**Jana Peterková**

Česká veřejná diplomacie v odrazu změn

*Veřejná diplomacie může být definována jako „činnost, zaměřená na utváření a ovlivňování pozitivních představ o daném státu, hodnotách a činnostech, které reprezentuje mezi zahraniční veřejností. Prostředkem k dosažení žádoucího cíle je pravdivá komunikace se zahraniční veřejností prováděná v součinnosti státního aparátu i soukromých subjektů“.*

Tato definice poskytuje postačující obecný a přesto výstižný základní obsah tohoto pojmu. Spolu s kulturní diplomacií  je v poslední době častěji než dříve zmiňována jak v oficiálních prohlášeních představitelů státu, tak také v médiích. Což dokazuje jejich význam a přínos pro zájmy státu v mezinárodních vztazích. V obecné rovině bylo k oběma základním pojmům již řečeno mnohé, v současnosti se jeví jako velmi zajímavý aspekt reakce veřejné diplomacie na poměrně nedávné změny mezinárodního prostředí.

**Změny mezinárodního prostředí**

Identifikací a klasifikací těchto reakcí se ve své práci zabývá například Nicholas Cull, který s jejich pomocí definoval tzv. novou veřejnou diplomacii. Zásadní odlišnosti spočívají například v rozšíření okruhu relevantních aktérů, především o nestátní subjekty. Dále pak ve změnách technologického a mediálního prostředí. Technologické změny přivádí do oblasti veřejné diplomacie tzv. nová média, tedy elektronická, především internet a tzv. sociální sítě, například Facebook či Twitter. Změny mediální scény, také v souvislosti s novými technologiemi, zcela mění získání informací v reálném čase a kromě jiného stírají rozdíly mezi domácí a zahraniční scénou, mezi tím, co je určeno pro zahraniční veřejnost a co pro domácí. Související změnou je i výraznější zapojení marketingových přístupů právě do tvorby pověsti státu, které do určité míry ovlivňuje i používanou terminologii.

Skutečně zásadní změnou je potom proměna struktury existujících vztahů z především vertikální struktury směrem ke struktuře horizontální. Vertikální struktura je charakterizována klíčovou úlohou státních institucí a přímou komunikací představitelů státu směrem k zahraniční veřejnosti. Naproti tomu ve struktuře horizontální funguje státní moc především v úloze koordinátora a subjektu, který ulehčí a usnadní ostatním subjektům jejich vzájemné kontakty a spolupráci. Změnil se i styl komunikace z předávání informací a „pouhé“ prezentace k budování dlouhodobých přátelských vztahů, na nichž mohou subjekty stavět další spolupráci a dosahování svých dalších cílů a zájmů. Co, podle Culla, zůstává nezměněno, je hlavní cíl, tedy řízení mezinárodních vztahů daného států.

**Česká reakce**

S ohledem na okruh aktérů klasické veřejné diplomacie je možné sledovat postupné změny také na české scéně. Hlavní domácí aktéři na úrovni státní správy jsou etablováni. Ke klíčovým aktérům bezesporu patří resorty zahraničí, kultury, školství, průmyslu a obchodu i místního rozvoje. V rámci činnosti jednotlivých ministerstev pak samozřejmě i jejich příspěvkové organizace či další instituce spadající pod jejich správu.[[1]](#endnote-1)

Problém, který řešila státní správa v minulosti (a nejen česká) byl nedostatek koordinace a spolupráce mezi jednotlivými aktéry. Situace sice stále není ideální a stále se hledá odpovídající model efektivní spolupráce, nicméně například v roce 2012 se podařilo MZV obnovit činnost Komise pro jednotnou prezentaci jako koordinačního a diskusního fóra zúčastněných státních aktérů.[[2]](#endnote-2)

Ve vztahu k nestátním aktérům byla v minulosti situace výrazně lepší ve spolupráci se soukromými firmami. Poslední léta však přinesla značné zlepšení i ve vztahu k neziskovým organizacím, občanským sdružením i odborným společnostem. Velkou zásluhu lze v tomto bodě připsat Českým centrům, která se také velmi aktivně snaží v další dotčené rovině, a to multilaterální spolupráci s mezinárodním přesahem. Klíčovým úspěchem je podíl Českých center na činnosti EUNIC[[3]](#endnote-3) ať už na globální úrovni nebo v jednotlivých místních sdruženích. Pro Českou republiku má tato aktivita několik aspektů přidané hodnoty. Jednak šíří dobré jméno české kultury, potažmo celé České republiky jak uvnitř samotného sdružení (projekt Noc literatury) tak také v daleko větším geografickém rozsahu.[[4]](#endnote-4)

Další rovinou je snaha o větší přiblížení se, případně i zapojení domácí veřejnosti. Tato rovina koresponduje s další výraznou charakteristikou veřejné diplomacie posledních let – její domácí dimenzí. Domácí veřejnost je, také s ohledem na nové komunikační prostředky či význam veřejného mínění pro výkon zahraniční politiky, důležitou cílovou skupinou i aktérem zároveň. MZV a jeho odbor veřejné diplomacie v tomto ohledu cílí jak na širokou veřejnost, kterou se snaží pravidelně a intenzivně informovat o výkonu zahraniční politiky, tak také na odbornou veřejnost, například ve formě odborných diskusí.

Problémem, který nicméně přetrvává je absence shody mezi klíčovými aktéry nad základními hodnotami a tématy, která by měla být pro Českou republiku klíčová při budování její pověsti v zahraničí. Součástí problému je i trvalá politická podpora, či spíše její absence napříč spektrem, tématu veřejné diplomacie. Otázka základních hodnot a identity byla naposledy řešena na koncepční úrovni v Koncepci jednotné prezentace z roku 2005. V tomto ohledu může být pro ČR vzorem slovenská veřejná diplomacie, která podobný hodnotový dokument má zpracován.[[5]](#endnote-5) Otázkou je samozřejmě i jeho další využití.

Oblastí, která je pro českou praxi velkou výzvou, jsou zcela jistě tzv. nová média a jejich využití ve veřejné diplomacii. Zřetelný kvalitativní rozdíl je ve srovnání s minulostí například ve využití webových stránek jako komunikačního prostředku s domácí i zahraniční veřejností. Ať už se jedná o klíčové aktéry státní správy či nestátní subjekty. ČR se v tomto smyslu dostalo i mezinárodního ocenění za podobu webových stránek českého předsednictví v Radě EU. Kde nicméně je zcela jistě prostor pro další rozvoj a zlepšení jsou tzv. sociální sítě. Zde stále chybí ucelená představa jak tento nástroj vlastně efektivně využít a k čemu by měl ČR sloužit.

**Závěr**

*Se stíráním rozdílů mezi domácími a zahraničními tématy měla Česká republika možnost se seznámit takříkajíc na vlastní kůži během již zmiňovaného českého předsednictví v Radě EU. Poprvé v případě poněkud rozpačitého zahájení mediální kampaně určené podle vlády domácí veřejnosti, která však zaujala především zahraniční scénu a podruhé v případě pádu vlády a jeho vlivu na výsledný mediální obraz českého předsednictví.*

*Zajímavým momentem je zcela jistě důraz na změnu zásadního směru vazeb vznikajících ve veřejné diplomacii z vertikální na horizontální úroveň. Klíčovými se nově stávají vztahy a vazby mezi partnery doma a v zahraničí na podobných úrovních, tedy veřejnost vůči veřejnosti, vazby státních i nestátních aktérů. Teorie sítí se prosazuje do české praxe spíše pomalu a nenápadně, nicméně její přítomnost již nelze pominout. Například v praxi Českých center, která nadále kromě stávající prezentace české kultury v zahraničí vidí jako nový směr své činnosti právě vytváření dlouhodobých přátelských vazeb a vztahů se zahraničními partnery. Ty lze pak využít pro naplňování zájmů státu v zahraničí.*

1. Lze uvést Česká centra, CzechTrade, CzechInvest či CzechTourism nebo Dům zahraničních služeb – Akademickou informační agenturu. [↑](#endnote-ref-1)
2. Tato komise byla původně zamýšlena jako vrcholový koordinační orgán státní správy pro oblast prezentace země v zahraničí. Idea byla obsažena již v Koncepci jednotné prezentace České republiky v zahraničí přijaté 19. ledna 2005. [↑](#endnote-ref-2)
3. European Union National Institutes for Culture - Sdružení evropských kulturních institutů [↑](#endnote-ref-3)
4. Jiným příkladem, tentokrát v režii MZV, je Středoevropská kulturní platforma na půdě Visegrádské čtyřky (Platform Culture – Central Europe). [↑](#endnote-ref-4)
5. SLOVENSKO: KRAJINA S POTENCIÁLOM: Ideový koncept prezentácie Slovenska [↑](#endnote-ref-5)