midis praktikantit për marrëdhënie me publikun dhe diplomatit është ajo se të dy profesionet përfshijnë aftësinë për të komunikuar, negociuar dhe bindur. Diplomacia publike mund të

¹ (<https://repozitorij.fpzg.unizg.hr/islandora/object/fpzg%3A95/datastream/PDF/view>)

përkufizohet si një aktivitet i kryer nga kombet, organizatat dhe organizatat politike ndërkombëtare që angazhohen për ndryshime. Sipas L'Etang (2009: 610) "... diplomacia përfshin debatin ndërpersonal dhe negociatat ndërmjet diplomatëve profesionistë të renditur sipas marrëveshjeve ndërkombëtare, reparacioneve, marrëveshjeve tregtare dhe komerciale, qëllimet ekonomike dhe zhvillimore, dhe kontratat ekologjike për arsimim kulturor ". Të gjitha aktivitetet potenciale të diplomacisë publike të lartpërmendura përfshijnë: strategjitë promovuese dhe bindëse dhe teknikat në marrëdhëniet me mediat.

Marrëdhëniet me publikun dhe diplomacia publike ndihmojnë në ndërtimin e një identiteti kombëtar përmes sportit dhe turizmit.

L'Etang (2009: 611) beson se ekspertët e PR në rendin global morën rolin e diplomatëve, dhe si të tillë duhet të merren me problemet e vazhdueshme politike që lindin si pasojë e kapitalizmit. Avantazhi i kombinimit të taktikave dhe strategjive të marrëdhënieve me publikun me ato të diplomacisë publike është ajo që çon në një kuptim më të mirë të opinionit publik dhe proceseve në sferën e komunikimit publik. Organizatat politike dhe ekonomike shoqërohen me përfaqësues nga bota e marrëdhënieve me publikun dhe diplomacia, kështu që PR-ja e korporatave shpesh lidhet me politikën. Qëllimet e marrëdhënieve me publikun janë të barabartë me ato të profesionit diplomatik: kontrollimi i informacionit, vendosja e agjendave mediatike, zgjidhja e problemeve publike dhe formimi i diskursit publik. Gjithashtu, diplomacia funksionon në mënyrë të barabartë në sferën politike dhe atë ekonomike. Diplomacia me të vërtetë zë vend në sferën globale, si edhe në marrëdhëniet me publikun.

Për më tepër, identiteti i marrëdhënieve me publikun ndryshon dhe bashkëpunon me probleme të ndryshme që solli globalizimi: me diasporën në mbarë botën, dëmin ekologjik, postkolonializmin, aleancat e pasluftës dhe rolet gjithnjë e më të thella të fesë.

Që në fillim të viteve 1990 u sugjerua se marrëdhëniet me publikun mund të kontribuojnë në të kuptuarit e komunikimit më të mirë të udhëhequr nga ndonjë shtet apo organizatë me audiencat e jashtme. Po zhvillohet një profesion i veçantë, i njohur si një "diplomat i korporatës". Në të njëjtën periudhë të IPRA, Shoqata Ndërkombëtare e Marrëdhënieve me Publik ndryshon ligjërimin në më shumë diplomatik, sepse disa praktikues të marrëdhënieve me publikun kërkuan një status më të lartë, shpjegon L'Etang (2009: 616). Gjithashtu, autorja vë në dukje disa funksione të përbashkëta në praktikën e marrëdhënieve me publikun dhe diplomacinë: përfaqësimi, dialogu (negocimi, marrëveshjet paqesore), konsulenca, hulumtime, menaxhimi i krizave, komunikimi multikulturor

dhe menaxhimi i opinionit publik. Autorja sjell aspektin teorik të diplomacisë të zhvilluar nga Akademia britanike Eright në vitin 1950. Brenda këtij kuadri, mund të shihet se si dhe ku janë të lidhura marrëdhëniet me publikun dhe diplomacia.

Në kuadrin e mësipërm, janë sqaruar tri qasje: realiste, racionale dhe revolucionare. Qasja realiste sjell supozimin se në një botë të bazuar në pushtet dhe lakmi, ndodh përplasja e interesave , ku përdorimi i inteligjencës, presionit dhe stimuljeve rrit shanset e suksesit. Sipas kësaj teorie, shteti konkurren me të tjerët, por pa vetëdijen e bashkësisë ndërkombëtare. Modeli racional bazohet në ndërtimin e konceptit të përbashkët dhe dhënies rëndësi bashkësisë ndërkombëtare.

Modeli revolucionar bazohet në ekzistencën e bashkësisë ndërkombëtare e ndërtuar nga shtete të ndryshme sovraane, të cilat formuan normat morale dhe kulturore për të cilat vendosin individët. Sipas këtij modeli, e mira publike shërbehet nga rendi botëror në të cilën ndikimi i shteteve kombëtare ka qenë i kufizuar. L'Etang sugjeron në marrëdhëniet me publikun dhe diplomacia në këtë kuadër duhet të punojë për të reduktuar instrumentet e fuqisë kolektive të energjisë për të cilat punojnë dhe rritjen e të mirave publike. Retorika e përdorur në marrëdhëniet me publikun shpesh përdoret në procese paqesore. Në Shtetet e Bashkuara, teoricienët kanë dakord me tezën se nëse PR mund të rregullojë marrëdhëniet në një komunitet, atëherë mund të shërbejë gjithashtu për të përmirësuar marrëdhëniet në mbarë botën (L'Etang, 2009: 619). Taylor dhe Kent (2006: 356, në L'Etang, 2009: 619) pretendojnë se marrëdhëniet me publikun kanë potencial të madh demokratik me të cilin mund të përmirësojnë jetën e qytetarëve në nivel lokal ose kombëtar. Megjithatë, duhet të kihet parasysh se marrëdhëniet me publikun nuk mund t'i zgjidhin të gjitha problemet, siç janë shkaqet e krizave mjedisore, trazirat sociale dhe të ngjashme. PR mund të punojë për të përmirësuar dialogun, zgjidhjen e krizave ose në negociime, nëse këtë e lejon struktura ose klasa politike, ekonomike dhe ligjore.

Diplomacia publike përmban marrëdhënie me publikun vendas, si dhe me publikun ndërkombëtar. Në parim, diplomacia publike mbetet një mënyrë (diplomatike) e (zbatimit) të politikës së jashtme, me të cilën shteti është në përputhje me qëllimet e tij duke u përpjekur të ndikojë ose të veprojë në mjedisin ndërkombëtar dhe prandaj, sipas përkufizimit, drejtohet kryesisht ndaj publikut të huaj. Prandaj, në konceptin e saj themelor, diplomacia publike nuk mund të jetë një term alternativ për marrëdhëniet klasike të qeverisë me publikun (si për shembull "diplomacia publike brenda qeverisë") ose komunikimin e ministrisë së jashtme brenda shtetit amë, ku është pak a shumë në funksion të bindjes së brendshme politike dhe legjitimitetit demokratik të përfaqësuesve të popullit.

Në SHBA për shembull, veprimi Smith-Mundt nga viti 1948, i cili ndalon aktivitetet e diplomacisë publike në tokën e brendshme, është ende në fuqi. Në kohët moderne të ndërlidhjes dhe ndërvarësisë së komunikimit-informimit, e cila gjithashtu shprehet përmes tendencave të konvergjencës së politikës së brendshme dhe të jashtme dhe internacionalizimit të jetës moderne, një dallim i tillë i rreptë në mes të aktiviteteve të komunikimit për publikun e brendshëm dhe të huaj nuk është pothuajse fare më e mundur .

Kryqëzimi ndërmjet diplomacisë publike dhe marrëdhënieve me publikun paraqet një fushë të ashtuquajturës marrëdhënie publike ndërkombëtare (globale dhe transnacionale), të cilat shënojnë "përpjekjet për të përmirësuar reputacionin e një vendi në një (ose më shumë vende) me ndihmën e përhapjes së informacioneve interesante, ku ndërtimi i një imazhi armiqësor të një vendi të tretë mund të shërbejë si ushqyes i reputacionit të tyre. "*(Kunczik, 1997: 165)*. Me këtë shpesh është vështirë të bëhet dallimi midis aktiviteteve të këtij lloji që kryhen nga vende, organizata ndërkombëtare politike dhe ekonomike ose korporata transnacionale dhe për këtë arsye mund të flitet për një përkufizim të përgjithshëm të marrëdhënieve ndërkombëtare me publikun, si çdo përpjekje e planifikuar dhe e organizuar. *(Eilcox, Ault dhe Agee, 1992: 409-410)* Autorët e ndryshëm *(Signitzer dhe Coombs, 1992, Grunig, 1993)* po gjejnë gjetjen e një shoqërie, institucioni apo qeverie, për të krijuar marrëdhënie reciproke të dobishme me publikun e vendeve dhe kombeve të tjera paralele midis dy koncepteve: në qëllime të ngjashme, d.m.th. të ndikojnë publikun e huaj në favor të organizatës / qeverisë së vet, në publik të ngjashëm (të huaj), në strategji të ngjashme dhe në përdorimin e mjeteve.

Sipas mendimit tonë pika më e rëndësishme e diplomacisë publike dhe konceptet e marrëdhënieve me publikun ndërkombëtar është në faktin se po flasim për procese komplekse afatgjate të ndërveprimit, në të cilat ndërtohen marrëdhënie të gjithanshme, por simetrike me publikun e jashtëm. Marrëdhëniet publike kuptohen si menaxhim tërësor të marrëdhënieve të një organizate të caktuar me publikun e vet, ku komunikimi paraqet veten si një mënyrë të mundshme, por jo vetëm e veprimit, ndërsa në procesin e organizimit të ndërveprimit dhe publikut të tij veprojnë dhe ndikojnë së bashku *(Verčič , 2000)*.

6. Ngritja e përkrahjes

Diplomacia publike duhet të dallojë veten nga diplomacia tradicionale në faktin që përfshin ndërveprimin jo vetëm me qeveritë, por sidomos me individët dhe organizatat joqeveritare *(Murroë,*

1963 në Leonard, 2002: 1). Siç thotë Tuch (1990: 3), diplomacia publike presupozon një proces të hapur të komunikimit, i cili bazohet në parimin e publicitetit dhe po përpqet të flasë me publikun, në krahasim me diplomacinë tradicionale, karakteristikat e së cilës janë sekreti dhe ekskluziviteti . Gilboa (2001: 1) e përshkruan diplomacinë publike në kuptimin e përmbajtjes si aktivitete në fushën e informimit, edukimit dhe kulturës, të cilat drejtohen në vende të huaja me qëllim të ndikimit të qeverive të huaja nëpërmjet ndikimit të qytetarëve të tyre. Pjesa më e madhe e autorëve në këtë fushë (në Leonard, 2002) bien dakord mbi efektet e dëshiruara të aktiviteteve të ndryshme të diplomacisë publike: të bëjnë që mesazhet e transmetuara të »dëgjohen«, të pranohen dhe të kuptohen, të krijojnë dhe të forcojnë brenda publikut të synuar një lidhje pozitive në drejtim të politikave të komunikuar dhe me këtë për të konsoliduar njohjen, imazhin pozitiv, reputacionin dhe pozitën ndërkombëtare të vendit amë.

Për të përmbledhur, diplomacia publike mund të definohet thjesht si një formë e komunikimit bindës me publikun e huaj në kontekst të përmbushjes së qëllimeve të politikës së jashtme. Në parim, ne flasim për komunikim bindës, me të cilin qeveritë po përpqen nëpërmjet informacionit dhe bindjes për të ndikuar në opinionet dhe qëndrimet e publikut jashtë vendit apo më mirë në vendet e huaja, me qëllim që të krijojë një presion të duhur mbi politikëbërësit dhe me këtë ndikojnë në vendimet dhe aktivitetet e qeverive të tyre në përputhje me qëllimet dhe interesat e tyre (Gruban, 2002: 10).

Është fakt se diplomacia publike nuk konsiston vetëm në informimin në kuptimin e transmetimit të informacionit objektiv, "neutral", por në thelb është përcaktuar pikërisht nga "intencionaliteti" i tij, apo qëllimi i tij për të bindur. Prandaj ne do të krahasojmë përkufizimet më themelore të bindjes dhe propagandës. Bindja është një proces kompleks i vazhdueshëm interaktiv, në të cilin komunikuesi po përpqet të ndikojë në partnerin e komunikimit, të pranojë pozicionet e propozuara dhe modelet e sjelljes (personi i bindur duhet të zgjerojë ose të ndryshojë perceptimet e tij / saj për ngjarjet në botë) (*Vreg, 2000: 92*). Në kundërshtim me atë propagandë« përdor dhe abuzon modelin e komunikimit bindës të varësisë dhe reciprocitetit të ndërvuar, për të krijuar një shfaqje të komunikimit të barabartë, dypalësh dhe kënaqje të nevojave dhe interesave të publikut ». (*Vreg, 2000: 116*) Propaganda mund të kuptohet edhe si "komunikim me një kuptim, zakonisht gjysmë i vërtetë, i projektuar për të bindur opinionin publik." (*Grunig, 1993: 147*). Pavarësisht nga kjo shumë autorë paralajmërojnë për ndërlidhjen e proceseve aktuale. Kunczik (2003: 400) flet për një lojë semantike midis kushteve të diplomacisë publike, propagandës, marrëdhënieve publike dhe

reklamave. Tuch (1990: 9) po argumenton se propaganda do të ishte një term më i kënaqshëm nëse do të përdoret në kuptimin e tij original dhe jo të ngarkuar me konotacione negative të kushtëzuara historikisht. Në mënyrë të ngjashme, Vreg (2000: 103) konkludon se çdo bindje komunikuese përmban elemente të propagandës politike, e cila ka një kuptim magjepsës, prandaj një konotacion i manipulimit dhe argumentimit të rremë.

Prandaj sipas mendimit tonë ne mund të flasim për diplomacinë publike edhe në kontekstin e të ashtuquajturës propagandë ndërkombëtare, siç kuptohet nga Vreg (2000: 109): »... është një komunikim i shteteve kombëtare për të ndikuar në sjelljen politike relevante të njerëzve të kombeve dhe vendeve të tjera. "Megjithëse, në kuptimin tonë të këtij modeli të bindjes-propagandës, në thelb përjashtohen fuqitë e forta, ndërsa diplomacia publike po përdor kryesisht sistemin e ashtuquajtur pushtet të butë, domethënë aftësinë për të arritur qëllimet e dëshiruara të politikës së jashtme nëpërmjet krijimit të atraktivitetit të politikës, bindjes, përcaktimit të agjendës së mediave-publike me qëllim të transformimit të preferencave të vendeve të tjera, ndjekjes së tyre dhe pajtimit me aktivitetin e dëshiruar (*Nye dhe Oëns, 1996: 9*).

Detyrat themelore të diplomacisë, siç janë përcaktuar nga e drejta ndërkombëtare, janë përfaqësimi, negociimi dhe vëzhgimi (*Benko, 1997: 258*). Neni i tretë i Konventës së Vjenës (1961) mbi Marrëdhëniet Diplomatike përcakton funksionet e misioneve diplomatike si të tilla: përfaqëson shtetin dërgues brenda shtetit pritës; mbrojtja e interesave të shtetit dërgues dhe qytetarëve të tij brenda shtetit pritës; negociatat me qeverinë e shtetit pritës, duke u njohur me të gjitha mjetet legjitime me kushtet dhe rrjedhën e ngjarjeve brenda shtetit pritës dhe duke raportuar mbi qeverinë e shtetit dërgues; përparimin dhe zhvillimin e marrëdhënieve miqësore. Diplomacia publike është gjithashtu në kohët moderne duke mbetur brenda detyrave dhe funksioneve të përcaktuara, duke marrë në konsideratë dimensionin specifik të fushës publike: për shembull, një diplomat modern përfaqëson dhe interpreton publikisht pozicionet e vendit të tij (mediat dhe publiku, paraqitjet), po raporton dhe komenton atmosferën e opinionit publik dhe mediave në shtetin mikpritës, po bashkëpunon me mediat dhe udhëheqësit e opinioneve, po bën kontakt me përfaqësues të rëndësishëm të ekonomisë, grupeve të interesit, shkencave, institucioneve akademike dhe të tjera.

Ne mendojmë se disa nga këto (zakonisht) aktivitete diplomatike mund të karakterizohen si aktivitete lobimi. Lobimi në kuptimin e duhur të fjalës, d.m.th. si një grup i veçantë i detyrave dhe aktiviteteve profesionale, me ndihmën e të cilëve ata duhet të kenë në rrjetet institucionale joformale, ndikojnë në procesin e vendimmarrjes në emër të përfitimeve të veçanta të përgjithshme ose

përfitimeve të grupeve specifike e njerëzve, nuk mund të bëhet segmenti qendror dhe përcaktues i diplomacisë publike (*Mack, 1989 në Kovač, 2000*). Në këtë kontekst do të ishte më e ndjeshme të merrej një trajtim i veçantë i rolit të të ashtuquajturës diplomaci ekonomike, e cila punon në funksion të nxitjes së interesave ekonomike dhe aktorëve të shtetit amë jashtë vendit.

7. Reaksioni i dëshiruar rezultat i diplomacisë publike efektive

Diplomacia publike pas përfundimit të Luftës së ftohtë filloi të ketë rëndësi më të madhe. Në këtë periudhë u bënë ndryshime të mëdha globale në aspektin pozitiv. Në shumë shtete të Evropës Lindore u përhapën proceset e demokracisë, filloi rritja e madhe e mediave dhe u rrit numri i organizatave joqeveritare në nivel global, pushteti ndryshoi natyrën e vet dhe pati ndryshime në lirinë e kufizuar të mëtejshme për veprimin e qeverive kombëtare. Edëard Morou, diplomacinë publike e përcaktoi nëpërmjet dallimit të diplomacisë tradicionale, në atë mënyrë se diplomacia publike përfshin ndërlidhje jo vetëm me qeveritë, por gjithashtu me personat dhe organizatat joqeveritare. Sfida për diplomacinë publike është të lidhin debatet kombëtare konkurruese dhe hapin rrugën për ndryshim.

Qëllimi nuk do të jetë vetëm të fitojë betejën për opinionin publik në vend, por më tepër për të bindur publikun në shumicën e shteteve për t'i parë ato probleme nga perspektiva jonë dhe të ushtrojnë presion mbi qeveritë kombëtare. Për të arritur këto qëllime nevojiten gjëra të mira koordinimi i atyre që avokojnë për ndryshime – sektori qeveriar dhe joqeveritar. Kuptimi i diplomacisë publike qëndron në prezantimin dhe duke promovuar vlerat e tyre në vende të tjera, të cilat janë më të thjeshta mënyrë, për të bërë një imazh pozitiv për bartësin shtetëror dhe për të rritur nivelin e mbështetjes së interesave të saj. Diplomacia mbulon aktivitetet e organizuara të sektorit publik për disa shtete ndaj strukturave civile të vendeve të tjera. Përmbajtja që janë të transmetuara përmes kësaj rruge nuk janë drejtuar drejt qeverisë së vendit të synuar, por atyre grupeve shoqërore dhe shtresave shoqërore që janë në atë vend në mënyrë indirekte ndikojnë në krijimin e politikës, dhe në një kuptim më të gjerë, opinionin i përgjithshëm publik. Informacione dhe mesazhe të diplomacisë publike janë të destinuara për intelektualët, akademikët, studentët, etj, pavarësisht nga mosha dhe profesioni. Mesazhet dhe informacioni transmetohen jashtë më shpesh në gjuhën e shtetit pritës.

Diplomacia sekrete ishte në të vërtetë e mbushur me të ashtuquajturën diplomaci të hapur dhe demokratike, e cila u prezantua nga presidenti amerikan Ëoodroë Ëilson në sistemin ndërkombëtar pas Luftës së Parë Botërore: »Bisedimet e hapura të paqes me pjesëmarrje të hapur,

pas së cilës nuk do të ketë më marrëveshje të fshehta ndërkombëtare dhe diplomacia gjithmonë do të veprojë sinqerisht dhe para syve të publikut të gjerë. "*(Morgenthau, 1995: 669)*. Themelimi i një koncepti të tillë përbënte një model themelor të një diplomacie demokratike, e cila rrjedh nga fakti se një diplomat (si një nëpunës publik) ishte i nënshtruar ndaj ministrit të jashtëm, ministri i jashtëm (si anëtar i qeverisë) është përgjegjës dhe varet nga shumica parlamentare, ndërsa parlamenti përfaqëson vullnetin e popullit sovran (*Nicolson, 1963: 42*). Në fakt, kërkesa për një diplomaci të hapur fillimisht nënkuptonte një kërkesë për të informuar publikun për të ditur se negociatat po mbahen (përveç në raste të rralla) dhe si rrjedhojë e këtij rezultati marrëveshjet ndërkombëtare janë publikuar (*Rangajaran, 1998: 21*).

Me këtë, ne kemi në njëërën anë fshehtësinë ose diskrecionin e lejuar në negociata, të nevojshme për funksionalitetin e tyre, ndërsa në anën tjetër ne marrim hapjen e veprimtarisë diplomatike ose më mirë informacionin në lidhje me veprimtarinë diplomatike (botimin e rezultateve të negociatave, duke ndjekur negociatat, konferencat për shtyp etj.) si një kusht për mbikëqyrjen demokratike të publikut mbi politikën e jashtme dhe verifikimin e saj në kuptimin e debatit parlamentar dhe ratifikimin e traktateve ndërkombëtare. Prandaj, në parim, kuadri bazë për aktivitetet e ndryshme diplomatike, duke përfshirë atë publik, sot përfaqësohet nga sistemet politike parlamentare-demokratike dhe për këtë arsye nuk mund të flasim as të diplomacisë së fshehtë e as transparente, por të diplomacisë, e cila balancon diskrecionin dhe publicitetin e aktiviteteve të tij me një masë të duhur.

Diplomacia publike është komunikimi i një aktori me qytetarët e vendeve të huaja. Ky aktor mund të jetë përfaqësues i shoqërisë civile, një organizatë joqeveritare apo shumëkombëshe, gazetar apo medium, specialist i ndonjë sektori të ndryshëm i industrive, i politikës ose pjesëtar i ndonjë publiku.¹ Sot me diplomacinë publike nënkuptojmë komunikimin e aktorëve shtetërorë dhe joshtetërorë, organizatave joqeveritare, korporatave, individëve etj. - me publikët e jashtëm. Qëllimi themelor i aktorëve të komunikimit është informimi, ndikimi dhe angazhimi për të realizuar objektiva politike e ekonomike të vendit. Për të arritur këto objektiva, komunikohet me publikët e huaj nëpërmjet mjeteve të ndryshme, përfshirë mediat ndërkombëtare, „kultivimin“ e gazetarëve

¹ *New public diplomacy in the 21st century : a comparative study of policy and practice*, London- New York: Routledge, 2013, f. 1.

ndërkombëtarë dhe studiuesve, aktivitete kulturore, shkëmbime arsimore dhe bursa studentësh, vizita dhe konferenca të programuara, publikime etj¹.

Lidhur me përkufizimin e diplomacisë publike janë marrë studiues dhe praktikues të ndryshëm. Edmund Gullion, drejtues i Qendrës për Diplomaci Publike “Murroë” në Universitetin Tufts dhe ish-drejtori i USIA-s, i cili e krijoi nocionin, në vitin 1966, e përkufizon diplomacinë publike si aktivitet që mëton “ndikimin e qëndrimeve, formimin dhe ekzekutimin e politikës së jashtme”². Ai thotë se me diplomaci publike nënkuptojmë “mjetet me të cilat qeveritë, grupe private dhe individë, ndikojnë në qëndrimet dhe opinionet e popujve të tjerë dhe të qeverive, në mënyrë që të ushtrojnë ndikim në vendimet e tyre të politikës së jashtme”³.

“Diplomacia publike bazohet në marrëdhënien e ndërlikuar mes tre përbërësve të mëdhenj: qeverisë, mediave dhe opinionit publik”⁴.

Në vitet e ’70-ta të shekullit të kaluar aktorët themelorë kanë qenë qeveritë si dhënëse të mesazhit, publikët e huaj paraqiten si marrës të mesazhit, ndërsa mediat - si kanal ndërmjetësues komunikimi..

Më vonë aktorët e diplomacisë publike sa vijnë e shtohen. Si aktorë komunikues me publikët e huaj përveç qeverisë, dalin edhe aktorët joshitetërorë të një vendi, si: organizata të ndryshme joqeveritare, organizata ndërkombëtare, korporata etj. , të cilat janë në bashkëpunim me shtetin ose funksionojnë si të pavarura. John Lee, studiues i diplomacisë publike që në vitin 1968 thotë se “ne jetojmë në epokën e diplomacisë publike, ku dialogu me njëri-tjetrin është më i rëndësishëm sesa komunikimi ndërmjet qeverive”. Me fjalë të tjera, Lee fokusonte opinionet e jashtme, në vend të diplomacisë tradicionale që synon komunikimin qeveri me qeveri. Sipas Lee studiues i komunikimit me “njëri-tjetrin”, me vonë për të komunikuar do të shtohen aktorët e komunikimit. Me këtë rast komunikimi do të përfshijë individët e vendeve të ndryshme, përtej komunikimeve të zyrtarëve shtetërorë.

¹ Evan H. Potter , “Canada and the New Public Diplomacy”, International Journal, Winter 2002-2003, f. 47. (4364) <http://www.jstor.org/stable/40203812?seq=1> dhe: Evan H. Potter , “Canada and the New Public Diplomacy” Netherlands Institute of International Relations „Clingendael” ISSN 1569-2981, f. 47.

² James Pamment, *New public diplomacy in the 21st century : a comparative study of policy and practice*, London- New York: Routledge, 2013, f. 6.

³ Edmund A. Gullion, *Definitions of Public Diplomacy*, në: <http://fletcher.tufts.edu/Murrow/Diplomacy/Definitions>

⁴ Stuart N. Soroka, *Media, Public Opinion, and Foreign Policy*, Press/Politics 8(1), f. 28.
Available in: <http://people.mcgill.ca/files/stuart.soroka/SorokaHIJPP2003.pdf>

Qendra Murroë, në njërën nga broshurat e saj ¹ diplomacinë publike e përshkruan si më poshtë:

"Diplomacia publike ... merret me ndikimin e qëndrimeve publike në formimin dhe zbatimin e politikave të jashtme. Ajo përfshin dimensione të marrëdhënieve ndërkombëtare përtej diplomacisë tradicionale; kultivimin nga ana e qeverive, të opinionit publik në vendet e tjera; ndërveprimin e grupeve dhe interesave private të një vendi - në një vend tjetër; raportimi i punëve të jashtme dhe ndikimi i saj në politikë; komunikimit ndërmjet atyre puna e të cilëve është komunikimi..."²

Kjo na tregon se prej aktorëve shtetërorë në fushën e komunikimit të diplomacisë publike na dalin edhe aktorë të tjerë privatë dhe grupe të tjera interesi të cilët komunikojnë me publikët e jashtëm.

KAPITULLI II

1.Diplomacia publike në SHBA

Diplomacinë publike të parët e kanë zhvilluar SHBA-të. Ajo lidhet me emrin e USIA-s (United States International Agency). Misioni i Diplomacisë publike amerikane ka qenë që të kuptojë, të informojë dhe të ndikojë në publikun e jashtëm në sektorin e politikës së jashtme për të promovuar interesat kombëtare amerikane dhe të rrisë dialogun ndërmjet institucioneve amerikane dhe amerikanëve me kundërshtarët e tyre në botën e jashtme³.

USIA është formuar në gusht të vitit 1953 në kuadër të Departamentit të Shtetit⁴. Radio 'Zëri i Amerikës' dhe televizioni 'Marti' (dedikuar Kubës), ndërsa më vonë edhe Radio Free Europe (për Evropën), Radio Liberty dedikuar ish-Bashkimit Sovjetik⁵, kanë vepruar nën mbikqyrjen e USIA-s. Objektivi kryesor i tyre ka qenë lufta propagandistike kundër komunizmit dhe

¹ Nicholas J. Cull, "Public Diplomacy before Gullion-The Evolution of a Phrase", f. 19. in: Nancy Snow & Philip M. Taylor (ed), Routledge Handbook of Public Diplomacy, New York-London, Routledge, 2009.

² <http://fletcher.tufts.edu/Murrow/Diplomacy>

dhe <http://publicdiplomacy.org/pages/index.php?page=about-publicdiplomacy#3>

³ Tezë për mbrojtjen e gradës 'Doktor' Komunikimi në diplomacinë publike, doktoranti Ma.Hasan Saliiu, Tiranë,f.210

⁴ Patrizia Laurano, *Fondamenti di comunicazione politica internazionale*, Bonano Editore, Roma, 2006, f.29

⁵ Po aty f.30

afirmimit të demokracisë të popujt e vendeve të ndryshme. USIA me akt ligjor është autorizuar për aktivitete të Programit të bursave Fulbright. Ajo gjithashtu vepron përveç në disa vende edhe në Kosovë. Kjo agjenci në vitin 1999 shkrihet në kuadër të Departamentit të Shtetit në Zyrë të Punëve Publike. Udhëhiqet nga Zëvendësekretari për Diplomaci Publike dhe Punë Publike¹.

Disa media të shtetit si “Zëri i Amerikës”, Radio Free Eurpe , Radio Liberty, RTV Marti, kanë qenë nën Këshillin Administrues Radiopërhapës të kodifikuar si etnitete të pavarura, por të ndarë nga Departamenti i shtetit. Rëndësi të veçantë diplomacisë publike në vitin 2002 i kushton Administrata e Geogre E. Bush duke ndërmarrë një varg aktivitete në sferën e diplomacisë publike. Këtu përfshihen spote publicitare drejtuar vendeve arabe , radio, televizioni, shtypi dhe interneti me publicitete dhe publikime të ndryshme. Në vitin 2002 programi i radio “Saëa” synon që të rinjtë arabë t’i joshë me muzikë të përzier amerikano-arabe. Revista “Hi” nëpërmjet faqes së internetit nxit të rinjtë amerikanë për dialog me të rinjtë arabë². Në vitin 2004 SHBA lansojnë televizionin satelitor “Al Hurra” si përcjellës – konkurrent ndaj televizioneve me popullaritet siç janë “Al Jazeera “ dhe “ Al Arabiya”³.

Më 4 shkurt të vitit 2009 Robert M. Hathaëay, drejtor i Programit të Azisë të qendrës së studimeve ndërkombëtare Eoodroë Eilson i jep Barak Obamës , presidentit të SHBA-ve, studimin për diplomacinë publike kundrejt Pakistanit. Pakistani është njëri ndër 6 shtetet me popullsi më të madhe në botë. Është me fuqi bërthamore dhe vend jostabil. Kështu duket se amerikanët ndërtojnë strategji diplomatike për veprime me vendet me të cilat kanë mosmarrëveshje. Zyra e qeverisë për diplomaci publike Gao në vitin 2003 para Dhomës së Përfaqësuesve paraqet një studim. Në të hulumtohet në hollësi edhe qëndrimi i opinionit mysliman ndaj SHBA-ve. Gjithashtu jepen edhe rekomandime për qeverinë amerikane se çfarë strategjie diplomatike duhet ndjekur në raport me Lindjen e Mesme, në Azi si edhe në Afrikë.

Diplomacinë publike amerikane , duke marrë për bazë natyrën dhe intensitetin e angazhimit , mund ta ndajmë në tri periudha. Periudha e parë lidhet me atë të Luftës së Ftohtë. Në këtë periudhë Amerika bënte përpjekje të shpërndajë vlera në Evropën e ndarë dhe të trazuar. Faza e dytë mund të thuhet se fillon me rënien e Murit të Berlinit. Ndërsa faza e tretë e diplomacisë publike amerikane

¹ Po aty f. 30.

² R.S Zahama, *Battles to Bridges, - US Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11* Palgrave Macmillan, 2010, f.10.

³ Po aty f.30

është ajo e rigjallërimit të saj. Kjo fazë e tretë nismën e ka me sulmin terrorist më 11 shtator të vitit 2001.

Diplomacia amerikane pas 11 shtatorit të vitit 2001 i rriti masat e diplomacisë së saj. Kjo mund të shihet në një raport të prezantuar nga nënsekretarja amerikane e shtetit, Charlotte Beers , e cila ishte përgjegjëse për diplomaci publike në kohën e pas 11 shtatorit.

“Duhet të rrisim dhe përmirësojmë aftësitë tona për të folur me funksionarët e qeverive dhe elitave. Në të njëjtën kohë duhet të përmirësojmë sistemin tonë të komunikimit me të rinjtë, veçanërisht në Lindjen e Mesme dhe në jug dhe në Juglindjen-aziatike dhe me të rinjtë jashtë qyteteve. Për të zgjeruar publikun tonë, për të përfshirë sa më tepër të rinj deri në moshën 20-vjeçare, duhet të zhvillojmë plane, resurse dhe skuadra për të aktivizuar edhe ndërmarrje të mëdha shumëkombëshe si dhe shkëmbimin e studentëve. Duhet të shtojmë vizitorët shkëmbyes dhe të flasim për vlerat tona të përbashkëta dhe të demonstrojmë aspekte të demokracisë që çojnë në përparime personale. Duhet gjithashtu të shtojmë formacionet tona të zyrtarëve publikë për një diplomaci moderne dhe të përfshijmë marketingun dhe komunikimin. Programet synojmë t'i shtojmë në publik më të gjerë për të ushtruar sa më mirë ekipet tona të diplomacisë publike. Kemi gjetur tashmë një këshilltar të jashtëm për të na ndihmuar në forma të tilla kërkimesh të sotifikuara. Kemi provuar një program të shkëmbimeve ndërkombëtare dhe më lejon ta ilustroj këtë: sapo kemi pasur një guximtare, një gazetare dhe romanciere saudite që ka pasur kurajën të shprehë ankthin që e kishte mbërthyer e cila kishte ardhur për të vizituar SHBA-të. Këto janë fjalët e saj:

“ Të gjithë thonë se perëndimorët janë të këqij, por s'është e vërtetë. Njerëzit thonë një mal me rrena për perëndimin. Personat që kam takuar janë mjaft dashamirës. Askush s'të shikon dhe s'të ndjek nga pas. Askush nuk hedh paratë, nuk lënë ushqimin këndeje e andej, respektojnë kufijtë. Në Amerikë gratë dhe burrat bashkëpunojnë për ta bërë jetën më të mire. Gratë janë të forta, pleqtë janë aktivë dhe të angazhuar”. Më besoni se kemi numër të madh të transformimeve. E them këtë shembull sepse jemi në gjendje që të aktivizojmë disa nga 700 mijë vizitorët dhe kemi pranuar në këmbim qindra e mijëra studentë pikërisht për të forcuar këtë këndvështrim dhe baraspeshë.

Jemi duke bërë Odën amerikane e cila do të përdorë realitetin virtual dhe do ta prezantojë kulturën amerikane në një telajo, kompjuter të lidhur me të dhëna, rrugë etj. Do të lidhemi me dikë si ata në Amerikë (vizitorë të huaj me mendje të hapur) dhe shpresojmë që t'i vendosim këto dhoma edhe në universitete, biblioteka, qendra tregtare në autobusë brenda qytetit dhe qytete më të vogla. Shpresojmë që ata (të huajt në vendin e tyre) të reagojnë si katalizatorë për një dialog më të hapur.

Jemi në gjendje që të ofrojmë ardhje sa më të madhe në Amerikë të gazetarëve, shkrimtarëve, producentëve televizivë, të cilët kur të kthehen në shtëpi mund të ofrojnë një intuitë tjetër dhe nga perspektiva krejtësisht të ndryshme nga ajo e deritanishmja. Kemi nevojë që të krijojmë një qendër mediale për gazetarët dhe reporterët myslimanë dhe për t'i ndihmuar që të bëjnë intervista direkte me funksionarë amerikanë.

Jemi në gjendje të transformojmë teknikat e mësimin të anglishtes me histori me vlera më të mëdha përmes pamjes dhe muzikës. Jemi në gjendje për të kërkuar ndihmë palës së tretë që janë autentikë për të përcjellë mesazhet tona si myslimanëve amerikanë të cilët janë duke formuar grupe të ndryshme forumesh ose organizatash e konferencash të ndryshme. Jemi në gjendje që të punojmë me stacionet kryesore televizive satelitore si ato të Lindjes së Mesme Broadcasting Company (MBC), libanezen LBC, Al Jazeera dhe televizionet tjera dhe të ardhme të hapura ndaj programeve të reja të cilat mund t'ua ofrojmë. Janë ofruar programe nga Hollywood, Discovery, PBS të cilat i kemi blerë ne. Jemi në gjendje për të krijuar programe të reja plotësisht në gjuhën arabe, revistë për të rinjtë, në internet programe për formime etj.

Jemi duke bërë një sërë angazhimesh kundër bindjes së përhapur se jemi një shoqëri materialiste. Ato janë në programet e USAID-it. Jemi duke bërë storje të punëve dhe ndërtimeve në shumë vende.

Edhe në këto çaste kur është kaq e popullarizuar antipatia ndaj SHBA-ve në Lindjen e Mesme dhe në Jug dhe në Juglindjen aziatike, kemi gjetur vlera të përbashkëta si: besimi, dashuria ndaj familjes, arsimi dhe atributet kryesore të nderit. Të gjitha këto mund të jenë argumente shumë të rëndësishme për bashkëbisedime të politikës sonë të jashtme. Ka edhe të rinj të cilët joshen nga teknologjia e përparuar amerikane dhe duan të studiojnë këtë. Ja përse kësaj radhe është kaq urgjente që të mbështeten këto programe “¹.

Shefi i ri i diplomacisë publike të Departamentit Amerikan të Shtetit mendon se imazhi i Shteteve të Bashkuara jashtë vendit mund të riparohej pasi u dëmtua gjatë administratës së Bushit,. Ishdrejtori ekzekutiv i medias Judith McHale foli për Zërin e Amerikës në ditën e vet të parë të punës si Nënkretar i Shtetit për Diplomaci Publike. Mc Hale nuk parashikon çudira në rritjen e përkrahjes për Amerikën në botën e jashtme, kur hulumtimi i fundit , gjatë administratës së mëparshme, tregoi

¹ *Charlotte Beers, Public Diplomacy, Plans for the Future (raport në Komitetin e Senatit Amerikan për Marrëdhënie të Jashtme, 11 qershor 2002). Raporti i plotë gjendet në web faqen e Departamentit Amerikan të Shtetit në: <http://2001-2009.state.gov/r.us/12170.htm>] Marrë nga Tezë për mbrojtjen e gradës 'Doktor' Komunikimi në diplomacinë publike, doktoranti Ma.Hasan Salu, Tiranë,f.210 f. 12-13.*

nivel të ulët historik. Politika e jashtme e presidentit Gorge Bush qe perceptuar si tepër unilaterale dhe e multiplikuar. Megjithatë, nënsekretari i ri thotë se Amerika bëri një hap përpara duke filluar me zgjedhjen dhe inaugurimin e një presidenti të ri që ka lidhje familjare në Kenia dhe kaloi një kohë të rinise së tij në Indonezi.

"Zgjedhja e tij me sa duket ndihmoi në riparimin e imazhit tonë në botë, në mënyra të ndryshme. Rrënjët e saj dhe rrugët e jetës japin një perspektivë të ndryshme për botën. Mendoj se bota ka vullnetin për t'u lidhur me këtë vend. Në një fjalim inaugurues, ai bëri një pikë të rëndësishme kur foli për dorëheqjet dhe mendoj se shumë njerëz duan të bëjnë të njëjtën gjë ", tha McHale në një intervistë në Zërin e Amerikës.

"McHale tha se presidenti do të ketë një fjalim politik në Kajro më 4 qershor, në të cilin ai pritet të kërkojë pajtimin me vendet myslimane. Pritet të jetë një ngjarje jashtëzakonisht e rëndësishme për diplomacinë publike të SHBA.-së si pjesë e përpjekjes për t'i sjellë vendet më afër nivelit të partneritetit."

McHale, që ka punuar për 20 vjet në televizionin kabllor të Discovery Communications, ka thënë se ajo ka zhvilluar një interes për politikën e jashtme dhe veçanërisht për çështjet afrikane si bijë e një diplomati amerikan në epokën e periudhës së aparteidit në Afrikën e Jugut.

Kompania e McHale vepron në mbi 170 vende të botës. Nga kjo përvojë ajo thotë se çelësi i Amerikës për arritjen e popullsisë jashtë vendit dhe sidomos në mesin e popullatës së re është përmes mediave të reja, jo vetëm televizionit kabllor, por edhe nëpërmjet rrjeteve të komunikimit mobil dhe rrjeteve sociale në internet. "Ne duhet të kuptojmë se si funksionon sot. Cilat janë gjërat më të rëndësishme për ne që do të na ndihmojnë të arrijmë te miliarda njerëz në mbarë botën? Nuk ka asnjë mënyrë tjetër sesa të futësh në lojë mediat e reja. Kur shikoni demografinë në të gjitha rajonet që duam të arrijmë, vërejmë se në shumë raste ku popullsia është nën moshën 25 apo 20 vjeç, mbështetja në teknologjinë e re është masive, "thotë ajo. McHale do të ketë 1 miliard dollarë në vit në Departamentin e Shtetit për komunikim, kulturë dhe programe të tjera shkëmbimi¹.

Struktura e diplomacisë amerikane tregon rëndësinë dhe reputacionin e vendit të vet. Aktivitetet e diplomacisë publike dhe departamentet që kanë të bëjnë me marrëdhëniet me publikun dhe kujdesin për reputacionin e Shteteve të Bashkuara në kuadër të Departamentit Amerikan të Shtetit, janë të menaxhuara drejtpërdrejt nga nënsekretari për Diplomaci Publike dhe Marrëdhënie

¹ <https://mk.voanews.com/a/a-42-2009-05-28-voa12-86504992/446281.html>

me Publikun. Marrëdhëniet me publikun e huaj dhe reputacionin e Shteteve të Bashkuara, pavarësisht angazhimeve të diplomacisë zyrtare, me dekada janë përforcuar format e diplomacisë publike, shpesh përmes fondeve të veçanta dhe programeve të veçanta si Programi Fulbright, Hubert Humphrey, programi JFDP dhe programin Front Broën.

Programi Fulbright është një nga format më prestigjioze të diplomacisë publike në SHBA dhe në botë. Ky program bashkëpunon me mbi 150 vende dhe çdo vit, në kompetencë të këtij fondi, intelektualë nga e gjithë bota marrin njohuri të reja në fushën e diplomacisë publike. Kështu Shtetet e Bashkuara, në këtë mënyrë krijojnë kushte të përshtatshme, për të forcuar marrëdhëniet ekzistuese dhe për të krijuar ura të reja të bashkëpunimit në fushën e komunikimit me vendet. Studimet e Qendrës për Studime (Research Center) "Peë PJU" për periudhën prej vitit 2003 (lufta në Irak) deri në vitin 2005, disponimi anti-amerikan, jo vetëm në botën arabe, por edhe në vendet tradicionalisht mike rritet ndaj Shteteve të Bashkuara. Në 47 vende, në të cilët janë kryer kërkime vetëm në Izrael dhe në disa vende të Afrikës Qendrore, disponimi ndaj SHBA është pozitiv, d.m.th. më shumë se 50% e të anketuarve kanë shprehur simpati për politikën e SHBA-ve.

Nën udhëheqjen e Karen Hughes (që pas zbulimit të këtyre sondazheve paraqiti një dorëheqje të paravokueshme nga posti i zëvendëssekretarit të Shtetit për Diplomacinë Publike) u ngrit në Departamentin e Shtetit Qendra e Komunikimit Kundër Terrorizmit. Ky institucion ishte i obliguar të zhvillonte strategji për përmirësimin e imazhit dhe marrëdhënieve të Shteteve të Bashkuara. Kanalet televizive arabe dhe kanalet e tjera televizive ndërkombëtare u monitoruan për 24 orë dhe u analizuan mendimet dhe disponimet anti-amerikane. Ambasadorëve amerikanë u është dhënë më shumë liri në marrëdhëniet e tyre me mediat në vendet pritëse në mënyrë për të mundur të ndikojnë në opinionin publik. Diplomacia publike ndërmerr një sërë masash dhe hapash të tjerë. Organizohen turne me muzikantë amerikanë si "ambasadorë kulturorë" të Shteteve të Bashkuara, si dhe me yje të shumtë të sportit dhe aktivitete të tjera të shumta me qëllim të përmirësimit të perceptimit të Shteteve të Bashkuara.

Ndërmerren aktivitete të shumta si hapja e kampeve verore dhe shkollave për mësimin e gjuhës angleze, kompjuterëve dhe aktivitete sportive. Në këtë drejtim në fokus të veçantë janë fëmijët dhe të rinjtë nga mosha 8-14 vjet. Gjithashtu bëhet forcimi i veprimtarisë së ambasadave amerikane në ato vende ku është zvogëluar popullariteti për vendin e tyre. Më tepër fonde dhe energji janë shpenzuar në të ashtuquajturat ndërhyrje në ciklet e mediave, të cilat ekspertët amerikanë në diplomacinë publike i konsiderojnë si më efektive. Qendra të specializuara për

përgjigje të shpejtë në postimet e mediave punojnë nga disa qendra: Brukseli, Londra dhe Dubai. Më të rëndësishëm nga këto qendra amerikanët e konsiderojnë Brukselin. Këtu ndërtojnë një studio televizive. Në Bruksel janë të akredituar 1200 gazetarë të huaj. Ndërhyrja në ciklet e medias ka për qëllim të shpjegojë dhe komentojë mbi politikën amerikane, vendimet dhe veprimet e saj.

Qëllimi kryesor është, natyrisht, të ndikojë dhe të korrigjojë raportet dhe reportazhet e mediave, me qëllim që të lehtësojë dhe përmirësojë disponimin e publikut të jashtëm për Shtetet e Bashkuara. Derisa buxheti ustarak i SHBA-ve është mbi 200 miliardë dollarë, në këtë periudhë (2005-2007), investimet publike amerikane në diplomacinë publike janë pak më shumë se 900,000,000 dollarë.

2.Diplomacia publike e Britanisë

Qëllimi i diplomacisë publike është për të influencuar opinionin në grupet e synuara për të lehtësuar Qeverinë Britanike, kompanitë britanike apo organizata të tjera britanike për t'i arritur qëllimet e tyre. Pasqyra e përgjithshme e Britanisë në vende të ndryshme është me rëndësi të madhe, por nuk mund të thuhet se ky është i vetmi faktor. Faktori më i rëndësishëm, si zakonisht, është politika aktuale e Qeverisë Britanike dhe kushtet në të cilat ajo është shpallur dhe shpjeguar nga ministrat. Në shumicën e shteteve, pozita ndërkombëtare e Britanisë është pozitive. Vëzhgimi i verbër dhe i hapur i interesave kombëtare, në një llogari të huaj, është negativ. Për shembull, duke u përballur me një krizë të qeverisë me mishin e viçit në verë të vitit 1996 ka pasur një ndikim negativ jo vetëm në aftësinë e Britanisë për të luftuar çështje të tjera evropiane, por edhe qëndrimi ndaj Britanisë i disa shteteve që nuk janë anëtare të BE-së. (Sir Michael Butler, ish përfaqësues i përhershëm i Britanisë në Bashkimin Evropian, 2002).

Sipas të dhënave Britania e Madhe ka mjetet më të fuqishme informative e ndikuese në botë. ‘BBC vazhdimisht i tejkalon të gjithë rivalët për sa i përket mbulimit, ndikimit dhe reputacionit’. Përveç Këshillit Britanik që merret me diplomacinë publike, ajo ka edhe institucione të tjera të kësaj fushe. Me këtë aktivitet merret edhe DFID, Organizata Turistike Britanike, Fondacioni Ëëndministre etj. Këta institucione i kanë të ndara kompetencat e veta. FCO merret me menaxhimin e lajmeve së bashku me Këshillin Britanik, BBC-në. Bashkërisht drejtojnë dhe aktivitetet për krijimin e marrëdhënieve politike e kulturore. Në sferën ekonomike luan rol TPUK. Institucionet që duhet të sigurojnë burime për të tria sferat e DP, janë FCO. Këshilli Britanik, TPUK dhe UK.

Burimet më të rëndësishme të informacioneve për Britaninë janë shkruar prej 1700 korrespondentëve të huaj të vendosur në Londër. Korrespondentët e huaj do të duhet të shkruajnë lidhur me çështje të ndryshme në Britani. Kur ata , korrespondentët, u drejtohen dikastereve të tjera, ata nuk mund të marrin informacione për ndonjë veprimtari si p.sh. për transportin. Ndërsa çështja qëndron ndryshe me mediat e vendit. Ata kanë më shumë informacione në krahasim me gazetarët e huaj. Korrespondentët e huaj janë të detyruar të përcjellin mediat vendëse për të mbledhur informacione të duhura për një lëmë të caktuar dhe ndodh shpesh që ‘ duke raportuar për Britaninë ata i përsërisin lajmet senzacionale të mediave britanike pa dhënë kontestin të cilin publiku vendas e di nga përvoja. Mund të ndodhë ndonjëherë që infrastruktura në Britani të përshkruhet si e “botës së tretë”. Kjo për mediat britanike merret si retorikë, por kjo mund të nxirret nga konteksti dhe të raportohet nga shtypi i huaj. “Duke pasur parasysh këtë element , të paktën duhet pasur një koordinim më të mirë. Ndërsa më e pranueshme do të ishte që çdo sektor i qeverisë të ketë një njeri përgjegjës për mediat e huaja”¹.

Lidhur me komunikimin strategjik të Britanisë në fushë të ekonomisë lirisht mund të themi se dominojnë fushatat publicitare. Këto janë të destinuara për një publik të veçantë. Në sferën e kulturës mediat britanike depërtojnë nëpërmjet mundësive të ndryshme. Organizohen takime promovuese të rëndësishme me elemente kulturore. Këshilli Britanik në këtë sferë , duke pasur parasysh kulturën britanike e cila prodhon pasqyrë shumë mbresëlënëse të vendit, pasqyron vlerën e vërtetë të saj².

Shpesh kur janë paraqitur situata e përshtypje negative ndaj Britanisë, diplomacia publike nëpërmjet dimensionit të komunikimit ka reaguar me shpejtësi dhe në mënyrë adekuate. Shembull paraqet reagimi i ambasadës Britanike në Paris me rastin e fushatës së “lopës së çmendur” Ajo në mediat lokale dhe nacionale ka zhvilluar një sërë aktivitesh lidhur me çështjen në fjalë³.

Sipas një ankete të Through Other Eyes, që është zhvilluar në 30 vende në vitin 1999 ⁴ , informimi i opinionit të huaj për Britaninë është informuar prej këtyre burimeve:

- Komunikimi verbal;
- Shtypi lokal;
- Lajmet e televizioneve kombëtare;

¹ Tezë për mbrojtjen e gradës ‘Doktor’ Komunikimi në diplomacinë publike, doktoranti Ma.Hasan Salii, Tiranë,f.216.

² Mark Leonard, Public Diplomacy, London, The Foreign Policy Centre, 2002 , f. 76.

³ Po aty f. 76.

⁴ Po aty, f.77-78

- Libra;
- BBC Eorld;
- Shtypi britanik;
- Vizitë Britanisë së Madhe;
- Internet;
- Shtypi ndërkombëtar;
- Filma.

Për të pasur influencë më të fuqishme, BBC hapi në shumë vende radion lokale FM , me të cilën e rriti dëgjueshmërinë¹. Qëllimi i hapjes së këtyre radiove lokale ishte sepse në vende të ndryshme radiot lokale kanë dëgjueshmëri të madhe. Gjithashtu edhe në internet hapi disa faqe popullore. Ndër faqet popullore janë “Si të mësojmë anglisht”, “Kulturën e futbollit” etj. Për krijimin e marrëdhënieve më afatgjate, si dimension i tretë i diplomacisë publike, British Council dhe BBC luajnë rol mjaft të rëndësishëm. BBC është ndër mjetet më të fuqishme televizive në botë, ka shikueshmëri më të madhe. Me këtë ka krijuar ndjekës të emisioneve të saj. Emisionet e BBC gjatë viteve kanë krijuar opinione edhe në vendet e zhvilluara, si edhe në një numër vendesh në zhvillim. Sipas disa të dhënave BBC në vitin 2002 ka pasur një audiencë prej 60 milionë njerëzish në Afrikë. Këshilli Britanik me kurset e anglishtes nëpër vendet e ndryshme të botës në vitin 2001 ka pasur 350 mijë, ndërsa 800 mijë e kanë dhënë provimin e gjuhës, 40 mijë ishin të përfshirë në programet shkëmbyese nga Këshilli Britanik, 2500 studentë të huaj nga vende të ndryshme u inkuadruan asistentë nëpër shkollat britanike etj.

Gjithashtu Britania e Madhe në sferën e marrëdhënie afatgjate me vendet tjera i kushton kujdes të veçantë edhe bashkëpunimit me partitë politike. Këtu theks të veçantë i kushtohet këmbimit të përvojave politike me parti politike të vendeve të tjera, organizimi i debateve për vlera të përbashkëta dhe univerzale etj. Po ashtu në këtë realizohen edhe shkëmbime të ndryshme, ku përfshihen gazetarë, biznesmenë, nga sektori publik, pakicat kombëtare etj.² Të gjithë këto kuadro profesionale pasi kthehen në vendet e tyre luajnë rolin e liderit lokal të opinionit të diplomacisë publike.

Diplomacia publike e Britanisë zhvillon edhe me shtetin më të ri në Evropë, Republikën e Kosovës. Më 24 qershor 2011, Ministri i Punëve të Jashtme i Kosovës, Enver Hoxhaj, së bashku me

¹ Po aty , f.78

² Po aty f.8

Ambasadorin e Mbretërisë së Bashkuar Ian Cliff dhe Drejtorin e Këshillit Britanik në Kosovë, znj Arrieta Emra, nënshkruan një marrëveshje për të mbështetur projektin "Komunikimi me Evropën përmes diplomacisë". Qeveria britanike, nëpërmjet ambasadës së saj në Kosovë, ka miratuar një grant prej 141,658 euro, dhe Ministria e Punëve të Jashtme e Kosovës merr pjesë në projektin me 141,172 euro. Në ceremoninë e nënshkrimit, Ministri i Republikës së Kosovës, Enver Hoxhaj, ka thënë se ky projekt synon të promovojë diplomacinë publike si instrument për forcimin e marrëdhënieve mes Kosovës dhe vendeve që nuk e kanë njohur shtetin e sapoformuar në Ballkan. Ai thekson se "Qasja jonë është që Republika e Kosovës jo vetëm që duhet të ketë marrëdhënie të mira në nivel të qeverisë dhe shtetit, por duhet të nxisë marrëdhënie të forta dhe lidhjet në mes të qytetarëve, shoqërisë dhe institucioneve të shtetit të Kosovës me vendet e tjera". Ky projekt, të cilin plotësisht e menaxhon Këshilli Britanik në Kosovë, është që të përfshijë një numër të figurave të shquara publike, shoqërisë civile, medias dhe intelektualëve të dalluar në procesin e krijimit të lidhjeve të forta dhe do të synojë për të informuar dhe duke sqaruar situatën në Kosovë dhe sigurisht duke ndihmuar dhe mbështetur Ministrinë e Jashtme të Kosovës¹.

Përvojat me shkëmbimet shkencore, akademike dhe studentore janë të mëdha dhe sa i përket Këshillit Britanik. Në vitin 2001 nga Këshilli Britanik rreth 40,000 persona ishin të përfshirë në shkëmbimin e organizuar. Rreth 20.000 të rinj ishin përfshirë nga programi për tregtinë botërore "për të afruar të rinjtë" (Connect Youht), dhe 1800 studentë që studiojnë gjuhë të huaja, janë vendosur jashtë vendit si asistentë në universitete me renome. 2.500 studentë të huaj, të cilët janë në trajnim në Britaninë e Madhe, patën rast që nëpërmjet programeve të shkëmbimit të vendosen për asistentë të profesorëve në shkolla në të gjithë Mbretërinë e Bashkuar. Për këtë ka nevojë për kërkime në lidhje me diplomacinë kulturore dhe brendimin, si dhe mbi organizimin e këtyre shkëmbimeve të mësuesve, shkëmbimeve shkollore dhe shkëmbimeve shkencore.

Sondazhi, i kryer nga programi i shkëmbimit i Këshilli Britanik Chevening, tregon se përshtypjet e para të vizitorëve në Britani nuk janë gjithmonë pozitive ashtu siç do të donin të dëgjonin britanezët për veten dhe vendin e tyre. Ndoshta programeve britanike të shkëmbimit aktualisht u mungon atraktiviteti i disa programeve konkurruese të shkëmbimit, si programi Fulbright apo japonez JE. Rezultatet e një studimi të Këshillit Britanik (British Council) tregojnë se ju nuk mund të krijoni një mik më të mirë për vendin tuaj, nga ai që ju i keni mundësuar të përdorë shërbimet e disa prej programeve të shkëmbimit. Pamja për Britaninë, pikërisht me këtë lloj

¹ www.mfa-ks.net

programi, mund të marrë efektin e dëshiruar pozitiv. Për të ilustruar analizën e programeve të shkëmbimit, është mirë të përmendim tre programe të tjera të rëndësishme studimi, studimet në Atlantik, Greenëich dhe Cyt. I pari nga tre programet e studimit u themelua në vitin 1994, simbolikisht duke shënuar fillimin e 50-vjetorit të saj të zbarkimit të forcave aleate në Normandi dhe kontributin e SHBA-së në çlirimin e Evropës në Luftën e Dytë Botërore. Bursa Atlantike në politikat publike është projektuar për të tërhequr amerikanë jashtëzakonisht të talentuar të cilët tashmë kanë karrierën e vet (ose janë në mes të karrierës së vet), të kalojnë një kohë të caktuar në stërvitje e trajnime në Britani të Madhe. Bursa e Atlantikut ka tre qëllime më të rëndësishme: t'u mundësojë ekspertëve për politikë publike nga SHBA të përdorin idetë britanike dhe praktikat e mira dhe kështu të rrisin aftësinë e tyre për të kontribuar në politikëbërjen me Shtetet e Bashkuara. Gjithashtu të ndajnë ide për mënyra më të mira të veprimit në politikat publike, që padyshim do të ishte një përfitim reciprok, si dhe do të krijonte një rrjet transatlantik të ekspertëve të politikave dhe atyre që e praktikojnë atë për të nxitur bashkëpunimin dhe shkëmbimet që janë në vijim e sipër. Dhjetëra bursa të tilla sponsorizohen çdo vit nga Ministria e Punëve të Jashtme e Mbretërisë së Bashkuar. Këto bursa administrohen nga Këshilli Britanik në Shtetet e Bashkuara. Që nga viti 1994, 100 bursa të tilla prestigjioze u janë dhënë figurave të shquara, profesionistëve nga biznesi publik dhe sektori filantropik. Këto bursa kanë zgjatur prej gjashtë deri në nëntë muaj.

Programi i bursave City është themeluar në vitin 1994. Ky program ka bërë të mundur që të vijnë ekspertët e rinj amerikanë nga sektori i shërbimeve financiare për të punuar në Londër, sidomos në lagjet me popullsi më të madhe të emigracionit. Kjo skemë financohet nga bankat dhe firmat e shërbimeve financiare si: Natvest (Nat Ëest), nga banka skoceze J.P.Morgan Bank dhe Goldman Sachs (J.P.Morgan dhe Goldman Sashes). Vlera e përgjithshme e bursave të fituara deri tani kalon mbi 10 milionë dollarë. Bursa Greenëich për gazetarinë ndërkombëtare është themeluar në vitin 1999. Ajo ka për qëllim ngritjen e pakicave etnike në fushën e gazetarisë. 66 gazetarëve amerikanë nga pakicat etnike u jepet mundësia për të punuar për organizatat britanike të lajmeve si mentorë për gazetarët e rinj britanikë nga pakicat etnike, për një periudhë prej një viti. Qëllimet themelore të bursës Grinviç lidhet me forcimin e lidhjeve ndërmjet Mbretërisë së Bashkuar dhe pakicave të etniteteve në SHBA dhe ndërtimin e marrëdhënieve profesionale ndërmjet gazetarëve në Britani dhe SHBA.

3 . Diplomacia publike e Holandës

Holanda ka të zhvilluar diplomacinë publike. Ajo lidhet me shkurtesën ICR e cila ka të bëjë me kulturën. Aty nga mesi i shekullit të kaluar Holanda merr vendim strategjik për faktin se zhvillimi i synimeve të politikës së jashtme më lehtë realizohet përmes shfrytëzimit të politikës kulturore si mjet i rëndësishëm për zhvillimin e marrëdhënieve ndërkombëtare kulturore¹. Njëkohësisht Qeveria e Holandës e ndërron qëndrimin e vet ndaj diplomacisë së brendshme dhe të jashtme kulturore. Në vitin 1994, në Holandë u themelua Ministria e Arsimit, Kulturës dhe Shkencës, duke e lënë kulturën të ndarë nga kujdesi shëndetësor dhe politika sociale, sepse deri atëherë ata ishin së bashku pjesë e Ministrisë së Shëndetësisë dhe Kulturës. Në Raportin, të cilin në vitin 1999 e ka dërguar Ministri i Arsimit, Kulturës dhe Shkencës dhe Ministri i Punëve të Jashtme institucionit Loëer House of the States General, shpjegohen qasjet e reja dhe prioritetet e politikës kulturore holandeze: "Interesi në politikën kulturore ndërkombëtare në vitet e mëparshme, është rritur ndjeshëm, si në publik, ashtu edhe në media, në sferën e politikës, si dhe në sferën e vetë sektorit kulturor. Kultura në mënyra e forma të ndryshme, duke përfshirë arkitekturën, dizajnin dhe letërsinë, arriti suksese të veçanta në botë. Përbërja e popullsisë së Holandës në shekullin e kaluar përjetoi ndryshime të mëdha, ndërsa marrëdhëniet kulturore me botën e jashtme, veçanërisht me vendet e mediteranit, patën një zhvillim të një kuadri të veçantë. Ndryshimet e mëdha që pasuan në Evropën Qendrore dhe Lindore patën ndikim në ndryshimin e hartës së kulturës së Evropës. Marrëdhëniet e Holandës në fushën e kultures me shtetet e Bllokut të Lindjes marrin një rëndësi të posaçme². Kohëve të fundit Qeveria e Holandës rëndësi të veçantë i kushton kulturës në marrëdhëniet me vendet e jashtme, sepse mendojnë se politika ndërkombëtare kulturore dhe politika e jashtme janë elemente që e plotësojnë njëra tjetrën, si edhe varen njëra me tjetrën. Duke pasur parasysh këtë fakt ka një bashkëpunim ndërmjet Ministrisë së Jashtme dhe Ministrisë së Arsimit, Kulturës dhe Shkencës të Holandës.

Politika ndërkombëtare kulturore e Holandës synon të realizojë disa qëllime të qarta në këtë sferë si përparimin e marrëdhënieve kulturore me vendet për të cilat Qeveria mendon se janë me rëndësi prioritare, ruajtja dhe mirëmbajtja e trashëgimisë së përbashkët kulturore me vendet partnere në të cilat ekziston një trashëgimi historike holandeze ose prani e emigracionit holandez. Forcimi i profilit kulturor holandez përfaqëson Holandën si një portë të lirë për ndërveprim kulturor, i cili është i përshtatshëm për takime dhe konferenca ndërkombëtare.

¹ www.sicasica.nl/english

² www.minbuza.nl, www.minocw.nl/english

Ndërsa bota bëhet një vend më i vogël dhe rritet ndërvarësia, rritja e rëndësisë së kulturës në politikën e jashtme holandeze reflektohet në përdorimin e saj për të ndihmuar në arritjen e qëllimeve politike dhe sociale. Përveç rritjes së profilit kulturor holandez përmes artit, politika kulturore nxit vlerësimin e diversitetit në shoqëritë multikulturore.

Për të paraqitur politikën holandeze si duhet jashtë vendit, Ministria e Punëve të Jashtme po investon gjithashtu në diplomacinë publike. Duke komunikuar në një sërë media, Ministria siguron që profili kulturor i Holandës jashtë reflekton pozitivisht diversitetin dhe dinamizmin e shoqërisë. Qeveria gjithashtu mund të përmirësojë imazhin e Holandës duke qenë një mikpritës i mirë për organizatat ndërkombëtare të themeluara në Holandë, si Gjykata Ndërkombëtare Penale dhe Gjykata Penale Ndërkombëtare për ish-Jugosllavinë.

Politika kulturore ndërkombëtare është një pjesë integrale e politikës së jashtme holandeze dhe ndihmon në rritjen e profilit të Holandës jashtë vendit. Përveç kësaj, për të ndihmuar në nxitjen e kulturës holandeze jashtë vendit, politika ndërkombëtare kulturore gjithashtu ndihmon për të promovuar një jetë kulturore të pasur dhe të gjallë në Holandë nëpërmjet bashkëpunimit dhe shkëmbimit.

Qeveria holandeze ka siguruar fonde shtesë për politikën kulturore ndërkombëtare që nga viti 1997. Gjatë periudhës 2005-2008, Ministria e Punëve të Jashtme ka ndarë 9,676,000 euro për vitin 2005 dhe 8,776,000 euro në vit nga 2006. Fondet vijnë nga Buxheti Homogjen për Bashkëpunim Ndërkombëtar (HGIS), dhe njihen gjithashtu si Fondi i Kulturës Holandeze. Buxheti duhet të përdoret për aktivitete të reja dhe detyrime të vazhdueshme. Fondi i Kulturës Holandeze do të vendoset në katër fusha kyçe: 1. Holanda si një parajsë kulturore e lirë 2. Prioritetet rajonale 3. Trashëgimia kulturore e përbashkët 4. Ngjarjet kulturore në shkallë të gjerë.

Qendra për Aktivitete Kulturore Ndërkombëtare (SICA) u krijua në vitin 1999 për të ndihmuar organizatat kulturore me aktivitetet e tyre ndërkombëtare. Që atëherë SICA është themeluar si një qendër e informimit dhe koordinimit të pavarur për organizatat e përfshira në të gjitha llojet e disiplinave kulturore, si brenda Holandës ashtu edhe jashtë saj.

SICA është një udhëzues për komunikimin kulturor ndërkombëtar, duke shpjeguar politikat ndërkombëtare për kulturën dhe ofrimin e këshillave mbi aktivitetet, mundësitë e financimit, rrjetet dhe çështje të tilla praktike si vizat për hyrje dhe lejet e punës. Përveç kësaj, së bashku me fondet dhe institutet kulturore, SICA kontribuon në artin dhe kulturën holandeze duke zhvilluar dhe bashkërenduar programe që shkojnë përtej sektorëve të veçantë si në Holandë ashtu dhe në vende të

tjera. Duke sjellë çështje të rëndësishme në rendin e ditës dhe duke ndihmuar zhvillimin e ideve në bashkëpunim të ngushtë me fondet dhe institutet, SICA luan një rol të rëndësishëm në politikën holandeze të kulturës ndërkombëtare.

Politika kulturore në Holandë bazohet në premisën që shteti duhet të distancohet nga gjykimet e vlerës së artit dhe shkencës. Zhvillimi artistik, pra, ka qenë rezultat i aktiviteteve të pavarura të qytetarëve dhe një numër i madh i fondacioneve kulturore. Gjatë viteve, përveç që është mbrojtësi më i madh për artin dhe kulturën publike, qeveria gradualisht ka marrë rolin e moderatorit të aktiviteteve kulturore. Një Ministri për Art dhe Kulturë ka ekzistuar që nga viti 1945. Deri dhjetë vjet më parë, përgjegjësia politike ishte në duart e ministrave. Në vitin 1994, përgjegjësia politike për artin dhe çështjet kulturore iu dha një sekretari të shtetit, së bashku me çështjet e medias.

Deri në vitet 1970, shoqëria holandeze u karakterizua nga "shtyllëzimi". Grupe të ndryshme shoqërore ose shtylla - liberale, socialiste, katolike, protestante - shprehën ideologjinë e tyre nëpërmjet mjeteve të tyre të transmetimit, duke përfshirë gazetatat e specializuara ose kanalet e transmetimit dhe organizatat e arteve amatore. Ky zhvillim, megjithatë, kishte pak ndikim të drejtpërdrejtë në jetën profesionale artistike.

Në vitet 1960, shtyllat ideologjike gradualisht u bënë më pak të rëndësishme në shoqërinë holandeze. Për të mbështetur sa më shumë shprehjet e ndryshme individuale të kulturës, qeveria filloi të subvenciononte veprat bazuar në kritere të reja - cilësinë. Përkufizimi i cilësisë u la komisioneve këshillëdhënëse. Qëllimi ishte arritja e një infrastrukture kulturore mbarëkombëtare për të furnizuar një furnizim kulturor me një cilësi mjaft të standardizuar. Për këtë qëllim, qeveria ndryshoi natyrën e financimit të saj të artit dhe furnizimit kulturor nga një periudhë e përkohshme në një bazë më të përhershme. Komunitatet u përfshinë në ndërtimin e objekteve lokale. Ngecja ekonomike e viteve të hershme të vitit 1980 nënkuptonte që qeveria duhet të rishqyrtojë detyrat e saj në fusha të ndryshme, duke përfshirë kulturën. Filluan dy lëvizje në fushën e politikës kulturore: nga njëra anë, qeveria vazhdoi të financojë institucionet kulturore që mund të garantojnë cilësi dhe profesionalizëm të lartë artistik. Nga ana tjetër, shteti kishte për qëllim mbajtjen e shpenzimeve publike brenda kufijve të veçantë. Një pikëpyetje u vendos kundër mbështetjes së institucioneve kulturore në financimin publik kur fondet e buxhetit zëvendësuan subvencionet operative. Institucioneve tani u është dhënë mundësia të fitojnë fitime shtesë dhe varësia e tyre nga subvencionet është zvogëluar. Në fund të kësaj periudhe, qeveria ndërmori përgatitjen e planit të politikave kulturore çdo katër vjet.

Në vitet 1990 u shfaq një ndryshim në qëndrimin e Ministrisë së Mirëqenies, Shëndetit

Publik dhe Kulturës, më vonë, në vitin 1994, u bë Ministria e Arsimit, Kulturës dhe Shkencës. Në vend që të sigurate fonde të ndryshme për organizatat kulturore, qeveria filloi të ofrojë stimuj financiarë. Organizatat kulturore u inkurajuan të bëheshin më të pavarura financiarisht dhe të shihnin tregun e tyre, pra audiencën e tyre. Ata u thirrën veçanërisht që të kujdeseshin për nevojat e një audience të re, dhe një popullsi në rritje të pakicave etnike. Përveç detyrave të shtetit, iniciativa private dhe fondet private u mirëpritën.

Si rezultat i recesionit ekonomik, një periudhë relativisht e gjatë e rritjes graduale dhe të përgjithshme në buxhetin e shtetit për kulturën dhe mediat përfundoi në vitin 2004. Rritja dhe zvogëlimi i buxheteve janë paralajmëruar njëkohësisht: buxhetet për trashëgiminë kulturore dhe edukimin kulturor do të rriten pak deri në 2008 ; buxheti për artet interpretuese në të mirë do të mbetet stabil. Fondet për organizatat mbështetëse (dokumentimi, hulumtimi, ndërmjetësimi, shërbimet profesionale etj.) Në fushën e artit dhe kulturës janë ulur me 10% (p.sh. 5-6 milion euro). Buxhetet e transmetimeve publike do të reduktohen ndjeshëm; duke filluar në vitin 2006 me një shkurtim të buxhetit prej 60-80 milion euro.

Sipas Aktit të Politikës Kulturore (financimi me qëllime të veçanta), Ministria e Shkencës, Kulturës dhe Arsimit është e obliguar të paraqesë planin e politikave çdo katër vjet. Ky plan i politikave shqyrton të gjitha aktivitetet e politikës kulturore të parashikuara dhe të përfunduara. Qëllimi i këtij sistemi të planifikimit është të imponojë një organizatë racionale për dhënien e granteve dhe subvencioneve. Sipas qeverisë, sistemi i financimit i lejon institucionet e artit dhe kulturës të miratojnë programe me rreze të gjatë në dijeni se ata kanë mbështetje të mjaftueshme financiare. Sekretari shtetëror është përgjegjës për krijimin e kushteve të favorshme për mbajtjen, zhvillimin, shpërndarjen (shprehjen shoqërore dhe gjeografike) kulturore ose zgjerimin e saj në ndonjë mënyrë tjetër. Sekretari i shtetit udhëhiqet në këtë detyrë nga konsideratat e cilësisë dhe larmisë.

Institucionet kulturore që dëshirojnë të aplikojnë për një subvencion strukturor për katër vjet (brenda periudhës së politikës kulturore) duhet të paraqesin një aplikim një vit para fillimit të një periudhe të re të politikës kulturore. Plani katërvjeçar pritet të përcaktojë një sërë objektivash thelbësore për periudhën e ardhshme, si dhe të bëjë marrëveshje për një vlerësim të së kaluarës. Çdo plan shoqërohet nga një buxhet (të ardhurat dhe shpenzimet).

Në nëntor 2003, një dokument politikash për periudhën 2004-2007 u botua nga znj. Medy van der Laan, sekretare shtetërore e kulturës në qeverinë e dytë të kryeministrit Balkenende (një

koalicion i demokratëve të krishterë, liberalëve dhe liberalëve demokratë) dhe në kohë një anëtar i Liberal Demokratëve . Dokumenti i saj i politikës së vitit 2003, i titulluar "Më shumë se shuma", nuk tregon ndryshime të mëdha nga pikëpamja politike. Janë vazhduar elementet ekzistuese të politikës kulturore që kanë qenë në vend për disa kohë, siç është Plani i Veprimit për Informim Kulturor, qëllimi i të cilit është të përfshijë më shumë njerëz në kulturë, sidomos audiencat e reja si emigrantët dhe të rinjtë.

Shpenzimet publike për kulturën janë dyfishuar që nga vitet 1980, nga 1.168 milion euro në vitin 1985 në 2.603 milion euro në vitin 2003. Nga viti 1999 deri më 2003 (të dhënat më të fundit në dispozicion) shpenzimet u rritën me 32%. Për shkak të një ekonomie në rritje gjatë asaj periudhe, të gjitha shtresat e qeverisë shpenzuan më shumë para në kulturë. Shpenzimet publike për financimin e objekteve të arteve për shfaqje u rritën me 54% (nga 233 milionë euro në 359 milionë euro), për ndërtesat historike dhe vendet për 36% (nga 178 milionë euro në 243 milionë euro). Muzeu ka marrë 27% më shumë fonde publike (291 milionë euro në 372 milionë euro) dhe fondet për kompanitë e arteve artistike u rritën me 18% (nga 228 milionë euro në 270 milionë euro).

Këto rritje kanë përfunduar në vitin 2004. Propozohet në marrëveshjen e koalicionit të qeverisë aktuale për të ulur buxhetin e kulturës të Ministrisë së Arsimit, Kulturës dhe Shkencës me 16 milionë euro në vitin 2005: nga 761 milionë euro në 2004 në 745 milionë euro në vitin 2005. Si pasojë e debatit buxhetor në parlament, shkurtimi i buxhetit ishte i kufizuar në 6 milionë euro. Për më tepër, financimi shtesë prej 62 milionë euro është vënë në dispozicion për prioritetet e politikave të tilla si digjitalizimi i trashëgimisë kulturore, kujdesi ndaj veprave të arteve, mbrojtja e muzeve dhe rinovimi i bibliotekave publike¹.

Radio Netherlands është shërbimi i transmetimit publik ndërkombëtar holandez.

Transmetimet dhe faqet e internetit të radios dhe televizionit ofrojnë lajme, informacione dhe kulturë për miliona njerëz në mbarë botën. Misioni i tij është që: "Bëni një kontribut, në emër dhe në dobi të Holandës, drejt një bote më të mirë të informuar nga një kombinim i gazetarisë së pavarur dhe shërbimeve të tjera të medias". Misioni ka katër qëllime kryesore: Të ofrojë një audiencë ndërkombëtare me informacion mbi shoqërinë holandeze, mendimet, vizionet dhe politikat, si dhe për të mbështetur interesat e Holandës. Për të lehtësuar një podium ndërkombëtar për tema të cilat janë me rëndësi për Holandën, Evropën dhe botën. Të shërbejë si një burim informacioni për njerëzit holandezë që jetojnë ose udhëtojnë jashtë vendit. Të shërbejë si burim i ekspertizës dhe njohurive për

¹ <http://web.archive.org/web/2006100122233/http://www.minbuza.nl/en/themes/culture-and-public-diplomacy>

mediat e huaja, veçanërisht në fushën e zhvillimeve holandeze / evropiane, ideve dhe mendimeve. Radio Netherlands transmeton në holandisht, anglisht, spanjisht, indonezisht, portugalisht dhe frengjisht. Ajo merr parasysh nevojat e informacionit të grupeve të ndryshme të synuara dhe situatën e medias në rajone të ndryshme.

Qendra e trajnimit të Radio Hollandës, e cila është e lidhur me Radio Holandën, ofron trajnime dhe këshilla për media dhe komunikime për organizatat partnere në vendet në zhvillim. Transmeton programe në mbarë botën në nëntë gjuhë: holandisht, anglisht, spanjisht, portugalisht, indonezisht, arabisht, frëngjisht. Është një partner prodhimi në kanalin televiziv ndërkombëtar të gjuhës holandeze BVN-TV. Prodhon rregullisht programe në bashkëprodhim me shërbime të tjera ndërkombëtare, duke përfshirë BBC World Service, Korporatën Kanadeze të Transmetimeve, Radio Republik Indonesia, SBS Australia dhe Radio Kombëtare Publike të Shteteve të Bashkuara. Disa nga këto prodhime janë në gjuhë të tjera. Menaxhon shpërndarjen e më shumë se 270 programeve televizive dhe filmave për Holandën. Mundëson që të dashuruarit e huaj të muzikës të marrin pjesë në atë që Holanda ka për të ofruar në aspektin e muzikës klasike, xhazit, muzikës botërore, muzikës pop dhe rock. Mirëmban portalet ndërkombëtare në temat holandeze dhe zhvillimet në shoqërinë holandeze. Gjithashtu përfshin një institut trajnimi ndërkombëtar për gazetari dhe media¹.

Ndërsa bota bëhet një vend më i vogël dhe rritet ndërvlerësia, rritja e rëndësisë së kulturës në politikën e jashtme holandeze reflektohet në përdorimin e saj për të ndihmuar në arritjen e qëllimeve politike dhe sociale. Përveç rritjes së profilit kulturor holandez përmes artit, politika kulturore nxit vlerësimin e diversitetit në shoqëritë multikulturore. Për të paraqitur politikën holandeze si duhet jashtë vendit, Ministria e Punëve të Jashtme po investon gjithashtu në diplomacinë publike. Duke komunikuar në një sërë media, Ministria siguron që profili kulturor i Holandës jashtë reflekton pozitivisht diversitetin dhe dinamizmin e shoqërisë. Qeveria gjithashtu mund të përmirësojë imazhin e Holandës duke qenë një mikpritës i mirë për organizatat ndërkombëtare të themeluara në Holandë, si Gjykata Ndërkombëtare Penale dhe Gjykata Penale Ndërkombëtare për ish Jugosllavinë.

4. Diplomacia publike e Sllovenisë

Në periudhën para hyrjes në Bashkimin Evropian ka qenë edhe hapësira profesionale dhe

¹ <http://publicdiplomacy.wikia.com/wiki/Netherlands>

politike e Sllovenisë që ka njohur nevojën për të ashtuquajturën diplomaci publike. Pjesëmarrësit e respektuar të grupit të parë të diskutimeve për të ardhmen e Sllovenisë me Presidentin e Republikës në temën "Slovenia Globally Active and Recognizable" (2003) rekomanduan që »tani më shumë se kurrë diplomacia ekonomike dhe publike duhet të bëhet pjesë përbërëse e zbatimit të politikës së jashtme ". Në rekomandimet e tyre për politikën e jashtme të Sllovenisë, ata theksuan: "Është me rëndësi të madhe të planifikojmë dhe të udhëheqim politikën e jashtme të marrëdhënieve me publikun e huaj me qëllim të forcimit të reputacionit dhe njohjes së Sllovenisë, kompanive sllovene, vlerave dhe mundësive tona të iniciativave të veçanta shtetërore ose civile në mjedisin ndërkombëtar. "Ngjashëm ishin edhe mendimet e ish kryeministrit slloven Anton Rop dhe ministrit të Jashtëm Dimitrij Rupel në konsultimet e diplomacisë sllovene duke thënë se me anëtarësimin në Bashkimin Evropian ishte e nevojshme t'i kushtojnë më shumë vëmendje diplomacisë publike dhe parlamentare, politikës së jashtme, diplomacisë ekonomike dhe bashkëpunimit shkencor (STA, 2004). Diplomacia publike ishte gjithashtu një temë qendrore e debatit profesional në Shoqatën Sllovene për Marrëdhënie Ndërkombëtare (2004), ku u prezantuan konkluzione dhe rekomandime të përbashkëta për aktivitetet e ardhshme të Sllovenisë në këtë fushë.

Për më tepër, qeveria e re sllovene, e formuar në dhjetor të vitit 2004, në marrëveshjen e saj të koalicionit nën titullin e posaçëm për diplomacinë publike (Kapitulli 9, Paragrafi 16) thotë se "informimi i publikut mbi çështjet ndërkombëtare dhe detyrat e politikës së jashtme sllovene do të përmirësohen", pra Ministria e Punëve të Jashtme do të forconte "diplomacinë publike". Në këtë kuptim Ministri i Jashtëm Dimitrij Rupel vuri në dukje përgjegjësinë e ambasadorëve për të treguar se si imazhi i Sllovenisë u përmirësua në mbarë botën. Ai mendon se diplomatët sllovenë duhet të jenë aktivë, duke dëshmuar efikasitetin e tyre edhe në bazë të shumë artikujve të botuar në mediat e huaja dhe përmendjen e larmishme të Sllovenisë nga publiku i huaj (2005).

Promovimi i kulturës së Sllovenisë dhe identitetit, krijimtarisë dhe artistëve të saj jashtë është një nga elementët kryesorë të politikës së jashtme të vendit. Në vitet e mëparshme, është bërë shumë punë për të mbështetur ekonominë sllovene, e cila është shumë e orientuar drejt eksportit. Sidoqoftë, promovimi i identitetit kulturor mbetet i një vlere të veçantë, shpesh duke plotësuar ose para diplomacisë ekonomike. Në një kohë të kufizimeve buxhetore, Sllovenia ka arritur të krijojë dy qendra kulturore - në Vjenë dhe në Berlin. Edhe pse ato janë ende mjaft modeste, që veprojnë brenda ambasadave të banimit në këto dy qytete, ato janë bërthama e një rrjeti të ardhshëm. Në përgjithësi, ambasadat sllovene janë shumë aktive në prezantimin dhe promovimin e krijimtarisë kulturore

sllovene, e cila është veçanërisht e gjallë dhe e pasur, në qytete anembanë botës. Shteti ka krijuar një fond të posaçëm financimi kushtuar organizimit të ngjarjeve individuale kulturore në të gjithë rrjetin e saj diplomatik. Një nga udhëzimet themelore është se çdo ngjarje diplomatike e organizuar nga ambasada duhet të përdoret gjithashtu për të paraqitur kreativitetin kulturor slloven në kuptimin më të gjerë të fjalës.

Kultura ka luajtur gjithmonë një rol shumë të rëndësishëm gjatë gjithë historisë së kombit slloven dhe Sllovenisë si një vend i pavarur. Me qëllim të promovimit të kulturës dhe artit në mënyrë efektive dhe në mënyrë të organizuar, Republika e Sllovenisë ka ndjekur shembullin e kombeve të tjera dhe krijoj Qendrën e saj të parë Informative Kulturore Sllovene në vitin 2011 në Austri, të quajtur SKICA.

SKICA është një projekt i përbashkët i Ministrisë së Kulturës dhe Ministrisë së Punëve të Jashtme që ka objektiva të qarta, për të futur artin slloven në publikun austriak dhe ndërkombëtar, për të sjellë artistë sllovenë dhe austriakë, për të lidhur institucionet kulturore kombëtare, për të sjellë projekte dhe artistë sllovenë në festivale të njohura austriake, panairë dhe ngjarje të tjera, si dhe për të marrë pjesë në marrëdhëniet dypalëshe në nivelin më të lartë.

Qëllimi më i rëndësishëm i SKICA është ngritja e profilit të kreativitetit slloven në Austri. Meqenëse BE-ja vendos një vlerë të lartë në lëvizjen e lirë të njerëzve, mallrave, shërbimeve dhe kapitalit, sllovenët thonë se tani jemi më të lidhur ngushtë me kulturën, e cila lidhet në mënyrë të pandashme me mobilitetin e artistëve. Pikërisht kjo vetëdije shërben si themel i veprimeve të qendrës, domethënë nocionit që kultura, përmes diplomacisë kulturore, gjithashtu përfshin zbatimin e politikës së jashtme në marrëdhëniet ndërkombëtare në formën e fuqisë së butë.

Për të siguruar funksionimin e suksesshëm të SKICA, është jetësore që ajo të vendoset siç duhet në hapësirën kulturore të Vjenës dhe Austrisë. Megjithëse SKICA nuk ka objekte të veta për organizimin e ngjarjeve, kjo është provuar të jetë një avantazh pasi prezantimet e mbajtura në vende të rëndësishme austriake arrijnë një publik më të gjerë dhe fitojnë më shumë njohje.

Që nga themelimi i saj, SKICA ka mbajtur partneritete me festivale të rëndësishme si Java e Dizajnit të Vjenës, Eienfestwochen, Literaturhaus Eien, Valët e Vjenës dhe të tjerë, dhe njëkohësisht është një partner aktiv në rrjetin e instituteve kulturore të EUNIC Austria. Përmes EUNIC, SKICA është bërë pjesë e të dyja peizazheve kulturore austriake dhe evropiane. Çdo vit, SKICA organizon dhe promovon 35 deri 40 ngjarje. Përgjigjet e mediave, pjesëmarrja në ngjarje dhe një interes në rritje për pjesëmarrje tregojnë se SKICA tashmë ka arritur qëllimet e saj origjinale dhe

tani është një model i suksesshëm i një qendre kulturore.

Qendra Kulturore Sllovene në Berlin hapi dyert e saj më 1 qershor 2016, kur Sllovenia po festonte 25 vjet pavarësie. Qendra kulturore e sapohapur, qëllimi kryesor i së cilës është promovimi i kulturës dhe artistëve sllovenë në Berlin dhe gjetkë në të gjithë Gjermaninë, u themelua në përgjigje të dëshirës për marrëdhënie më të thella mes dy kombeve.

Qendra Kulturore Sllovene në Berlin është institucioni i dytë kulturor slloven në zonën gjermanofolëse. Kjo nuk është për t'u habitur, pasi historikisht Sllovenia ka pasur lidhje të forta me këtë rajon. Të dy qendrat sllovene punojnë së bashku, në mënyrë të koordinuar, duke siguruar vlerë të shtuar në zbatimin e programeve të tyre, të cilat punojnë për të promovuar kulturën dhe artistët sllovenë të të gjitha zhanreve dhe për të krijuar lidhje midis institucioneve kulturore qeveritare dhe joqeveritare. Ata gjithashtu ofrojnë mbështetje për artistët sllovenë kur marrin pjesë në festivale ndërkombëtare, panairë dhe kështu me radhë.

Qendra kulturore sllovene në Berlin ka qenë aktive për gati gjashtë muaj dhe tashmë është e qartë se artistët sllovenë po bëhen më të sigurtë dhe të njohur në këtë kontekst, ndërsa puna e tyre kontribuon në një pllakë të rëndësishme në mozaikun e skenës ndërkombëtare të artit. Shumica e interpretuesve në projektet e kryera nga Qendra Kulturore Sllovene në Berlin kanë marrë rishikime të mira dhe kështu ftesa për bashkëpunim të mëtejshëm.

Në të vërtetë, po rritej interesimi për ngjarjet e organizuara nga Qendra Kulturore Sllovene në Berlin dhe me ndihmën e Qendrës, për herë të parë janë organizuar në qytet shumë institucione dhe artistë sllovenë. Për shembull, kompania kryesore sllovene e teatrit, Teatri Kombëtar Slloven i Lubjanës, bëri shfaqjen e tij të parë në Berlin me shfaqjen *Als ich tot war* (Kur isha i Vdekur) nga Ernst Lubitsch, i adaptuar nga filmi i tij i heshtur dhe i shfaqur në teatrin e tij dhe në Kinema Babylon.

Qendra Kulturore Sllovene në Berlin bën përpjekje për të inkurajuar artistë sllovenë për të krijuar pjesë të reja veçanërisht për audiencat gjermane, ku ata atëherë kanë netët e tyre të hapjes. Kjo sigurisht që është një inkurajim i shtuar për artistët sllovenë për të krijuar më shumë punë ndërkombëtare.

Viti 2016 iu kushtua 25 vjetorit të pavarësisë së Sllovenisë. Ministri i Punëve të Jashtme, Karl Erjavec, iu drejtua mysafirëve në hapjen e një ekspozite të quajtur *Velika Vojna v Krnskem Pogorju*. Sinovi Rusije u Slovenske Alpe (Lufta e madhe në malin Krn, bijtë e Rusisë në Alpet Sllovene) në Muzeun e Historisë Bashkëkohore Ruse. Pas fjalimit të tij, artisti Dragan Živadinov zhvilloi një

shfaqje informative në afërsi të Sheshit të Kuq. Në Shën Petersburg, konsulli i nderit i Republikës së Sllovenisë organizoi një ekspozitë për Slloveninë.

Përveç kujtimeve të së kaluarës, ekspertët rusë në fushat e kulturës dhe artit nuk kanë mbetur pas arritjeve mbresëlënëse të artistëve bashkëkohorë sllovenë. Programi i rregullt i vjeshtës i një prej galerive më të rëndësishme ruse, Muzeu Garage i Artit Bashkëkohor, përfshinte një ekspozitë nga Muzeu i Artit Modern në Lubjanë të quajtur Neue Sloëenisch Kunst: Nga Kapital në Kapital. Hapja e saj u ndoq nga Ministri i Kulturës, Anton Peršak. Vizita e tij në shtator 2016, si dhe nënshkrimi i një deklarate të përbashkët me Ministrinë Ruse të Kulturës mbi prezantimin e kulturës sllovene në Federatën Ruse dhe kulturën ruse në Republikën e Sllovenisë për periudhën 2017 dhe 2018, nxiti më tej forcimin e marrëdhënieve dypalëshe në një kontekst kulturor. Performanca e korit të njohur slloven, Carmina Slovenica dhe projekti i tyre "Kur mali ndryshoi veshjen", e bindën komisionin se ishte i denjë për çmimin më prestigjioz të teatrit të Rusisë, dhe kështu ky grup fitoi maskën e preferuar të artë.

Vlerësuar nga M.V. Lomonosov Universiteti Shtetëror i Moskës priti gjithashtu një konferencë ndërkombëtare mbi gjuhën sllovene, letërsinë dhe kulturën në një kontekst sllav dhe evropian në nëntor 2016, i cili u organizua nga Departamenti i Gjuhëve Sllave. Një program gjithëpërfshirës dyditor u pasurua nga një ekspozitë e librave dhe fjalorëve gramatikorë sllovenë, të quajtur Poljub z jezikom (A Kiss ëith a Language).

Sukseset e shumta të vitit 2016 u rrumbullakuan me hapjen e Qendrës së Kulturave Sllave në Bibliotekën Shtetërore Ruse të Rudomino për Letërsinë e Jashtme, në bashkëpunim me Forumin Ndërkombëtar të Fondacioneve të Kulturave Sllave. Qendra shërben si një platformë shtesë për promovimin e kulturës sllovene në Federatën Ruse.

Çdo vit, Ambasada e Sllovenisë në Uashington organizon një sërë aktiviteteve kulturore, diplomatike publike, arsimore dhe shkencore - të gjitha të theksuara në buletin e përjavshëm të Ambasadës dhe të promovuar përmes faqes së internetit të Ambasadës, medias sociale, të shtypura dhe madje edhe televizive. Ambasada ka një sallë të gjerë pritjeje, e cila gjithashtu shërben si hapësirë e galerisë dhe sallës së koncerteve. Në këto ambiente Ambasada shpesh gjithashtu organizon ekspozita të kuruara nga muzetë sllovene.

Përveç një sërë evenimentesh kulturore që mbahen në Ambasadë, duke përfshirë koncerte, shfaqje filmike, shfaqje, diskutime në panele, ligjërata, promovime turistike, mbahen edhe së paku pesë ekspozita në vit. Ambasada paraqet shumë nga ngjarjet e saj në bashkëpunim me ambasadat dhe

konsullatat tjera, organizatat joqeveritare dhe jofitimprurëse, shoqëritë dhe klubet sllovene në SHBA, me universitete dhe organizata të tjera partnere. Vetëm në vitin 2016, Ambasada organizoi rreth 140 ngjarje, duke u përpjekur të përfaqësojë të gjitha aspektet e arteve, nga ekspozita e arkitekturës në filma, skulptura, piktura, art vizual, valle, teatër dhe muzikë. Shumë prej këtyre ngjarjeve iu kushtuan 25 vjetorit të pavarësisë së Sllovenisë.

Përveç prezantimit të kulturës sllovene në audiencat amerikane, Ambasada është gjithashtu aktive në Meksikë. Me ndihmën e konsujve të nderit në Mexico City dhe Guadalajara, shkrimtarët sllovenë marrin pjesë në Panairin e Librit Guadalajara çdo vit, ndërsa grupet teatrore marrin pjesë në festivale të ndryshme (si FCTAI në Zacatecas).

Fondacioni Arsimor i Sllovenisë dhe Fondi Kerzhe Endoëment përmirësojnë bashkëpunimin ndërmjet Sllovenisë dhe Shteteve të Bashkuara të Amerikës në kontekstin e programeve arsimore, siç është programi Fulbright. Ambasada bashkëpunon rregullisht me shoqatën VTIS dhe Shoqatën për Studime Sllovene, dhe për tre vitet e fundit ka organizuar një Shkollë Shkencore dhe Ekzekutive për hulumtuesit, shkencëtarët dhe studiuesit, me mbështetjen e diasporës sllovene¹.

Kapitulli III

1. Struktura e diplomacisë publike e Maqedonisë

Diplomacia publike është e fokusuar në entitetet joqeveritare në vendet e jashtme. Diplomacia publike dhe zbatuesit e saj kanë një autonomi të caktuar. Por edhe përkundër kësaj ajo ende mbështetet nga qeveria. Prandaj zbatimi i diplomacisë publike duhet të jetë pjesë e një politike të caktuar „shtetërore“. Ashtu siç kanë diplomacinë publike shtetet demokratike edhe Maqedonia ka

¹ <http://www.culturalpolicies.net/web/slovenia.php?aid=242>

diplomacinë e vet publike. Megjithatë, Maqedonia ka specifikat dhe karkakteristikat e veta, prandaj diplomacia publike e saj ka edhe veçantitë e veta¹.

Maqedonia ka nisur diplomacinë publike në fund të vitit 2006. Në këtë vit ajo krijon Departamentin e Diplomacisë Publike dhe të marrëdhënieve me publikun pranë Ministrisë së Jashtme të Maqedonisë². Edhe Drejtorinë për Diplomaci Ekonomike e ka formuar gjithashtu në vitin 2006³. Për të zhvilluar këtë sferë të veçantë dhe të rëndësishme për afirmimin e Maqedonisë në opinionin e jashtëm fillon me botimin e revistës kërkimore ekonomike “Crossroads” në muajin dhjetor të të njëjtit vit. Në këtë revistë, me ISSN, botohen artikuj profesionalë dhe shkencorë nga studiues kryesisht të jashtëm dhe trajtojnë çështje ekonomike e financiare⁴.

Koncepti dhe detyra themelore e Drejtorisë Publike që vepron në Ministrinë e Punëve të Jashtme që nga janari i vitit 2006 është që Maqedonia të njihet në botë dhe të flasë mirë për të. Pajo Aviroviq, ish-drejtor i këtij institucioni, shpjegon se është një promovim i përgjithshëm i Maqedonisë në mënyrë që të jetë sa më i dukshëm me të arriturat, profilin e tij, mesazhin kulturor që ka me specifikat e tij, kryesisht në strukturat politike, d.m.th. vendimmarrje në vendet që janë relevante në procesin e integritimit në BE dhe NATO, por gjithashtu edhe në vende të tjera. (MIA, 4 shkurt)

Sipas tij, ky institucion brenda një viti të ekzistencës së vet dhe në prag të ngjarjes historike - Samitit të NATO-s në Bukuresht ka pritur një ftesë për anëtarësim dhe një datë për fillimin e negociatave me Drejtorinë e BE-së. Me burimet në dispozicion ka arritur të krijojë profilin e vet. Ka përcaktuar udhëzimet e veprimit dhe të punës në misionin e vet themelor. Për herë të parë në historinë e Ministrisë së Punëve të Jashtme ka prodhuar produkte që prezantohen jashtë shtetit.

Faqja e internetit sot është mjeti kryesor i komunikimit për të gjitha vendet e botës. Kjo vlen edhe për Republikën e Maqedonisë. Kushdo që dëshiron të njihet me një vend siç është Maqedonia, në mesin e adresave të para në të cilat do të trajtojë, është adresa e MPJ-së. Sipas drejtorit të

¹ https://www.researchgate.net/publication/256575778_Makedonskata_javna_diplomatija_i_nejzinite_osnovni_prednosti_i_slabosti [arrihen Apr 02 20.

² Edvard Mitevski. “The Story of the Macedonian Public Diplomacy”, in: Ministry of Foreign Affairs of The Republic of Macedonia, Macedonian Diplomatic Bulletin, n.8, Macedonian Information Centr, Skopje, 2008, f. 20. .

³ *Ministervsto za nadvoreshni raboti, Ekonomska diplomatija, në*
<http://www.mfa.gov.mk/?q=nadvoresnapolitika/ekonomska-diplomatija>

⁴ *Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Macedonia, Crossroads - the Macedonian Foreign Policy Journal. ISSN: 1857-5404; <http://www.mfa.gov.mk/sites/default/files/Crossroads%20Vol.%20III%2C%20No.%203%20MNR%20web%20July%202013.pdf>*

atëhershëm, Aviroviq ,vetëm në muajin dhjetor faqja e internetit e MPJ-së ka pasur afro 35000 vizitorë.

Me rëndësi të veçantë është të theksohet se buletini diplomatik maqedonas botohet çdo muaj në gjuhën angleze dhe shpërndahet për të rritur ndërgjegjësimin e komunitetit diplomatik në Maqedoni për aktivitetet e Ministrisë të Punëve të Jashtme të Maqedonisë, krijuesve të tjerë të politikës së jashtme, si edhe niveleve të tjera të diplomacisë maqedonase. Çdo numër i buletinit, i përgatitur me profesionalizëm adekuat, nëpërmjet rrjetit diplomatik dhe konsullor të Maqedonisë u është shpërndarë palëve të interesuara jashtë vendit. Në të përfshihen pozicionet e ekspertëve maqedonas në lidhje me politikën ndërkombëtare, gjithashtu merret edhe me tema që konsiderohen interesante për diplomatët e huaj. Numri jubilar i përvjetorit të parë i është kushtuar Sërgjan Kerimit dhe qëllimeve dhe sfidave të kryesimit maqedonas të Asamblesë së Përgjithshme të 62 të OKB-së.

Revista për politikë të jashtme " Crossroads " , me një tirazh prej 1000 kopjesh, paraqet si një produkt autentik i Maqedonisë dhe publikim i vetëm në Maqedoni dedikuar për politikën e jashtme. Aty gjejmë një listë të emrave të rëndësishëm në politikën botërore, të ministrave aktualë dhe të mëparshëm, të burështetasve dhe ekspertëve që kanë shkruar për të. Në edicionin e tretë trajtohet tema NATO dhe sfidat e saj. Ndërsa si kuriozitet është artikulli i Mark Grosmanit, një ishndihmës sekretar amerikan të shtetit dhe ishambasador amerikan në Turqi, mandej anëtar i Grupit Cohen, njërit nga diplomatët më të fuqishëm në politikën e kohës. Ky botim maqedonas mund të gjendet në formatin pdf në faqen e internetit të Grupit Cohen.

2. Faktorët që ndikojnë në përcaktimin e diplomacisë publike të Maqedonisë

Lidhur me faktorët që ndikojnë në përcaktimin e diplomacisë publike të Republikës së Maqedonisë mund të mbështetemi në disa faktorë.

Si faktor që ndikon në përcaktimin e diplomacisë publike të Maqedonisë mund të lidhet nevoja e afirmimit të Republikës së Maqedonisë në opinionin ndërkombëtar me të gjitha aktivitetet e organizuara edhe nëpërmjet diplomacisë publike, që me siguri do të jetë një kontribut i veçantë drejt përmirësimit të pozitës politike e ekonomike të Republikës së Maqedonisë në marrëdhëniet ndërkombëtare, me të cilën forcohen edhe aspiratat e saj në integrimin e strukturave euroatlantike. Krejt kjo në mënyrë indirekte do të kontribuojë në forcimin e pozitave të kompanive të Republikës së Maqedonisë në botën e jashtme.

Si faktor tjetër mund të lidhet përcaktimi i diplomacisë publike ndaj vendeve me të cilat ka lidhje interesash për sigurinë dhe stabilitetin e Republikës së Maqedonisë.

Gjithashtu si ndër faktorët e shumtë të përcaktimit të diplomacisë publike mund të lidhet edhe me informatat që vijnë nga mediat e jashtme për Maqedoninë në përgjithësi.

Mbi të gjitha anëtarësimi i plotë i Republikës së Maqedonisë në NATO dhe në Bashkimin Evropian, si dhe zhvillimi dhe promovimi i marrëdhënieve të mira fqinjësore dhe bashkëpunimi rajonal, janë faktorët strategjikë dhe afatgjatë të politikës së jashtme të Republikës së Maqedonisë.

Maqedonia me 2 milionë banorë, dhe sipas të dhënave nga analizat e bëra të përfshira në faqen e MPJ të Maqedonisë ajo ka mbi 683 mijë posedues të facebook. Atë e përdorin 34 për qind e popullsisë, prej të cilëve 58 për qind janë meshkuj dhe 42 për qind femra. Shumica e përdoruesve janë të moshës 18-24 vjeç me 20 për qind dhe 25-35 po me 20 për qind.

3. Qëllimet dhe prioritetet (Qëllimet e diplomacisë publike të Maqedonisë)

Qëllimet dhe prioritetet themelore të Republikës së Maqedonisë të përcaktuara në Programin e Ministrisë së Punëve të Jashtme të Maqedonisë janë për të përmbushur prioritetet më të larta në politikën e jashtme, si anëtarësimi i plotë në NATO dhe marrja e ftesës dhe fillimi i negociatave për anëtarësim në Bashkimin Evropian. Janë duke u bërë përpjekje të veçanta për të nxitur interesime në botën e jashtme ndaj ekonomisë së Maqedonisë. Me këtë krijohen parakushte për të tërhequr investimet e huaja në vend. Kjo është në përputhje me aspiratat e Qeverisë së Maqedonisë për të siguruar një standard më të lartë dhe mirëqenie të qytetarëve të saj. Për këtë qëllim, po ndërmerren aktivitete për forcimin e pozitës së Republikës së Maqedonisë në bashkësinë ndërkombëtare nëpërmjet zhvillimit të marrëdhënieve dypalëshe, marrëdhënieve të mira fqinjësore, bashkëpunimit rajonal dhe bashkëpunimit në organizatat multilaterale.

Ministria e Punëve të Jashtme është e angazhuar në ndërtimin dhe trajnimin e vazhdueshëm të stafit diplomatik dhe për përmirësimin e kushteve teknike për funksionimin e Ministrisë dhe misionëve diplomatike dhe konsullore të Republikës së Maqedonisë në shtetet e jashtme. Këto janë parakushte thelbësore për arritjen me sukses të objektivave të synuara, siç janë përmirësimi i mëtejshëm i procesit të ofrimit të shërbimeve konsullore për qytetarët maqedonas dhe të huaj, promovimi i statusit të pakicave kombëtare dhe gjuhësore maqedonase në botë dhe kujdesi për diasporën.

Mbi të gjitha anëtarësimi i plotë i Republikës së Maqedonisë në NATO dhe në Bashkimin Evropian, si dhe zhvillimi dhe promovimi i marrëdhënieve të mira fqinjësore dhe bashkëpunimi rajonal, janë qëllime strategjike dhe afatgjata të politikës së jashtme të Republikës së Maqedonisë.

Në Planin strategjik të MPJ të Maqedonisë për periudhën 2017-2019 përfshihen këto detyra dhe prioritete: ¹

Obligimet dhe detyrat e Ministrisë së Punëve të Jashtme rregullohen me Ligjin për Qeverinë dhe Ligjin për Punë të Jashtme dhe janë në funksion të:

- ☐ krijimit, harmonizimit dhe zbatimit të politikës së jashtme të Republikës së Maqedonisë;
- ☐ propozimit të pikëpamjeve për politikën e jashtme të Presidentit të Shtetit, Qeverisë dhe Parlamentit;
- ☐ krijimit, zhvillimit dhe koordinimit të marrëdhënieve me subjektet në të drejtën ndërkombëtare;
- ☐ promovimit të Republikës së Maqedonisë si një shtet demokratik dhe modern dhe ndërtimit dhe afirmimit të reputacionit të saj brenda bashkësisë ndërkombëtare dhe publikut ndërkombëtar;
- ☐ bashkëpunimit me partnerët e huaj në nivel global në përpjekjet për forcimin e stabilitetit dhe sigurisë, mbështetjen e demokracisë, mbrojtjen e të drejtave të njeriut, luftimin e terrorizmit dhe llojeve të tjera të kërcënimeve, zvogëlimin e varfërisë, zhvillimin e qëndrueshëm, mbrojtjen e mjedisit etj.
- ☐ promovimit dhe kontributit aktiv në zhvillimin e një politike të zgjidhjes paqesore të konflikteve;
- ☐ forcimit të promovimit të Republikës së Maqedonisë në publikun e huaj dhe afirmimit të mëtejshëm të vlerave të saj kulturore;
- ☐ mbrojtjes së shtetasve maqedonas jashtë vendit dhe ofrimit të shërbimeve konsullore;
- ☐ mbështetjes së interesave ekonomike maqedonase jashtë vendit dhe promovimit të mundësive ekonomike të Republikës së Maqedonisë, kryesisht për tërheqjen e investimeve të huaja direkte;
- ☐ afirmimit të vlerave kulturore të Republikës së Maqedonisë;
- ☐ promovimit dhe mbrojtjes së identitetit kombëtar maqedonas në kushtet e diversitetit global të kombeve dhe kulturave.

¹ *Strateski plan 2017-2019, Shkup, janar, 2017 f. 7*

Ministria e Punëve të Jashtme është aktori kryesor në përfaqësimin ndërkombëtar të Republikës së Maqedonisë.

5. Aktivitetet e diplomacisë publike

Në këtë pjesë do të përqëndrohem në disa pjesë të aktiviteteve të diplomacisë publike të Maqedonisë dhe atë të periudhës së viteve të fundit. Në periudhën janar-gusht 2015 janë botuar 6 botime mujore dhe një dynumërsh (mars-prill) i publikimit "Buletini diplomatik i Maqedonisë" dhe "Macedonian Business Monthly", ndërsa është bërë edhe shpërndarja e përditshme e "Përmbledhje e mediave në Maqedoni në gjuhën angleze". Si një botim mujor, "Buletini diplomatik maqedonas" i mbulonte të gjitha aktivitetet e realizuara të politikës së jashtme të Republikës së Maqedonisë.

Në periudhën e përmendur, u botua edicioni i 14-të "Crossroads" me temën "Ndërlidhshmëria rajonale - koncepti i bashkëpunimit në Evropën Juglindore - *Regional Interconnectivity - Concept of cooperation in South East Europe*" dhe numri i 15 i kësaj reviste periodike të politikës së jashtme maqedonase me titull "Rëndësia e investimeve për zhvillimin e një vendi - *The importance of investments for the development of a country*".

Në periudhën gusht-dhjetor 2015, Sektori i Diplomacisë Publike ishte përfshirë në përgatitjen dhe publikimin e revistave të specializuara të Ministrisë së Punëve të Jashtme të Republikës së Maqedonisë. Brenda aktiviteteve të planifikuara, lëshohen:

- dynumërshi i "Buletini diplomatik maqedonas" dhe 4 numra të këtij periodikut,
- një numër i Crossroads,
- 5 numra të revistës "Macedonian Business Monthly",
- edicioni vjetor i Programit kombëtar vjetor për anëtarësimin në NATO,
- një broshurë për shënimin e 20 vjetëve që nga themelimi i marrëdhënieve diplomatike të Republikës së Maqedonisë me shtete të veçanta, dhe
- shpërndarja ditore e "Përmbledhje e mediave në Republikën e Maqedonisë në gjuhën angleze", kryesisht për rrjetin tonë DKM,
- shpërndarja e versioneve elektronike të revistave të përmendura më parë,
- është marrë pjesë në Konferencën vjetore të Shkupit në Poloni, duke mbuluar segmentin e diplomacisë publike.

Në periudhën janar-dhjetor 2016 u botuan 11 numra mujore dhe një publikim dynumërsh (korrik-gusht) i botimit "Buletini diplomatik maqedonas" dhe "Biznesi maqedonas mujor -

“Macedonian Business Monthly” ndërsa është realizuar edhe shpërndarja ditore e "Përmbledhje e medias në Republikën e Maqedonisë në gjuhën angleze" . Si botim mujor, "Buletini diplomatik maqedonas" i përfshin të gjitha aktivitetet e realizuara politike me jashtë të Republikës së Maqedonisë.

Në periudhën e përmendur, u botua nurmi i 16-të i botimit "Crossroads" me temën "Roli i OJQ-ve në hartimin e politikave të jashtme - **“The Role of NGOs In Foreign Policy Making”**”.

Në faqen zyrtare të MPJ të Maqedonisë nën pikën 1.9.9 faqe 125 qëndron nëntitulli Forcimi i kapaciteteve të diplomacisë publike dhe intensifikimi i punës me publikun.

Në të thuhet se një nga prioritetet më themelore strategjike të politikës së jashtme të Maqedonisë mbetet forcimi i kapaciteteve të diplomacisë publike. Qëllimi kryesor i diplomacisë publike do të sendërtohet nëpërmjet një sërë aktiviteteve për të mobilizuar publikun dhe palët e interesuara në marrëdhëniet ndërkombëtare, të cilat konsiderohen të rëndësishme në promovimin e pamjes së përgjithshme të vendit dhe arritjen e objektivave të saj në sferën e politikës së jashtme. Aktivitetet realizohen përmes disa segmenteve, në politikën e jashtme, ekonominë, kulturën, arsimin. Përveç kësaj, ata përdorin metoda të ndryshme dhe mjetet me prioritet . Me këtë rast përdoren metoda të ndryshme dhe mjete , duke u dhënë përparësi prezantimit digjital të diplomacisë publike. Ndër angazhimet e diplomacisë publike janë monitorimi dhe publikimi i pikëpamjeve të përfaqësuesve diplomatikë në vend dhe jashtë, përfaqësues të publikut politik, ekspertë dhe aktivistë kulturorë. Rëndësi të veçantë u jepen politikave të Republikës së Maqedonisë, duke promovuar aspiratat evropiane dhe euroatlantike për anëtarësim të plotë në BE dhe në NATO. Ministria e Punëve të Jashtme, për të realizuar me sukses dhe me kohë këto qëllime, do të punojë vazhdimisht në këto projekte:

- Botimi me rregull i publikimeve mujore ‘ Buletin diplomatik maqedonas’
- “Macedonian Diplomatic Buletin” dhe “ Doracaku ekonomik maqedonas - Macedonian Business Monthly” ;
- Publikimi i rregullt i revistës gjashtëmujore të politikës së jashtme maqedonase "Udhëkryqet" - "Crossroads";
- Botimi i broshurave të veçanta për të shënuar ngjarje të rëndësishme - jubile të politikës së jashtme maqedonase (p.sh. Festimi i 20 vjetorit të themelimit të marrëdhënieve diplomatike të Republikës së Maqedonisë me vendet e botës);

- Vendorsja e kontakteve për bashkëpunim me organizata, institute dhe projekte nga disa vende të huaja, duke i dhënë rëndësi të veçantë vendeve që kryesojnë Bashkimin Evropian dhe iniciativat e tjera rajonale;
- Pjesëmarrje në organizimin e tribunave me tema në fushën e diplomacisë me pjesëmarrës nga vendi dhe jashtë vendit.
- Kontakte dypalëshe me vendet që janë të gatshme të intensifikojnë dhe rrisin bashkëpunimin nëpërmjet diplomacisë publike;
- Formalizimi i bashkëpunimit dypalësh, përmes nënshkrimit të dokumenteve adekuate ndërkombëtare.

Në të theksohet se edhe departamenti i diplomacisë publike deridiku është i pajisur me mjete teknike, ndërsa për realizimin e aktiviteteve të sipërpërmendura akoma mungon kuadër i mjaftueshëm adekuat, veçanërisht me atë me arsim të lartë.

Në faqen zyrtare të MPJ të Maqedonisë paraqitet një ngjarje me rëndësi të veçantë nga sfera e kulturës. Me iniciativën e Ambasadës së Maqedonisë në Tokio dhe në bashkëpunim me Shtëpinë Përkujtimore të Nënë Terezës, nga 28 nëntor deri më 8 dhjetor 2017, u organizua ekspozita "Nënë Tereza, Shenjësia nga Shkupi, Shenjësia e Botës" në Universitetin Sophia, në Tokio. Përveç paraqitjes së jetës dhe veprës së Nënë Terezës, ekspozita pati për qëllim për të treguar lidhjen e fortë në mes të Nënë Terezës dhe Japonisë. Shumë artistë japonezë një pjesë të punës së tyre ia kanë përkushtuar jetës dhe misionit të saj. Ekspozita është mbajtur në Universitetin Sophia në Tokio, ku Nënë Tereza pati mundësi të mbajë leksione në tre raste, në vitin 1981, 1982 dhe 1984.



IMG 2016

Ceremonia e hapjes së ekspozitës u mbajt më 28 nëntor 2017. Me këtë rast të pranishmëve u është prezantuar Ambasadorja e Republikës së Maqedonisë në Japoni, Adriana Cvetković, drejtoresha e Shtëpisë Përkujtimore të Nënë Terezës zonja Renata Zdravkovska, Presidenti i Universitetit Sophia, z. Yoshiaki Terumichi, artistët japonezë znj. Taeko Tada dhe At Hiromi Katajanagi.

Diplomacia ekonomike e Republikës së Maqedonisë është një drejtori e veçantë në kuadër të Ministrisë së Punëve të Jashtme. Në të ndërmerren një sërë aktiviteteve nga aktorë shtetërorë dhe inkurajohen edhe aktorët joshetërorë. *Agjencia për investime të huaja dhe promovimin e eksporteve*, “InvestMacedonia”, është themeluar në vitin 2004 dhe zhvillon diplomaci ekonomike¹.

Maqedonia mori pjesë në Panairin e 82-të Ndërkombëtar të Tregtisë që u mbajt nga 9 deri më 17 shtator 2017 në Selanik.

¹ www.investinmacedonia.com



Panairi 2017

Panairi u ndoq nga më shumë se 1500 ekspozues nga 18 vende. Pjesëmarrja e Maqedonisë u mbështet nga disa kompani të orientuara nga eksporti. Në të është promovuar ushqim i shëndetshëm, perime dhe materiale izolues nën moton „ gjithmonë të natyrshme. " Numri i madh i prodhimeve të ndryshme ka ngjallur interesim te vizitorët. Ndërsa qëndrimi u vizitua nga Zorica Apostolska, ministër për investime të huaja, e cila është gjithashtu për një vizitë pune në Greqi.

Në faqen zyrtare të MPJ prezantohet aktiviteti i Rrjetit të Mentorëve Maqedonas në bashkëpunim me Ministrinë e Punëve të Jashtme dhe Ambasadën e Republikës së Maqedonisë në Varshavë. Në mes të 28 qershorit deri më 1 korrik 2017, në Varshavë, Poloni, Rrjeti i Mentorëve Maqedonas në bashkëpunim me MPJ dhe Ambasadën e Republikës së Maqedonsë realizoi forumin e parë të biznesit maqedono-polak për gratë sipërmarrëse.



Varshavë 2017

Ngjarja erdhi si një ide e përgjithshme e Rrjetit të Mentorëve të Maqedonisë, Forumit Ndërkombëtar të Grave të Polonisë dhe Ambasadës së Maqedonisë në Varshavë, me mbështetjen e Ministrive të Punëve të Jashtme të të dyja vendeve. Qëllimi i forumit ishte për të krijuar kontakte më të ngushta ekonomike që kanë për qëllim hapjen e mundësive për bashkëpunim ekonomik, promovimin e eksportit të Maqedonisë në Republikën e Polonisë, tërheqjen e investimeve të huaja potenciale në Poloni, identifikimin e mundësive për pjesëmarrje të përbashkët të kompanive nga Maqedonia dhe Polonia në të dy tregjet dhe në vendet e treta, si dhe shqyrtimin e përvojës polake të përdorimit të fondeve strukturore të BE-së.

6. Sa e suksesshme është diplomacia publike e Maqedonisë

Lidhur me suksesin e rezultatet e diplomacisë publike të Maqedonisë si një shtet i vogël dhe shtet i ri në Ballkan dhe më gjerë mund të thuhet se të gjitha angazhimet e subjekteve përgjegjës të saj janë orientuar në sendërtimin e një politike të jashtme për afirmimin e saj si vend me një perspektivë të veçantë. Krejt këtë e bëjnë faktorët e saj që funksionojnë pranë Ministrisë së

Punëve të Jashtme në bashkëpunim me ministritë e tjera që lidhen me krijimin e imixhit të Maqedonisë në botën e jashtme. Përfaqësues të MPJ-së së Maqedonisë dhe ministrive të tjera marrin pjesë në manifestime të ndryshme brenda dhe jashta vendit duke prezantuar të arriturat e saj në fusha të ndryshme. Këtu do të paraqesim disa aktivitete të faktorëve të lartë të MPJ-së dhe të tjerë që në mënyrë të drejtpërdrejtë kontribuojnë në afirmimin e Maqedonisë në sfera të ndryshme si në ekonomi, kulturë, arsim etj.

Forcimi i kapaciteteve të diplomacisë publike mbetet një nga prioritetet e rëndësishme strategjike në politikën e jashtme të Republikës së Maqedonisë. Qëllimi kryesor i diplomacisë publike është përmes aktiviteteve të ndryshme për të mobilizuar publikun dhe palët e interesuara në marrëdhëniet ndërkombëtare që konsiderohen relevante në promovimin e pamjes së përgjithshme të shtetit dhe arritjen e qëllimeve të politikës së jashtme. Aktivitetet realizohen përmes disa segmenteve, në politikën e jashtme, ekonominë, kulturën, arsimin. Duke vepruar kështu, përdoren metoda dhe mjete të ndryshme, duke i dhënë përparësi prezantimit digjital të diplomacisë publike. Ndër angazhimet e diplomacisë publike janë monitorimi dhe publikimi i pikëpamjeve të përfaqësuesve diplomatikë në vend dhe jashtë, përfaqësues të publikut politik, ekspertë dhe aktivistë kulturorë. Rëndësi të veçantë u jepen politikave të Republikës së Maqedonisë, duke promovuar aspiratat evropiane dhe euroatlantike për anëtarësim të plotë në BE dhe NATO.

Më 27. Korrik të vitit 2018, me ftesë të Karen Knajsl, Ministër për Evropë, integrim dhe i Jashtme Punëve i Austrisë dhe Kryetar aktual i Këshillit të BE-së, Ministri i Punëve të Jashtme, Nikolla Dimitrov mori pjesë në ceremoninë e hapjes së Festivalit të shquar të Salzburgut si mysafir i veçantë. Në këtë manifestim përveç Dimitrovit, morën pjesë Presidenti i Portugalisë, Marcelo Rebelo de Sousa, dhe kryeministrat e Republikës së Çekisë, Andrei Babin, dhe i Estonisë, Estoni Juri Ratas, dhe i Dërguari i Posaçëm i Kombeve të Bashkuara në Siri Stafan de Mistura.



Me këtë rast , Ministri i Jashtëm Austriak, Keynes, konfirmoi mbështetjen për Republikën e Maqedonisë dhe vendet e rajonit në lidhje me perspektivën e tyre për anëtarësimin në BE, si një nga prioritetet e Presidencës austriake me Unionin Evropian.

Më 27 korrik 2018 Zëvendësministri i Jashtëm i Republikës së Maqedonisë, Andrei Zhernovski, mori pjesë në Konferencën Ministrore për Avancimin e Lirisë Fetare në Uashington, të organizuar nga Sekretari Amerikan i Shtetit Michael Pompeo.



Me këtë rast zëvendësministri Zhernovski, iu drejtua tubimit me ç'rast ndër të tjera theksoi se "Maqedonia kultivon diversitetin kulturor dhe fetar si trashëgimi dhe si një avantazh. Traditat e pasura të ndryshme kulturore dhe fetare përmbajnë potencial të madh krijues dhe janë të dobishëm në mirëkuptimin dhe respektin tonë të përbashkët".

Më 26 korrik në kuadër të agjendës së vizitës së delegacionit të NATO-s, të udhëhequr nga James Mackay, drejtor i partneritetit Euro-Atlantik dhe global në departamentin e çështjeve politike dhe të sigurisë në selinë e NATO-s në Bruksel, ka zhvilluar një takim me grupin e punës të ekspertëve të ngarkuar nga kryetari i Qeverisë, Ministria e Mbrojtjes, Ministria e Punëve të Jashtme, Ministria e Brendshme, Ministria e Drejtësisë, Ministria e Financave dhe Ministria e Informatikës dhe Administratës Publike, i udhëhequr nga Stevo Pendarovski, koordinator kombëtar për NATO dhe i shoqëruar nga sekretari i shtetit në Ministrinë e Punëve të Jashtme, Viktor Dimovski.



Sipas komunikatës së MPJ të Maqedonis të datës 20 korrik 2018 , me ftesë të Zëvendëskryeministrit të parë dhe Ministrit të Punëve të Jashtme të Republikës së Kosovës, Behgjet Pacolli, Ministri i Punëve të Jashtme i Republikës së Maqedonisë, Nikola Dimitrov, qëndroi në një vizitë zyrtare në Republikën e Kosovës. Gjatë vizitës në Prishtinë Ministri Dimitrov u prit edhe nga kryetari i Parlamentit të Kosovës, Kadri Veseli, kryetari i Qeverisë së Kosovës, Ramush Haradinaj , si edhe nga zëvendëskryeministri , Enver Hoxhaj. Me këtë rast ministrat Dimitrovo dhe Pacolli shprehën kënaqësinë për zhvillimin e marrëdhënieve të mra fqinjësore , si kontribut për stabilitetin dhe sigurin e rajonit.



Konkluzione

Një nga prioritetet kryesore strategjike të diplomacisë publike të Republikës së Maqedonisë është forcimi i kapaciteteve të diplomacisë publike në politikën e jashtme të saj. Qëllimi kryesor i diplomacisë publike është përmes aktiviteteve të ndryshme të mobilizojë publikun dhe palët e interesuara në marrëdhëniet ndërkombëtare që konsiderohen relevante në promovimin e pamjes së përgjithshme të shtetit dhe arritjen e qëllimeve të politikës së jashtme. Aktivitetet realizohen përmes

disa segmenteve, politikës së jashtme, ekonomisë, kulturës, arsimit. Duke vepruar kështu, përdoren metoda dhe mjete të ndryshme, duke i dhënë përparësi prezantimit digjital të diplomacisë publike. Ndër angazhimet e diplomacisë publike janë monitorimi dhe publikimi i pikëpamjeve të përfaqësuesve diplomatikë në vend dhe jashtë, përfaqësues të publikut politik, ekspertë dhe aktivistë kulturorë. Rëndësi të veçantë u jepen politikave të Republikës së Maqedonisë, duke promovuar aspiratat evropiane dhe euroatlantike për anëtarësim të plotë në BE dhe NATO.

MPJ e Maqedonisë do të publikojë rregullisht publikimet mujore "Buletini diplomatik i Maqedonisë " dhe "Business mujor maqedonas" , publikimi i rregullt i revistës "Crossposts" , do të botojë broshura të veçanta për të shënuar ngjarje të rëndësishme dhe përvjetorët e politikës së jashtme të Maqedonisë (p.sh. duke festuar përvjetorin e vendosjes së marrëdhënieve diplomatike mes Maqedonisë dhe vendeve në botë).

Me rëndësi të veçantë janë vendosja e kontakteve për bashkëpunim me organizatat, institutet dhe grupet e ekspertëve nga shumë vende të huaja duke i atribuar rëndësi të veçantë për vendin që kryeson me Bashkimin Evropian dhe iniciativat tjera rajonale.

Rol me rëndësi të veçantë luan pjesëmarrja në organizimin e tribunave në tema në fushën e diplomacisë me pjesëmarrës nga vendi dhe jashtë vendit.

Për të arritur rezultate të pritura të veçanta janë kontaktet dypalëshe me vendet që janë të gatshme të intensifikojnë dhe rrisin bashkëpunimin nëpërmjet diplomacisë publike.

Qeveria duhet të ndajë më shumë burime për diplomacinë publike, e cila do të bëhet instrument i rëndësishëm me të cilën do të ndikohet më shumë në politikën e brendshme dhe të jashtme. Përpjekjet e diplomacisë publike duhet të fokusohen më tepër në ata vende që janë me rëndësi më të madhe për interesin e vendit tonë, sesa në ata vende të cilët mund të ndikohet më lehtë.

Për të tre sektorët, mund të konkludohet se pajisjet teknike janë përmirësuar pjesërisht, ndërsa personeli adekuat, sidomos me personel shumë të kualifikuar, i cili me qasje analitike ndaj materialit do të sigurojë kategorizimin e tij të drejtë, është ende prapa.

Resurset kryesore të diplomacisë publike janë kultura (materiale dhe jomateriale), idealet (vlerat universale) dhe praktikat e mira politike të përditshme të një vendi, prandaj mediat e huaja raportojnë për këto praktika në radhë të parë duke vëzhguar veprimet në terren.

Mbulimi mediatik për Republikën e Maqedonisë është më i veçantë dhe interesimi i mediave të huaja është më i madh se mbulimi dhe interesimi i mediave ndërkombëtare për

vendet e tjera të rajonit, pikërisht për shkak se Maqedonia është në rrugë të mirë për zgjidhjen e çështjes së emrit me fqinjtë jugor, Greqinë, me ç'rast nënshkroi Marrëveshjen për emrin në Prespë me çka i hapen dyert për hyrje në NATO dhe për fillimin e bisedimeve me BE.

Përmirësimi i imazhit të Maqedonisë tani për tani shkon në drejtim pozitiv, veçanërisht në vitin 2018 pas nënshkrimit të Marrëveshjeve me Bullgarinë për fqinjësi të mirë dhe me Greqinë.

Qeveria e Maqedonisë e sheh imazhin si një element të rëndësishëm gjykuar sipas investimeve. Janë investuar qindra milionë euro në dhjetë vitet e fundit. Por në këtë drejtim janë përvjedhur shumë anomali, keqpërdorime të mjeteve dhe fondeve të ndryshme nga BE-ja dhe SHBA-të, që krijon një imazh të keq për punën e përgjegjshme të strukturave të organeve qeveritare e të tjerë në zbatimin e politikave ekonomike dhe demokratizimin e shoqërisë maqedonase.

Diplomacia publike maqedonase kujdes të veçantë i kushton organizimit të mësimin plotësues të gjuhës maqedonase për fëmijët e diasporës, shumë pak edhe të gjuhës shqipe për fëmijët shqiptarë të diasporës.

Aktorët joshetërorë si artistë, sportistë, individë të suksesshëm të diasporës, ushtrojnë gjithashtu shumë diplomaci publike, që paraqet një segment të rëndësishëm për aktivitetet e kësaj fushe.

Maqedonia si vend i vogël pa resurse të mjaftueshme ekonomike, turistike dhe kulturore elitare ndërkombëtarisht konkurruese e ka mjaft të vështirë të gjejë attribute për të qenë joshës për publikët e huaj.

Duke dhënë disa rekomandime, njëherësh jepet edhe përgjigje të tjera në hipotezat e ngritura në fillim të këtij studimi:

REKOMANDIME

Diplomacia publike ka rol të rëndësishëm në krijimin e imazhit të vendit, andaj dizajnimi i strategjisë dhe implementimi i saj, duhet të jetë gjithpërfshirës, si në aspektin përmbajtësor, po ashtu edhe në aspektin kadrovik. Duke pasur parasysh se bëhet fjalë për imazhin e vendit hapësira për improvizime është inekzistente.

Strategjia e diplomacisë publike duhet në vete të ngërthejë dy qasje. Njëra qasje duhet të targetojë vendet dhe publikun që ka qasje dhe imazh pozitiv për vendin, me qëllim të

avansimit të opinionit pozitiv. Qasja tjetër shumë e rëndësishme, është targetimi strategjik i publikut i cili për arsye të ndryshme nuk ka mendim pozitiv për vendin. Identifikimi i nyjeve të cilat mund të jenë katalizatorë të ndryshimit të mendimit të publikut është shumë i rëndësishëm për dizajnimin dhe ekzekutimin e diplomacisë publike.

Diplomacia publike duhet të çlirohet nga prangat e të kaluarës, dhe duhet të jetë e tillë që do të ndërtojë ura lidhëse dhe nëpërmjet saj mbrojtjen e interesave të vendit.

Fushatat e diplomacisë publike të Republikës së Maqedonisë duhet të fokusohet ndaj publikëve të caktuar ku interesi politik, ekonomik, turistik është më i madh, e jo ku ndikimi është më i lehtë. Ndjekja e rrugës me rezistencë më të ulët, nuk u shërben interesave të politikës së jashtme të vendit.

Aktorët e komunikimit dhe implementimit të strategjisë së diplomacisë publike, gjatë aktiviteteve komunikuese me publikun e caktuar nuk duhet të jenë gjeneralistë, por të specifikuar, duke targetuar publik të veçantë.

Përzgjedhja e aktorëve të cilët do të merren me diplomaci publike nuk duhet të jetë vetëm vendim i politikës, por ngase bëhet fjalë për imazhin e vendit, kyçja e ekspertëve dhe debati publik është më se i domosdoshëm.

Në erën e eksplozionit të zhvillimit teknologjik, komunikimi ka marrë një trajtë tjetër. Komunikimi digjital dhe rrjetet sociale në tërësi kanë ndryshuar qasjen, konceptin dhe mënyrën e komunikimit. Ajo që para disa kohëve ishte hallkë për t'iu ndihmuar mënyrave konvencionale të komunikimit, sot është komponenta bartëse e komunikimit. Investimi më serioz në këtë sferë është më se i nevojshëm, ndërsa **feedback** pozitiv i padiskutueshëm.

Gjatë emërimit të personave në poste përgjegjëse që do të merren me diplomaci publike, institucionet duhet të kenë kujdes të veçantë, ngase bëhet fjalë për persona që do të jenë fytyra të vendit. Përveç përgatitjes adekuate profesionale, personat që emërohen në këto poste duhet të kenë të kaluar të çiltër dhe të mos jenë të involvuar në skandale të natyrave të ndryshme. Pavarësisht strategjisë perfekte, në fund të ditës personi është fytyra dhe implementuesi i saj.

Rendi publik i konsoliduar, zbatimi i ligjit, zhillimi i demokracisë, respektimi i të drejtave të njeriut, lirive individuale, tolerancës ndërfetare, cilësisë së arsimit do t'i hapnin rrugë mundësisë së përmirësimit të imazhit, sepse e kundërta do të krijonte mbulim mediatik ndërkombëtar negativ për vendin.

Për hartimin e spoteve, strategjive të komunikimit me publikët e huaj, institucionet duhet të hapin debat me ekspertë të marrëdhënieve me publikun, gazetarë, studiues të marrëdhënieve ndërkulturore, ekspertë të fushave të ndryshme, për të veçuar atributet të cilat do t'i përmbante një strategji komunikimi në diplomacinë publike.

Të krijohet një komunikim i veçantë me miqtë e Maqedonisë, njerëz me ndikim në vendin e tyre, si liderë “lokalë” të opinionit për diplomacinë publike të Maqedonisë, kështu mund t'u ofrohen edhe materiale të punuara nga vendësit, por të cilët do t'i prezantonte më me ndikim lideri i atjeshëm i opinionit.

Fondi i posaçëm është me rëndësi të veçantë, nga i cili do të përcaktoheshin kuota për vende dhe studentë të cilët do të ishin të gatshëm të vinin për të studiuar në Maqedoni .

Shkupi dhe qendrat tjera të Maqedonisë të ndërmarrin masa të diplomacisë publike për promovimin e kulturës e vlerave maqedonase, shqiptare e të tjerëve.

Ministria e Diasporës, të krijojë lidhje më aktive me individë të suksesshëm të diasporës të cilët tregojnë suksese në vendet pritëse. Gjithashtu kjo ministri të mbajë lidhjet me brezat e dytë-tretë, të cilët gjithnjë e më shumë angazhohen në shoqëritë e vendeve ku jetojnë. Diasporës t'i kushtohet kujdes i veçantë si një mundësi e mëtejme investuese. Megjithatë në këtë drejtim institucionet e Maqedonisë nuk kanë bërë edhe aq , veçanërisht në funksionimin e plotë të ligjit dhe mbrojtjen e pronës së investuar.

T'u jepen çmime si psh. *honoris causa* nga institucionet universitare politikanëve apo ish-politikanëve, studiuesve, gazetarëve, njerëzve të kulturës (kuptohet me një proces vlerësues serioz) që janë dëshmuar si miq të Maqedonisë dhe popujve të saj, të cilët kanë ndikim në publikët e huaj, komunitetet kulturore shkencore etj.

Diplomatët dhe praktikuesit institucionalë të diplomacisë publike të Maqedonisë duhet të dinë më mirë mediat dhe kanalet e komunikimit, fjala është veçanërisht për teknologjinë e mediave të reja dhe strategjitë e komunikimit.

Diplomatët dhe praktikuesit institucionalë të diplomacisë publike të Maqedonisë duhet të kenë informacione të bollshme për preferencat e opinionit publik në vendin pritës. Këtë duhet bërë përmes ndjekjes së rezultateve e sondazheve, si edhe përmes përpjekjeve që të gjejnë mënyrë, rrugë dhe mjet për të bërë sondazhe ndaj opinionit publik të vendit pritës qoftë edhe nëpërmjet rrugëve online.

Kurrikulat universitare të përfshijnë komunikimin me publikët e jashtëm edhe atje ku nuk janë, ashtu siç është komunikimi politik, ai i marketingut, që në epokën e internetit dhe globalizimit kjo fushë nuk dallon shumë nga kuptimi i tradicional i komunikimit “të brendshëm”.

Literatura

1. <https://sot.com.al/opinione/diplomacia-publike-instrument-kyç> i arritjes së objektivave të politikës së jashtme të një shteti;
2. Javna diplomacija: imidz nacije i brendiranje , zbornik radova f.17;
3. *Neë public diplomacy in the 21st century : a comparative study of policy and practice*, London- Neë York: Routledge, 2013, f. 1.
4. Evan H. Potter , “*Canada and the Neë Public Diplomacy*”, International Journal, Ëinter 2002-2003, f. 47. (4364)
5. <http://ëëë.jstor.org/stable/40203812?seq=1> dhe: Evan H. Potter , “Canada and the Neë Public Diplomacy” Netherlands Institute of International Relations „Clingendael” ISSN 1569-2981, f. 47.
6. *Neë public diplomacy in the 21st century : a comparative study of policy and practice*, London- Neë York: Routledge, 2013, f. 6.
7. Edmund A. Gullion, *Definitions of Public Diplomacy*, në: <http://fletcher.tufts.edu/Murroë/Diplomacy/Definitions>
8. Stuart N. Soroka, *Media, Public Opinion, and Foreign Policy*, Press/Politics 8(1), f. 28. available in: <http://people.mcgill.ca/files/stuart.soroka/SorokaHIJPP2003.pdf>
9. Nicholas J. Cull, “Public Diplomacy before Gullion-The Evolution of a Phrase”, f. 19. in: Nancy Snoë & Philip M. Taylor (ed), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Neë York-London, Routledge, 2009
10. Mark Leonard, Ketrin Sted i Konrad Smoving, *Prosvetno delo*, f.14
11. <https://repozitorij.fpzg.unizg.hr/islandora/object/fpzg%3A95/datastream/PDF/vieë>
12. *Neë public diplomacy in the 21st century : a comparative study of policy and practice*, London- Neë York: Routledge, 2013, f. 1.
Evan H. Potter , “*Canada and the Neë Public Diplomacy*”, International Journal, Ëinter 2002-2003, f. 47. (4364)

13. <http://www.jstor.org/stable/40203812?seq=1>
14. Evan H. Potter , “Canada and the New Public Diplomacy” Netherlands Institute of International Relations „Clingendael“ ISSN 1569-2981, f. 47.
15. <http://fletcher.tufts.edu/Murrow/Diplomacy>
<http://publicdiplomacy.org/pages/index.php?page=about-publicdiplomacy#3>
16. Leonard, M., Stead, K., Smeeding, K., (2009), *Diplomacia Publike, Prosvetno delo SHA Shkup*,
Shkup, f. 12
17. Vasić N. Dušan., (2010), *Diplomacia parandaluese: koncepti teorik, kornizat normative dhe politikat polemike, Službeni glasnik, Beograd, fq. 104*
18. *Tezë për mbrojtjen e gradës ‘Doktor’ Komunikimi në diplomacinë publike, doktoranti Ma.Hasan Saliu, Tiranë,f.210*
19. *R.S Zahama, Battles to Bridges, - US Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11 Palgrave Macmillan, 2010, f.10*
20. <https://mk.voaneës.com/a/a-42-2009-05-28-voa12-86504992/446281.html>
21. *Mark Leonard, Public Diplomacy, London, The Foreign Policy Centre, 2002 , f. 76*
22. www.minbuza.nl, www.minocë.nl/english
23. <http://www.archive.org/web/20061001222233/http://www.minbuza.nl/en/themes/culture-and-public-diplomacy>
24. <http://publicdiplomacy.eikia.com/eiki/Netherlands>
25. <http://www.culturalpolicies.net/web/slovenia.php?aid=242>
26. Benko, Vlado (1997) *Znanost o mednarodnih odnosih (Science of International Relations)*. Ljubljana: Faculty of Social Sciences.
27. Coalition Agreement (2004) on Cooperation within the Government of Republic of Slovenia, 23 November 2004 (available at: <http://www.nsi.si/nsi/dokumenti/KP.pdf>; 06.01.2005).
28. Guček, Bojan (2003) *Sedem fragmentov k razpravi o prihodnjih zunanjepolitičnih prioritetah, položaju, aktivni vlogi in prepoznavnosti Republike Slovenije v mednarodni skupnosti (Seven fragments on the discussion about the future foreign policy priorities, position, active role and visibility of Republic of Slovenia within the international community)*. On-line contribution to the Discussions about the Future of Slovenia: Globally Active and Recognizable Slovenia (available at: <http://www.prihodnost-slovenije.si>; 15.09.2003).

29. Jančič, Zlatko (1998) Nevidna povezava ugleda države in podjetij (Invisible links between image of a state and of companies). Teorija in praksa 35 (6), 1028-1041.
30. Kline, Miro (2004) Pred prihodom so pričakovanja majhna, pri odhodu pa zadovoljstvo veliko (The expectations are high before the arrival, and the satisfaction is great upon leaving). Delo, 21st of Jan 2004, page 10.
31. Kline, Miro in Berginc, Dario (2004) Tržna znamka države: Študija primera Slovenije (Brand Name of a State: Case Study of Slovenia). Teorija in praksa 40 (6), 1040-1057.
32. Kovač, Bogo (2002) Lobiranje v neprofitnem sektorju (Lobbying in the Non-Profit Sector). In D. Jelovac (ed.) Jadranje po nemirnih vodah menedžmenta nevladnih organizacij, 213-230. Ljubljana: Radio Študent et al.
33. <https://www.researchgate.net/publication/256575778> *Makedonskata javna diplomatija i nejzinite osnovni prednosti i slabosti [arrihen Apr 02 201*
34. **Edvard Mitevski. "The Story of the Macedonian Public Diplomacy", in: Ministry of Foreign Affairs of The Republic of Macedonia, Macedonian Diplomatic Bulletin, n.8, Macedonian Information Centr, Skopje, 2008, f. 20.**
35. **Ministervsto za nadvoreshni raboti, Ekonomska diplomatija, në**
<http://www.mfa.gov.mk/?q=nadvoresnapolitika/ekonomska-diplomatija>
36. **Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Macedonia, Crossroads - the Macedonian Foreign Policy Journal. ISSN: 1857-5404**
37. <http://www.mfa.gov.mk/sites/default/files/Crossroads%20Vol.%20III%2C%20No.%203%20MNR%20ëeb%20July%202013.pdf>
38. **Anna Michalski, 'The EU as a Soft Power the force of Persuasion', në Melissen, Neë Public, Diplomacy: Soft Power in International Palgrave Macmillan, 2005, f. 124.**