

Veřejná diplomacie malých států a realita České republiky

JANA PETERKOVÁ

Public Diplomacy of Small States and the Reality of the Czech Republic

Abstract: The article aims to introduce the model of public diplomacy in the conception of small states, highlighting the key features which fulfill the idea of public diplomacy promoted by these small states. The article looks into how these characteristics are reflected in public diplomacy strategies. The author examines which concrete components of these strategies have direct connection to the public diplomacy model of small states, how strongly these differences are evident in plans for strategies and how deeply these differences can influence the final form of the strategies. In its last part the article also touches on the practice of public diplomacy in the Czech Republic through discussions of key documents, tools used in public diplomacy and the development of institutions. The author tries to reach a conclusion as to whether and how deeply the contemporary practice in the Czech Republic corresponds to the public diplomacy model of small states.

Key words: public diplomacy, strategy, small states, foreign policy, Czech Republic.

Veřejná diplomacie stále působí jako nový, byť již zčásti etablovaný jev v oblasti diplomatických studií. Základnímu vymezení veřejné diplomacie a souvisejícím charakteristikám byla již v českém odborném tisku (viz Peterková, 2006) věnována pozornost. Současný svět není však neměnný a veřejná diplomacie je jeho součástí. V mnohém je také reakcí na právě probíhající změny mezinárodního prostředí. I proto se pohledy na problematiku veřejné diplomacie různí a mnoho stále zůstává nevyjasněno. Jedním ze zajímavých aspektů teorie i praxe veřejné diplomacie jsou rozdíly v jejím uplatnění mezi malými a velkými státy. Pro účely této stati jsou jako *malé* (Bátora, 2006, s. 54–55) chápány takové *státy*,¹ jejichž zdroje tvrdé moci/síly² (velikost, ekonomická a vojenská síla) jim neumožňují v dostatečné míře ovlivnit naplnění jejich státních zájmů. Veřejná diplomacie znamená pro malé státy možnost naplnit své zájmy uplatněním měkké moci/síly, tedy budováním pozitivních představ o své zemi. Takové představy mají pomoci ovlivnit postavení země v mezinárodním společenství v takové míře, která překračuje její možnosti dané limitovanými zdroji tvrdé moci/síly.

Cílem tohoto textu je zjistit, zda je model veřejné diplomacie z pohledu malých států schopen vysvětlit podobu veřejné diplomacie, uplatňovanou v české praxi. Prvním krokem je přiblížit charakteristické rysy, které naplňují představu veřejné diplomacie, prosazovanou malými státy. V této práci jde o využití již existujícího modelu a o jeho doplnění o podpůrné argumenty i o další rysy. Následující část přináší pohled na způsob, jakým se tyto charakteristiky mohou projevit ve strategiích veřejné diplomacie, uplatňovaných malými státy. Poslední část je pak věnována přiblížení praxe veřejné diplomacie v České republice. Zaměřuje se především na analýzu prvků strategie identifikovaných ve druhé kapitole, která by měla dát odpověď na otázku, zda a do jaké míry odpovídá situace v České republice modelu veřejné diplomacie malých států.

CHARAKTER VEŘEJNÉ DIPLOMACIE MALÝCH STÁTŮ

Veřejná diplomacie jako systém je v zásadě velmi podobná, ať už jde o velký či malý stát, který ji aplikuje. Jednou z nejběžnějších charakteristik veřejné diplomacie jako pojmu je následující: „*Veřejná diplomacie je činnost, zaměřená na utváření a ovlivňování pozitivních představ [zahraniční veřejnosti – poznámka autorky] o daném státu, [jeho – poznámka autorky] hodnotách a činnostech... Prostředkem k dosažení žádoucího cíle je pravdivá komunikace se zahraniční veřejností, prováděná v součinnosti státního aparátu i soukromých subjektů.*“ (Peterková, 2006, s. 87.)

Veřejná diplomacie představuje hodnoty, které jsou pro daný stát typické, snaží se ostatní přesvědčit o jejich atraktivitě a přínosu. Takto vytvořený příznivý obraz využívá pak k naplnění cílů vlastního státu od prostého povědomí o dané zemi přes porozumění jejím hodnotám až k aktivní podpoře jejích cílů. Veřejná diplomacie tak vytváří prostředí, které poté ovlivňuje veškeré další konání státu na mezinárodní scéně. Dané cíle se mohou týkat oblasti politické, hospodářské či jakéhokoli dalšího aspektu života společnosti.

Oblast zahraniční politiky, vzájemných vztahů a komunikace mezi jednotlivými státy i jejich obyvateli se i díky často zmiňovaným (Leonard, 2002; Melissen /ed./, 2005; Bátor, 2006) změnám v mezinárodním prostředí (proces globalizace, komunikační a technologická revoluce, rychlejší pohyb a snadnější získávání informací a další) stala mnohem otevřenější a přístupnější, než jak tomu bylo v minulosti. To se týká jak okruhu účastníků, tak i obsahových posunů. Například Peter van Ham hovoří ve své práci o posunu v politických paradigmatech od moderního světa geopolitiky a síly směrem k postmodernímu světu představ o vlivu (Peter van Ham: *Branding Territory: Inside the Wonderful Worlds of PR and IR Theory*, citováno dle Bátor, 2006, s. 54). Veřejné diplomacie se dotýkají jak změny obsahové, tak i ve sféře účastníků.

Joseph Nye (viz Nye, 2004, s. 1–33) vidí zdroje měkké moci/síly, která je s veřejnou diplomacií spojována, především v atraktivitě myšlenek, hodnot či ideálů země, ve způsobu, jakým země své ideály prosazuje, jak jedná. V této souvislosti používá kategorie jako nátlak a svádění, kde se jednoznačně přimlouvá za atraktivitu a „lákavé balení“. Obvykle jsou k tomu využívány prostředky z oblasti kultury, vědy nebo školské spolupráce či jsou zdůrazňovány silné stránky dané země z jiných oblastí, pro něž stojí za to vzít ji na vědomí.

V souvislosti s mezinárodními vztahy J. Nye považuje v případě západních států za zdroje jejich měkké síly přitažlivost hodnot demokracie, individualismu či ochrany lidských práv. Tento koncept se objevuje jako výchozí také v dalších pracích (viz Leonard, 2002; Melissen /ed./, 2005), zabývajících se tématem veřejné diplomacie.

Přes řadu společných charakteristik se občas objevuje rozlišení na veřejnou diplomacii malých a velkých států, a to ze zřejmého důvodu. Tyto odlišnosti se odvíjejí především od zmiňované velikosti státu, z bohatství jeho zdrojů a z významu, který stát má ve světovém společenství. Rozdíly ve výsledné síle jsou natolik závažné, že ovlivňují možnosti státu, jak se prosadit, jak zajistit naplnění svých zájmů a růst vlastního blahobytu. Velké státy mají obvykle k dispozici zdroje tzv. tvrdé moci/síly v nepoměrně větším rozsahu³ než malé státy. Ty proto musejí hledat jiné způsoby, jak prosadit své zájmy, své názory, své postoje. Veřejná diplomacie je jedním z takových nástrojů, jenž umožňuje malým i středním státům dosahovat zisky, které přesahují možnosti jejich zdrojů tvrdé moci/síly. Nicméně i zde platí, že ekonomická síla státu a jeho finanční možnosti do značné míry předurčují i šíři záběru veřejné diplomacie. Komunikační koncept a ekonomická síla tak spoluvytvářejí dvě strany téže mince.

Rozdíly mezi veřejnou diplomacií malých a velkých států se projevují především:

- v cíli takové činnosti – čeho chce stát veřejnou diplomacií dosáhnout;
- v šíři a intenzitě prezentovaných témat – stanovení priorit;
- v legitimitě činnosti – vliv velikosti státu na posuzování jeho úmyslů.

Tyto faktory identifikoval a analyzoval ve své práci (Bátor, 2006) Jozef Bátor. Jeho model téměř bezexztyku vystihuje specifika veřejné diplomacie malých států. Pro účely

této stati představuje také základní strukturu a soubor argumentů, jejichž platnost je dále podepřena i odkazy na další zdroje, které Bátorovu argumentaci potvrzují. Na ně jsou posléze aplikovány jednotlivé prvky strategie veřejné diplomacie a následně i situace v České republice. Je samozřejmě možné s uváděnými rozdíly dále pracovat, popřípadě rozšířit jejich spektrum. Lze se například domnívat, že velikost státu ovlivňuje možnosti spolupráce aktérů veřejné diplomacie či volbu nástrojů při její realizaci.

Motivy a záměry veřejné diplomacie malých států

První rozdíl mezi veřejnou diplomacií velkých a malých států se odvíjí od rozdílů v povědomí světové veřejnosti o existenci a aktivitách takových států. Hlavním cílem malých států je obvykle zviditelnění na mezinárodní scéně, přitáhnutí pozornosti. Velkou roli zde hraje touha být vnímán, být viděn, být pokládán za důležitého a významného partnera v mezinárodním společenství.

Základním cílem veřejné diplomacie malých států je prezentovat své silné stránky, *být viděn ze správných důvodů*. Potažmo sdělit světu, čím jsme výjimeční, proč stojí za to poznat náš stát blíže. To odpovídá i profilu tzv. komunikační pyramidy (McClellan, 2004), která uvádí povědomí – vím, že něco existuje – jako základní rovinu a předpoklad pro detailnější představení. Obecný cíl činnosti znamená, že malé státy usilují především o to, aby jim byla věnována pozornost, aby jejich hlas získal váhu, kterou mu sama velikost státu a jeho zdroje získat nemohou, a této pozornosti mohly následně využít k naplnění svých zájmů. Malé státy musejí o pozornost médií a následně i zahraničního publika bojovat. Veřejná diplomacie v tomto ohledu násobí síly státu k prosazení svých zájmů.

„Menší státy obecně nevstupují do globální veřejné diskuze, pokud je neobklopuje krize nebo skandál. Je to politováníhodné, ale zdá se, že právě to jsou události, které přitahují globální média a zájem masového publika, který zajišťují. Možná je to právě tento důvod, proč menší státy potřebují programy veřejné diplomacie právě tak jako velké mocnosti. Úkolem menších států je být slyšet v příbězích, které pro ně mají význam, sdělit své pozice a aspirace během klidných momentů a činit tak způsobem, který přitahuje pozornost.“ (Smith, 1998, s. 102.)

V širší rovině je malý stát motivován snahou získat pozornost na mezinárodní scéně, získat pověst a postavení odpovídající jeho ambicím a možnostem. Zaměření i způsob provádění veřejné diplomacie jsou tímto specifickým cílem činnosti – přitáhnutím pozornosti zásadním způsobem – modifikovány. Nicméně je samozřejmé, že se i ve veřejné diplomacii malých států vyskytují důvody jako vysvětlení postojů, jejich obhajoba, snaha o změnu pověsti (viz *Koncepce jednotné prezentace České republiky*, 2005), přesto však většinovým cílem a důvodem pro veřejnou diplomacii je snaha být viděn a být vnímán. To se projevuje rovněž v některých prvcích konkrétních strategií. Strategií veřejné diplomacie se zabývá text druhé části tohoto příspěvku.

Naproti tomu veřejná diplomacie velkých států, které na světové scéně nelze přehlédnout, je utvářena především obhajobou a vysvětlováním vlastních postojů. Motivem a snahou takové země může být také změna dosavadní pověsti státu. K tomuto tématu dodávají například američtí diplomaté, že velký stát (mocnost) bude vždy předmětem diskuzí či kritik nebo polemik, a to bez ohledu na rozsah a charakter své činnosti (Smith, 1998, s. 101).⁴ Dokladem může být nejen veřejná diplomacie Spojených států, ale též například snaha Velké Británie o obhajobu a vysvětlení svých postojů v nové britské strategii (Leonard – Small – Rose, 2005, s. 36) veřejné diplomacie po roce 2001.

Šíře a intenzita prezentovaných témat/diplomacie mezery

Odlišnosti lze nalézt také v *šíři a intenzitě prezentovaných témat* (Bátora, 2006, s. 54). Malé státy obvykle věnují pozornost mnohem užšímu spektru témat, jimiž se prezentují v zahraničí. Pro to existují především dva důvody.

Prvním z nich je větší počet alternativ, které mají velké státy na výběr, když hledají vhodné téma pro žádoucí prezentaci. S tím souvisí též možnost vést případně takovou prezentaci ve více směrech současně. Malé státy si obvykle musejí vybrat pouze určitá specifika, která jsou dostatečně silná na to, aby jim dovolila se odlišit. Druhým (souvisejícím) důvodem jsou většinou omezené zdroje takových států na programy veřejné diplomacie. To znamená jak nižší finanční prostředky, tak i omezenou schopnost personálně zabezpečit činnost na mnoha místech či na více tématech najednou.

Oba faktory vedou u malých států k tzv. *diplomacii mezery*, jinými slovy řečeno, k soustředění se na nepoměrně užší škálu témat a na následnou důslednou profilaci státu na vybraných tématech,⁵ než je tomu u velkých států. Diplomacie mezery připodobňuje aktivitu státu (hledání vhodného tématu pro veřejnou diplomacii) k chování firmy. Mezera v takovém případě znamená mezeru na trhu, tedy hledání volného, dosud neobsazeného prostoru, který by firma mohla svou činností zaplnit a jímž by se mohla profilovat jako svým specifikem.

Stát hledá určitý typ činnosti nebo oblast, na niž by se mohl specializovat a kde by se mohl profilovat jako vážený a zodpovědný člen mezinárodního společenství. Takový člen, jehož názory je nutné brát v úvahu, či který představuje záruku pro ostatní. Pojem diplomacie mezery⁶ představuje tedy úzkou specializaci a profilaci aktivit dané země na mezinárodním poli.

Pro úspěch státu a pro vybudování žádoucí pozice na světové scéně je nutná zodpovědná volba takového prostoru, tématu či „mezery“. Zaměření musí samozřejmě odpovídat možnostem daného státu, ať už po stránce finanční, personální, či historické. K tomu, aby země mohla těžit z nějaké mezery (*Henrikson, 2005, s. 71–72*) či z výhodného postavení, musí taková mezera splňovat tři základní podmínky. Země musí mít nějakou výhodu či zvláštnost trvalé povahy, která může být buď spojena s *místem* (geografická realita), nebo s *tradicí* (například Nobelova cena míru – Norsko), nebo je *konsenzuálního charakteru*. Tím mám na mysli, že odráží hluboký společenský zájem a reaguje na převažující veřejné mínění země do takové míry, že se stává součástí její identity (účast na mírových a humanitárních operacích – Norsko).

Diplomacie mezery je velmi často spojována s malými státy, avšak minimálně stejně často je uplatňována také středními státy. Tyto státy (například Německo, Kanada, Indie či Austrálie) hrají na světové scéně důležitou roli, avšak nejsou natolik silné, aby jednostranně prosadily své pozice či řešení. I pro ně se tak diplomacie mezery stává vhodnou příležitostí k posílení svého postavení.

Zaměření diplomacie mezery je především otázkou již zmíněné profilace, zdůrazněním silných stránek země a soustředěním svých zdrojů právě na takovou oblast, která dává zemi nejvíce šancí na vyniknutí v mezinárodním společenství. K často používaným prostředkům v diplomacii patří rovněž síla argumentu, která nemusí být založena pouze na racionálním poznání, ale je také otázkou přesvědčení a názoru toho, kdo prezentuje. Velmi významným prvkem je i konzistence dosavadních postojů a prohlášení.

Schopnost státu efektivně uplatnit diplomacii mezery záleží také na přesné a podrobné znalosti podmínek mezinárodního prostředí. Vždy existují témata, jímž je z řady důvodů v určité době věnována přednostní pozornost. Například v období po 11. září 2001 se téma bezpečnosti na rozdíl od předcházejících let vrátilo na výsluní mezi politickými tématy a politika USA v tomto ohledu vytěsnila do značné míry jak aktivity jiných států v této oblasti, tak i jiná témata.

V oblasti mezinárodních vztahů existují v zásadě tři různé modifikace (*Henrikson, 2005, s. 74–75*), přístupy k provádění diplomacie mezery, které umožňují malým či středním státům vypořádat se s takovou situací, jakou může být náhlá změna celosvětových témat. První možností je pokusit se o *změnu směru mezinárodní diskuze*, a to například i otevřenou ideovou konfrontací se supervelmocí a se spolupracujícími státy. Jako příklad takového směru je často uváděn tzv. ottawský proces,⁷ diplomatické aktivity vyvíjené ve

snaze o zákaz nášlapných min. Jedním z vůdčích účastníků tohoto procesu byla Kanada. Ta v této věci spolupracovala především s nevládními organizacemi, s řadou dalších menších či středních států či s hnutími. Druhou možností představuje *paralelní činnost vedle hlavního proudu*. Do této kategorie je řazena celá skupina norských aktivit, počínaje procesem z Oslo, účastí na řešení konfliktů na Balkáně, v Kolumbii či na Filipínách. Jinými slovy řečeno, je možné charakterizovat tuto možnost jako sledování pelotonu po vlastní ose. Třetí možností je *aktivní spolupráce s dominantní silou*, například při specializaci na určitou činnost, tedy souběžné využití diplomacie mezery.

Omezenost disponibilních zdrojů redukuje možnou tematickou šíři prováděných aktivit a nutí stát k důsledné profilaci své pověsti. Na rozdíl od velkých států ty malé nemají možnost paralelně rozvíjet větší počet vhodných témat na stejně hodnotné úrovni. Jsou nuceny k přesnému a cílenému vymezení svých témat s vědomím, že chyba není možná. Soustředění na několik málo témat může v dnešní době znamenat pro malé státy výhodu. Je možné říci, že důsledná profilace země z pohledu veřejné diplomacie je v případě malých států nutnou podmínkou jakéhokoliv úspěchu v této oblasti.

Legitimita činnosti

Činnost malých států se vyznačuje také dalším specifikem, které opět demonstruje rozdíly mezi malými a velkými státy. Tím je často mnohem vyšší *počáteční legitimita* (viz *Bátora, 2006, s. 62*) jakékoli činnosti na straně malých států. Malé země obvykle nejsou v pozici, aby své názory a pohledy mohly komukoli vnucovat. Nicméně někdy dokáží nabídnout užitečnou radu a přispět ke kreativnímu řešení tam, kde například multilaterální úsilí nedošlo k žádným výsledkům či selhalo. Malé státy nedisponují rozsáhlými zdroji tvrdé síly/moci, své zájmy proto často definují způsobem, který může ostatní aktéry mezinárodních vztahů nalákat k jejich podpoře (viz *Bátora, 2006, s. 62; Nye, 2004, s. 8–10*). Využívají atraktivitu měkké moci/síly a snaží se využít toho, co je obecně považováno za dobré a správné, například rozvojová pomoc, transformační spolupráce, angažmá při řešení konfliktů. Pověst „dobrého člena“ mezinárodního společenství může napomoci k prosazování dalších zájmů státu. Postoj prezentovaný malým státem s nedostatkem zdrojů tvrdé síly/moci může být vnímán pozitivně a zcela odlišně, než kdyby podobný postoj zaujal velký stát s dostatečnými prostředky.

K tomu je třeba doplnit, že kritérium velikosti státu není v tomto ohledu jediným a předurčujícím měřítkem. Svůj význam mají jistě také i další faktory, jako je například systém fungování státní správy ve smyslu její otevřenosti či uzavřenosti vůči vnějším aktérům či způsobu rozhodování ve smyslu centralizace či volnějšího propojení jednotlivých složek.

Hlavním problémem velkých států je v souvislosti s legitimitou jejich působení právě úzké sepětí vlastních zájmů i pověsti s prostředky vojenské či hospodářské síly. Tyto prostředky umožňují velkým státům mnohem větší rozsah i intenzitu jakékoli činnosti. Činí je však zároveň zranitelnými vůči kritice „čistoty jejich úmyslů“ a legitimacy jejich cílů.

Samy velké státy takovým názorům občas nahrávají i svou snahou o konkurenční přístup v oblastech, které jsou přímo předurčeny ke spolupráci. V již zmiňované oblasti podpory a dodržování lidských práv jde například o občasné pokusy Velké Británie či Francie činit tak výlučně pod vlajkou svého státu, a to především v těch zemích, s nimiž jsou svázány historickým vývojem. Právě takové reminiscence mohou být pro snahy veřejné diplomacie například v oblasti ochrany a dodržování lidských práv velmi škodlivé. Jejich nositelé mohou být (a také často bývají) obviňováni z maskování neokoloniálních snah propagací dodržování lidských práv v západním duchu. Výsledný dojem a efekt se v takovém případě samozřejmě míjejí účinkem.

Možnosti spolupráce aktérů veřejné diplomacie

Vyšší počáteční legitimita činnosti malých států má příznivý vliv rovněž na možnosti spolupráce jednotlivých kategorií aktérů, jejichž přítomnost je třeba si uvědomit. Lze říci,

že se zde objevují dvě zásadní roviny. První z nich je mezinárodní rozměr, který tvoří otázka možné spolupráce či naopak konkurenčního boje mezi státy o získání lepšího postavení v nějaké zemi či o získání větších výhod. Druhou rovinu tvoří domácí dimenze⁸ ve smyslu domácího systému a možné spolupráce státní správy také s jinými domácími subjekty.

Základní jednotkou mezi aktéry veřejné diplomacie je bezesporu stát. Státy vytvářejí své strategie a jejich prostřednictvím se snaží působit na zahraniční elity i veřejnost. V tomto ohledu se hovoří o *konkurenční* či *spolupracující veřejné diplomacii*. V jakých oblastech a za jakých okolností mohou státy vzájemně spolupracovat v oblasti, jakou je veřejná diplomacie, kde jde o prestiž a o následné výhody každého hráče?

Konkurenční diplomacie

Označení a rozdělení aktivit veřejné diplomacie na konkurenční nebo spolupracující úzce souvisí se základními zájmy státu a s jejich vyjádřením v prioritách zahraniční politiky. Konkurenční veřejná diplomacie vychází z oblastí, kde každý stát má své specifické zájmy a kde neexistuje žádný vyšší společný jmenovatel, který by například členy určitého uskupení motivoval ke spolupráci. Jedním z hlavních cílů veřejné diplomacie je podpora zájmů svého státu a v konečném důsledku zvyšování jeho politické či hospodářské síly, potažmo jeho blahobytu. Je evidentní, že v mnoha oblastech se zájmy jednotlivých států liší, lépe řečeno, si konkurují. Snahou jednoho každého z nich je pak zvýšit svůj „podíl na trhu“, dosáhnout co nejlepšího postavení.

Tyto oblasti tvoří prostor pro *konkurenční* veřejnou diplomacii. V jednoduchém výčtu základních potřeb je možné uvést snahu být vnímán a uznáván, zajistit ekonomickou soběstačnost a blahobyt, zajistit bezpečí. Z těch se pak odvíjejí jednotlivé segmenty konkurenční veřejné diplomacie, jako jsou prezentace státu, partnerství v mezinárodních koalicích a uskupeních, politický vliv, hospodářské zájmy jako investice, obchod, postavení země jako destinace turismu, dalších možností je bezpočet.

Konkurenční veřejná diplomacie

	<i>Cílové státy</i>	<i>Zájem</i>	<i>Způsob fungování</i>
<i>Konkurenční</i>	Sousedé Státy EU Země se silnou krajanskou komunitou Významní obchodní partneři Regionální mocnosti Země strategického významu	Prezentace Obchod Investice Cestovní ruch Koalice v mezinárodních organizacích Politický vliv	Bilaterální (ve specifických otázkách) Multilaterální (v otázkách sdílených s ostatními)

Pramen: Leonard, Mark: Public Diplomacy. London: The Foreign Policy Centre, 2002, s. 22–30.

S konkurenční veřejnou diplomacií, zejména u malých států, úzce souvisí i již výše zmínované stanovení priorit. Může jít o priority geografické ve smyslu cílových států, předmětové při stanovení klíčových témat, či o volbu nástrojů s ohledem na cílové publikum. S prioritami veřejné diplomacie malých států souvisí též možnost a někdy i nutnost spolupráce v oblastech vyhrazených jinak především konkurenční veřejné diplomacii, jako je například prezentace, cestovní ruch nebo obchod. Takový přístup je uplatňován zejména tam, kde výhody spolupráce přesahují náklady a možné zisky konkurenčního přístupu. Příkladem může být spolupráce skandinávských států při prezentacích v oblasti cestovního ruchu například v Asii či v jiných vzdálených teritoriích.

Spolupracující diplomacie

Nicméně existují i oblasti, kde se zájmy jednotlivých zemí spojují, kde mimo bilaterální specifické zájmy existují také zájmy společné všem členům určité skupiny (například západní státy). V takových oblastech lze uplatnit přístup k veřejné diplomacii, charakterizovaný jako *spolupracující*. Stručně řečeno, jde o spolupráci různých subjektů, o jejich specializaci na různé aspekty tématu a o koordinaci činnosti v rámci společného projektu. Je důležité, že spolupráce může napomoci dosáhnout mnohem většího efektu než například partikulární akce jednotlivých států. Zároveň taková eventualita vytváří příležitost realizovat ve společném projektu své silné stránky. Efektem je v takovém případě prezentace vlastních silných stránek v určitém mezinárodním společenství. Tato prezentace může posléze podpořit a usnadnit vlastní bilaterální aktivity pro takovýto stát.

Jako příklad prostoru pro spolupracující veřejné diplomacie se často uvádějí taková témata, jako je podpora demokracie, ochrana lidských práv, ochrana životního prostředí, snaha o nastolení regionální stability nebo podpora rozvoje občanské společnosti. Častým místem vzniku spolupracující veřejné diplomacie jsou mezinárodní organizace či nadnárodní uskupení, která se podílejí na aktivitách členských států, popřípadě vytvářejí vlastní strategie a usilují o podporu svých členů a o jejich podíl na společných projektech. Výsledný efekt může mít dvojí rozměr v podobě působení jak na ostatní členy uskupení a budování pověsti státu jako spolehlivého partnera, tak především na státy a cílové skupiny mimo takové uskupení.

Spolupracující veřejná diplomacie

	<i>Cílové státy</i>	<i>Zájem</i>	<i>Způsob fungování</i>
<i>Spolupracující</i>	Ostatní státy (zejména rozvojové)	Podpora demokracie Ochrana lidských práv Regionální stabilita Hospodářský rozvoj	Multilaterální

Pramen: Leonard, Mark: *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre, 2002, s. 25.

Možný výsledný efekt při uplatnění principu spolupráce je zcela zřejmý třeba v oblasti ochrany a dodržování lidských práv či podpory demokracie nebo rozvoje kulturních vztahů. Konkrétní náměty a příležitosti nabízí také Evropská unie (EU). Jde o propojení aktivit jednotlivých států a koncepcí evropských institucí a o jejich koordinaci v zájmu co nejlepšího možného působení na cílové skupiny. Jako o úspěšné aktivitu v oblasti kulturních vztahů je možné se zmínit například o každoročních *Dnech evropského filmu*, kde se společně prezentují různé členské státy. Existují samozřejmě i další projekty.⁹ Na tomto místě je třeba přiznat, že spolupracující veřejná diplomacie má poměrně obtížnou úlohu. Podobně jako v řadě jiných oblastí, také ve veřejné diplomacii státy často žárlivě střeží svou nezávislost a schopnost samostatné akce. Bohužel se to týká i oblasti podpory kulturních vztahů, která je považována za poměrně nekonfliktní. Ve vzdálených regionech často dochází v důsledku neochoty ke spolupráci k překrývání aktivit jednotlivých států.

Také v již zmiňované oblasti podpory demokracie je rovněž možné uvést příklady opačného postupu v tématech předurčených v tomto případě ke spolupráci. Při úsilí o obnovu Afghánistánu například Mark Leonard (*Leonard, 2002, s. 25*) hovoří o snaze některých západních zemí o propagaci a prosazení vlastních zájmů a vlivu na daném území na úkor posílení legitimacy, schopnosti vládnout či stability centrální afgánské vlády, jejíž stabilita a důvěryhodnost jsou ovšem pro další vývoj celé země naprosto klíčové. V této souvislosti Leonard připomíná činnost Lycea, jednak zdůrazňováním znovuotevření Lycea v Kábulu a jednak obnovením starých vazeb na Ahmeda Šáha Masuda,¹⁰ a to ve snaze obnovit vlastní vliv v zemi.

Malé státy mají přirozeně jak své specifické zájmy, tak i zájmy, které mají společné s jinými subjekty, kde existuje společný jmenovatel. V oblasti specifických zájmů, které jsou charakterizovány konkurenčním přístupem, musejí malé státy pečlivě volit témata, v nichž investují do prosazení se na světové scéně. Tato témata by měla být ve shodě se zaměřením diplomacie mezery. Omezené zdroje obecně více motivují ke spolupráci a k případnému sdružení prostředků. Tam, kde existuje vyšší společný zájem, existuje také vyšší pravděpodobnost spolupráce, a to jak ve smyslu sdílení nákladů, tak též možné tematické specializace, která může být pro stát (za předpokladu, že společný zájem je zároveň i jeho specifickým zájmem – například Dánsko – rozvojová pomoc) rovněž příležitostí k naplnění diplomacie mezery.

Malé státy si také mohou díky neexistenci či velkému omezení prostředků tvrdé síly/moci na své straně zajistit mnohem snadněji například spolupráci ostatních aktérů. Prezence jejich postojů bývá často vnímána jako upřímnější a nezáludná. Příkladem může být již zmiňovaný ottawský proces – mezinárodní snaha o zákaz nášlapných min. V tomto případě šlo o spolupráci států a zahraničních nestátních aktérů v otázkách společného zájmu. Tento zájem přitom odpovídal zájmům státu a jeho představám o tom, jak chce být vnímán. Vyšší počáteční legitimita činnosti malých států může být v celkovém pohledu jako charakteristický rys pokládána za výhodu.

Pro malé státy vyplývá z představených charakteristických rysů především následující. Jako výchozí podmínka byla vymezena omezenost zdrojů tvrdé moci/síly a také nízké povědomí světové veřejnosti o názorech a zájmech těchto států. Z toho vyplývá nutnost hledat jiné způsoby bez příliš velkého vyčerpání zdrojů tvrdé moci/síly, jak dosáhnout naplnění svých zájmů. Aby stát mohl prezentovat své postoje a následně hájit své zájmy, musí být viděn. Z toho plyne prvotní cíl malých států – zviditelnit se. Aby mohla být státu věnována pozornost, musí být něčím zajímavý či výjimečný. Ve spojení s omezenými ekonomickými prostředky z toho vyplývá požadavek specializace a pečlivého výběru témat, která budou jejím ztělesněním. S tím souvisí i další z rysů – postoj ke spolupráci. V mezinárodním prostředí se zájmy států obvykle střetávají, motivem pro spolupráci bývá většinou pouze vyšší společný zájem. Omezené prostředky nutí malé státy, aby vyhledávaly spolupráci tam, kde je to možné, a pečlivě volily své priority tam, kde mají silné vlastní zájmy. Zjevná slabost státu může v některých oblastech (například podpora demokracie, ochrana lidských práv) znamenat pro malé státy výhodu ve smyslu snazší spolupráce s nestátními aktéry, kteří se necítí být malými státy znevýhodňováni.

STRATEGIE VEŘEJNÉ DIPLOMACIE V PODÁNÍ MALÝCH STÁTŮ

Předchozí text identifikoval a přiblížil charakteristiky, typické pro veřejnou diplomacii malých států. Se znalostí obecného charakteru veřejné diplomacie je možné předpokládat, že veřejná diplomacie malých států nevytváří vlastní specifický systém, nicméně představuje modifikaci základního systému, jenž je vlastní jak malým, tak i velkým státům. Tato modifikace odpovídá rozdílným potřebám a možnostem států, které veřejnou diplomacii využívají.

V teorii i praxi veřejné diplomacie existují různé přístupy k tvorbě strategií, které mají zajistit naplnění žádoucích cílů. Následující text přibližuje konkrétní prvky (viz *Leonard, 2002; Melissen – D'Hooghe, 2005*) obecné strategie veřejné diplomacie, jak již byly v literatuře častokrát definovány. Budu posuzovat, které z nich mají vazbu na výše zmiňované charakteristické rysy veřejné diplomacie malých států. Důležité je, jak výrazně se projevují při přípravě konkrétní strategie a jak ovlivňují její konečnou podobu.

Stanovení základního cíle

Základním prvkem jakékoli strategie, od něhož se později odvíjejí i další postupy, je obvykle *stanovení základního (rámcového) cíle*, tedy stanovení žádoucího výsledného obrazu dané země v mezinárodním společenství. Například stát Y si přeje být vnímán jako mo-

derní demokratická země, důvěryhodný partner a spojenec v oblasti obchodu, politické spolupráce, zajištění mezinárodní bezpečnosti, jako země s výraznou kulturou, která může ve vzájemných kontaktech obohatit i ostatní. Takto vyjádřený cíl vytváří rámec pro veškeré další, již konkrétněji zaměřené cíle, formulované v závislosti na dalších prvcích strategie, vždy pro určitou tematickou oblast, konkrétní časové pásmo a samozřejmě i blíže specifikované teritorium.

Zásadní sdělení

Od rámcového cíle se také následně odvíjejí „příběhy“, tedy *zásadní sdělení* či *témata*, s jejichž pomocí je uvedený cíl charakterizován. Pro tyto příběhy je velmi důležité souznění s identitou státu, měly by být odrazem základních charakteristik, spjatých s určitým státem. Jsou odrazem hodnotového základu, který je zásadní nejen pro prezentovaná témata, ale ovlivňuje též míru součinnosti zúčastněných aktérů.

V souvislosti s výběrem témat je nutné podotknout, že problematika vzájemného vztahu veřejné diplomacie a identity státu (viz Bátora, 2004, s. 40; Bátora, 2006, s. 55) nesouvisí pouze s formulací témat, ale měla by být uplatněna také při rozhodování o tom, které sdělení bude použito v jakém státě. Zde je nutné si uvědomit reflexivní charakter identity a jejího vnímání ve spojitosti s veřejnou diplomacií. Tedy, že vliv má nejen námi prezentovaný obraz státu, náš příběh, ale také hodnoty cílového publika a výsledný obraz našeho státu je viděn právě prostřednictvím těchto hodnot, které se do výsledku promítají.

Vymezení zásadního tématu či sdělení pro aktivity veřejné diplomacie se jeví pro efektivní, dlouhodobou a úspěšnou strategii veřejné diplomacie jako zásadní a nepostradatelné. Příkladem výborně zvládnuté formulace zásadního sdělení či příběhu mohou být tzv. norské příběhy (Leonard – Small, 2005, s. 6), z nichž lze namátkou vybrat:

- *humanitární supervelmoc* (Nobelova cena míru, preventivní diplomacie, aktivní boj za mír a další),
- *život v přírodě/s přírodou* (turistika, rybářský průmysl, technologie šetrné k životnímu prostředí),
- *příběh rovnosti* (blahobyť, prosperita, rovnost – zdání omezení ekonomické dynamiky – přepracováno na „Laboratoř prosperity“ – inovace, nové postupy a inspirace pro domácí politiku kteréhokoli státu).

Zejména první z těchto témat je ideálním vyjádřením výše zmiňovaných principů veřejné diplomacie malých států – diplomacie mezery. Na straně Norska jsou jednoznačně dlouhodobé komparativní výhody (historie, princip neutrality, angažovat v řešení konfliktů), které se také staly součástí norské hodnotové platformy a součástí norské identity.

Je možné říci, že stanovení rámcového cíle je společné všem strategiím veřejné diplomacie, a to bez ohledu na velikost státu a na jeho zdroje. Co však malé státy výrazně odlišuje, je zásadní význam formulace navazujících příběhů (zásadních témat) a nutnost jejich výběru, soustředění se pouze na několik málo vybraných témat. Zásadním rozdílem je tedy nutnost pečlivé a precizní profilace země na mezinárodní scéně, její následná specializace.

Geografické priority

Navazující součástí strategie jsou obvykle *geografické priority*, tedy výběr skupiny států, na něž se zaměřuje úsilí veřejné diplomacie. Kritériem pro výběr je obvykle naplnění zájmů státu, které souvisí jak s prioritami zahraniční politiky, tak i s dalšími cíli například v oblasti obchodu, investic nebo cestovního ruchu. Kategoriemi, které se mohou například v prvotním vymezení objevit, jsou sousedé (blízkost), významní obchodní partneři (obrat zahraničního obchodu) nebo země se silnou krajanskou komunitou (pocit sounáležitosti). Geografické priority jsou zpravidla přítomny či by měly být přítomny v každé strategii veřejné diplomacie. I velké státy si stanovují své strategické partnery, jimž ve svém úsilí věnují zvýšenou pozornost. Přesto je možné nalézt u malých států určitý rozdíl. Týká se nut-

nosti stanovení těchto priorit. Malé státy jsou k jejich identifikaci prakticky nuceny omezenými finančními i lidskými zdroji. Za příklad je v této souvislosti dáváno opět Norsko, které si pro působení velké části své veřejné diplomacie vybralo šest prioritních států – USA, Velkou Británii, Německo, Rusko, Japonsko a Francii (*Leonard, 2002, s. 170*) – a spojilo je s vybranými zásadními tématy.

Cílové skupiny

Dalším prvkem zmiňovaným v obecné strategii veřejné diplomacie je *definování okruhů cílového publika*. Přesně vymezit cílovou kategorii příjemců daných sdělení v závislosti na žádoucím výsledku akce je důležité jak pro malé, tak i pro velké státy. Znalost cílové skupiny umožňuje přizpůsobit formu sdělení jejím potřebám. Cílem je, aby bylo sdělení pro cílovou skupinu co nejnázřejší „uchopitelné“ a srozumitelné a následně vedlo k žádoucí akci. Mezi konkrétními typy cílových skupin se objevuje široká veřejnost, mládež, akademická sféra, specifické segmenty jako obchodníci nebo investoři, důležitými skupinami jsou též tvůrci veřejného mínění (například žurnalisté) a tvůrci rozhodnutí (politická reprezentace).

Pro malé státy je ovšem typická naléhavost výběru. Prioritám malých států odpovídá v této souvislosti absence široké veřejnosti mezi zmiňovanými cílovými skupinami. Tato situace odráží limitaci zdrojů, tedy i nemožnost obecných, na širokou veřejnost zaměřených kampaní. Při pohledu do strategií různých malých států jen těžko najdeme strategii či alespoň její součást, která by byla zaměřena na veřejnost jako celek. Většina se již od počátku soustředí na vybrané segmenty, na vybrané cílové skupiny. S cílovými skupinami souvisí bezesporu také *identifikace bezprostředních konkurentů* ze strany jiných států, například s ohledem na zvolené téma i cílovou skupinu. V tomto ohledu si pak musejí malé státy dávat skutečně pozor a velmi pečlivě zvážit, která témata a které regiony či státy jsou pro ně skutečně prioritní, aby investovaly do konkurenčního stylu veřejné diplomacie.

Výběr nástrojů

Následujícím krokem musí být *výběr vhodných nástrojů* tak, aby sdělení působilo na zvolenou cílovou skupinu co nejefektivněji. K prvkům, které samozřejmě také ovlivňují tuto fázi procesu, patří jak podrobná znalost místní situace, tak i finanční a lidské zdroje, které jsou v danou chvíli k dispozici. Používané nástroje lze rozdělit podle různých hledisek. Jedno z možných nabízí tzv. komunikační pyramida (*McClellan, 2004, s. 25–32*), která představuje dopad veřejné diplomacie v jednotlivých fázích procesu jejího působení a přibližuje rovněž vhodné nástroje.

Komunikační pyramida

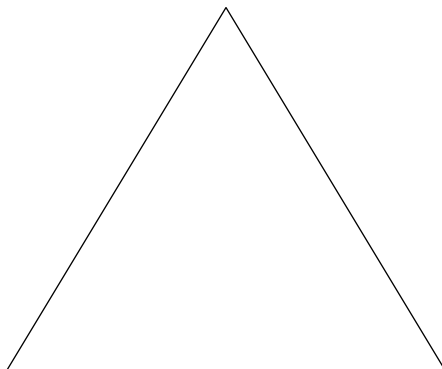
Akce

Zdůvodnění

Znalost

Zájem

Povědomí



Pramen: McClellan, Michael: Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy. In: Reiweiger, Gerhard (ed.): Public Diplomacy. Favorita Papers 01/2004. Wien: Diplomatische Akademie Wien, 2004.

Pro úroveň *povědomí*, zasahující nejširší veřejnost, představují zásadní nástroje především masové komunikační prostředky (televize, rozhlasové vysílání, internet). Navazující úroveň je *zájem*. Pro tuto fázi, jež se vyznačuje aktivnějším přístupem cílové skupiny k dění v dané zemi, jsou jako typické nástroje uváděny kulturní akce, jazykové kurzy či informační programy. Jejich úspěšné působení otevírá prostor pro další fázi, pro niž je příznačné slovo *znalost* ve smyslu skutečných znalostí o historii, kultuře, společnosti či hospodářství dotyčného státu. Prostředkem jsou zde zejména výměnné programy, spolupráce v oblasti školství, vědy či výzkumu. *Zdůvodnění* je předposlední z identifikovaných úrovní komunikační pyramidy. Členové cílové skupiny již mají dostatek informací a znalostí o zemi, která se snaží uplatnit veřejnou diplomacii. K používaným nástrojům se v tuto chvíli řadí cílené představení a vysvětlení pozic, zájmů a cílů státu a jejich uvedení do souvislostí se zájmy a pozicemi cílového státu třeba v podobě cílených diskuzí. Vrcholem pyramidy je *akce*, která na sebe již bere podobu zaujetí určité pozice či přijetí rozhodnutí, podporujícího zájmy státu, který prosazoval své zájmy pomocí nástrojů veřejné diplomacie. Svůj velký význam má také prostředí zahraničního zastoupení státu a chování pracovníků mise (jako nástroj dlouhodobý), stejně jako například návštěvy státních představitelů v dané zemi (krátkodobé působení). Tolik k základnímu vymezení používaných nástrojů.

Lze samozřejmě nalézt a uplatnit i celou řadu dalších námětů (*Leonard – Small, 2005, s. 7–9*), pro něž je charakteristická zejména invence a s ní často související úspora nákladů, která je pro malé státy samozřejmě velmi významná. Při využití většiny zmiňovaných nástrojů mohou spolupracovat kupříkladu *místní známé osobnosti* se vztahem či zájmem o náš stát, zejména tam, kde „vysílající“ stát nedisponuje takovými osobnostmi, které by byly v cílové zemi známé a populární. Další eventualitu představuje *vytvoření a předání ocenění* za jakoukoli relevantní činnost. Samotný akt předání ocenění obvykle přitáhne pozornost i jinak neangažovaných osob a může přispět nejen k návštěvě dané akce, ale také k případnému navázání prvotních kontaktů.

K alternativám patří rovněž *spolupráce*, tedy i sdílení nákladů s *dalšími subjekty, zapojenými do propagace země*, a to i nestátními. V tomto ohledu má velký význam i případná koordinace veškerých akcí, probíhajících v jedné zemi či regionu. Minimem by zde měl být alespoň společný kalendář pořádaných akcí. Velmi důležitá je též *systematická práce s médii*, kde lze bezesporu využít místních kontaktů a expertiz. Jako poslední snad lze uvést tradičně pilotní roli kultury a kulturních akcí, které mohou vytvořit příznivé prostředí pro iniciativy a projekty z dalších oblastí. Samotné spektrum nástrojů nevytváří prostor pro výrazně odlišení veřejné diplomacie malých států. Snad jen výchozí podmínky jejich činnosti (zdroje, cíl) je nutí věnovat výběru vhodných nástrojů mimořádnou pozornost a pečlivě posoudit adekvátnost jejich použití ve vztahu k žádoucímu efektu.

Organizační rámec

Tento prvek představuje strukturu celého systému, vazby mezi zúčastněnými institucemi. Fungující strukturu, která by dokázala zajistit přípravu i následnou realizaci strategie s efektivními výsledky, potřebuje každý stát bez ohledu na svou velikost. Velký význam při formování organizační složky a jejích jednotlivých komponentů má také národní tradice utváření státní administrativy, přístup ke státní správě ze strany veřejnosti a naopak vztah státu k veřejnosti, její případný podíl na formulaci a výkonu cílů zahraniční politiky, která je pro veřejnou diplomacii nepochybně velmi blízkou oblastí. Organizační rámec přímo nesouvisí s náplní strategie, nicméně je nepostradatelný pro její efektivní výkon.

Hodnocení úspěšnosti

Posledním prvkem strategie veřejné diplomacie je *hodnocení úspěšnosti a efektivnosti* působení takové strategie. Charakter veřejné diplomacie ovšem nedává příliš velký prostor pro exaktní hodnocení. Přesto je důležité věnovat tomuto segmentu strategie patřičnou po-

zornost. Zhodnocení (viz *Melissen – D'Hooghe, 2005, s. 19*) je pro každý projekt důležité především ze tří důvodů: porovnání výsledku aktivity s původním cílem; získání zkušeností – srovnání, které prvky fungovaly a které nikoli, možnost tvorby seznamu oblastí, kde je možné cokoli vylepšit, a případné návrhy, jak co vylepšit; vyhodnocení nákladů. Ve vztahu k používaným metodám hodnocení například norská veřejná diplomacie doporučuje tzv. *Balanced Scorecards*, tedy hodnocení jakékoliv akce z různých aspektů – pokrytí médií, dosah cílové skupiny, hodnota budovaného vztahu s partnery, soulad s klíčovými principy a podobně.

Oba posledně jmenované prvky strategie nevykazují žádnou vazbu či žádné změny v souvislosti s rysy veřejné diplomacie malých států, uvedenými v první části textu. Uváděny jsou především z důvodu komplexního vystižení strategie. Jak fungující organizační strukturu, tak i efektivní metody hodnocení potřebuje každý stát bez ohledu na svou velikost.

Z pohledu strategie veřejné diplomacie se rozdíl ve veřejné diplomacii malých států projevují nejzřetelněji ve formulaci základního sdělení a v hledání tématu či témat, která by mohl malý stát uplatnit jako své priority a použít je při formulaci své „mezery“. Pro úspěch takového tématu je nutné, aby vycházel z identity státu a bral ohled na jeho silné stránky i realitu. Další charakteristické prvky veřejné diplomacie malých států (cíl činnosti, legitimita činnosti, možnosti spolupráce) se od podoby, kterou mají ve strategiích velkých států, neodlišují tak výrazně a v takovém rozsahu.

VEŘEJNÁ DIPLOMACIE ČESKÉ REPUBLIKY

Snahou tohoto textu je posoudit, zda je model veřejné diplomacie malých států schopen vysvětlit podobu veřejné diplomacie v České republice (ČR). K tomu využívá obecné rysy veřejné diplomacie (cíl činnosti, šíře témat, legitimita činnosti, konkurenční a spolupracující charakter) a ty z prvků strategie, v nichž se uvedené rysy nejvíce projevují. Prioritní je v tomto ohledu formulace zásadních témat a sdělení. Geografické priority a cílové skupiny neposkytují pro odlišení takový prostor. První část této kapitoly představuje ve stručném shrnutí parametry obecného modelu veřejné diplomacie malých států. Následující část zachycuje hlavní momenty dosavadního vývoje české veřejné diplomacie od roku 1993 až do současnosti. Poslední část přináší informace o projevech jednotlivých charakteristik modelu veřejné diplomacie malých států v české praxi.

Parametry obecného modelu

Obecný model přináší několik hypotéz o veřejné diplomacii malých států. V tomto modelu chápou malé státy jako svůj hlavní cíl zviditelnění na světové scéně – být viděn ze správných důvodů. Vzhledem k omezeným zdrojům se jejich aktivity zaměřují především na vybraná témata, která tvoří rámec pro diplomacii mezery, tedy pro prezentaci specializovaného tématu, v němž stát vyniká. Důležitým faktorem je rovněž vysoká počáteční legitimita činnosti malých států. Ve smyslu snazší spolupráce například s nevládními aktéry se nedostatek zdrojů tvrdé moci/síly projevuje jako komparativní výhoda. Omezené zdroje tyto státy také více motivují ke spolupráci a k případnému sdružení prostředků především v oblastech s vyšším společným zájmem. Zde je možné pozorovat spolupráci jak ve smyslu sdílení nákladů, tak i možné tematické specializace, která může být pro stát (za předpokladu, že společný zájem je zároveň i jeho specifickým zájmem) v mezinárodní rovině rovněž příležitostí k naplnění diplomacie mezery.

Pro praxi malých států znamenají tato slova především mimořádný význam formulace témat a sdělení, která by měla být formulována úzce (diplomacie mezery) a zároveň cílena především na zviditelnění státu. Pozornost musí být věnována rovněž výběru prioritních teritorií a příslušných cílových skupin tak, aby odpovídala zájmům státu. Třetí hodnotou je význam spolupráce s nestátními aktéry a jeho zachycení v připravovaných projektech.

Nástin dosavadního vývoje

V souvislosti se snahou o prezentaci státu na mezinárodní scéně je zapotřebí říci, že Česká republika je stále ještě spíše na začátku svého snažení, podobně jako i další státy střední a východní Evropy, které se také potýkají s problémem tzv. pozdního startu. Stejně jako i ony prošla Česká republika složitým obdobím *transformace*, které bezesporu ovlivnilo postoj státu k veřejné diplomacii. Většina vlád zmiňovaných zemí bývalého východního bloku se začala veřejnou diplomacií a souvisejícími otázkami zabývat v podstatě až na sklonku devadesátých let 20. století. Tehdy zjistily, že jejich země mají potíže se svou pověstí u politických i obchodních partnerů. V tomto ohledu tak má Česká republika značný handicap především vůči západoevropským státům, které se oblasti veřejné diplomacie jako jednomu z prostředků k naplnění zájmů svého státu věnují nepoměrně déle.

Česká reprezentace také v souvislosti se změnou politického režimu, s pozdějším rozpadem společného státu a s následným vznikem samostatného státu musela věnovat pozornost jiným úkolům. V prvních letech existence samostatného českého státu nepatřila veřejná diplomacie ani žádné související aktivity k zásadním prioritám nově koncipované státní správy. Nelze říci, že by otázce propagace státu v zahraničí nebyla věnována vůbec žádná pozornost, nicméně většina aktivit, které se v této oblasti odehrávaly, měly téměř výlučně rezortního charakter, byly úzce specializované a s omezenou dobou životnosti. Vše probíhalo v zajetých kolejkách, bez zásadních změn. Pokud k nějakým došlo, tak spíše k dílčím úpravám, nikoli k přehodnocení celkové koncepce dosavadního systému a k návrhu strukturálních změn. Jisté zpoždění v tomto ohledu lze bezpochyby vysvětlit i nutností zásadní reorganizace státní správy, etablování a rozvoje veřejné správy a samosprávy.

Institucionální vývoj

V obecném pohledu je možné participující subjekty rozdělit do několika skupin. První z nich představuje státní správa jako v minulosti jediný a i dnes určující sektor. Další skupinu tvoří vzhledem ke svým dosavadním aktivitám soukromé, nestátní subjekty, především exportní firmy. Celé spektrum doplňuje pak veřejná správa, zejména aktivity krajů či dalších článků samosprávy, jakož i nevládní sektor, tedy neziskové organizace.¹¹

Na úrovni státní správy se prezentací státu zabývají dvě roviny, a to především *ústřední orgány státní správy doma*, reprezentované především oborovými ministerstvy, jejich příspěvkovými organizacemi a popřípadě dalšími relevantními orgány. Zvláštní pozornost si jako hlavní koordinační orgán v oblasti prezentace státu v zahraničí zaslouží *Ministerstvo zahraničních věcí České republiky* (MZV) a dotčené odbory. V souladu se základní významovou charakteristikou veřejné diplomacie v současnosti jde především o Odbor kulturních a krajaňských vztahů a zahraniční prezentace, o Odbor tiskového mluvčího a o příspěvkovou organizaci MZV – Česká centra.

Veřejnost zaznamenala koordinované aktivity, týkající se prezentace státu až s blížícím se vstupem České republiky do Evropské unie. Potřebu a nutnost informovat občany o důležitých aspektech tak významného kroku pro stát, jako byl tento, pociťovala politická reprezentace již od poloviny devadesátých let minulého století. Ministerstvo zahraničních věcí začalo připravovat vlastní komunikační strategii (*Rozhovor s paní Janou Adamcovou, někdejší ředitelkou Odboru zahraniční prezentace MZV ČR*), která by tyto cíle naplnila, zhruba již od roku 1997.

Jako důsledek stále se rozšiřujícího záběru činnosti v této oblasti byl dne 1. 4. 2000 vytvořen Odbor komunikační strategie. Hlavním cílem jeho vzniku bylo poskytnout veřejnosti dostatek informací o různých aspektech možného vstupu ČR do EU a zároveň zajistit prezentaci naší republiky v dosavadních členských státech EU. Vnější komunikace, úzce související s dnešní zahraniční prezentací státu, byla zaměřena především na prezentaci České republiky jako důvěryhodné a perspektivní kandidátské země, jež má všechny předpoklady stát se plnohodnotným členem EU. Odehrávala se v jednotlivých členských

státech EU za pomoci tradičních marketingových a propagačních nástrojů.¹² Důležitými koordinačními orgány byly zejména zastupitelské úřady a zahraniční zastoupení jednotlivých příspěvkových organizací ústředních orgánů.

Souhrnně lze říci, že vstup do Evropské unie, respektive příprava na tento akt měla v oblasti prezentace státu velmi pozitivní dopad. Rozsah a náročnost kampaně ke vstupu do EU umožnily zjistit stávající nedostatky a mezery v komunikaci ve státní sféře obecně, a to jak v komunikaci vnitřní, tak i vnější. Byla zjištěna naprostá nepřipravenost státní správy na podobné úkoly, absence jakékoli koordinace napříč státní správou, v žádném případě se nedalo hovořit o systémové práci v této oblasti. Odbor komunikační strategie, který se do té doby zabýval především informováním domácích veřejnosti o evropských záležitostech a zároveň prezentací České republiky v členských státech Evropské unie, změnil dne 1. 7. 2005 nejen svůj název a stal se *Odborem zahraniční prezentace*, ale též předmět své činnosti, jímž se od tohoto data stala v nejširším slova smyslu prezentace České republiky v zahraničí. Počátkem roku 2007 došlo ke sloučení tohoto odboru s Odborem kulturních a krajských vztahů do jednoho celku. Ten byl ustaven jako *Odbor kulturních a krajských vztahů a zahraniční prezentace*, v jehož kompetenci veřejná diplomacie zůstala.

Další rovinu tvoří *zahraniční zastoupení České republiky*. Zde rozhodující úloha patří diplomatickým misím jako oficiálním zastoupením České republiky. Rámec jejich činnosti je dán textem *Vídeňské úmluvy o diplomatických stycích* z roku 1961, článkem 3 této úmluvy (*Vyhláška ministra zahraničních věcí...*, 1964). Náplní práce diplomatických misí v oblasti prezentace je především koordinace veškerých prezentačních aktivit různých činitelů a představitelů ČR v přijímající zemi. Sítí dotváří zastoupení Českých center, příspěvkové organizace MZV. S nimi spolupůsobí i zahraniční zastoupení dalších příspěvkových organizací Ministerstva průmyslu a obchodu (CzechTrade, CzechInvest) i Ministerstva pro místní rozvoj (CzechTourism¹³).

Česká centra (dříve Správa českých center – SČC) zaujímají v dosavadním vývoji z pohledu veřejné diplomacie výjimečné postavení. Své poslání vidí jako „vytváření dobrého jména a pozitivního obrazu ČR v zahraničí spolu s aktivním prosazováním zájmů ČR a uskutečňováním veřejné diplomacie v souladu s obecnou diplomacií a zahraničněpolitickými prioritami státu“ (*Koncepce činnosti Ústředí českých center a Českých center v zahraničí, citováno dle Česká centra, S. l.*). Sítí Českých center vznikla na základech sítě tzv. kulturních a informačních středisek, která před listopadem 1989 poskytovala ve vybraných státech základní informace o tehdejší Československu. Po roce 1989 doznal obsah i forma jejich činnosti radikální změny a nově etablovaná Česká centra se stala jedním ze základních prvků šíření informovanosti o naší republice zejména v oblasti kultury, cestovního ruchu či obchodu. Jedním z projektů zmiňovaných po roce 2000 byla tzv. Czech*Idea, projekt, zaměřený na tvorbu strategie zahraniční prezentace České republiky a na nastartování související diskuze.

Koncepční dokumenty

Základem pro další postup v oblasti veřejné diplomacie se nepochybně stalo programové prohlášení vlády z roku 2002 (*Programové prohlášení vlády...*, 2002), v němž se mimo jiné hovoří i o posilování jednotné prezentace České republiky v zahraničí a o upevňování jejího postavení v mezinárodních organizacích. Na toto prohlášení navázala *Koncepce zahraniční politiky České republiky na léta 2003–2006* (*Koncepce zahraniční politiky...*, 2007, s. 398–399), která uvádí prezentaci státu v zahraničí mezi úkoly zahraniční politiky České republiky.

Konkrétní rámec pro dále uvedené snahy představují dva koncepční dokumenty, které se ve svém textu prezentací České republiky v zahraničí zabývají a které byly prezentovány v první polovině roku 2005. Jako první byla zpracována *Východiska pro zpracování koncepce jednotné prezentace České republiky v zahraničí* (*Východiska pro zpracování*

koncepce..., 2005). Tento materiál přinesl základní a zásadní informace o dosavadním stavu prezentace českého státu. Konkrétní mechanismy ke zlepšení situace byly následně navrženy ve druhém z textů – v *Koncepci jednotné prezentace České republiky (Koncepce jednotné prezentace...*, 2005). Ta kladla důraz především na vypracování chybějící všeobecné prezentace, která by spojovala a zastřešovala všechny dosud izolovaně prováděné rezortní aktivity.

Zatím posledním známým dokumentem je *Strategie prezentace České republiky pro rok 2007*, která rozpracovává do konkrétní podoby to, co bylo v předešlých textech formulováno systémově. Věnuje se mimo jiné komunikačnímu rámci (témata významných českých počínů, spjatá s rokem 2007) či komunikačnímu plánu, obsahujícím cíl komunikace, cílové skupiny a teritoria, jakož i hlavní sdělení. Strategii uzavírá návrh konkrétních aktivit pro rok 2007.

Nástroje působení

K základním nástrojům české veřejné diplomacie na úrovni státní správy patří mimo těch zmiňovaných v předchozích částech především *rozhlasové vysílání do zahraničí* Rádía Praha (Český rozhlas 7 – Radio Praha). Vlastní vysílání do zahraničí hraje významnou úlohu již od počátku 20. století. Jeho cílem je poskytovat objektivní a kvalifikované informace o vývoji v České republice na politické scéně, v hospodářství, v kultuře či v dalších oblastech života. Program se vysílá v několika jazycích (česky, anglicky, francouzsky, německy, španělsky a rusky). České vysílání se orientuje především na české občany žijící v zahraničí a na české krajany. Odpovědnost za obsah vysílání má Český rozhlas, úlohu gestora plní Ministerstvo zahraničních věcí. Jeho poradním orgánem je Konzultační rada, která má právo vznášet k obsahu vysílání podněty a připomínky (*Rozhlasové vysílání do zahraničí, S. I.*) Součástí tohoto vysílání je od roku 1994 také provoz webové stránky (www.radio.cz), která dále rozšiřuje možnosti sledování tohoto vysílání.

Moderní a současné trendy představuje systém *internetové prezentace*. Jeho součástí jsou například oficiální stránky České republiky pro zahraničí na adrese: www.czech.cz.¹⁴ Do tohoto systému patří jak výše zmíněné stránky, týkající se rozhlasového vysílání, tak i stránky Ministerstva zahraničních věcí a síť internetových stránek jednotlivých zastupitelských úřadů, dále Správy českých center i center samotných. Komplexní síť pak spoluvytváří i celá řada dalších institucí, podílejících se na práci rezortu zahraničních věcí.

Jako zajímavé doplnění je možné uvést i cenu ministra zahraničních věcí *Gratias Agit* za šíření dobrého jména České republiky v zahraničí. Tato cena byla zřízena v roce 1997. Od té doby jsou každoročně oceňovány významné osobnosti i organizace, především z nevládní sféry, které se zasloužily o dobrou pověst České republiky a o její příkladnou reprezentaci. Skupinu nástrojů doplňují výstavy, umělecká vystoupení a celý vějíř možností, které v rámci své činnosti nabízejí Česká centra.

Veřejná diplomacie malých států v české praxi

Dosavadní praxe v České republice se vymyká standardnímu modelu veřejné diplomacie malých států. Souvisí s výše zmiňovanými podmínkami vývoje, které donutily státní správu věnovat při práci na strategii veřejné diplomacie prioritní pozornost nastavení organizačního rámce a struktury celého systému, byť se tyto prvky netýkají přímo specifik veřejné diplomacie malých států. Proto je patrné jisté zpoždění při komparaci České republiky se srovnatelnými státy (například s Norskem, s Nizozemskem, s Dánskem) z pohledu prvků, které souvisejí se zvláštním charakterem veřejné diplomacie malých států.

Formulace témat a sdělení

Prvním z těchto prvků je strategický význam formulace zásadních témat a sdělení, která by měla být – pokud možno – úzce profilována, a tak umožnit státu soustředit se na silné stránky své identity a efektivně využít své zdroje. Při pohledu na veřejnou diplomacii

České republiky je možné začít zmínkou o rámcovém cíli prezentace, byť se netýká přímo konkrétních témat a sdělení, nicméně ta z něho vycházejí. *Východiska pro zpracování koncepce jednotné prezentace České republiky v zahraničí* formulovala rámcový cíl, jak by měl vypadat žádoucí obraz České republiky v zahraničí.

„Česká republika jako vyspělá demokratická země s bohatou a svěbytnou kulturou a identitou, jako věrohodný partner v obchodních vztazích, mezinárodních organizacích a bezpečnostních strukturách či diplomacii, který je hoden pozornosti a zájmu lidí v jiných zemích.“ (*Východiska pro zpracování koncepce...*, 2005, s. 4.)

Tento cíl poskytl vodítko pro zhodnocení silných stránek státu a pro definování okruhů, v nichž se Česká republika může prezentovat v zahraničí. V další fázi byly formulovány a posléze v *Koncepci jednotné prezentace České republiky (Koncepce jednotné prezentace...*, 2005, s. 17) představeny hlavní směry prezentace, jimiž jsou: ekonomika; turismus a přírodní bohatství; kultura a věda; sport. Takto stanovené oblasti nesplňují však požadavky kladené na zásadní témata a sdělení, tedy přesnou formulaci toho, čím daný stát v uvedeném směru vyniká (viz humanitární supervelmoc – Norsko). Formulaci specifických témat se nejvíce přiblížila *Strategie prezentace České republiky pro rok 2007*. Tento dokument přináší hlavní sdělení – „*Je to české a ani jste to nevěděli*“, respektive „*České stopy ve světě*“ – a s ním spjaté konkrétní oblasti, v nichž může Česká republika poukázat na aktuální úspěchy nebo výročí významných osobností či událostí spojených s českým státem, která připadají na rok 2007. Nicméně tato témata jsou krátkodobá a mají svou časově omezenou platnost, například významná výročí, která stát připomíná. Směřují však k dosažení hlavního cíle – k přitáhnutí pozornosti k České republice.

Tim, co je ve vztahu k tématům v této strategii zřejmé, je právě neexistence jasně profilovaného dlouhodobého tématu, jímž by se Česká republika mohla odlišit, které by mohla prezentovat jako svou specializaci. Není to ale ani tak chyba této strategie, která je tvořena jako dokument s roční platností. Zvolené směry prezentace (ekonomika; turismus a přírodní bohatství; kultura a věda; sport) odpovídají základnímu cíli – zviditelnit se. Jejich formulace zůstává však ve velmi obecné rovině, která nezakládá možnost profilace pro využití v diplomacii mezery. Specifické téma, související se silnými stránkami státu, chybí.

Strategie veřejné diplomacie má své pevné a nezaměnitelné spojení se zahraničněpolitickými cíli státu. Ty velmi úzce souvisejí s tzv. strategickými zájmy státu, jejichž formulace je plně v rukou vlády. Takový dokument byl již v minulosti v České republice vytvořen pod názvem *Strategie rozvoje státu*. Neexistuje však jeho aktualizovaná podoba, kterou by vláda vytvořila a kde by například vybrala specializované téma (již dříve zmiňovanou mezeru), jímž by se mohl stát dlouhodobě prezentovat a o němž by mohl říci (s jistou dávkou nadsázky) – toto je moje téma. V tomto ohledu česká praxe v této chvíli plně neodpovídá uváděným charakteristikám.

Specifikace cílových skupin a teritorií

Pokud se týká zejména *cílových skupin*, ve vazbě na zmiňované hlavní směry prezentace byly z dlouhodobého pohledu formulovány (*Koncepce jednotné prezentace...*, 2005, s. 17) čtyři základní skupiny (zahraniční investoři, obchodní partneři a spotřebitelé v zahraničí; turisté; vlivné osobnosti a instituce; novináři). Toto členění se logicky objevilo také ve *Strategii prezentace České republiky pro rok 2007*, byť v lehce pozměněné podobě. Zde uváděnými skupinami jsou: *opinion formers*, *opinion leaders*; obchodníci, investoři; turisté. Rozdíl vytváří především *opinion formers* (tzv. tvůrci názoru) a *opinion leaders* (vedoucí osobnosti s možností ovlivnit názor vlastním příkladem). Obě kategorie v sobě zahrnují tzv. multiplikační efekt, to znamená schopnost ovlivnit další konkrétní segmenty společnosti. Z pohledu malých států je právě vzhledem k tomuto efektu takové zaměření výhodou.

Souvisejícím prvkem strategie je výběr důležitých teritorií, geografických priorit, kde především si stát přeje být dobře přijímán. Prvním dokumentem, kde se objevuje skupina

definovaných cílových teritorií, je až *Strategie prezentace České republiky pro rok 2007*. Uváděny jsou: členské státy Evropské unie; státy Severní Ameriky (USA, Kanada); Rusko; Čína; Japonsko. Byly vybrány na základě dlouhodobých politických, ekonomických a kulturních cílů, které jsou zakotveny v řadě vládních dokumentů. Své vlastní a podrobněji vymezené prioritní státy má například také exportní strategie České republiky v sektoru spolupráce států s nestátními aktéry. Oblast exportu tvoří i vlastní cílovou skupinu ve vybraných teritoriích.

Na základě uvedených informací je možné konstatovat, že v tomto bodě odpovídá český přístup charakteristice vlastní malým státům – soustředění se na specifické cílové skupiny s absencí kategorie široké veřejnosti a stejně tak výběr konkrétních cílových teritorií v souladu s dlouhodobými cíli států.

Spolupráce aktérů veřejné diplomacie

Na mezinárodní úrovni také s ohledem na zvolené směry prezentace aplikuje česká veřejná diplomacie především konkurenční přístup. Nicméně existují výjimky v podobě prostoru pro spolupráci například v již zmiňované oblasti kultury (film, ochrana kulturního dědictví) či podíl České republiky na mezinárodních multilaterálních akcích v oblastech ochrany lidských práv nebo rozvoje demokracie (projekty v rámci OSN, EU). Možná spolupráce s nestátními aktéry se v současnosti dotýká především domácí dimenze veřejné diplomacie.

Komplexní strategie pro přístup států k této skupině subjektů existuje podle dostupných zdrojů¹⁵ ve vztahu k soukromému sektoru, ve vazbě na zahraniční obchod (*Exportní strategie ČR na léta 2006–2010*). Tato strategie byla formulována jako střednědobý úkol také z pohledu prezentace států. V jejím rámci byla formulována základní vize – prosadit Českou republiku ve světě prostřednictvím obchodu a investic. Zároveň byla identifikována podle relevantních kritérií skupina prioritních států. Existuje rozvinutá síť kontaktů a prvků spolupráce státních institucí (MZV, MPO...) se soukromým sektorem, s jednotlivými firmami, s odbornými sdruženími či s dalšími subjekty. Tento aspekt přibližuje další z prioritních směrů současné diplomatické praxe, a to ekonomickou diplomacií. Tento směr se orientuje výhradně na hospodářství států, často zmiňovanými tématy jsou export či přímé zahraniční investice. V určitých oblastech se s veřejnou diplomacií prolíná či doplňuje. Řada nástrojů ekonomické diplomacie (obchodní dohody, půjčky, rozvojová pomoc, podpora exportu, investice) může být chápána z určitého pohledu rovněž jako pomocné nástroje veřejné diplomacie ve smyslu vytváření dobrého jména státu v určité zemi či regionu a přípravy pro další působení například kulturně orientovaných nástrojů veřejné diplomacie. Postup ovšem může být i opačný.

Součinnost s nevládním sektorem na základě prezentovaných informací (*Rozvojová spolupráce a humanitární pomoc, S. l.*) vykazuje vysokou míru spolupráce států a dotčených subjektů v oblastech, které zároveň patří k prioritním oblastem zahraniční politiky České republiky. Toto vymezení se týká především zahraniční pomoci, v jejím rámci fakticky rozvojové spolupráce, humanitární pomoci a transformační spolupráce. Zejména transformační spolupráce je prezentována jako příležitost k podpoře příznivého obrazu České republiky ve světě, k posílení jejího mezinárodního postavení. Mezi dalšími tématy je uváděna spolupráce v oblasti kultury, kontaktů a spolupráce s krajany a v neposlední řadě také ochrana lidských práv. Podle vyjádření státní správy jde o systematickou kooperaci se subjekty nevládního sektoru.

Z předchozího textu vyplývá, že ze tří rozdílů mezi veřejnou diplomacií malých a velkých států (cíl činnosti, šíře a intenzita prezentovaných témat, legitimita činnosti) naplňuje strategie a praxe České republiky bezesbýtku první z nich – cíl činnosti = zviditelnění státu. S tím souvisí též nutnost identifikace klíčových cílových skupin i prioritních teritorií. Dosud nebyla však vybrána a zformulována nejdůležitější témata a sdělení (druhý rozdíl), která především by měla Českou republiku odlišovat od ostatních, a tak přispívat k je-

jímu pozitivnímu zviditelnění na mezinárodní scéně. Poslední z rozdílů – vyšší počáteční legitimitu činnosti – není možné v danou chvíli označit za jednu z priorit či za silnou charakteristiku české veřejné diplomacie.

* * *

Česká republika je bezesporu malým státem. Její rozloha, ekonomická i vojenská síla odpovídají této charakteristice. Z pohledu veřejné diplomacie a rysů odpovídajících obecnému modelu je takové prohlášení již poněkud sporné. Základní cíl činnosti, tedy zviditelnění státu, je možné akceptovat. Snahou veřejné diplomacie České republiky je představit stát jako: atraktivní destinaci cestovního ruchu, vhodné místo pro investice, silného obchodního partnera, zemi, která chápe své aktivity v oblasti zahraniční pomoci jako zásadní investici do budoucího vývoje mezinárodního společenství.

Ve spojení s prezentovaným modelem veřejné diplomacie malých států veřejná diplomacie České republiky vykazuje v různých rysech odlišnou míru shody. Je možné konstatovat, že naplňuje základní cíl činnosti – zviditelnění státu. Na otázku, zda uplatňuje diplomacii mezery či zda předkládá celé spektrum témat, není odpověď zcela jednoznačná. Praxe neodpovídá komplexní prezentaci v mnoha směrech současně, zároveň však ještě nedospěla do stavu, kdy by byla dlouhodobě definována zásadní témata a sdělení, která by představovala zaměření diplomacie mezery. Pro potvrzení či vyvrácení platnosti principu vysoké počáteční legitimacy malých států (v české praxi) při spolupráci zejména se zahraničními nevládními subjekty se nepodařilo nalézt dostatek informací. Pokud se týká uplatnění konkurenčního či spolupracujícího přístupu k veřejné diplomacii, jsou uplatňovány oba postupy, vždy v závislosti na konkrétní situaci.

Pro současnou českou veřejnou diplomacii znamená patrně největší problém prokázaná *neexistence klíčového sdělení či témat*, která bychom o sobě chtěli sdělovat světu. Jací jsme, jaké jsou naše silné stránky. To je především úloha vlády, která by měla jasně stanovit priority nejen zahraniční politiky (viz *Koncepce zahraniční politiky...*, 2007), ale společnosti jako celku. Jaké jsou naše výrazné charakteristiky, v čem můžeme jít ostatním příkladem, jaká je naše specializace. Absence strategických témat a sdělení ovlivňuje zásadním způsobem možnosti veřejné diplomacie České republiky. Omezenost zdrojů, vlastní malým státům, je přítomna, dlouhodobě koncipovaná profilace, především tematická, však nikoli. Nedocnění tohoto prvku představuje vůči ostatním státům v podobné situaci značný handicap.

Nedostatek v podobě neexistence zásadního sdělení nebo dvou či tří „příběhů“, které by charakterizovaly zemi, může mít v širší souvislosti negativní důsledky. Lze očekávat, že může do budoucna ovlivnit například i fungování českého zastoupení uvnitř evropských struktur,¹⁶ kde je to právě dlouhodobé téma a specializované zaměření státu na takový „příběh“, který příznivě ovlivňuje jeho postavení ve společenství ostatních států. Obecně takováto „hlavní“ sdělení usnadňují do značné míry komunikaci a pomáhají vytvářet celkový obraz daného státu.

Nutnost profilace a výběru cílových skupin i cílových teritorií není – jak již bylo řečeno – výhradní specifikou malých států. Nicméně má pro jimi prováděnou veřejnou diplomacii mnohem výraznější důsledky než pro velké státy. Toto nebezpečí, ale zároveň i příležitost při důsledném a adekvátním zpracování tohoto úkolu si Česká republika zřetelně uvědomuje.

Svou roli měla Česká republika zajisté ztíženou i nutností překonat nástrahy transformačního období, spojené se vznikem nového státu. Vybrala si snad o něco delší cestu než jiné státy – preferování budování vnitrostátního organizačního systému před okamžitými kampaněmi. Lze však doufat, že v dlouhodobém horizontu to je cesta správným směrem.

¹ V souvislosti s pojmem malé státy je možné se v literatuře (Bátora, 2006; Henrikson, 2005 a další) setkat také s pojmem středně velké státy, které reprezentuje například Kanada, Německo či Indie (viz v textu).

- ² S veřejnou diplomacií je spojen především pojem soft power (měkká moc/síla), který se dotýká souboje v oblasti preferencí pomocí přesvědčování, „svádění“, apelu na určité hodnoty, v protikladu právě k hard power (hrubá moc/síla), která je tvořena především zdroji vojenské a hospodářské síly.
- ³ To ovšem neznamená, že velké státy na veřejnou diplomacii zapominají, či ji podceňují. Naopak většina světové literatury se zabývá právě veřejnou diplomacií velkých států (USA, Velké Británie). Malé a střední státy nemohou však mnoho z těchto postupů využít, potřebují jiný přístup a jiné strategie.
- ⁴ Totožnou argumentaci uvedl také Jozef Bátora (viz Bátora, 2006, s. 61).
- ⁵ V české literatuře je možné se setkat i s poněkud poetičtějším, byť stejně výstižným výrazem „hledání skulin“ (viz Drulák, 2000, s. 6–8).
- ⁶ Pojem diplomacie mezery použil jako první někdejší ministr zahraničních věcí Australského společenství pan Gareth Evans v sedmdesátých letech 20. století.
- ⁷ Jozef Bátora se zmiňuje příklad o tzv. ottawském procesu ve vztahu k legitimitě činnosti u středně velkých států (viz Bátora, 2006, s. 62–63).
- ⁸ Tomuto aspektu věnuje pozornost Jozef Bátora ve svém článku *Public Diplomacy Between Home and Abroad*, kde spojuje působení veřejné diplomacie v mezinárodní rovině i na domácí scéně a jejich vzájemný vliv (viz Bátora, 2006, s. 56–57).
- ⁹ Dokladem pokusu o spolupráci je i vytvoření a existence organizace CICEB (Consociato Intitutorum Culturalium Europaeorum Inter Belgas), kterou v současnosti tvoří 12 členů s ambicí rozšířit svou činnost posléze na všech 27 členských států. Tato organizace se zabývá především činností v oblasti kulturních vztahů.
- ¹⁰ Ahmed Šáh Masud (Ahmad Shah Masoud) byl jedním z významných vojenských velitelů protitálíbské opozice v Afghánistánu. Zahynul při atentátu organizovaném al-Káidou (al-Qá'ida) dne 9. 9. 2001.
- ¹¹ Dosavadní výzkum veřejné diplomacie se i vzhledem k charakteru stávajícího vývoje soustředil především na státní správu a na specializované agentury. Svou činnost v této oblasti nicméně začínají rozvíjet také představitelé samosprávy (kraje, regiony, velká města) či řada nestátních aktérů, zejména soukromých firem, spojených s tradičními značkami. Z pohledu cílené spolupráce s neziskovými organizacemi v rámci veřejné diplomacie států jako celku je tato prozatím nahlížena jako doposud nepříliš rozvinutá. Podrobnější přehled dosavadní činnosti různých aktérů, objevujících se v oblasti veřejné diplomacie, jde již nad rámec tohoto textu.
- ¹² Prezentace v médiích, publikace, výstavy, cesty zahraničních novinářů a podobně.
- ¹³ Dříve Česká centrála cestovního ruchu.
- ¹⁴ Tyto stránky prošly v průběhu roku 2006 výraznými změnami a v červenci 2006 byly představeny ve zcela nové podobě.
- ¹⁵ Internetové portály Ministerstva zahraničních věcí (MZV) a Ministerstva průmyslu a obchodu (MPO) České republiky.
- ¹⁶ Velmi aktuální je tato připomínka v souvislosti s nadcházejícím českým předsednictvím Evropské unie.

Literatura

- Bátora, Jozef (2004): Identita a štátny záujem v slovenskej zahraničnej politike. *Medzinárodné otázky*, ročník XIII (2004), číslo 2, s. 39–54.
- Bátora, Jozef (2005): Multistakeholder Public Diplomacy of Small and Medium-Sized States: Norway and Canada Compared. Paper presented to the International conference on Multistakeholder Diplomacy Mediterranean Diplomatic Academy, Malta, February 11–13, 2005.
- Bátora, Jozef (2006): Public Diplomacy Between Home and Abroad: Norway and Canada. *The Hague Journal of Diplomacy*, Vol. 1 (March 2006), No. 1. The Hague: Martinus Nijhoff Publishers, 2006, s. 53–80.
- Česká centra (S. I.), <http://www.czechcentres.cz/scc/stranka.asp?ID=796>
- Drulák, Petr (2000): Úvahy nad českou zahraniční politikou. Diskusní materiál k setkání Sdružení Lípa, 10.–12. 11. 2000 v Českém Krumlově, http://www.lipa.cz/case_lipa_IX_drulak.doc
- Fiske de Gouveia, Philip – Plumridge, Hester (2005): *European Infopolitik: Developing EU Public Diplomacy Strategy*. London: The Foreign Policy Centre, 2005, [http://www.fpc.org.uk /Public Diplomacy](http://www.fpc.org.uk/Public%20Diplomacy) (přístup: 20. 4. 2006).
- Henrikson, Alan K. (2005): Niche Diplomacy in the World Public Arena: the Global „Corners“ of Canada and Norway. In: Melissen, Jan (ed.): *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*. London: Palgrave Macmillan, 2005.
- Koncepce jednotné prezentace České republiky (2005). Ministerstvo zahraničních věcí ČR, Odbor komunikační strategie, 4. 2. 2005 [koncepce byla přijata usnesením vlády č. 74 ze dne 19. ledna 2005], <http://www.mzv.cz/servis/soubor.asp?id=12011>
- Koncepce zahraniční politiky České republiky na léta 2003–2006 (2007). Schváleno vládou ČR dne 3. 3. 2003. In: *Zpráva o zahraniční politice České republiky za období od ledna 2006 do prosince 2006*. Praha: MZV ČR, 2007, s. 381–399.
- Leonard, Mark (2002): *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre, 2002.
- Leonard, Mark – Small, Andrew (2005): *Implementing Norwegian Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre, 2005.
- McClellan, Michael (2004): *Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy*. In: Reiweger, Gerhard (ed.): *Public Diplomacy. Favorita Papers 01/2004*. Wien: Diplomatische Akademie Wien, 2004.

- Melissen, Jan (ed., 2005): *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*. London: Palgrave Macmillan, 2005.
- Melissen, Jan – D'Hooghe, Ingrid (2005): *Public diplomacy in practice*. The Netherlands Ministry of Foreign Affairs. Information and Communication Department. Clingendael Diplomatic Studies Programme (CDSP). The Hague: Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2005.
- Nye, Joseph S., Jr. (2004): *Soft Power. The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004.
- Peterková, Jana (2006): Veřejná diplomacie – jen módní pojem nebo skutečná změna? *Mezinárodní vztahy*, ročník 41 (2006), číslo 3, s. 83–99.
- Programové prohlášení vlády z roku 2002 (2002), <http://www.mzv.cz/servis/soubor.asp?id=3192>
- Rozhlasové vysílání do zahraničí (Český rozhlas 7 – Radio Praha), (S. l.). Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, <http://www.mzv.cz/wwwo/mzv/default.asp?ido=8969&idj=1&amb=1&ikony=False&trid=1&prsl=False&poccl=>
- Rozvojová spolupráce a humanitární pomoc (S. l.). Ministerstvo zahraničních věcí ČR, <http://www.mzv.cz/wwwo/mzv/default.asp?ido=329&idj=1&amb=1&ikony=True&trid=3&prsl=True&poccl=8>
- Smith, Pamela H. (1998): *Public Diplomacy*. In: Kurbalija, Jovan (ed.): *Modern Diplomacy*. Malta: The Mediterranean Academy of Diplomatic Studies, 1998, s. 95–114.
- Vyhláška ministra zahraničních věcí č. 157/1964 Sb. o Vídeňské úmluvě o diplomatických stycích ze dne 10. června 1964 (1964), <http://www.mzv.cz/sbirka/1964/sb67-64.pdf>
- Východiska pro zpracování koncepce jednotné prezentace České republiky v zahraničí (2005). Praha: Ministerstvo zahraničních věcí ČR, Odbor komunikační strategie, 4. 5. 2005.

Poznámka

1) Autorka děkuje zástupci šéfredaktora Mezinárodních vztahů Vítu Benešovi a anonymním recenzentům za cenné připomínky, které výrazně přispěly ke zkvalitnění konečné verze tohoto příspěvku.

2) Text byl zpracován za podpory Grantové agentury Akademie věd České republiky v rámci řešení grantového projektu Veřejná diplomacie a její význam pro postavení státu v mezinárodních vztazích (IAA701150701).