

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra asijských studií

Bakalářská práce

**Veřejná diplomacie České republiky
vůči Korejské republice**

**Public Diplomacy of the Czech Republic Towards
the Republic of Korea**

Veronika Kyseláková

Olomouc 2022

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Richard Turcsányi, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla veškeré použité zdroje a literaturu.

V Olomouci dne

Podpis

ANOTACE

Název práce:	Veřejná diplomacie České republiky vůči Korejské republice
Autor:	Veronika Kyseláková
Vedoucí práce:	Ing. Mgr. Richard Turcsányi, Ph.D.
Počet stran a znaků:	73 stran, 122 719 znaků
Počet použitých zdrojů:	60
Počet příloh:	4
Klíčová slova:	Česká republika, Korejská republika, mezinárodní vztahy, veřejná diplomacie.

Veřejná diplomacie je stále ještě poněkud novou koncepcí zahraniční politiky našeho státu. Zvyšuje povědomí o České republice u obyvatel zahraničí, Korejskou republiku nevyjímaje. Obsahem bakalářské práce tedy bude vymezení problematiky veřejné diplomacie a jejího pojetí v historii i současnosti česko-korejských vztahů. Dále se pak tato práce bude zabývat místem a úlohou vybraných institucí, které svou činností k veřejné diplomacii přispívají. Praktická část je zaměřena na posouzení současného stavu české veřejné diplomacie uplatňované vůči Korejské republice.

ANNOTATION

Title:	Public Diplomacy of the Czech Republic Towards the Republic of Korea
Author:	Veronika Kyseláková
Supervisor:	Ing. Mgr. Richard Turcsányi, Ph.D.
Number of pages and characters:	73 pages, 122 719 characters
Number of used sources:	60
Number of appendices:	4
Keywords:	Czech Republic, Republic of Korea, International Relations, Public Diplomacy.

Public diplomacy is still a relatively new concept in the foreign policy of our state. It enhances awareness of the Czech Republic among international inhabitants, including those in the Republic of Korea. The bachelor's thesis will focus on defining the idea of public diplomacy and its application in the past and present of Czech-Korean relations. In addition, this theses will look at the position and role of selected institutions that contribute to public diplomacy. The thesis' practical section will examine the current condition of Czech public diplomacy in relation to the Republic of Korea.

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat svému vedoucímu Ing. Mgr. Richardu Turcsányimu, Ph.D. za jeho odborné vedení, cenné rady a věnovaný čas při řešení bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala velvyslanci Jaroslavu Olšovi, jr., zástupci velvyslance v Jižní Koreji Zbyňku Nohovi a řediteli Českého centra Soul Michalu Emanovskému za jejich čas a ochotu účastnit se rozhovoru zaměřeného na pro posouzení současného stavu veřejné diplomacie České republiky uplatňované vůči Korejské republice.

OBSAH

SEZNAM OBRÁZKŮ	7
SEZNAM TABULEK.....	8
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	9
ÚVOD.....	11
1 CÍL BAKALÁŘSKÉ PRÁCE, METODIKA A POUŽITÉ METODY PŘI ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	13
1.1 CÍL BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	13
1.2 METODIKA ZPRACOVÁNÍ A METODY POUŽITÉ PŘI ZPRACOVÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE.....	13
1.3 REFLEXE A ZKUŠENOSTI S TÉMATEM	14
2 VEŘEJNÁ DIPLOMACIE.....	15
2.1 CHARAKTERISTIKA VEŘEJNÉ DIPLOMACIE.....	15
2.2 HISTORICKÝ VÝVOJ VEŘEJNÉ DIPLOMACIE	18
2.3 AKTÉŘI A STRATEGIE VEŘEJNÉ DIPLOMACIE.....	19
2.4 DIGITALIZACE, BRANDING A KULTURA VE VEŘEJNÉ DIPLOMACII.....	22
3 PREZENTACE ČESKÉ REPUBLIKY V ZAHRANIČÍ.....	24
3.1 VEŘEJNÁ DIPLOMACIE MALÝCH STÁTŮ	24
3.2 JEDNOTNÁ PREZENTACE ČESKÉ REPUBLIKY V ZAHRANIČÍ.....	25
4 GENEZE A VÝVOJ ČESKO – KOREJSKÝCH VZTAHŮ.....	27
4.1 PRVOTNÍ KONTAKTY	27
4.2 NAVÁZÁNÍ PRVNÍCH OFICIÁLNÍCH VZTAHŮ	27
4.3 ČESKO-KOREJSKÉ VZTAHY V NOVÉM MILÉNIU	28
4.4 ČINNOST ČESKÝCH CENTER A ČESKÉ CENTRUM SOUL	29
5 ČESKÁ VEŘEJNÁ DIPLOMACIE V JIŽNÍ KOREJI – KRITICKÉ POSOUZENÍ	30
5.1 ČESKÁ VEŘEJNÁ DIPLOMACIE V JIŽNÍ KOREJI – AKTUÁLNÍ STAV.....	30
5.2 SWOT ANALÝZA ČESKÉ VEŘEJNÉ DIPLOMACIE V KOREJI.....	31
5.2.1 Analýza vnitřního prostředí.....	32
5.2.2 Analýza vnějšího prostředí.....	36
5.2.3 Výsledky SWOT analýzy.....	43
ZÁVĚR	45
RESUMÉ	47
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	48
SEZNAM PŘÍLOH.....	54

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Tradiční vs. Veřejná diplomacie	18
Obrázek 2 Nástroje aktérů veřejné diplomacie.....	20
Obrázek 3 Komunikační pyramida	21
Obrázek 4 Průnik konceptů veřejné diplomacie a Nation Brandingu	23
Obrázek 5 Orgány podílející se na prezentaci České republiky a jejich příspěvkové organizace	26
Obrázek 6 Postup zpracování SWOT analýzy.....	31
Obrázek 7 Grafické vyhodnocení SWOT analýzy	44

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Rozdíly mezi tradiční a veřejnou diplomacií.....	17
Tabulka 2 Výchozí dokumenty České prezentace v zahraničí z roku 2019	25
Tabulka 3 Analýza silných stránek	34
Tabulka 4 Analýza slabých stránek	36
Tabulka 5 Analýza příležitostí	38
Tabulka 6 Analýza hrozeb	41
Tabulka 7 Sumarizace SWOT analýzy	42
Tabulka 8 Výsledek analýzy vnitřního prostředí	43
Tabulka 9 Výsledek analýzy vnějšího prostředí	43
Tabulka 10 Vyhodnocení SWOT analýzy	43

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

COVID-19	Coronavirus Disease 2019 (koronavirové onemocnění 2019)
ČC	České centrum
EU	Evropská unie
EUNIC	European Union National Institutes for Culture (Evropský národní institut pro kulturu)
MZV	Ministerstvo zahraničních věcí České republiky
SSSR	Svaz sovětských socialistických republik
USA	United States of America (Spojené státy americké)
USIA	United States Information Agency (Informační agentura Spojených států amerických)
SWOT	Strengths, weaknesses, opportunities, and threats (silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby)

Ediční poznámka

V bakalářské práci je užíván pro Českou republiku také název Česko a pro Korejskou republiku název Jižní Korea a Korea. Pro přepis korejských slov byla použita revidovaná romanizace korejštiny oficiálně uznávaná korejským Ministerstvem pro kulturu, sport a turismus z roku 2000, a to z důvodů snazší přehlednosti a dohledatelnosti, jelikož většina použitých zdrojů je psaná v anglickém jazyce. Výjimkou jsou v češtině běžně užívané a obecně známé názvy měst, jako je Soul, Pusan a jiné, které jsou přepisované pomocí české populární transkripce.

ÚVOD

Zpočátku nekonečně vzdálená, pro většinu Čechů téměř nedostupná Jižní Korea, a do konce studené války až na výjimky také země „zapovězená“¹, se díky rozvoji letecké dopravy, komunikacím či médiím mění v zemi, jež může téměř každý navštívit osobně a poznat její krásy, kulturu, obyvatele i odlišnosti.

Tyto možnosti jdou ovšem ruku v ruce s úrovní dosažených vzájemných diplomatických vztahů. Ty se v novodobých dějinách začaly utvářet v roce 1990 navázáním oficiálních diplomatických styků mezi oběma státy, tedy Korejskou republikou, a ještě bývalým Československem, které se na konci roku 1992 rozdělilo na dva samostatné státy (Česká republika a Slovenská republika). Současná Česká republika tak již více než 30 let úspěšně pokračuje v oboustranném rozvoji této spolupráce. Za neustále se prohlubující pozitivní bilaterality uvedených vztahů se v posledních letech stala Jižní Korea pro Česko důležitým obchodním partnerem. Vznikají tak stále nové a nové možnosti, jak tuto spolupráci do budoucna zlepšovat.

Význam udržování dobrých poměrů se svými sousedy, ale také i se zeměmi poněkud vzdálenějšími, si uvědomovali už vladaři zemí v dávné minulosti. Jejich snahou bylo představit svou zemi v co nejlepším světle. A to nejenom ostatním státníkům, ale také obyvatelům těchto cizích krajín. Moderní doba s sebou přináší nové příležitosti, a to nejenom v tom, jak svoji zemi prezentovat, ale také jak vzájemné vztahy utvářet ku spokojenosti obou stran. Jednou z možností, jak představit svoji zemi v zahraničí a jak podpořit formování vzájemných mezinárodních vztahů apod., je uplatnění veřejné diplomacie vůči dané zemi.

U veřejné diplomacie, jakožto poměrně nově definované složky mezinárodních vztahů, je stále poněkud obtížné vytvořit ucelený obraz o tom, co vše obsahuje a čím vším se zabývá. Její pojetí v historii je rovněž důležitou součástí její definice, neboť ji provází události zejména z 20. a 21. století, kdy diplomacie jako taková stála před těžkou zkouškou, a to především v době napjatých vztahů za první a druhé světové války, ale také za války studené. I Česká republika vůči Jižní Koreji uplatňuje od počátku navázání oficiálních vztahů veřejnou diplomacii, jako nedílnou složku utváření vzájemných mezinárodních vztahů obou zemí.

¹ Z důvodu prosovětského režimu v bývalém Československu nebylo možné navázat do roku 1989 výraznější oficiality mezi oběma státy.

Tato bakalářská práce se zabývá nejenom problematikou veřejné diplomacie. Zaobírá se vztahy mezi Českou a Korejskou republikou, a to jak z historického hlediska, tak z pohledu dnešní doby. Hladký průběh veřejné diplomacie zajišťují aktéři obou zemí. Za Českou republiku to jsou vládní i nevládní organizace, které sídlí v České republice, ale také přímo v Koreji. Jedná se například o Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, Velvyslanectví České republiky v Soulu a další organizace jako České centrum Soul. V této práci bude kladen důraz zejména na činnost aktérů státních.

1 CÍL BAKALÁŘSKÉ PRÁCE, METODIKA A POUŽITÉ METODY PŘI ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

1.1 Cíl bakalářské práce

Cílem bakalářské práce je posoudit současný stav veřejné diplomacie České republiky uplatňované vůči Korejské republice, popřípadě směřování dalšího rozvoje veřejné diplomacie vůči tomuto státu pro nejbližší období.

Bakalářská práce zároveň nabízí odpovědi na otázky: „*Co rozumíme veřejnou diplomacií a jak se Česká republika prezentuje v zahraničí?*“ a „*Jaká je geneze, historický vývoj a současnost česko-korejských vztahů?*“

1.2 Metodika zpracování a metody použité při zpracování bakalářské práce

Zpracování bakalářské práce opírá o obsahovou analýzu odborných publikací a dalších dokumentů, vztahujících se k problematice veřejné diplomacie a řešenému tématu vůbec. Samotný základ bakalářské práce pak tvoří kvalitativní výzkum, při kterém bylo využito jako techniky sběru dat kvalitativního dotazování s vybranými participanty výzkumu. Na základě výsledků rozhovorů byla pro posouzení současného stavu veřejné diplomacie České republiky uplatňované vůči Korejské republice využito metody SWOT analýzy.

Obsahová analýza odborných publikací a dalších dokumentů

Obsahová analýza odborných publikací a jiných materiálů (ať již tuzemských, či zahraničních), vztahujících se k problematice veřejné diplomacie, přispěla významným způsobem ke zpracování teoretické části práce.

Kvalitativní dotazování

Výzkum v rámci bakalářské práce byl podpořen polostrukturovaným rozhovorem s bývalým velvyslancem České republiky v Soulu, dále pak s nynějším zástupcem velvyslance České republiky v Soulu a také s ředitelem Českého centra Soul. Účelem tohoto rozhovoru bylo zaznamenat pozitivní, ale i kritické postřehy zástupců těchto institucí z uplatňování veřejné diplomacie České republiky prostřednictvím těchto institucí v Jižní Koreji. Otázky rozhovoru včetně jeho přepisu – viz Příloha II, III a IV.

SWOT analýza

Další metodou uplatněnou v rámci bakalářské práce byla SWOT analýza. Tato metoda byla použita z důvodu vyhodnocení informací získaných v rámci výše zmíněných vedených polostrukturovaných rozhovorů, a to za účelem vytvoření závěru o stavu (úrovni) uplatňované veřejné diplomacie České republiky vůči Korejské republice.

1.3 Reflexe a zkušenosti s tématem

Autorka práce studuje od roku 2018 na Univerzitě Palackého v Olomouci obor Korejšťina pro hospodářskou praxi. Téma bakalářské práce si vybrala záměrně, protože v rámci svého studia měla možnost se v letech 2020–2021 zúčastnit výměnného studijního pobytu na Hankuk University of Foreign Studies v Soulu, kde zároveň absolvovala stáž na Velvyslanectví České republiky v Korejské republice, dále v Českém centru Soul a následně v CzechInvest Soul. U těchto institucí tak měla možnost poznat fungování České veřejné diplomacie v praxi a také přispět svou prací stážistky k chodu uvedených institucí. I takto získané zkušenosti tedy zúročila ve své bakalářské práci. Mimo jiné je i autorkou recenze knihy bývalého velvyslance v Jižní Koreji Jaroslava Olši, jr. – *150 Years of Hidden Ties Between Koreans and Czechs*.

2 VEŘEJNÁ DIPLOMACIE

Veřejná diplomacie je v dnešní době významným prvkem zahraniční politiky. I přesto, že je poněkud nově diskutovanou diplomatickou disciplínou, v určité formě jí byla vždy součástí. Jak uvádí Shen (2009, s. 95–110), veřejná diplomacie přispívá ke zvýšení povědomí o dané zemi v zahraničí a také k vytvoření pozitivního obrazu a následně i prostředí pro své národní cíle a zájmy.

2.1 Charakteristika veřejné diplomacie

Fenomén veřejné diplomacie je znám již po několik století, avšak její koncepce je stále poněkud novodobá. Existuje tak vícero různých definic veřejné diplomacie, jež se často liší pouze v detailech. V druhé polovině 20. století byla přikládána veřejné diplomacii velká důležitost, zejména pak ve Spojených státech Amerických (dále USA). Melissen (2005a, s. 6) uvádí, že první moderní použití výrazu „*veřejná diplomacie*“ je připisováno americkému diplomatovi Edmundu Guillionovi, který při příležitosti založení Centra Edwarda Murrowa v roce 1965 pronesl:

„Veřejná diplomacie... se zabývá vlivem postojů veřejnosti na formování a provádění zahraničních politik. Zahrnuje dimenze mezinárodních vztahů přesahující tradiční diplomacii; kultivace veřejného mínění vládami v jiných zemích; interakce soukromých skupin a zájmů z jedné země se skupinami z jiných zemí; zpravodajství o zahraničních záležitostech a jejich dopadu na politiku; komunikace mezi těmi, jejichž úkolem je komunikace, jako jsou diplomaté a zahraniční zpravodajové; a procesy interkulturní komunikace.“ (Public Diplomacy Alumni Association, ©2008)

Leonard (2002, s. 1), však připisuje toto prvenství Edwardu Murrowi, tehdejšímu řediteli dnes již zaniklé United States Information Agency (dále USIA), který již dva roky předtím (v roce 1963) rovněž použil označení veřejná diplomacie ve své řeči:

„Veřejná diplomacie se liší od tradiční diplomacie v tom, že zahrnuje interakci nejen s vládami, ale především s nevládními jednotlivci a organizacemi. Kromě toho aktivity veřejné diplomacie mnohdy vyjma oficiálních vládních názorů často nabízejí mnoho odlišných názorů...“ Leonard (2002, s. 1).

Často se můžeme setkat s pojmy jako „*otevřená diplomacie*“, „*public affairs*“, ale také „*propaganda*“. Peterková (2006, s. 86; 2008b, s. 11) uvádí čtyři hlavní definice veřejné diplomacie, které jsou prominentní v mezinárodní sféře:

1. Veřejná diplomacie neboli otevřená diplomacie je koncepcí, která je protikladem tajné diplomacie. Tato idea je spojována zejména s americkým prezidentem Woodrow Wilsonem, jenž, jak uvádí Neiberg (2019), v roce 1918 představil program *Čtrnáct bodů*, ve kterém seznámil účastníky s postojem USA k poválečnému světu. Hned v prvním bodě prezident odmítá tajit výsledky diplomatických jednání či uzavírání tajných dodatků k mezinárodním smlouvám.
2. Ve druhé definici se prolíná veřejná diplomacie s termínem „*veřejné záležitosti*“ neboli „*public affairs*“, jejichž cílem je především informovat veřejnost. Zejména se jedná o „*informování domácího obyvatelstva o diplomatických aktivitách vlády a větší kontrolu veřejnosti nad těmito aktivitami*“.
3. Berridge (2012, s. 305) označuje v aktualizované verzi Slovníku diplomacie z roku 2012 veřejnou diplomacii nejenom jako „*propagandu pořádanou velvyslanci*“. Na rozdíl od prvotní verze slovníku z roku 2001² v tomto vydání vysvětluje také pojem veřejná diplomacie jako „*propagandu bez negativní konotace*“ a také jako synonymum „*otevřené diplomacie*“.
4. Současné chápání termínu veřejná diplomacie Peterková (2008b, s. 11) vykládá jako proces komunikace se zahraničním publikem. V tomto případě se veřejná diplomacie pomocí různých nástrojů snaží vytvořit o dané zemi pozitivní představy v různých oblastech. V žádném případě však nevyvíjí nátlak, ale je založena na „*soft power*“, neboli „*měkké moci*“.

Leonard (2002, s. 8) rovněž předkládá definici veřejné diplomacie:

„Veřejná diplomacie je o budování vztahů: porozumění potřebám jiných zemí, kultur a národů; sdělování našich názorů; vyvracení klamných představ; a hledání společných zájmů.“

Peterková (2008b, s. 13) ve své práci také uvádí poněkud jednoduchou definici veřejné diplomacie. Definice, se kterou pracuje ve své knize, a která bude používána pro účely této bakalářské práce, zní následovně:

² V tomto vydání označuje veřejnou diplomacii pouze jako „*propagandu pořádanou velvyslanci*“, tedy jako nástroj pro prosazování vlastních cílů v zahraničí. „*Otevřenou diplomacii*“, jako zcela jiný pojem, pak chápe jako „*tajnou*“ či „*parlamentní diplomacii*“. (Berridge, 2001)

„Veřejná diplomacie je činnost³ 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.“

V odborné literatuře můžeme nalézt vícero různorodých definic veřejné diplomacie, které se však v určitých znacích shodují. Mezi tyto znaky patří například snaha o ochranu a podporu vlastních zájmů v zahraničí, snížení dopadu možných nedorozumění a také prezentování dané země v zahraničí v co nejlepším světle. Peterková (2008b, s. 54) srovnává několik hlavních rozdílů tradiční a veřejné diplomacie (viz Tabulka 1), stejně tak rozdíl mezi tradiční a veřejnou diplomacií (viz Obrázek 1) zmiňuje ve své práci také Gurgu et al. (2016, s. 128).

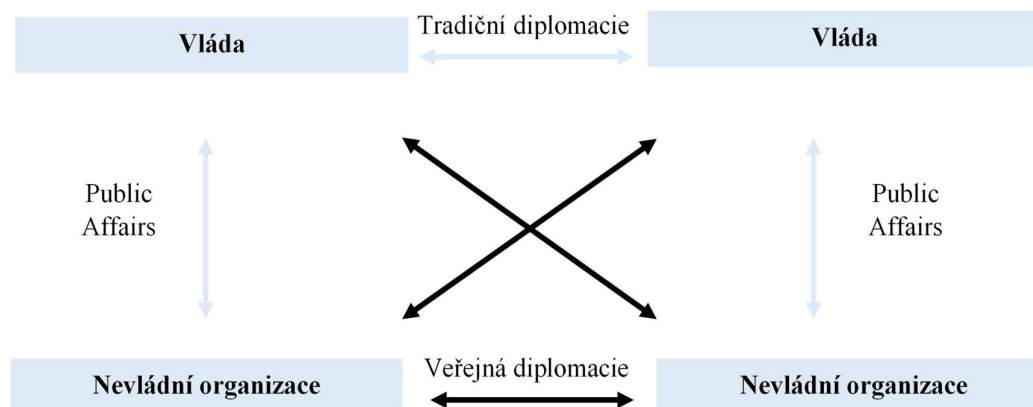
Tabulka 1 Rozdíly mezi tradiční a veřejnou diplomacií

	Tradiční diplomacie	Veřejná diplomacie
Klíčoví hráči	Státy	Lidé
Zdroj moci/síly	Nátlak	Přitažlivost
Diplomatická strategie	Silová hra/realpolitik	Dobré mezinárodní občanství/vzájemná výhodnost
Cíle	Vnucování myšlenek	Formování předností/zálib
Komunikace	Propaganda/sebepropagace	Partnerství/systém, síť
Role vlády	Řízení	Ulehčování/usnadnění
Stanovisko k informacím	Důvěrnost/obchodní tajemství	Otevřenost/budování důvěry/důvěryhodnost
Mezinárodní struktury	Bilaterální	Multilaterální
Přístup	Výhra/ztráta	Výhra/výhra
Válka	Kvůli územním nebo ekonomickým ziskům	Kvůli hodnotám nebo mezinárodní stabilitě

Zdroj: Peterková (2008b, s. 54)

³ Činnost státních i nestátních aktérů v oblasti kulturní, vzdělávání a turismu.

Obrázek 1 Tradiční vs. Veřejná diplomacie



Zdroj: Upraveno autorkou práce dle Gurgu (2016, s. 128)

2.2 Historický vývoj veřejné diplomacie

Dobrá pověst státu a jeho prestiž byla vždy důležitým faktorem v mezinárodních vztazích, proto bylo možno pozorovat formování diplomatických vztahů již mezi starověkými civilizacemi. Zmínky můžeme nalézt již v Bibli, starověkém Řecku či Římě, ale také v Byzantské říši, později také v renesanční Itálii (Melissen, 2005a, s. 3). První instituce zaměřená na veřejnou diplomacii byla francouzská *Alliance Francaise*, která vznikla v roce 1883 po konci prusko-francouzské války a její hlavní úlohou bylo „šíření francouzského jazyka v koloniích a v zahraničí“ (Chaubet, 2004). Francouzského příkladu následovaly i další země prostřednictvím nově vytvořených institucí. Například *British Council*, *Goethe Institut* či bývalá *USIA* měly za úkol proniknout do jiných zemí prostřednictvím přednášek, filmů, kulturní a akademické výměny a dalšími prostředky, aniž by musely využít praktiky běžné diplomacie (Anaemene, 2015, s. 62–63).

Spolu s příchodem nových technologií rostl i vliv veřejné diplomacie. Zejména studená válka napomohla k jejímu šíření (v tomto případě však můžeme hovořit spíše o propagandě). Dalším důležitým mezníkem v rámci nejen veřejné, ale i diplomacie jako takové, je datum 11. září 2001, kdy za hlavní příčinu tehdejších událostí bývá uváděna zejména špatná komunikace s muslimským světem (Plaisance, 2005). Od této chvíle se veřejná diplomacie opět stává široce diskutovanou tematikou nejenom v rámci americké diplomacie, ale i u dalších států a zahraniční veřejnosti (Zaharna, 2010, s. 1). Mimo jiné se opět dostává na světlo koncepce z devadesátých let „soft

power“, koncipována Josephem Nye, která říká, že „*soft power*“ je schopnost dosáhnout výsledků pomocí atraktivity, nikoli násilím či donucovacími prostředky (Nye, 2001, s. 1). Další z autorů, Wilson III. (2008), zmiňuje také pojem „*smart power*“, v jehož teorii je kombinován přístup jak „*hard power*“, tak i „*soft power*“.

2.3 Aktéři a strategie veřejné diplomacie

Aktéři

Jako hlavní aktér veřejné diplomacie byl vždy vnímán především stát, ve 20. století však přibýlo mnoho dalších představitelů (Melissen, 2005a). Každá země si způsob veřejné politiky volí sama, proto se naskýtá bezpočet možností, kdo a jakým způsobem bude působit jako aktér. Kromě již zmíněných vládních institucí se může jednat o mezinárodní organizace, vzdělávací či kulturní instituce, které také bývají dnes nejviditelnějšími představiteli veřejné diplomacie (Wang, 2006, s. 92). Nesmíme však opomenout ani jednotlivce jako jsou sportovci, umělci apod. V dnešní době můžeme považovat za aktéry veřejné diplomacie také různé korporace, které ale spíše motivuje vidina zisku. V této práci tak bude především zmíněno působení státních aktérů, jako je Ministerstvo zahraničních věcí České republiky (dále MZV), jehož role je při prezentaci Česka v Koreji klíčová. Prostřednictvím MZV působí v Koreji Velvyslanectví České republiky a také České centrum Soul. Tyto organizace spolupracují při prezentaci Česka nejenom vzájemně, ale také s korejskou stranou, a to s vládními i nevládními organizacemi.

V rámci veřejné diplomacie nelze hovořit o jasném konceptu či plánu, kterým by se měli aktéři řídit, mnoho autorů se však snažilo analyzovat jednotlivé kroky, které by měli aktéři podnikat. Jedním z těchto autorů je Nicholas Cull (2009, s. 18–23), který klasifikuje šest nástrojů aktérů. Jako první a nejdůležitějším nástroj uvádí *naslouchání*, jedná se o schopnost aktéra získat informace o cílové skupině a tyto informace nadále zpracovat do strategie veřejné diplomacie pro daný stát. *Obhajování* považuje za snahu aktéra angažovat se při komunikaci s cílovým publikem a dosáhnout tak jeho podpory. Kategorie *kulturní diplomacie* má ráz především kulturního a vzdělávacího charakteru, spadá do ní tedy například činnosti škol, kulturních center apod. Podobným prvkem je také *výměnná diplomacie*, která podporuje výměnné programy v těchto oblastech. *Mezinárodní vysílání* je podávání zahraničnímu publiku objektivních informací

prostřednictvím technologií. Posledním komponentem je *psychologická válka*, která se ale používá zejména ve válečném konfliktu (viz Obrázek 2).

Obrázek 2 Nástroje aktérů veřejné diplomacie



Zdroj: Autorka práce dle Cull (2009)

Strategie

Pro naplnění cílů veřejné diplomacie, tedy zapůsobit na zahraniční veřejnost v dobrém světle, je třeba zvolit vhodnou strategii. Leonard (2002, s. 98) uvádí, že každá strategie by měla obsahovat:

- seznam prioritních států
- jedno nebo dvě jasná strategická sdělení
- cílové publikum
- rámec pro vysvětlení rolí různých organizací
- strategii pro spolupráci s nevládními organizacemi

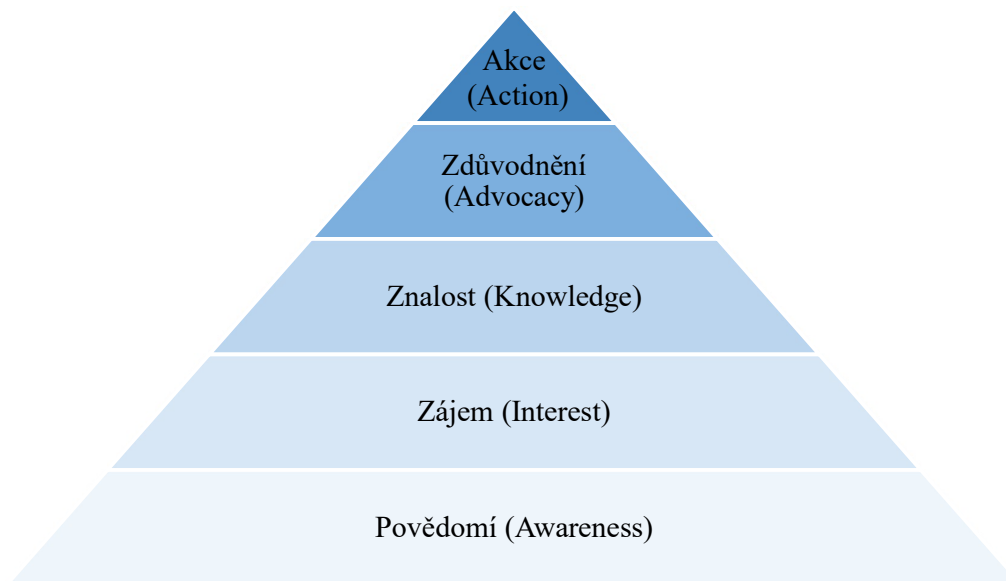
Při tvorbě takovéto strategie však musí být dodržovány určité kroky, mezi které patří (Peterková, 2008b, s. 25):

- analýza bilaterálních vztahů mezi státy a přesné zjištění pozice a pověsti státu v dané zemi

- stanovení cílů a tvorba základních sdělení
- identifikace cílových skupin
- identifikace příslušných nástrojů pro působení na cílové skupiny
- možnosti a způsoby následného hodnocení

Strategií komunikace veřejné diplomacie se zabýval i McClellan (2004), který následně zpracoval komunikační pyramidu. McClellanova (2004, s. 25–32) komunikační pyramida charakterizuje jednotlivé fáze působení výše zmíněných kroků ve vztahu k zahraniční veřejnosti (viz Obrázek 3). Zatímco povědomí o dané zemi může mít široká škála lidí, akce se týká pouze malého procenta lidí. K dosažení této „akce“ je třeba překonat všechny úrovně pyramidy, abychom dosáhli požadovaného efektu.

Obrázek 3 Komunikační pyramida



Zdroj: Upraveno autorkou práce dle McClellan (2004, s. 25–32)

2.4 Digitalizace, branding a kultura ve veřejné diplomacii

Digitalizace veřejné diplomacie

S rozvojem moderních technologií se také nabízí nové možnosti aktivit veřejné diplomacie. Tento rozmach však začal až v posledních desíti letech a k urychlení digitalizace veřejné diplomacie také přispěla pandemie COVID-19.

Problematikou nových technologií, zejména sociálních médií, působících na poli diplomacie se zabývá hned několik autorů. Park a Lim (2014) a také Metzgar (2012) dokonce zavádí nové pojmosloví a kromě označení „*digitální diplomacie*“ tak využívají i pojmů „*e-diplomacie*“, „*veřejná diplomacie 2.0*“ či „*virtuální diplomacie*“.

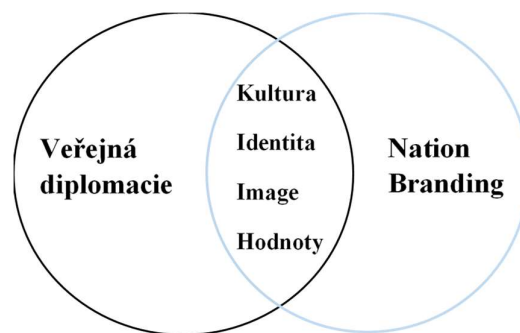
Populární sociální média jako třeba Facebook, Twitter, Instagram nebo YouTube se stávají mocným nástrojem veřejné diplomacie i politiky a poskytují obrovské příležitosti k zapojení publika. Collins a Bekenova (2019) považují angažmá veřejnosti v této problematice za kritické, představitelé veřejné diplomacie tak musí touto formou proaktivně formovat veřejné mínění, nikoliv společnost pouze informovat. Velvyslanectví pak mohou s veřejností interagovat přímou formou prostřednictvím sociálních médií, čímž se předávání informací urychluje a zjednodušuje. Mimo jiné existuje také řada mezinárodních a nezávislých komunit diplomatů, jako je *Digital Diplomacy Coalition*, založená v roce 2012 s cílem „*spojit diplomatické a mezinárodní záležitosti a technologické komunity ke sdílení nápadů a osvědčených postupů využití digitalizace pro diplomacii*“ (Digital Diplomacy Coalition, ©2020).

Branding a veřejná diplomacie

Globalizace, jejíž počátky můžeme sledovat v 80. letech a zejména pak po konci studené války, má velký vliv na formu a fungování veřejné diplomacie. Globalizační proces přeměnil vztah mezi státem, trhem a společností. Branding je pojem známý především z ekonomie, v dnešní době jsou však pojmy „*place branding*“ nebo „*nation branding*“ využívány i v rámci diplomacie, neboť „*značka země*“ hraje důležitou roli při posuzování státu v mezinárodní sféře. Meričková et al. (2014, s. 353) uvádí, že právě vysoce konkurenční mezinárodní tržní prostředí bylo důvodem ke vzniku této „*značky*“. Země, která zanedbává svoji image a pověst může mít posléze problémy s přilákáním ekonomické a politické pozornosti. Koncept státu jako „*značky*“ tak postupně získal na popularitě (Gertner a Kotler, 2004; Anholt, 2007). Melissen (2005b, s. 24) však uvádí, že „*nation branding*“ je zaměřen především na tvorbu identity nebo image daného státu

a jeho následnou prezentací, veřejná diplomacie si však klade za cíl podpořit fungování mezinárodních vztahů. „Značka země“, jako strategie veřejné diplomacie, může být pro zemi velkým přínosem, jako například označení „asijské tygři“, které implementuje progresivní ekonomiku států jihovýchodní Asie. Najdou se i případy, kdy značka zemi spíše škodí. Jedná se především o transformující se státy, jako je například Kuba, která se po bouřlivé historii stále snaží změnit svoji image v očích světových partnerů (Gertner a Kotler, 2004, s. 50–51). Szondi (2008, s. 13–15) ve své publikaci zmiňuje možný průnik konceptů veřejné diplomacie a branding (viz Obrázek 4).

Obrázek 4 Průnik konceptů veřejné diplomacie a Nation Brandingu



Zdroj: Upraveno autorkou práce dle Szondi (2008, s. 13–15)

Kultura ve veřejné diplomacii

Při prezentaci daného státu v zahraničí je důležitá také kulturní diplomacie. Kulturní diplomacii Česka v současné době chápeme jako kulturní složku prezentace Česka v zahraničí, která je dále složená z ekonomické a turistické oblasti (Tomalová, 2008b, s. 382). Většina malých států tak chce kulturní diplomacií dosáhnout zejména ekonomického užitku. Jako součást veřejné diplomacie tak představuje kulturní diplomacie snadnou cestu k široké veřejnosti. Hlavním rozdílem mezi oběma složkami diplomacie je především institucionální uspořádání. Kulturní diplomacie není natolik vázána na státním diplomatickém aparátu, avšak tato nezávislost není v praxi zaručena (Tomalová, 2008a, s. 18–19). Běžně totiž vykonávají praxi kulturní diplomacie právě diplomatické mise v zahraničí. Agendu kulturní diplomacie tak mnohdy řídí kulturní oddělení ve vedení s kulturními attaché. Důležitou institucí v rámci propagace kulturní diplomacie Česka jsou Česká centra, která byla založena již v roce 1949. S rozmachem Českých center je tato agenda často přenechána jejich režii.

3 PREZENTACE ČESKÉ REPUBLIKY V ZAHRANIČÍ

Česká republika po roce 1993 čelila mnoha výzvám. Jednou z nich bylo také vytvoření nové koncepce zahraniční prezentace. Jak uvádí Dejmek (2012, s. 254–259) po rozdělení Československa bylo nutné „*urovnat majetkové spory*“ mezi oběma stranami, zejména týkajících se budov velvyslanectví po světě, ale také jmenování nových diplomatů a velvyslanců.

3.1 Veřejná diplomacie malých států

Se vznikem České republiky v roce 1993 začíná zcela nová kapitola diplomacie samostatné České republiky. Česká republika, jako nový stát, musela překonat různé překážky. Dlouhá léta po rozpadu SSSR byla stále viděna jako země postkomunistická, s levnou pracovní silou. Diplomacie malých států je obecně velmi rozdílná od velkých států. Tyto rozdíly se dle Peterkové (2008c, s. 6) projevují především: v cíli (čeho chce daný stát veřejnou diplomacií dosáhnout), v šíři a intenzitě prezentovaných témat (stanovení priorit), a v legitimitě činnosti (vliv velikosti státu na posuzování jeho úmyslů). Někteří autoři tak pochybují o jakékoliv významnosti role malého státu z tohoto hlediska (Neumann a Gstöhl, 2006, s. 18). Snahou malého státu je především získat pozornost na světové scéně, ale také si vytvořit dobrou pověst. Hey (2003, s. 5) definuje malé státy v rámci zahraniční politiky jako státy, které:

- mají malou působnost ve světovém dění
- jsou zaměřené pouze na regionální záležitosti
- nevolí militaristický přístup
- zastávají neutrální pozici
- hledají spojení

Avšak, jak uvádí Bátora (2005), veřejná diplomacie malých a středních států se projevuje na světové scéně, a to zejména v dobách krize. Jako příklad pak Bátora (2005, s. 7) uvádí snahu Norska o obhájení lovu velryb. Malé státy proto většinou volí vytvoření jednotné koncepce pro svou prezentaci v zahraničí, výjimkou není ani Česká republika. Kořan (2013, s. 22) však uvádí, že mezi odborníky na českou zahraniční politiku nepanuje shoda o definici jejího směru. Nejčastěji se ovšem dělí přístup české zahraniční politiky na internacionalistický, autonomistický, evropský a atlantický (Peterková, 2008a, s. 16).

Hlavním správním orgánem české zahraniční politiky je MZV, (organizační schéma MZV viz Příloha I) kde se prezentací Česka zabývá především Odbor veřejné diplomacie a krajanů, dříve známý jako Odbor pro kulturu, komunikaci a prezentaci. Hlavní rolí tohoto odboru je pak „Zajištění koncepčního, metodického a operativního řízení prezentace ČR. Vyhledávání možnosti aktivní prezentace ČR a podpory politických a ekonomických zájmů ČR v zahraničí a koordinace využívání těchto možností.“ (Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, ©2008)

3.2 Jednotná prezentace České republiky v zahraničí

Koncepce jednotné prezentace státu v zahraničí se opírá hned o několik dokumentů (viz Tabulka 2), hlavním z nich je *Koncepce jednotné prezentace České republiky* z roku 2005, která je systematicky aktualizovaná, naposledy tak bylo učiněno v roce 2019. Tato koncepce se opírá zejména o *Východiska Koncepce jednotné prezentace ČR v zahraničí* z roku 2004. Jedná se o dokument, ve kterém jsou zachyceny jak slabé stránky, tak silné stránky české diplomacie a možnosti následného rozvoje a oblasti soustředění.

Tabulka 2 Výchozí dokumenty České prezentace v zahraničí z roku 2019

Výchozí dokument	Přijato
<i>Východiska Koncepce jednotné prezentace ČR v zahraničí</i>	17. března 2004
<i>Koncepce jednotné prezentace České republiky</i>	19. ledna 2005 (Aktualizováno 2019)
<i>Exportní strategie ČR 2012–2020</i>	14. března 2012
<i>Koncepce zahraniční politiky ČR</i>	13. července 2015
<i>Státní kulturní politiky na léto 2015–2020 s výhledem do roku 2025</i>	15. dubna 2015
<i>Inovační strategie České republiky 2019–2030</i>	4. února 2019

Zdroj: Autorka práce dle *Koncepce jednotné prezentace ČR* (aktualizováno 2019)

Koncepce zahraniční politiky ČR je rovněž významným dokumentem, neboť obsahuje nejenom základní informace o koncepci zahraniční politiky Česka, ale

popisuje příležitosti pro Česko v jednotlivých regionech. Koreu spatřuje jako „rozvinutou demokratickou zemi, globálního lídra v oblasti inovací a významného investora v ČR, se kterým je možné rozvíjet partnerské vztahy na všech úrovních. Zejména strategické partnerství s Korejskou republikou může přispět nejen k dalšímu rozvoji bilaterální spolupráce, ale může se stát odrazovým můstkem pro další české aktivity v regionu“ (Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, 2015). Další dokumenty zmíněné v Tabulce 2 jsou především dodatkové dokumenty, zaměřující se na určité období a oblast působení.

Cílem aktualizované Koncepce jednotné prezentace České republiky z roku 2019 je budování značky České republiky pod sloganem „Česká republika: země pro budoucnost“ (Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, 2019). Tato strategie tak cílí nejenom na kulturní aspekt Česka, ale také na ekonomické příležitosti pro zahraniční investory. Orgánem, zabývajícím se touto prezentací je především MZV, kde prezentaci v zahraničí zajišťují zejména velvyslanectví, popřípadě honorární či generální konzuláty, spadají pod něj ovšem také Česká centra, která mají celosvětovou působnost. Dalším subjektem je také Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, zaštiťující činnost CzechTrade a CzechInvest, a Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, zabezpečující činnost organizace CzechTourism (viz Obrázek 5).

Obrázek 5 Orgány podílející se na prezentaci České republiky a jejich příspěvkové organizace



Zdroj: Autorka práce

4 GENEZE A VÝVOJ ČESKO – KOREJSKÝCH VZTAHŮ

Diplomatické vztahy České a Korejské republiky se začaly vyvíjet až na sklonku dvacátého století. Zpočátku jim nebylo přáno zejména zeměpisnou polohou, posléze ale také politickou situací. I přese všechny překážky můžeme vztahy navázané mezi oběma zeměmi považovat za úspěšné a každým rokem se dále prohlubují a také rozšiřují různá pole své působnosti.

4.1 Prvotní kontakty

Prvotní informace o Koreji byly dostupné zejména jen prostřednictvím cestopisů a jiných cestovatelských deníků, díky nimž mohli obyvatelé Česka získat alespoň částečnou představu o této exotické zemi. První detailní originální text psaný českým autorem zmiňující Koreu byl Ottův slovník naučný z roku 1899, kde jeden z prvních českých sinologů Rudolf Dvořák popisuje na několika stranách základní historii a geografii Koreje, zmiňuje ale také korejský jazyk, kulturu a některé další zajímavosti (Dvořák, 1899, s. 812–819).

Postupně také rostl zájem cestovatelů o tuto zemi. Velmi významným českým cestovatelem v Koreji byl Enrique Stanko Vráz. Své cesty po této zemi zdokumentoval prostřednictvím fotografií, které přibližují nejen její přírodní krásy, ale také životy obyčejných lidí Vráz (2011).

Legionáři působící ve Vladivostoku zachytili nově nabyté informace v *Československém denníku*⁴ a také ve svých pamětech. Za zmínku stojí *Československá odyssea* Adolfa Zemana (1920), *Návrat Sibiřských legií* Františka Václava Krejčího (1922), ale také překladatelská a novinářská činnost Jaroslava Spirhanzl-Duriše.

4.2 Navázání prvních oficiálních vztahů

Až vojensko-politická situace po 2. světové válce znamenala velký posun v česko-korejských vztazích. Olša, jr. (2020, s. 71–73) popisuje snahu Československé vlády zaujmout pozici „mostu“ mezi západem a východem, a to i v „*korejské problematice*“. Tyto snahy však v souvislosti s připojením Československa k východnímu bloku vedenému SSSR vyšly naprázdno. Po rozdělení Koreje po ukončení druhé světové války na dvě samostatné části (Severní Korea a Jižní Korea) byly diplomatické styky

⁴ V práci byly použity originální názvy publikací, vyskytuje se v nich tudíž původní pravopis.

v roce 1948 navázány pouze se Severní Koreou (pozdější, dosud platný název Korejská lidově demokratická republika), jež byla rovněž pod vlivem SSSR. Ke slavnostnímu otevření Československého velvyslanectví v Pyongyangu pak došlo v září 1948. Tato spolupráce trvala v různých oblastech až do konce osmdesátých let minulého století – humanitární pomoc, nabídka stipendií pro studenty, spolupráce v oblasti kultury apod.

Kontakt Československé republiky v době prosovětské orientace nebyl s Jižní Koreou téměř žádný. Výjimkou byly ale například XXIV. letní olympijské hry v roce 1988, které se konaly v Soulu. První oficiální diplomatické vztahy byly s Jižní Koreou navázány až v roce 1990 a o rok později bylo v Soulu také otevřeno Velvyslanectví České a Slovenské federativní republiky (naopak, v této době došlo k určitému útlumu vztahů s Korejskou lidově demokratickou republikou).

Rok od otevření Velvyslanectví České a Slovenské federativní republiky se uskutečnila návštěva Jižní Koreji tehdejším prezidentem Václavem Havlem. Od roku 1993 pak samostatná Česká republika začala vykonávat svou diplomatickou činnost v Koreji odděleně od Slovenské republiky. Prvním velvyslancem České republiky v Soulu byl pak Jaroslav Bařinka.

4.3 Česko-korejské vztahy v novém miléniu

Vztahy mezi Českem a Koreou mezi lety 1993 a 2009 se pozvolna utvrzovaly a rozvíjely. V roce 1993 byl v Soulu přivítán Josef Zieleniec, tehdejší ministr zahraničních věcí, a ve stejném roce navštívil Prahu budoucí prezident Korejské republiky Kim Daejung. Tím však aktivita české diplomacie v tomto roce neustala. V rámci světové výstavy EXPO'93, které se konalo v jihokorejském městě Daejon, navštívilo město a samotnou výstavu několik českých delegací a Česko bylo také představeno v rámci „Českého dne“. Oficiální návštěvy z obou stran pokračovaly, v roce 1995 byly při návštěvě korejského prezidenta Kim Youngsana v Praze podepsány bilaterální dohody zajišťující snadnější kooperaci mezi oběma státy, včetně dohody o bezvízovém styku (Olša jr., s. 111–113).

Klíčovým momentem v prohloubení česko-korejských vztahů bylo otevření přímé letecké linky Praha–Soul v roce 2004, díky níž byl turismus velmi usnadněn (Hampl, 2004). Při příležitosti českého předsednictví Radě EU v roce 2009 pomohlo Česko zorganizovat první summit mezi EU a Korejskou republikou, který se konal v Soulu téhož roku (Ochvat, 2009). Díky tomuto summitu se také konaly „Dny Soulu v Praze“,

kteří se staly inspirací pro „*Dny Prahy v Soulu*“, které proběhly v roce 2011. Během tohoto úspěšného festivalu bylo Česko schopno představit české umění kulturu pro velmi široké publikum (Do, 2011).

4.4 Činnost Českých center a České centrum Soul

Česká centra jsou klíčovým aktérem reprezentace Česka v zahraničí, a také hlavním institucionálním zprostředkovatelem kulturních interakcí a budování vztahů se zahraniční veřejností.

Sama Česká centra jsou příspěvkovou organizací MZV, od kterého také dostává každoroční příspěvek na svou činnost. První Centra vznikla v roce 1949 v Bulharsku a v Polsku. Dnes se po světě nachází celkem 26 Českých center sídlem především v Evropě, ale také v Severní Americe (ČC New York), na Blízkém východě (ČC Tel Aviv) a v Asii (ČC Soul a ČC Tokio). Od roku 2006 jsou Česká centra členem mezinárodní sítě *EUNIC*, jehož cílem je prezentování Evropské kultury v zahraničí (EUNIC, ©2019).

Činnost Českých center je určena především *Zřizovací listinou* a *Statutem Českých center*. Mimo jiné je vydávána *Strategie činnosti* na různá období (nyní platná 2020–2023). Úkolem ČC je se na tyto strategie zaměřit a vytvořit dle nich program. Hlavní prioritou pro toto období jsou „*Globální témata a moderní identita České republiky*“. Důležité je také propojení a implementace *Koncepce jednotné zahraniční prezentace České republiky a Inovační strategie České republiky 2019–2030*. Jako třetí a čtvrtou prioritou jsou uvedeny „*Současné umění a kulturní dědictví. kreativita, tvůrčí myšlení a vzdělávání*“ a „*Péče o stávající síť a její rozvoj*“ (Česká centra, 2020).

Předchůdcem ČC Soul bylo Czech Info Center, které bylo otevřeno v roce 2009 jako součást restaurace Castle Prague ve čtvrti Hongdae v Soulu (Kim, 2009). ČC Soul pak bylo založeno v roce 2013 a nyní sídlí v historickém centru Soulu v blízkosti paláce Gyeonghui. Centrum se zabývá prezentací České republiky prostřednictvím vážné hudby, českých osobností, tradic a literatury, ale také nabízí soutěže pro děti. V současné době je jeho ředitelem Michal Emanovský.

5 ČESKÁ VEŘEJNÁ DIPLOMACIE V JIŽNÍ KOREJI – KRITICKÉ POSOUZENÍ

Pro posouzení aktuálního stavu české veřejné diplomacie v Jižní Koreji bylo využito kvalitativní dotazování, jehož výsledky byly následně zpracovány formou SWOT analýzy.

5.1 Česká veřejná diplomacie v Jižní Koreji – aktuální stav

Za účelem realizace polostrukturovaného rozhovoru byl osloven bývalý velvyslanec v Jižní Koreji Jaroslava Olšu, jr., zástupce velvyslance Zbyněk Noha a ředitel Českého centra Soul Michal Emanovský. Otázky připravené k rozhovoru byly otevřené a týkaly se zejména činností velvyslanectví a Českého centra Soul v rámci veřejné diplomacie v současné době, ale také v minulosti. Byly však také připraveny a položeny otázky ohledně budoucnosti této veřejné diplomacie. Snahou v rámci rozhovorů bylo mimo jiné získat i názory na to, co tvoří silné a slabé stránky veřejné diplomacie České republiky vůči Koreji a také na to, jaké jsou její příležitosti a hrozby pro tuto diplomacii.

Součástí dotazování také byla otázka, jak je dle respondentů Česko v Koreji vnímáno, což je velmi důležité při sestavování programu veřejné diplomacie a také při budování samotného brandu Česka. Všichni respondenti v Koreji žijí či dlouhodobě žili, byli tedy schopni poskytnout velmi odborné posouzení vnímání Česka v Koreji. Jelikož je ve veřejné diplomacii kritická nejen spolupráce s domácím publikem, ale také s domácími organizacemi, jedna z otázek se zaměřovala přímo na tuto problematiku. Protože velvyslanectví a České centrum Soul velmi úzce navzájem spolupracují byl proto respondentům zastupujícím tyto dvě instituce poskytnut prostor tuto spolupráci blíže definovat.

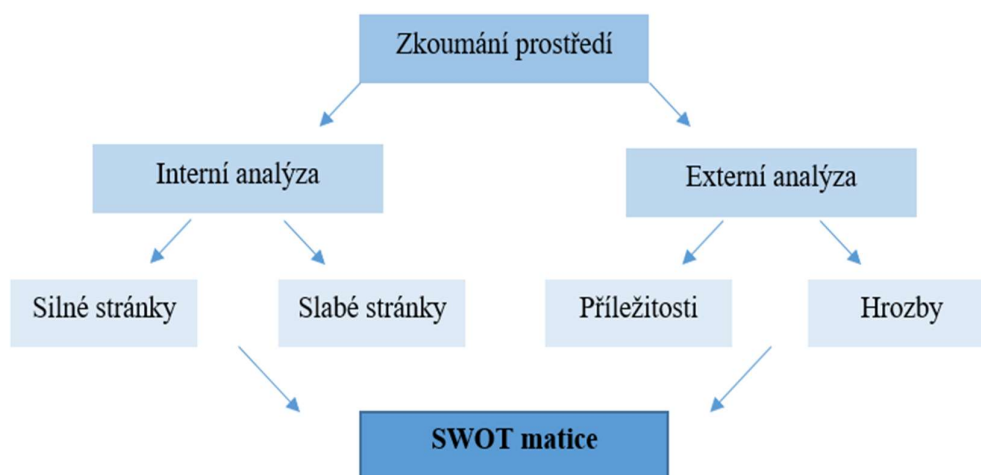
Hrozby a rizika jsou nedílnou součástí činnosti každé organizace, věnovány jim tak byly hned tři otázky. Jedna z otázek se týkala hrozeb a rizik, kterým již bylo velvyslanectví a České centrum Soul vystaveno a jak tyto hrozby byly schopny překonat. Druhá z otázek týkající se hrozeb se zaměřila na pandemii COVID-19, třetí pak byla orientovaná na možná ohrožení či omezení činnosti velvyslanectví a Českého centra v budoucnu. Poslední z otázek nastiňuje příležitosti a plány české veřejné diplomacie v budoucnu.

5.2 SWOT analýza České veřejné diplomacie v Koreji

SWOT analýza je metoda strategického plánování, která slouží k vyhodnocení silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb projektu, organizace nebo v podnikatelském záměru (Jakubíková 2008, s. 103). Tyll (2014) však považuje také SWOT analýzu za nástroj, pomocí kterého můžeme nejenom komplexně vyhodnotit fungování podniku, ale nalézt tak nové příležitosti růstu. Lze ji využít v obchodních korporacích, vládních úřadech, neziskových organizacích, ale i v dalších institucích. Silné stránky (Strengths) jsou aspekty nebo charakteristiky, které organizaci poskytují výhodu oproti ostatním. Slabé stránky (Weaknesses) jsou aspekty nebo charakteristiky, které organizaci staví do nevýhodné pozice vůči ostatním. Příležitosti (Opportunities) jsou vnitřní a vnější vyhlídky, které mohou zlepšit výkonnost organizace v daném kontextu. Hrozby (Threats) jsou vnitřní a vnější ovlivňující faktory prostředí, které by mohly způsobit potíže dané funkci nebo projektu.

SWOT analýza se zaměřuje na zkoumání vnitřních a vnějších faktorů. Mezi vnitřní faktory mohou patřit například personální záležitosti, finance či možnosti získávání finančních prostředků. Mezi vnější faktory mohou patřit například ekonomické klima, technologické změny, legislativa, změny společenské kultury nebo konkurence. Postup zpracování SWOT matice je uveden na následujícím obrázku (viz Obrázek 6).

Obrázek 6 Postup zpracování SWOT analýzy



Zdroj: Upraveno autorkou dle Blažkové (2005, s. 155)

Claessens (2015) popisuje v rámci SWOT analýzy čtyři základní strategie, mezi které řadí:

- **SO – ofenzivní strategie** je strategií, ve které se prolínají silné stránky a příležitosti. Při této strategii se snažíme využít silných stránek na maximum, současně však eliminujeme slabé stránky pomocí příležitostí.
- **ST – defenzivní strategie** poukazuje na situaci, kdy se setkává slabá stránka s hrozbou. Organizace tak musí využít svých silných stránek k tomu, aby byla schopna hrozby překonat či eliminovat.
- **WO – strategie spojenectví (přízpůsobení)** nastává v případě, že se setkají slabé stránky a příležitosti. Tato situace představuje riziko, proti kterému by se společnost měla bránit.
- **WT – strategie likvidace (přežití)** je poslední z možných strategií. V tomto případě nastává situace, kdy musí organizace přistoupit k opatření, která by zamezila její případné likvidaci.

Díky této analýze lze zjistit jaký je stav české veřejné diplomacie v Jižní Koreji a jaká by měla být zvolena strategie pro další postup. Na základě polostrukturovaných rozhovorů byly do SWOT analýzy dosazeny parametry a následně byly po konzultaci se zástupcem velvyslance v Jižní Koreji k jednotlivým parametrům přiřazeny váhy. U silných stránek a příležitostí byly přiřazovány body kladné stupnice od 1 do 5 a v případě slabých stránek a hrozeb body stupnice záporné v rozmezí od -1 do -5. U bodové stupnice je možné stejnou bodovou hodnotu přiřadit vícekrát, čímž se liší od stupnice preferenční. Váhou vyjadřujeme důležitost daného faktoru ve SWOT analýze. Součet těchto vah musí být roven číslu 1, čím větší váhu faktoru přiřadíme, tím větší má důležitost (Dědková, 2012).

5.2.1 Analýza vnitřního prostředí

Silné stránky

V rámci silných stránek české veřejné diplomacie bylo možno indikovat devět faktorů, které tuto oblast determinují (viz Tabulka 3). Z rozhovoru se zástupcem velvyslance vyplynulo, že veřejná diplomacie je hlavní prioritou aktivit Českého velvyslanectví v Soulu a bylo tak tomu i za působení velvyslance Olši jr. Všichni tři respondenti označili povědomí Korejců o České republice velmi dobré, a to v oblastech

jako je například umění nebo historie. Obsah prezentace České republiky je ale i tak velmi důležitý, respondenti se však shodli na jeho kvalitě, a to zejména v oblastech kultury. Jedná se především o tradiční prvky české kultury jako je vážná hudba či literatura, neopomněli však zmínit také rukodělné výrobky jako české sklo či loutky. Důležitou součástí prezentace Česka v zahraničí je také gastronomie. České pivo Pilsner Urquell se exportuje do Koreje od roku 2013 a jeho množství se každým rokem zvyšuje. Nově má svou distribuci v Koreji též budějovický Budvar. České restaurace jsou v Koreji také velmi populární, jen v Soulu se jich nachází hned šest.

I když jsou z ústředí MZV i Českých center vydávány strategie prezentace České republiky v zahraničí, je těžké je aplikovat na každou zemi a její kulturu. Obsah strategií si tedy mohou zastupitelské úřady samy upravovat, aby obsah co nejvíce zaujal místní obyvatele. Zaměstnanci z řad místních obyvatel jsou také klíčovou složkou úspěšné veřejné diplomacie. V případě země, jako je Jižní Korea, která se kulturně i jazykově velmi odlišuje od Česka, to platí dvojnásobně. Všichni respondenti upozorňují na jejich důležitost, zejména i proto, že sami respondenti korejsky plynule nemluví.

Velmi důležitou složkou pro prezentaci České republiky v zahraničí je spolupráce s místními institucemi a médii. České velvyslanectví i ČC Soul mají po letech práce vytvořenou dobrou síť korejských institucí, které na akcích spolupracují. Jedná se například o Historické muzeum Soul, které bylo častým hostitelem výstav s českou tematikou, ale i Magistrát města Soul, který velvyslanectví přímo s nabídku na spolupráci oslovil, či město Pyeongtaek, anebo samotné Ministerstvo zahraničí Korejské republiky.

Spolupráce velvyslanectví a ČC Soul je klíčová při mnoha akcích, nejenom s kulturní tematikou. Tato spolupráce nastala v roce 2013, kdy ČC Soul jako takové vzniklo. Do té doby bylo od roku 2009 řízeno velvyslanectvím Czech Info center, které zastávalo podobnou roli jako ČC. Kromě ČC se v Soulu nachází další agentury státu jako je CzechTrade a CzechInvest, které se zabývají ekonomickou spoluprací těchto dvou zemí a také CzechTourism, jehož činnost je, jak již název napovídá, do oblasti turismu. Kancelář CzechTourismu se nachází v Soulu, avšak její činnost zasahuje i do oblasti Filipín. Propojení s ekonomickou diplomacií je v tomto regionu velice kritické, neboť v Česku se nachází nemálo korejských firem a mnoho dalších se o investice v Česku zajímá. Je proto důležité zaujmout nejenom ředitele nebo manažery těchto

firem, ale také přímo jejich zaměstnance, aby v případě relokace do Česka byli dobře obeznámeni s Českem a změně se natolik nebránili. Velkou výhodou má v tomto ohledu i přímé letecké spojení mezi Prahou a Soulem, které bylo zavedeno v roce 2004, avšak nyní je kvůli pandemii dočasně přerušeno.

Tabulka 3 Analýza silných stránek

Vnitřní prostředí				
	Faktor	Body	Váha	Výsledek
Silné stránky	1. Veřejná diplomacie je prioritou velvyslanectví	5	0,15	0,75
	2. Dobré obecné povědomí Korejců o Česku	3	0,10	0,30
	3. Kvalitní obsah prezentace	4	0,15	0,60
	4. Možnost přizpůsobení programu pro korejské publikum	3	0,10	0,30
	5. Lokální zaměstnanci velvyslanectví a ČC Soul	4	0,10	0,40
	6. Spolupráce s korejskými institucemi a médii	4	0,15	0,60
	7. Spolupráce Velvyslanectví a ČC Soul s dalšími agenturami státu	4	0,15	0,60
	8. Propojení s ekonomickou diplomacií	3	0,05	0,15
	9. Přímá letecká linka Praha–Soul (přerušovaný provoz)	3	0,05	0,15
Součet		<1,5>	Σ 1	3,85

Zdroj: Autorka práce

Slabé stránky

Slabé stránky byly taktéž zpracovány do tabulky (viz Tabulka 4). I když všichni respondenti uvedli jako silnou stránku dobré povědomí Korejců o Česku, upozorňují, že toto povědomí je mnohdy jen „povrchové“. Důležitým krokem je tedy propojit jednotlivé aspekty české kultury. Jak uvádí bývalý velvyslanec v Jižní Koreji Olša, jr.: „Důležité pro mě bylo vysvětlit a propojit tyto oblasti. Aby lidé, kteří mají rádi hudbu, věděli, že existuje Karel Čapek; lidé, kteří četli Milana Kunderu, si nemysleli, že je to jenom francouzský spisovatel; a lidé, kteří jedou do Prahy, si nekoupili jen české sklo, ale zjistili, že umíme vyrábět letadla a automobily.“

Každá z exotických kultur skýtá četné příležitosti, ale také představuje bariéry, které spolupráci mezi dvěma státy mohou značně omezovat. Jižní Korea se v tomto od jiných asijských zemí příliš neliší. Korejský jazyk je stále pro mnoho Čechů neznámým jazykem, stejně tak jazyk český pro Korejce. V dobách velvyslance Olši, jr. se proto museli zaměstnanci velvyslanectví spoléhat na tlumočníka z angličtiny do korejštiny a naopak. V dnešní době jsou již na ambasádě i čeští zaměstnanci, kteří hovoří plynule korejsky a jsou také velice dobře obeznámení s korejskou kulturou. I přes to, že jsou z MZV vydávány strategie prezentace ČR v zahraničí, nelze vždy tyto strategie plně implementovat do programu samotného velvyslanectví, a to například z důvodu rozlišnosti kulturního prostředí.

Avšak ani tyto znalosti nemohou vždy prolomit kulturní bariéru. Korejci jsou ještě stále zvyklí jednat přes prostředníka, nejlépe korejského. Kultura v korejských institucích, zejména těch velkých, je také odlišná od české. Důležité je zmínit zejména časté střídání vedoucích pracovníků na vysokých pozicích – bývá tak těžké zprostředkovat hladký průběh spolupráce, jelikož musí častěji navazovat „staronové“ kontakty. Způsob fungování těchto institucí se také od českých liší. Dle slov bývalého velvyslance Olši, jr.: *„Není vždy jasné o čem kdo a kdy rozhoduje a mnohdy se dlouhou dobu nic nedělo a pak se najednou dělo vše příliš rychle“*. Funkční období samotného personálu na velvyslanectví je pouze čtyři roky. Za tuto poměrně krátkou dobu je obtížné si vypěstovat kontakty a následně naplánovat různé akce na propagaci České republiky.

Celkové personální obsazení velvyslanectví i ČC Soul by potřebovalo posílit. Zmiňují se o tom zástupce velvyslance i ředitel ČC Soul. Činnost těchto institucí se v Koreji rozrůstá, bylo by proto vhodné investovat nejenom v podobě lidského kapitálu, ale také finančního. Tyto finance by také mohly napomoci v otázce prostor ČC Soul, jelikož momentálně budova ČC Soul nemá větší výstavní prostory k dispozici, spoléhá se tedy na spolupráci s korejskými muzei a galeriemi.

Tabulka 4 Analýza slabých stránek

Vnitřní prostředí				
	Faktor	Body	Váha	Výsledek
Slabé stránky	1. Většina Korejců nemá hluboké znalosti o Česku	-2	0,15	-0,30
	2. Slabší personální obsazení velvyslanectví a ČC Soul na rozsah práce	-4	0,20	-0,80
	3. Nelze vždy plně implementovat strategie z ústředí MZV a Českých center v Praze	-2	0,10	-0,20
	4. Finanční zdroje	-4	0,20	-0,80
	5. Absence výstavních prostor v Českém centru	-2	0,10	-0,20
	6. Častá výměna vedoucích pracovníků na korejské straně a diplomatů na české straně	-3	0,10	-0,30
	7. Kulturní a jazyková bariéra	-3	0,15	-0,45
Součet		<1,5>	Σ 1	-3,05

Zdroj: Autorka práce

5.2.2 Analýza vnějšího prostředí

Příležitosti

Existují mnohé příležitosti, které by napomohly rozvoji české veřejné diplomacie v Koreji (viz Tabulka 5). Jedná se například o zakomponování nových témat do repertoáru velvyslanectví či ČC Soul. Historické události minulého století v mnohém Česko i Koreu spojují. Velmi úspěšná se už v minulosti prokázala výstava o *Sametové revoluci* či pádu *železné opony*. Avšak zajímavá by pro Korejce mohla být i dávnější historie obou zemí. Společným prvkem v historii obou zemí je vláda jednoho krále, v Česku Karla IV. a v Koreji krále Sejonga. Těchto historických osobností si dodnes široká veřejnost v obou zemích velmi váží, případná výstava na toto téma by mohla korejské občany zaujmout. Při výběru programu je však důležité myslet na zájmy České republiky, jak uvádí ředitel ČC Soul Michal Emanovský: „*Jako státní instituce nemůžeme tolik riskovat v některých oblastech, při výběru programu musím brát v potaz, co je v zájmu Českých center a zda to odpovídá diplomatické části našeho úsilí*“.

V dnešní technologicky vyspělé době je potřeba zakomponovat také moderní metody veřejné diplomacie. Pandemie COVID-19 tento přesun do internetového prostředí značně urychlila a jak velvyslanectví, tak ČC Soul již na tuto formu komunikace s veřejností přešly. Jedná se však stále o poměrně jednostrannou formu komunikace. V rámci práce s různými sociálními médii je zapotřebí co nejvíce zvýšit angažmá sledovatelů. Z počátku by tak mohli pomoci lidé, kteří s touto formou komunikace mají zkušenosti. Nemusí se jednat přímo o placené odborníky, v dnešní době jsou velmi dobře obeznámeni s funkcemi sociálních médií a s prací s „odběrateli“ i běžní uživatelé mladšího věku. Tuto práci tak mohou odvést především stážisté, a to z české i z korejské strany, kteří mají silné povědomí o funkcích a možnostech sociálních sítí a mohou tak zprostředkovat snadnější komunikaci a zatraktivnit ji pro veřejnost.

Ukončení, nebo aspoň zmírnění koronavirových opatření by mělo pozitivní dopad na rozvoj další spolupráce. Část plánovaných akcí, včetně oslav třicátého výročí navázání diplomatických vztahů mezi Koreou a Českem muselo být omezeno, odloženo nebo dokonce zrušeno. Některé z akcí byly sice převedeny do online formy nebo se našla jiná kreativní řešení, například panelová výstava na plotu ČC Soul, avšak činnost obou institucí byla značně omezena. V Koreji obzvláště se těžko navazují pracovní vztahy, tím hůře se navazují přes ZOOM, WebEx či podobné formy online komunikace. Uvolnění opatření by tak umožnilo plnohodnotné pokračování v již navázaných vztazích, navázání vztahů s novými korejskými partnery, ale také by se zjednodušilo cestování, čímž by bylo snadnější dopravit do Koreje například výstavní prvky, ale také by se zjednodušila například přeprava umělců. Ředitel ČC Soul Michal Emanovský zmínil následující: „*Dříve sem poměrně často jezdily filharmonie, ale teď samozřejmě nikdo nejezdí. Kurátorské cesty, ale i cesty studentů jsou omezeny.*“ Rychlý návrat do normálu je tal klíčový pro činnost velvyslanectví, ale také ČC Soul.

Další příležitosti se nabízí ve formě spolupráce s českými koreanisty či korejskými bohemisty. Literatura je samozřejmě v Koreji velmi populární, avšak české knihy jsou v korejštině těžko k dostání. V minulosti se české knihy překládaly do korejštiny přes anglický překlad, jelikož korejsky mluvících Čechů a česky mluvících Korejců nebylo mnoho. Jednalo se o časově i finančně náročný proces. V dnešní době se však v Koreji vyskytuje mnoho bohemistů, kteří by byli schopni kvalitně přeložit českou literaturu do korejštiny. Větší spolupráce s bohemisty by tak napomohla více

zpřístupnit českou literaturu v Koreji, a to včetně literatury pro děti, která se těší v této zemi také velké oblibě. Což také platí v otázce překladů českých koreanistů.

V druhé polovině letošního roku čeká Česko předsednictví v Radě EU. Význam pozice, jakou bude mít Česko v EU po šest měsíců má dosah i v Jižní Koreji. Dle slov zástupce velvyslance Zbyňka Nohy: „*Předsednictví tak významné instituce, jakou je Evropská unie samozřejmě přináší různé možnosti, může přispět k pozitivnímu zviditelnění naší země jako relevantního partnera. Jsem přesvědčen, že to bude mít dosah i v Koreji. Zároveň v rámci předsednictví Česka plánujeme i kulturní akce, které budou pod hlavičkou právě předsednictví.*“

V roce 2022 také velvyslanectví počítá s otevření honorárního konzulátu v druhém největším korejském městě, Pusanu. Tato přístavní metropole je od Soulu vzdálená přes tři sta kilometrů, činnost velvyslanectví či ČC Soul v něm má menší dosah. Otevření konzulátu skýtá nové možnosti šíření povědomí o Česku i ve vzdálenějších korejských regionech, nikoliv pouze regionech přiléhajících k hlavnímu městu.

Tabulka 5 Analýza příležitostí

Vnější prostředí				
	Faktor	Body	Váha	Výsledek
Příležitosti	1. Větší propojení korejské a české historie (úspěšné výstavy k Sametové revoluci.)	3	0,05	0,15
	2. Větší aktivita na sociálních sítích	3	0,10	0,30
	3. Využití digitální diplomacie	4	0,20	0,80
	4. Obnovení předkovidové úrovně spolupráce	5	0,25	1,25
	5. Spolupráce s koreanisty a bohemisty	3	0,05	0,15
	6. Předsednictví Česka v EU	3	0,15	0,45
	7. Otevření honorárního konzulátu v Pusanu	5	0,20	1,00
Součet		<1,5>	Σ 1	4,10

Zdroj: Autorka práce

Hrozby

Činnost každé instituce může být určitým způsobem ohrožena. V některých případech mohou být tyto hrozby předem identifikovatelné a můžeme tak pracovat na jejich eliminaci. Existují však hrozby, které se nedají plně předvídat a ani jejich dosah nám nemusí být znám. Analýza těchto hrozeb je zpracována do Tabulky 7.

Jižní Korea je již od padesátých let 20. století ve válečném stavu se svým severním sousedem, Severní Koreou. Situace v dnešní době se dá označit za poněkud klidnější, avšak nelze vyvrátit možnost opětovného rozhoření tohoto letitého konfliktu. Tuto hrozbu se může Česká republika snažit eliminovat pouze prostřednictvím podpory snah o znovu sjednocení těchto dvou zemí. Politická situace na celém světě se může také zhoršit. Nynější situace ve východní Evropě je jasným příkladem, že i ve 21. století je možné být svědky ozbrojeného konfliktu i v Evropě.

Svět se již třetím rokem potýká s pandemií COVID-19. Opatření v mnohých zemích se nyní rozvolňují, Jižní Korea je však jedna z těch zemí, která opatření uvolňuje velmi obezřetně a velmi pomalu. Jelikož byla tato opatření přes dva roky prakticky neměnná, nebylo možné pořádat většinu akcí, zejména v uzavřených prostorech. Navazování nových kontaktů, jenž by mohly pozitivně působit na česko-korejské vztahy a českou veřejnou diplomacii v Koreji, se tak stalo obtížnější. Přímá letecká linka Praha–Soul musela být kvůli pandemii rovněž omezena, její obnovení by tak mělo pozitivní vliv na navrácení turismu a obchodních cest na původní úroveň, ale také k jejich většímu rozmachu. Hrozbu tak představuje nejenom zpřísnění těchto opatření, ale také možný výskyt podobné pandemie v budoucnu, která by měla za důsledek stejné omezení činnosti jako pandemie COVID-19.

Finance jsou však častým problémem, který omezuje činnost kterékoliv organizace. Zejména ceny za dopravu a přepravu stále narůstají. Z tohoto důvodu může být ohrožena spolupráce s umělci z Česka, neboť jejich doprava se výrazně prodraží. Stejně je to však s přepravou různých uměleckých děl apod. Jižní Korea je pro Česko velmi vzdálenou zemí, náklady jsou tak poměrně vyšší nežli u zemí EU.

V roce 2009 zachvátila svět ekonomická krize, z níž nebylo lehké se vzpamatovat. Tato krize zasáhla samozřejmě i činnost českého velvyslanectví v Soulu, a to v době, kdy bylo v plánu založení ČC Soul. Jelikož si velvyslanectví nemohlo dovolit samostatné prostory, oslovilo majitele restaurace Praha Castle, který poskytl výstavní

prostory pro Czech Info centrum, které sídlilo v Praha Castle až do roku 2013, kdy bylo otevřeno ČC Soul v jiné lokalitě. Aktuální politická situace ve světě může být předzvěstí další ekonomické krize, která by měla opět celosvětový dopad a mohla by tak negativně ovlivnit i aktivity veřejné diplomacie Česka, která by byla nucena v této situaci, jako již jednou v nedávné minulosti, ustoupit do pozadí.

Při utváření programu velvyslanectví i ČC Soul je třeba dbát na kulturní zvyky a politickou situaci dané země, ale také její historii. Zástupce velvyslance zmínil situaci, kdy mělo velvyslanectví v plánu výstavu válečných plakátů: *„Zmíním akci, která byla pouze ve fázi úvah, a to byla výstava vojenských plakátů, nakonec jsme se rozhodli ji neuskutečnit, protože je to velmi senzitivní téma pro Koreu.“* Nevhodně zvolené téma další výstavy či koncertu by mohlo mít nepříznivý dopad na vztahy mezi Českem a Koreou. Samotné zhoršení vztahů mezi Českem a Koreou by mohlo mít za důsledek i možné ukončení veřejné diplomacie v Koreji. Jelikož jsou vztahy mezi oběma zeměmi velmi příznivé, není tato hrozba pravděpodobná, avšak je nutné ji zmínit a při plánování kulturních a jiných akcí je nutné, aby česká strana byla v tomto směru nanejvýš obezřetná.

V dnešní době funguje velmi dobrá spolupráce mezi korejskými a českými institucemi, kterou již dřív zprostředkovalo velvyslanectví. Pokud by však tyto instituce, jako například Národní muzea, neměly již nadále zájem spolupracovat, velmi by to české veřejné diplomacii uškodilo, jelikož právě umělecké či historické výstavy jsou velmi důležité. Podobná situace již několikrát téměř nastala. Bývalý velvyslanec Olša jr. tuto situaci zmiňuje v rozhovoru: *„Nastal okamžik, kdy nechtěla ve spolupráci pokračovat ani jedna strana. Role velvyslanectví byla v tomto velmi důležitá. Museli jsme obě strany stále přesvědčovat, jak je tato výstava skvělý nápad a bude úspěšná.“*

Tabulka 6 Analýza hrozeb

Vnější prostředí				
Hrozby	Faktor	Body	Váha	Výsledek
	1. Politická situace ve světě	-3	0,10	-0,30
	2. Zhoršení vojensko-politické situace na Korejském poloostrově	-4	0,15	-0,60
	3. Nové zpřísnění protikovidových opatření	-4	0,25	-1,00
	4. Zhoršení vztahů mezi Českou a Korejskou republikou	-4	0,05	-0,20
	5. Ekonomická krize	-3	0,20	-0,60
	6. Špatně zvolené téma eventu	-3	0,10	-0,30
	7. Nezájem korejské či české strany o další spolupráci	-4	0,15	-0,60
Součet	<1,5>	Σ 1	-3,60	

Zdroj: Autorka práce

Sumarizace všech částí SWOT analýzy vnitřního i vnějšího prostředí (tj. silných stránek, slabých stránek, příležitostí a hrozeb) byla implementována do tabulky (viz Tabulka 7). Uvedená tabulka tak přehledně zaznamenává všechny zmíněné faktory z jednotlivých částí této analýzy.

Tabulka 7 Sumarizace SWOT analýzy

	Silné stránky	Slabé stránky
Vnitřní prostředí	<ol style="list-style-type: none"> 1. Veřejná diplomacie je prioritou velvyslanectví 2. Dobré povědomí Korejců o Česku 3. Kvalitní obsah prezentace Česka 4. Možnost přizpůsobení programu pro korejské publikum 5. Lokální zaměstnanci velvyslanectví a ČC Soul 6. Spolupráce s korejskými institucemi a médii 7. Spolupráce velvyslanectví a ČC Soul s dalšími agenturami státu 8. Propojení s ekonomickou diplomacií 9. Přímá letecká linka Praha– Soul (aktuálně přerušovaný provoz) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Většina Korejců nemá hluboké znalosti o Česku 2. Nelze vždy plně implementovat strategii prezentace z ústředí MZV a Českých center v Praze 3. Kulturní a jazyková bariéra 4. Slabší personální obsazení velvyslanectví a ČC Soul na rozsah práce 5. Častá výměna vedoucích pracovníků na korejské straně a diplomatů na české straně 6. Finanční zdroje 7. Absence výstavních prostor v Českém centru
	Příležitosti	Hrozby
Vnější prostředí	<ol style="list-style-type: none"> 1. Větší propojení korejské a české historie při prezentaci Česka (úspěšné výstavy na Sametovou revoluci) 2. Větší aktivita na sociálních sítích 3. Využití digitální diplomacie 4. Obnovení předkovidové úrovně spolupráce 5. Hlubší spolupráce s koreanisty a bohemisty 6. Předsednictví Česka v EU 7. Otevření honorárního konzulátu v Pusanu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Politická situace ve světě 2. Zhoršení vojensko-politické situace na Korejském poloostrově 3. Nová zpřísnění protikovidových opatření 4. Zhoršení vztahů mezi Českou a Korejskou republikou 5. Ekonomická krize 6. Špatně zvolené téma eventu 7. Nezájem korejské či české strany o další spolupráci

Zdroj: Autorka práce

5.2.3 Výsledky SWOT analýzy

Po přiřazení bodů a vah ke každému faktoru můžeme vypočítat jejich výsledek. Analýza vnitřního prostředí (rozdíl mezi výsledky silných stránek a slabých stránek) vyšla v tomto případě kladně (viz Tabulka 8).

Tabulka 8 Výsledek analýzy vnitřního prostředí

Výsledek analýzy vnitřního prostředí	0,80
---	-------------

Zdroj: Autorka práce

Následně je nutné provést stejný proces i v analýze vnějšího prostředí, jedná se tedy o rozdíl mezi výsledky příležitostí a hrozeb. Výpočet i v tomto případě vyšel kladně (viz Tabulka 9).

Tabulka 9 Výsledek analýzy vnějšího prostředí

Výsledek analýzy vnějšího prostředí	0,50
--	-------------

Zdroj: Autorka práce

Závěrečným krokem je pak součet (popřípadě odečet) výsledků analýzy vnitřního a vnějšího prostředí. V případě této SWOT analýzy vyšla obě čísla kladně (viz Tabulka 10).

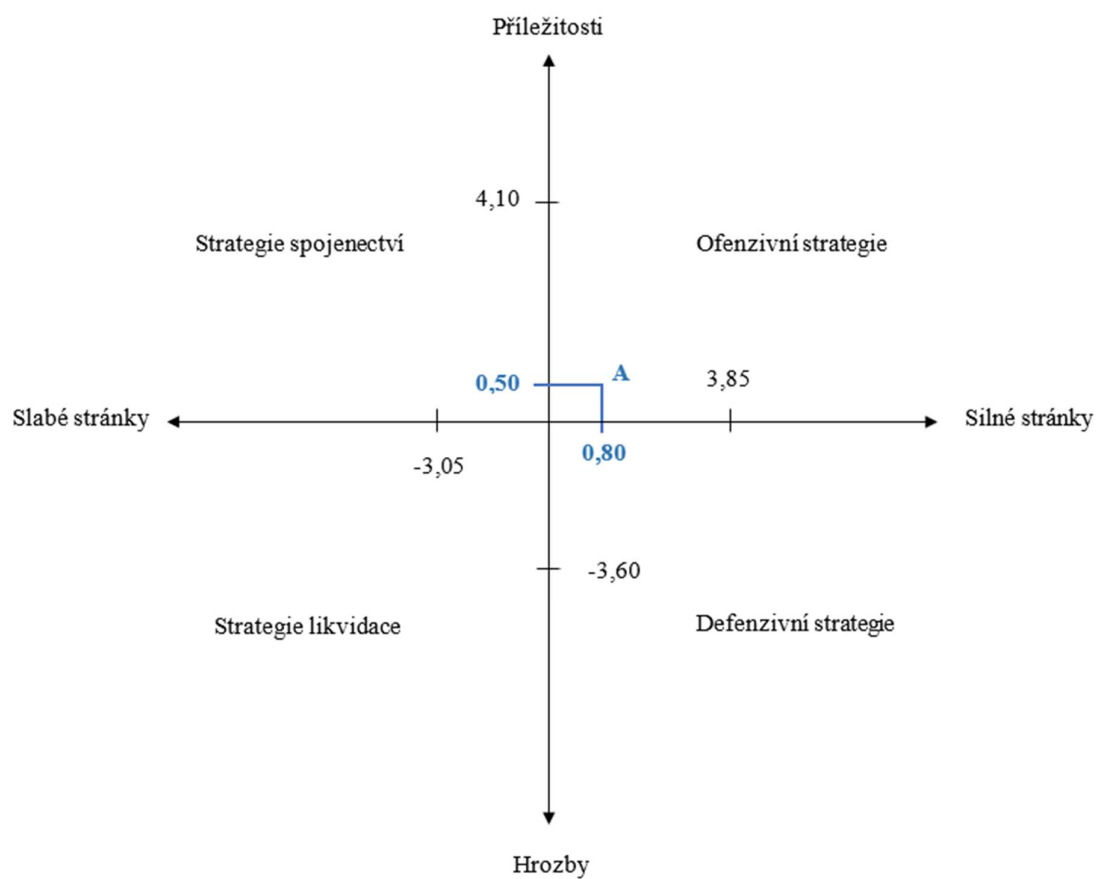
Tabulka 10 Vyhodnocení SWOT analýzy

Vyhodnocení SWOT analýzy	
Vnitřní prostředí	0,80
Vnější prostředí	0,50
Celkem:	1,30

Zdroj: Autorka práce

Bod A v grafickém znázornění SWOT analýzy (viz Obrázek 7) pak znázorňuje celkový výsledek SWOT analýzy, tedy 1,3. Můžeme tedy hovořit o strategii, na kterou by se nyní měla česká veřejná diplomacie orientovat a co nejvíce využít příznivé podmínky prostřednictvím svých silných stránek a příležitostí.

Obrázek 7 Grafické vyhodnocení SWOT analýzy



Zdroj: Autorka práce

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo zejména posoudit současný stav veřejné diplomacie České republiky uplatňované vůči Korejské republice, popřípadě nastínit možné směřování veřejné diplomacie vůči tomuto státu pro nejbližší období. Bakalářská práce se také snažila zodpovědět dvě otázky a to: „*Co rozumíme veřejnou diplomacií a jak se Česká republika prezentuje v zahraničí?*“ a „*Jaká je geneze, historický vývoj a současnost česko-korejských vztahů?*“ Odpovědi na uvedené otázky je možno nalézt v teoretické části práce, poněvadž jejich je zodpovězení důležité pro osvětlení místa a úlohy české veřejné diplomacie a její role v Jižní Koreji.

V práci bylo dále objasněno, jak k veřejné diplomacii přistupuje samotná Česká republika, a to za využití deskripce klíčových dokumentů pro tuto oblast, jakými jsou *Východiska Koncepce jednotné prezentace ČR v zahraničí* a *Koncepce jednotné prezentace České republiky*. V neposlední řadě byla představena česká veřejná diplomacie v Jižní Koreji, která se v nemalém měřítku liší od veřejné diplomacie vůči například evropským státům, a to zejména kvůli specifickému zeměpisnému, kulturnímu a politickému postavení Koreje. K lepšímu porozumění vývoji vztahů mezi Českem a Jižní Koreou proto byla v práci rovněž osvětlena geneze a historický vývoj vztahů mezi těmito dvěma zeměmi, následně pak i novodobá historie vztahů. Tato bakalářská práce shrnuje nejen aktuální situaci české veřejné diplomacie v Jižní Koreji, nabízí také nástin budoucích aktivit a možnosti spolupráce, které by mohly mít pozitivní dopad nejenom na kulturní a turistickou oblast spolupráce, ale i na oblast ekonomickou.

Cíl práce byl naplněn v praktické části práce, a to prostřednictvím kvalitativního výzkumu – realizovaných rozhovorů s představiteli české veřejné diplomacie v Jižní Koreji. Jelikož jsou všichni respondenti zaměstnanci organizací, jejichž činnost je pro šíření povědomí o Česku a také budování brandu Česka velmi významná, byli schopni poskytnout svůj názor a informace ohledně fungování české veřejné diplomacie v Koreji. Jejich poznatky a názory byly následně zpracovány pomocí SWOT analýzy. Výsledek této SWOT analýzy je možno pro veřejnou diplomacii uplatňovanou vůči Koreji označit jako příznivý. Analýza vnitřního i vnějšího prostředí dosáhla kladných hodnot, což vypovídá o tom, že by česká veřejná diplomacie měla zaujmout přístup ofenzivní strategie. Tato strategie vybízí k využití nejen silných stránek organizace, ale také k využití zmíněných příležitostí. Jelikož slabé stránky a hrozby v tuto chvíli nejsou dominantní, neohrožují tak činnost české veřejné diplomacie a ofenzivní strategie by tak

mohla úspěšně rozvinout její působení v Jižní Koreji. Slabé stránky a hrozby jsou však neopomenutelnou složkou veřejné diplomacie. V tomto případě se jedná zejména o finanční stránku. Do oblasti veřejné diplomacie by bylo třeba poněkud více investovat, a to jak v podobě lidského, tak i peněžního kapitálu. Bezpečnost na korejském poloostrově je také jednou z vážných hrozeb, neboť je ještě stále ohrožena z důvodu přetrvávajícího válečného stavu mezi Jižní Koreou a Severní Koreou. Jeho zhoršení by tak ohrozilo nejenom činnost české veřejné diplomacie, ale také bezpečnost českých občanů pobývajících v Jižní Koreji.

Česká veřejná diplomacie v Koreji, stejně jako v jiných zemích, má velký potenciál a v dnešní moderní době se naskytá mnoho způsobů, jak tento potenciál co nejvíce rozvinout. V práci byla představena digitalizace veřejné diplomacie a prostřednictvím rozhovorů také popsána praxe této nové formy veřejné diplomacie. Rovněž bylo nastíněno i možné směřování dalšího rozvoje veřejné diplomacie uplatňované Českou republikou vůči Koreji. Zde by bylo možno kupříkladu zmínit větší využití propojení společných témat (například historie obou zemí), digitální diplomacie, častější spolupráce s koreanisty a bohemisty.

Tato práce je přínosem pro obor mezinárodních vztahů, zejména pak pro oblast veřejné diplomacie se zaměřením na Jižní Koreu. Na základě této práce se tak otvírá prostor pro další výzkum veřejné a také kulturní diplomacie v Jižní Koreji, ale také v různých zemích východní Asie.

RESUMÉ

This bachelor thesis was focused on the topic of Czech public diplomacy in South Korea. The theoretical section dealt with the definition and history of the idea of public diplomacy. It also outlined small-state public diplomacy tactics – the public diplomacy of the Czech Republic. Relations between the Czech Republic and the Republic of Korea were described, with the prime focus on the twentieth century and present.

The goal of this bachelor thesis was to evaluate the current situation of Czech public diplomacy in South Korea. This objective was met through the Semi-structured interviews with representatives of selected organization working in Czech public diplomacy in South Korea. These interviews were then processed into a SWOT analysis, which was the crucial factor of achieving the goal.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- ANAEMENE, Benjamin Uchenna, 2015. *Cultural Imperatives in Foreign Policy: The Case of Nigeria*. Dynamics of Culture and Tourism in Africa: Perspectives on Africa's Development in the 21st Century, Ilishan-Remo: Babcock University Press, s. 62–82. ISBN 978-978-948-9202.
- ANHOLT, Simon, 2007. *What is competitive identity?* London: Palgrave Macmillan. s. 1–23. ISBN 978-1-349-35243-2.
- BÁTORA, Jozef, 2005. *Public diplomacy in small and medium-sized states: Norway and Canada*. The Hague: Netherlands Institute of International Relations „Clingendael“. ISSN 1569-2981.
- BERRIDGE, Geoff a Alan JAMES, 2001. *A Dictionary of Diplomacy*. London: Palgrave Macmillan. ISBN 978-1-4039-1535-1.
- BERRIDGE, Geoff a Lorna LLOYD, 2012. *The Palgrave Macmillan dictionary of diplomacy*. London: Palgrave Macmillan. ISBN 978-02-303-0299-0.
- BLAŽKOVÁ, Martina, 2007. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1535-3.
- CLAESSENS, Maximilian, 2015. Swot Analysis – Matching Organisation and Environment. *Marketing-Insider* [online]. [cit. 2022-03-28]. Dostupné z: <https://marketing-insider.eu/swot-analysis/>
- COLLINS, Neil a Kristina BEKENOVA, 2019. Digital diplomacy: Success at your fingertips. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15. s. 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41254-017-0087-1>
- CULL, Nicholas John, 2009. *Public diplomacy: Lessons from the past*. Los Angeles, CA: Figueroa Press. s. 18–23. ISBN: 978-1-932800-60-9.
- ČESKÁ CENTRA, 2017. *Statut Českých center*. [online]. 8. 12. 2017. [cit. 2022-03-16]. Dostupné z: PPRAG077-20171212081639
- ČESKÁ CENTRA, 2017. *Zřizovací listina příspěvkové organizace Česká centra*. [online]. [cit. 2022-03-16]. Dostupné z: PPRAG077-20171212081624.
- ČESKÁ CENTRA, 2020. *Strategie činnosti Českých center 2020–2023*. [online]. [cit. 2022-03-16]. Dostupné z: strategie.indd

- DĚDKOVÁ Jaroslava, 2012. *Analýza SWOT*. [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: http://www.kvs.tul.cz/download/educom/MZ05/VY_03_057.pdf
- DEJMEK, Jindřich, 2012. *Diplomacie Československa. Díl I. Nástin dějin ministerstva zahraničních věcí a diplomacie (1918–1992)*. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-2210-3.
- DIGITAL DIPLOMACY COALITION, ©2020. [online]. [cit. 2022-03-09]. Dostupné z: <http://www.digidiplomats.org/about>
- DO, Jehae, 2011. 'Month of Czech Culture' to deepen Korea-Czech ties. *Korea Times* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2011/09/398_95542.html
- DVOŘÁK, Rudolf, 1899. *Korea. Ottův slovník naučný illustrovaná encyklopaedie obecných vědomostí 14. Kartel – Kraj*. Praha: J. Otto, s. 812–819.
- EUNIC: *European Union National Institutes for Culture*. ©2019 [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://www.eunicglobal.eu/>
- GERTNER, David a Philip KOTLER, 2004. How can a place correct a negative image? *Place branding*, 1/1. s. 50–57. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990004>
- GURGU, Elena, et al, 2016. The role of public diplomacy in international relations in full process of globalization. *Annals of Spiru Haret University, Economic Series*, 7/2. s. 125–143. ISSN 2393-1795.
- HAMPL, Tomáš, 2004. Korean Air začaly létat do Prahy s Boeingem 747-400. *Airways* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://www.airways.cz/zprava/korean-air-zacaly-letat-do-prahy-s-boeingem-747-400/>
- HEY, Jeanne A. K., 2003. *Small states in world politics: Explaining foreign policy behavior*. Lynne Rienner Publishers. ISBN 978-1555879433.
- CHAUBET, Francois, 2004. The French Alliance or Language Diplomacy (1883-1914), *Revue historique*, 2004/4, s. 763–785. ISBN 9782130548171.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2008. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing. ISBN: 978-80-247-2690-8.

- KIM, Sejeong, 2009. Czech Information Center Opens. *Korea Times* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: https://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2009/11/113_54676.html
- KOŘAN, Michal, 2013. *Česká zahraniční politika*. Brno: MUNI Press. ISBN: 978-80-210-6549-9.
- KREJČÍ, František Václav, 1920. *Návrat sibiřských legií*. Knihovna Památníku Odboje. Praha: Památník Odboje.
- KYSELÁKOVÁ, Veronika (rec.), 2021. Olša jr., Jaroslav: 150 Years of Hidden Ties Between Koreans and Czechs. *Mezinárodní vztahy*, 2021/4, s. 185–191. ISSN: 0323-1844.
- LEONARD, Mark, 2002. *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre, ISBN 1903558131.
- McCLELLAN, Michael, 2004. Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy. *Favortia Papers*, 2004/1. Diplomatische Akademie Wien, s. 25–32.
- MELISSEN, Jan, 2005a. *The new public diplomacy: Between theory and practice*. London: Palgrave Macmillan. s. 3–27. ISBN 978-0-230-55493-1.
- MELISSEN, Jan, 2005b. Wielding soft power: the new public diplomacy. *Clingendael Diplomacy Papers No. 2*, Netherlands Institute of International Relations Clingendael. ISBN 90-5031-1098-2.
- MERICKOVA, Laura, et al, 2014. Alternative approaches to public diplomacy. *Polish Sociological Review*, 187/3. s. 351–365. ISSN 1231-1413.
- METZGAR, Emily T, 2012. Is it the medium or the message? Social media, American public diplomacy & Iran. *Global Media Journal* 11/21. s. 1–16. Dostupné z <https://www.proquest.com/scholarly-journals/is-medium-message-social-media-american-public/docview/1323037292/se-2?accountid=16730>
- MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 2004. *Východiska pro zpracování koncepce jednotné prezentace České republiky v zahraničí*. Odbor komunikační strategie. přijatý usnesením vlády č. 239 dne 17.3. 2004.

MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 2019. *Koncepce jednotné prezentace ČR v zahraničí*, Odbor komunikační strategie (4. 2. 2005) [online] Dostupné z: <https://www.databaze-strategie.cz/cz/mzv/strategie/koncepce-jednotne-prezentace-ceske-republiky>.

Koncepce přijata usnesením vlády č. 74 ze dne 19. 1. 2005. Aktualizováno 2019.

MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 2015. *Koncepce zahraniční politiky České republiky*. [online] Dostupné z: https://www.mzv.cz/file/1565920/Koncepce_zahranicni_politiky_CR.pdf. 13. 7. 2015.

MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY: Odbor veřejné diplomacie a krajanů, ©2008 [online]. [cit. 2021-11-18]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/organizacni_struktura/utvary_mzv/odbor_veřejne_diplomacie_a_krajanu.html

MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 2022. *Organizační schéma MZV k 10. 1. 2022*. Dostupné z: https://www.mzv.cz/file/4538338/Organigram_MZV_CZ_10012022.pdf

NEUMANN, Iver Brynild a Sieglinde GSTÖHL, , 2006. Introduction: Lilliputians in Gulliver's world? *Small states in international relations*. Institute for International Affairs University of Iceland. s. 3–36. ISSN 1670-4304.

NYE, Joseph Samuel, 2004. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs. ISBN 978-1586483067.

OCHVAT, Radim, 2009. *President will chair the Summit "European Union – Republic of Korea"* [online]. [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <https://www.hrad.cz/en/for-media/press-releases/president-will-chair-the-summit-european-union-republic-of-korea-11660>

OLŠA, Jaroslav, 2020. *150 Years of Hidden Ties Between Koreans and Czechs – 체코와의 숨겨진 오랜 인연, 150 년의 교류사*. Praha: Nová vlna. ISBN 978-80-88343-14-1.

PARK, Se Jung, a Yon Soo LIM, 2014. Information networks and social media use in public diplomacy: A comparative analysis of South Korea and Japan. *Asian Journal of Communication* 24/1: s. 79–98. ISSN: 1742-0911.

PETERKOVÁ, Jana, 2008a. *Public Diplomacy – an Instrument of Foreign Policy*. Praha: Oeconomica. ISSN 1802-6591.

PETERKOVÁ, Jana, 2008b. *Veřejná diplomacie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-125-0.

PETERKOVÁ, Jana, et al., 2006. Veřejná diplomacie–jen módní pojem nebo skutečná změna? *Mezinárodní vztahy*, 41/3. s. 83–99. ISSN 0323-1844.

PETERKOVÁ, Jana, 2008c. Veřejná diplomacie malých států a realita České republiky. *Mezinárodní vztahy*, 43/2. s. 5–24. ISSN 0323-1844.

PLAISANCE, Patrick Lee, 2005. The propaganda war on terrorism: an analysis of the United States "Shared Values" public-diplomacy campaign after September 11, 2001. *Journal of mass media ethics*, 20/4. s. 250–268. ISSN 1028-6632.

PUBLIC DIPLOMACY ALUMNI ASSOCIATION, ©2008. *What is Public Diplomacy* [online]. [cit. 2021-9-23]. Dostupné z: <https://www.publicdiplomacy.org/1.htm>

SZONDI, Gyorgy, 2008. Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences. *Discussion Papers in Diplomacy*, Netherlands Institute of International Relations Clingendael. ISSN 1569-2981.

TOMALOVÁ, Eliška, 2008a. *Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost*. Praha: Ústav mezinárodních vztahů. ISBN 978-808-6506-739.

TOMALOVÁ, Eliška, 2008b. Kulturní rozměr české zahraniční politiky. *Česká zahraniční politika v roce 2007*. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, s. 381–394. ISBN 978-80-86506-67-8.

TYLL, Ladislav. *Podniková strategie*, 2014. Praha: C.H. Beck. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-507-7.

VRÁZ, Enrique Stanko, 2011. *Soul roku 1901 objektivem E. St. Vráze a jak viděli Koreu další čeští cestovatelé*. Seoul: Seoul Museum of History. ISBN 978-89-91553-25-5.

WANG, Jian, 2006. Managing national reputation and international relations in the global era: Public diplomacy revisited. *Public Relations Review*. 32/2. s. 91–96. ISSN 0363-8111.

WILSON III, Ernest J, 2008. Hard power, soft power, smart power. *The annals of the American academy of Political and Social Science*, 616/1. s. 110–124. <https://doi.org/10.1177/0002716207312618>

WILSON, Woodrow: January 8, 1918. Washington, DC: *Speech to Congress on War Aims and Peace Terms*.

ZAHARNA, Rhonda S, 2010. *Battles to bridges: US strategic communication and public diplomacy after 9/11*. London: Palgrave MacMillan. ISBN 978 0230202160.

ZEMAN, Adolf, 1920. *Československá Odyssea: dojmy čl. novináře-dobrovolce z cesty na lodi President Grant z Vladivostoku do vlasti: Tichý oceán, květen-červen 1920*. Praha: Otto.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha I	Organizační schéma MZV (příloha volně vložená)
Příloha II	Rozhovor s Michalem Emanovským, ředitelem Českého centra Soul, 22. února 2022..... 55
Příloha III	Rozhovor se Zbyňkem Nohou, zástupcem velvyslance, Velvyslanectví České republiky v Soulu, 24. února 2022 63
Příloha IV	Rozhovor s Jaroslavem Olšou jr., bývalým velvyslancem v Jižní Koreji v letech 2008–2014, 17. března 2022..... 68

Jak je Česká republika viděna v očích Jihokorejců? Myslíte si, že se jejich názor na Českou republiku od začátku působení Českého centra změnil?

Já bych řekl, že to úplně první, musíme mluvit o zemi jako takové, o České republice. O to povědomí se stará nejenom České centrum, ale také CzechTourism a částečně také Czech Invest. Ten názor samotný my měníme, aby byl pozitivní, ale zároveň je důležité i procento lidí, ke kterým se naše snaha dostane. Takže to, jestli se k nim dostaneme, potom považují za úspěch. Pokud se v jakékoliv společnosti zabývá dejme tomu 5–10 % aktivně lidí kulturou, tak aspoň k těmto lidem se snažíme dostat. Aby věděli, kdo je Hašek nebo Čapek. Ale to procento lidí celkově zase není tak velké. Na druhou stranu, ti lidé, kteří se o kulturu zajímají, tak většinou bývají lidmi, kteří dále ty informace šíří. To je pro nás důležitá skupina.

Vy sám jste v Koreji již dlouho, i mimo rámec Českého centra. Jaké byste řekl, že je povědomí Korejců o Česku z osobní zkušenosti? Dokázali Vám například říct něco o Česku?⁵

Právě bych řekl, že tomu tak není. Jako příklad bych uvedl výběrové řízení na pozici asistentky v Českém centru. Přihlásilo se nám okolo 20–30 lidí. Pro mě jako základní otázka byla: „Řekněte mi jednu osobu z české kultury, která se Vám líbí nejvíce a proč.“ A i přesto, že to byli lidé, kteří se hlásili přímo do Českého centra na práci, musím říct, že aspoň polovina nebyla schopna říct jediné jméno. Nebo když ho řekli, tak nepřímou, jako například, že věděli, že Gustav Klimt měl české rodiče a podobně. Jedna či dvě uchazečky nebyly schopny říct ani jedno jméno. Díky tomuto jsem si uvědomil, že toto je pro nás ten hlavní program. Když člověk řekne „Praha“, tak to je bez problému. Nebo pokud řeknete Plzeň či Plzeňské pivo. To většinou lidé ví. Povědomí mají, protože i cestovali. Jedna z uchazeček řekla, že má ráda Českou kulturu. Přesněji, že když byla v Praze, plavila se na lodi po Vltavě a pila k tomu pivo. Tohle ale není přesně to, co bychom chtěli propagovat, protože to je většinou turismus. Takže já to beru jako běh na

⁵ V rozhovorech se také nachází doplňující otázky autorky, které kvůli přehlednosti nebyly označeny tučně

dlouho trať. Spíše maraton. Zvyšovat povědomí postupně různými cestami. To je pro mě to důležité.

Jaká byla zvolena strategie veřejné diplomacie pro České centrum Soul? Na co se zaměřuje program Českého centra Soul, aby zaujal Korejce?

Pokud byste to chtěla konkrétněji, dlouho se pohybuji v oblasti hudby a ta je pro mě strategicky nejdůležitější. Není to však jediná věc, na kterou se zaměřuji. Důležité je vydávání českých knih. V této oblasti máme spolupráci s nakladatelstvími, se kterými se snažíme dlouhodobě, aby se tyto knihy dostaly na trh, a aby tu byly k dispozici. Máme celkově dost nedostatek překladatelů, lidí, kteří jsou schopni knihy přeložit velice kvalitně z češtiny do korejštiny. Řekl bych, že opravdu nejsou skoro žádní, když se jedná například o profesory na univerzitách, ti bývají často zaneprázdnění a nemůžou se dlouhodobě věnovat překladu. Překlady jsou velmi důležité, i u dětských knih. České knihy pro děti jsou velmi krásné a jejich překlad není tolik náročný. Dále samozřejmě výstavy, umění, design, sklo. Za ty roky toho tady bylo poměrně dost. Na to, jak jsme malá země si myslím, že jsme byli poměrně úspěšní a byli jsme schopni přinést dostatečně zajímavé a dobré věci pro Korejce.

Teď má České centrum Soul dva zaměstnance, Vás a Vaši asistentku. Stačí Vám takový počet zaměstnanců, nebo byste byl pro rozšíření?

Já ji spíš nazývám, jako spolupracovnice nežli asistentku. Ta Korejská osoba je zde velice důležitá. Samozřejmě, čím více lidí, tím více práce jsme schopni udělat. Není to jen o pracovním vytížení, ale i o tom, co si můžeme dovolit zaplatit. To je možná i důležitější než pracovní síly. Korea je samozřejmě velmi daleko, a když už se něco pořádá a posílá sem, tak je to velké finanční zatížení. Chystáme třetího pracovníka na částečný úvazek a potom počítáme i se stážistou, pokud by byl zájem. Předchozí ředitelka zde byla sama a dle mně je nepředstavitelné tuto práci dělat dlouhodobě sám. Rozhodně se však situace zlepšuje. Je to sice spousta práce, ale rozhodně to není nemožné.

Měl jste někdy problém s jazykovou bariérou? Mluvíte korejsky?

Ne na takové úrovni jako předchozí ředitelka. Nejsem koreanista, ale umím základní korejštinu, která však nestačí na překlady. Jelikož mám korejskou

spolupracovníci, není jazyková bariéra tak velkým problémem jako bariéra kulturní. Moje spolupracovnice dokáže sjednat i věci, které by se mi jako cizinci nikdy nepodařily.

Když jste zmiňoval stážisty, bral byste v potaz i stážistky z řad korejských studentů? například z HUFS, kde je obor bohemistiky?

Tato snaha určitě je. Spojení mezi HUFSem a Českým centrem je poměrně silné, jsme s nimi v komunikaci často. Korejského stážistu jsem tu zatím neměl, ale v budoucnu, kdyby bylo třeba pomoci s větším projektem, tak je to samozřejmě jedna z prvních škol, na kterou bychom se obrátili.

Vytváří si České centrum Soul program samo nebo je program nějakým způsobem usměrňován přímo z vedení Českých center v Praze?

Program samotný je mix toho, co si zvolím já sám, jako ředitel, a toho co nám určuje, nebo doporučuje ústředí Českých center. Strategie, která je uveřejněná přímo na stránkách Českých center, je pro nás velmi důležitá. Jedná se o tříletý plán. Tato strategie je propojená nejenom s Českými centry, nepřímou, tedy s ministerstvem a vládou, ale také je důležité spojení celkově s Evropskou Unií jako takovou. Abychom tu strategii měli v podstatě podobnou. Tuto strategii tedy přebíráme, ale jako ředitelé máme možnost si vybrat z nabídky, kterou dělá centrála a vybrat si akce, které by mohly rezonovat u korejského publika a můžeme si je také přizpůsobit. Když bych to uvedl na procenta, asi 50 % přebíráme z centrály, ale snažím se vymyslet vlastní věci.

Otevřeně mohu říct, že nikdy nemáme žádný „diktát“, že „tohle v Koreji musí být“. Myslím, že centrála velice dobře chápe, že místní poměry známe trochu lépe. V tomto roce se třeba velmi propaguje fakt, že Česká republika bude předsedat Evropské Unii, což si myslím, že je v Českých centrech v Evropě hodně důležitý bod. K tomuto programu si tedy něco vyberu, ale zároveň, aby to bylo spojeno s Koreou. Vždy jsem schopný se s ústředím domluvit, na tom, co si myslím. Vytvořím koncepční plán, o kterém diskutuji s centrálou, oni mi třeba navrhnou nějaké další body, na které bych se mohl soustředit, ale je to dobré v tom, že oni vědí, že jsem tu již delší dobu a že ty poměry znám lépe než ta centrála samotná, takže si vytvářím hodně toho programu sám.

Nesetkal jste se tedy například s nesouhlasem s nějakou akcí z ústředny Českých center?

Jsem tu poměrně krátkou dobu, ale většinu věcí si dělám sám. Do programu zadám plán akcí, a na ústředně k tomuto programu mají také přístup. Pokud by jim přišlo, že je něco špatně, mohli by mi dát vědět, že je to například nevhodné a je třeba dát si na to pozor. Obvykle se to ale nestává. Rozhodně bych nenavrhoval projekty, které by mohly česko-korejskou spolupráci nějak ohrozit. Například nějaké politické odkazy.

Jaký cíl si klade České centrum při prezentaci České republiky v Jižní Koreji? Jaká témata byla úspěšná a jaká se naopak setkala s neúspěchem? Co považujete za silné stránky prezentace České republiky v Koreji a jaké jsou naopak její slabé stránky?

Já, jako člověk, který se vlastně celý život pohyboval v oblasti umění a kultury, považuji boj za kulturu jako důležitou. Nejenom tu českou, ale kulturu celkově. Používám slovo boj, jelikož máme před sebou neustále tu jednoduchou možnost těch pár sekund, které věnujeme nějakému příspěvku na sociálních sítích, který nás zaujme nebo nezaujme a okamžitě jdeme dál. Pro mě je to těžké, jelikož na těchto sítích musíme působit, abychom rozšířili povědomí o našich aktivitách a působení, ale zároveň musíme propagovat obsah, který není přímo daný na ty sociální sítě. Obsah, který by měl být hlubší a zaujmout lidi, aby se dostavili někam, například na koncert nebo výstavu anebo si přečíst knihu. Já tomu říkám „long format culture“. Internet vždy představuje jen krátkodobou zábavu a v tom vidím také paradox naší práce. To, že musíme používat sociální sítě a zároveň sociální sítě nejsou odpověď toho, co by mělo stačit jako kulturní obsah. Tento boj je však trochu jako boj s větrnými mlýny.

Byli jsme přinuceni se více orientovat na věci, které jsou na internetu, tedy kvůli pandemii COVID-19. A protože nejsou „živé akce“ a nemůžeme si přivést umělce, je tu karanténa. Toho obsahu tedy více putuje na internetové stránky. Řekl bych, že celkově, když se nám povede spolupráce s velkou institucí v Koreji, a těch institucí bylo hodně, tak se to potom k lidem dostane. Pokud tu akci děláme sami, a nemáme nějakého silného korejského partnera, tak je samozřejmě těžší pro nás prorazit. A s tím se také propojuje ten úspěch a neúspěch. Když bychom to opět brali na ty čísla, ke kolika lidem se to dostane, kolik to vnímá, tak to je samozřejmě důležitý indikátor toho úspěchu či

neúspěchu. Ta silná stránka prezentace je, když jsme schopni se spojit s kvalitními návrháři nebo designéry výstav a prezentovat je ve výborných prostorech tady v Koreji.

Musíme být také schopni pružněji reagovat na vývoj moderní kultury u nás, v naší zemi. Což je velice těžké. Jako státní instituce nemůžeme tolik riskovat v některých oblastech, při výběru programu musím brát v potaz, co je v zájmu Českých center a zda to odpovídá diplomatické části našeho úsilí. V tomto nejsme pružní a v tom se určitě můžeme zlepšit. Jako slabou stránku bych také uvedl, že musíme zlepšit působení na internetu, aby se ten náš obsah dostal dál. Máme třeba videa, kde Národní galerie prezentuje své nejznámější malby, zhruba deset videí, které jsou prezentovány ve všech Českých centrech i s lokálními překlady a bohužel ta obdržela pouze nízký počet shlédnutí. Nejde o to, že by obsah nebyl kvalitní, ale my se musíme snažit dostat tento obsah dál, nejlépe přes korejské stránky a nejen čekat, že lidé přijdou k nám.

S jakými korejskými institucemi nejčastěji České centrum spolupracuje a jakým způsobem? Je možné tuto spolupráci stručně charakterizovat?

Myslím, že velký úspěch Českých center měly vždy výstavy uspořádané s velvyslanectvím. Asi ten nejčastější partner je Historické muzeum města Soul, které se nachází v blízkosti Českého centra. Tam bylo České centrum schopno udělat za těch pár let několik výstav, hlavně ta úplně poslední, výstavu českých loutek. Bohužel v dobách pandemie, takže byl v podstatě omezen počet lidí, kteří na tu výstavu můžou přijít. Což byla obrovská škoda.

Je pravda, že když se mění vedení v korejských institucích, a mění se poměrně často, není to jako u nás, kdy zůstane jedna osoba jako ředitel dlouhodobě, třeba 15, 20 let. Tady se to mění častěji. Když se mění vedení, tak bohužel, často ten nový ředitel, i přesto, že tam ta spolupráce už byla, tak na ni nechce navázat, nebo chce dělat nějaké jiné projekty. A je třeba těžké v té spolupráci pokračovat. Další úspěšné výstavy byly v Národním muzeu nebo v Národní galerii—výstava obrazů z ranného 20. století. Těchto větších výstav, například i českého skla, už tu bylo celkem dost a myslím si, že většina z nich měla úspěch. Pokud s námi spolupracuje velká instituce, má to vždy úspěch.

Při jakých příležitostech a jakým způsobem spolupracuje České centrum Soul při své činnosti s Českým velvyslanectvím v Jižní Koreji?

S velvyslanectvím spolupracujeme velmi často. Zejména pokud se plánuje nějaká větší akce, je lepší se spojit. O akcích společně diskutujeme, většinou na rok dopředu. Díky nápadu pana velvyslance také vznikla open-air výstava na plotě Českého centra, kterou po čase vždy obměňujeme. Jedná se o informační panely, a tedy kvůli COVID-19 se lidé nesdružují v galerii, ale mohou se přijít podívat. Teď plánujeme výstavu o Adolfu Loosovi, architektovi. Nyní se tam nachází informace od CzechTourismu.

Omezila pandemie COVID-19 nějakým způsobem činnost centra nebo jeho program a jak se s ní centrum vypořádalo?

Ano, omezila. A to výrazně. Přesněji v tom, že spousta věcí se musela odložit, hlavně živá představení. Například Naivní divadlo Liberec už tu mělo mít loni a předloni vystoupení, s tím že bylo tedy odloženo na letošek a snad se to již podaří uskutečnit. Dříve sem poměrně často jezdily filharmonie, ale teď samozřejmě nikdo nejezdí. Kurátorské cesty, ale i cesty studentů jsou omezeny. Snažíme se na to reagovat. Například již zmíněnými výstavami na plotě Českého centra. To je taková reakce na tu pandemii, jelikož my sami nemáme vlastní prostory na výstavy, poté co jsme se přestěhovali z Castle Praha na Hongdae, kde takové prostory byly.

Snažíme se reagovat i obsahem na internet. Já sám razím takový hybridní program. V tom, že si myslím, že ta online tvorba je také čím dál důležitější, takže jeden takový základní pilíř v tuto chvíli je oslovování výrobců videí na YouTube. Mluvím zejména o lidech, kteří vyrábějí velmi kvalitní věci na internetu a mají dost širokou základnu lidí, kteří se na tyto videa dívají. Já se v podstatě snažím teď oslovovat hlavně korejské youtubery, kteří se aktivně zajímají například o hudbu nebo o výtvarnou tvorbu a snažím se tam dostat ten obsah. Ti lidé, kteří ty videa vytvářejí už je vytvářejí pro lidi, kteří se o ten obsah zajímají, proto jsou také předplatiteli toho kanálu. Tato hybridní tvorba by měla být dostatečně kvalitní, aby se na to lidé dívali déle než 5 sekund.

Setkal jste se během svého působení v Českém centru Soul s jinými hrozbami, které by ztížily hladký průběh práce centra, či jej přímo ohrozily?

Neuvědomuji si prozatím žádnou přímou hrozbu. Mohlo by se však například stát něco špatného v diplomatické oblasti mezi Českou a Korejskou republikou, což by velmi ohrozilo činnost Českého centra.

Spatřujete nějaké jiné hrozby, které by mohly narušit činnost Českého centra v budoucnu?

Napadají mě například ekonomické poměry. Pokud by nastala nějaká ekonomická krize, samozřejmě kultura jako taková by nebyla v popředí.

Jakým způsobem by mohlo České centrum Soul nadále prohlubovat česko-korejské vztahy a rozvíjet veřejnou diplomacii? Jaké příležitosti se nabízí v rámci rozvoje česko-korejských vztahů?

Kultura samotná je často závislá na finanční podpoře, není schopna si na sebe sama často vydělat, pokud se nejedná o pop-kulturu. Tím pádem jsme závislí nejen na kulturní výměně, ale také záleží na tom, jak se budou rozvíjet vztahy mezi Českem a Koreou na ekonomické úrovni. Všechno je propojené. Zlepšování vztahů jako takové není jenom na Českém centru, ale také na ministerstvu zahraničních věcí a také na velvyslanectví. Příležitosti se často nabídnou tím, že navazují už na to, co bylo úspěšně uděláno. Networking je velmi důležitý. Myslím si, že mám velkou výhodu, protože se v kulturní oblasti byl výkonný, vím tedy, co to obnáší a mám představu o tom, co je a co není kvalitní. Člověk se však nikdy nemůže přestat snažit, jedná se o běh na dlouhou trať.

Jste na této pozici na dobu určitou? Jaký máte plán na zbývající období.

Jsem zaměstnán jako místní síla. V některých Českých centrech jsou lidé vysláni, jako součást velvyslanectví a v některých místech je tedy České centrum přímo součástí velvyslanectví. Já jsem byl naopak vybrán z místního prostředí, neznamená to tedy, že po ukončení smlouvy musím místo opustit. Michaela Lee byla na této pozici devět let. Mám samozřejmě krátkodobé a dlouhodobé cíle. Z těch dlouhodobějších bych zmínil například rok 2024, který je Rokem české hudby. Už teď proto oslovuji orchestry a festivaly, aby například zařadili do programu českou hudbu. Budeme se k tomu snažit dodávat i nějaký doprovod, například ilustrace nebo komiksy, což na koncertech často nebývá, ale myslím si, že by to mohlo být pro korejské publikum zajímavé. Jednalo by se o ilustrace nebo komiksy ze života českých skladatelů. Mezi další plány patří například propagace českého skla. Velice důležitá je spolupráce s velvyslanectvím, s nímž budeme určitě nadále pokračovat. O akcích společně diskutujeme, většinou na rok dopředu. Plánů je poměrně dost, prozatím mám plány na dva roky dopředu. Oslovil jsem také

například i televizní stanice, zda by neodvysílaly nějaký český obsah. Mnohé z těchto stanic už nějaký český obsah má, například jezdí do Prahy, ve spojení s CzechTourism se snažíme doporučit místa, která by Korejce mohla zaujmout.

Jak je Česko viděno v očích Jihokorejců? Myslíte si, že se jejich názor na Česko od začátku působení velvyslanectví změnil?

Pokud vezmeme uplynulé desetiletí nebo dvě desetiletí, významným momentem, který se zapsal do povědomí mnoha Korejců byla produkce populárního seriálu „Milenci v Praze“, což byl romantický seriál z roku 2005, K-drama. Byl velmi sledovaný, ale dnes již tento seriál mladší generace nezná. S Českem si spíše spojuje témata jako „země s bohatou kulturou a působivou architekturou“, například s krásami Prahy nebo v oblasti vážné hudby, s tvorbou Antonína Dvořáka. Další charakteristika, kterou si Korejci v posledních letech s Českem spojují je „země, která je demokratická, bezpečná, prosperující se šikovnými lidmi.“ Přesně jak je uvedeno v prezentačním videu Ministerstva zahraničních věcí Česka, „Czechia has Marvelous People“.

Jak to vnímáte Vy osobně, po tom, co jste se přestěhoval do Koreje? Co si o Česku myslí Korejci, se kterými jste se setkal?

Myslím si, že jedna z věcí, co je napadne je kulturně bohatá, bezpečná, prosperující a demokratická země se šikovnými lidmi. Často si Česko spojují s krásami Prahy, velké téma jsou tradiční české výrobky jako například pivo. Některá česká piva mají dokonce v Koreji úspěšnou distribuci. Také broušené sklo je v Koreji. Vzdělanější Korejci znají českou literaturu, hudební skladatele nebo malíře. Někteří Korejci v Česku přímo studovali, znají tedy zajímavé destinace mimo Prahu.

Jaká strategie veřejné diplomacie byla zvolena pro práci Velvyslanectví Česka v Jižní Koreji a jak zapadá veřejná diplomacie do celkových aktivit velvyslanectví?

Dá se říct, že veřejná diplomacie patří mezi priority Velvyslanectví České republiky v Soulu. Prolíná se prakticky všemi aktivitami. Při našich snahách o zlepšování česko-korejských vztahů. Snažíme se o synergie mezi jednotlivými aktivitami velvyslanectví. Například mezi ekonomickou diplomacií a veřejnou diplomacií. Akce ekonomické diplomacie jsou často velmi medializované, takže v důsledku přispívají k veřejné diplomacii. A naopak, některé akce veřejné diplomacii pomáhají i k propagaci některých ekonomických prvků. I třeba v naší vizové praxi se

snažíme uplatňovat prvky veřejné diplomacie. O dlouhodobá víza žádají mimo jiné manažeři korejských firem, kteří následně působí delší dobu v Česku. A vhodný přístup ve vízové praxi může znamenat, že i tito manažeři posléze budou šířit dobré jméno Česka, protože už s Českem a jeho institucemi budou mít od počátku dobrou zkušenost.

Vytváří si Velvyslanectví Česka v Soulu program prezentace Česka samo či postupuje podle pokynů z Prahy od ministerstva zahraničních věcí?

Velvyslanectví samozřejmě úzce spolupracuje s ministerstvem zahraničních věcí, tedy s naším ústředím. Bez podpory a dobré komunikace, zejména ze strany odboru veřejné diplomacie by se velká část našich aktivit veřejné diplomacie nemohla uskutečnit. Témata navrhuje ve spolupráci, jedná se o dialog. Z naší strany je sice více návrhů, než kolik je možno nakonec uskutečnit. Spousta podnětů přichází právě z ministerstva zahraničních věcí, ale také z ústředí Českých center v Praze. Tyto nabídky se pak snažíme napasovat na „korejskou realitu“, aby v Koreji měly co možná největší dopad.

Jaký cíl si klade veřejná diplomacie v Jižní Koreji? Jaká témata se prokázala jako úspěšná a která naopak neúspěšná? Co považujete za silné stránky české veřejné diplomacie v Koreji a jaké jsou naopak její slabé stránky?

Cílem veřejné diplomacie obecně je šíření dobrého jména země, v tomto případě Česka, snaha o zviditelnění této země v nejlepším slova smyslu. Propagace kultury, propagace více kontaktů mezi lidmi na různých úrovních, studentská výměna, výměna pracovníků akademické sféry, kontakty odborníků v různých sférách. Akce kulturní, ať už s podporou státu, nebo na komerční úrovni. Kdybych měl přistoupit k nějakým konkrétnějším cílům, které máme v Koreji, snažíme se, abychom se již kromě zmíněné vážné hudby či výtvarného umění zaměřili i na témata, jako je demokracie nebo lidská práva a svoboda. Byla zde velmi úspěšná výstava k výročí Sametové revoluce a pádu železné opony. Jedna z věcí, co spojuje českou a jihokorejskou historii, je fakt, že na konci 80. let v obou zemích došlo k demokratizaci. Dalším významným tématem posledních let je postavení žen. K tomuto tématu promlouvala naše výstava „České hrdinky“. Z neúspěšných témat mě konkrétně nic nenapadá. Zmíním akci, která byla pouze ve fázi úvah, a to byla výstava vojenských plakátů, nakonec jsme se rozhodli ji neuskutečnit, protože je to velmi senzitivní téma pro Koreu. Rád bych jako silnou

stránku zmínil spolupráci mezi Českým centrem a velvyslanectvím. A zároveň dalšími agenturami států jako CzechTourism a CzechInvest, jejichž kanceláře jsou také v Soulu. Významné slabé stránky mě nenapadají, vždy se dá říct, že se dá dělat o trochu víc a trochu lépe a v tomto případě nás limituje kapacita. Jinými slovy, s více penězi a více bychom mohli dosáhnout více ve veřejné diplomacii.

Jakým způsobem velvyslanectví s korejskou stranou spolupracuje a na co je primárně spolupráce zaměřena?

Velvyslanectví pravidelně ve veřejně diplomatických akcích spolupracuje s řadou korejských partnerů. Zmíním například instituce jako jsou muzea, galerie, umělecké soubory. Nebo také regionální úřady, máme například velmi dobrou spolupráci s městem Pyeongtaek v provincii Gyeonggi. Pak samozřejmě s ústředními orgány státu, velmi dobrou a tradiční spolupráci máme s ministerstvem zahraničních věcí, konkrétně s náměstkem pro veřejnou diplomacii. Spolupracujeme při svých aktivitách také s korejskými médii, aby ten dopad byl co možná největší, a to nejen na lidi, kteří se přímo těch akcí účastní, ale i na další, kteří se o nich aspoň dozví. Co se týče individualit, tak samozřejmě spolupracujeme i s mnoha korejskými umělci.

Při jakých příležitostech a jakým způsobem spolupracuje při své činnosti české velvyslanectví s Českým centrem Soulu?

S Českým centrem velvyslanectví spolupracuje pravidelně, úzce, a především velmi dobře. Jsme partneři při řadě akcí, velvyslanectví a České centrum se vzájemně podporují a doplňují. Jsou akce, při kterých je to řešení z Českého centra, nebo know-how z Českého centra lepší než to z velvyslanectví. A jsou také akce, kdy naopak velvyslanectví může mít tu hlavní roli a České centrum roli podpůrnou.

Omezila pandemie COVID-19 nějakým způsobem činnost velvyslanectví nebo jeho program a jak se s tímto problémem velvyslanectví vypořádalo?

Činnost velvyslanectví omezila pandemie značně. V roce 2020 jsme slavili 30leté výročí navázání diplomatických vztahů mezi Českem a Korejskou republikou a řada akcí, které byly plánovány na ten rok musela být buď odložena, změněna, nebo bohužel i zrušena. Zároveň problémy typu pandemie a opatření proti pandemii mohou přinášet kreativní řešení. Při plánované výstavě v létě 2020, právě k třicátému výročí navázání

vztahů, se podařilo výstavu, která měla být původně ve vnitřních prostorech muzea, uspořádat pod širým nebem. Z našeho pohledu měla tato výstava velký úspěch. Další příležitost, kterou problémy s pandemií přinesly, byly aktivity online, kdy v těch posledních letech se zintenzivnila veřejná diplomacie na různých platformách na internetu.

Setkal jste se během svého působení v Soulu s nějakými jinými hrozbami, které by ztížily práci velvyslanectví či jej přímo ohrozily?

Nejvíce tu práci ztížila proticovidová opatření, která jsou v Koreji velmi přísná. Další související bylo zvýšení nákladů na dopravu mezi Českem a Koreou. Jedna z našich velkých úspěšných akcí, která musela být odložena na rok 2021 byla výstava „Magický svět loutek“, která se uskutečnila v Historickém muzeu Soul. Logistika byla výrazně ztížena právě narušeným systémem mezinárodní dopravy a zvýšením cen mezinárodní dopravy. Nicméně i tak se nám podařilo za velkého nasazení všech zúčastněných celou akci zvládnout. A jednalo se o akci, na které velmi dobře spolupracovalo České centrum a velvyslanectví.

Spatřujete nějaké jiné hrozby, které by mohly narušit činnost Velvyslanectví Česka v Soulu v budoucnu?

S predikcí hrozeb je to velmi těžké, ani pandemii nikdo nepředvídal. Těžko se proto předvídají další hrozby. Vedeme rozhovor v den, kdy začala otevřená válka ve východní Evropě, kterou bychom před rokem nepředpokládali. Jižní Korea má několik desítek kilometrů na sever od našeho velvyslanectví jadernými zbraněmi vyzbrojeného souseda, se kterým nemá přátelské vztahy. A samozřejmě, zhoršení bezpečnostní situace na Korejském poloostrově by znamenalo, že zájem o kulturní akce a možnosti veřejné diplomacie by ustoupily do pozadí.

Jakým způsobem plánujete během svého působení v Soulu dále rozvíjet veřejnou diplomacii v Jižní Koreji? Jaké příležitosti se nabízí v rámci rozvoje česko-korejských vztahů?

Napadají mě tři impulzy do budoucna pro českou diplomacii v Koreji. Prvním je nadcházející předsednictví Česka v Radě Evropské v druhé polovině roku 2022. Předsednictví tak významné instituce, jakou je Evropská unie, samozřejmě přináší různé

možnosti, může přispět k pozitivnímu zviditelnění naší země jako relevantního partnera. Jsem přesvědčen, že to bude mít dosah i v Koreji. Zároveň v rámci předsednictví Česka plánujeme i kulturní akce, které budou pod hlavičkou právě předsednictví. Takže by jejich dopad měl být o to větší. Další impuls vidím v možnostech zotavení v době postkovidové. Zotavení v tom nejširším slova smyslu. Očekáváme, že uvolnění po pandemii přinese zvýšený zájem o off-line kulturu, o vyšší návštěvnost kulturních akcí, o cestování ze strany korejských občanů, očekáváme, že se zvýší výměna studentů a akademických pracovníků a doba postkovidová přinese možnosti v lepším pohybu samotných umělců. Takže koncerty už nebudou muset být rušeny jen kvůli opatřením, nebo z důvodu, že někteří umělci nemohli cestovat. A obecně bych řekl, že to kyvadlo, které se vychýlilo do té minusové strany během pandemie, se může zhoupnout do té strany výrazně plusové. A třetí impuls, který vnímám, že by mohl výrazně napomoci české veřejné diplomacii v Koreji, je technologická spolupráce a nové projekty v inovacích a obecně v oborech s vyšší přidanou hodnotou. Prohloubení vztahů mezi Českem a Koreou v této oblasti může mít pozitivní „spillover effect“ i do vnímání Česka v Koreji a vnímání v tom smyslu, že je to technologicky vyspělá, prosperující země, která je dobrým strategickým partnerem. Úspěch ve spolupráci v jedné oblasti se může pozitivně projevit i v dalších oblastech. Z minulých let víme, že úspěšné korejské investice v Česku měly velmi pozitivní dopad obecně na česko-korejské vztahy a pomáhají i v té oblasti veřejné diplomacie. Jako bonusový impuls bych uvedl letošní otevření honorárního konzulátu v Pusanu. Akce veřejné diplomacie by neměly být zaměřeny jen na Soul a přilehlé okolí, tedy provincii Gyeonggi-do, ale chtěli bychom se orientovat i na ostatní regiony v Koreji.

Počítáte s nějakou spoluprací s Delegací Evropské unie při akcích pořádaných k předsednictví Česka v Evropské unii?

Obecně, i bez předsednictví se účastníme akcí nebo spolupracujeme s Delegací Evropské unie. Příkladem je akce na propagace jazyků Evropské unie – „EU speaking“ v listopadu 2021. Myslím si, že na řadě větších či menších akcích budeme s delegací Evropské Unie spolupracovat nadále. Neočekávám však žádnou dramatickou změnu týkající se našeho předsednictví. Samozřejmě pro naše akce v rámci předsednictví se budeme snažit Delegaci Evropské unie zapojit, aby ten evropsko-unijní rozměr byl zdůrazněn.

Jak se domníváte, že bylo v době Vašeho působení na postu velvyslance v Jižní Koreji Česko viděno v očích Jihokorejců? Myslíte si, že se jejich názor na Česko od začátku působení velvyslanectví změnil? Jak je dle Vašeho názoru viděno nyní?

Moje výhoda byla v tom, že Česko už ve chvíli, kdy jsem přijel bylo velmi pozitivně vnímané. Nebylo to o tom, co dělala naše diplomacie, bylo to o tom, že Korejci turisticky objevili Prahu a uvěřili tomu, že Praha a Paříž jsou dvě nejkrásnější a nejromantičtější místa světa. Pak jsou samozřejmě lidé, kteří mají rádi klasickou hudbu a věděli o české klasické hudbě. Třetí skupinou, poněkud menší, byli lidé, kteří chodili v Koreji na české muzikály. V návaznosti na turistiku také zmíním seriál „Milenci v Praze“, který zasáhnul poměrně velkou část korejské společnosti a všichni tento seriál znali. Záběry Prahy a herečka Jeon Doyeon, která se posléze stala hvězdou, pro nás byly skvělou reklamou.

Hlavní složky tedy byly turistika, televizní seriál, hudba, muzikály, tedy velmi dobré východisko. Všichni věděli, co je „Česko“ a „Praha“. Kuriozitou však bylo, že drtivá většina lidí, co chodili na muzikály věděli, co je Česko, ale s ničím jiným si to nespojovali. Lidé, co jezdili do Prahy podívat se na Pražský hrad a Karlův most zase netušili, že vyrábíme letadla. A ti, kteří měli rádi Smetanu zase netušili, o tom, že existují nějaké muzikály. Do toho všeho existovala bohemistika, jejíž úroveň v té době nebyla příliš vysoká a výsledky její činnosti nebyly velmi významné. Důležité pro mě bylo vysvětlit a propojit tyto oblasti. Aby lidé, kteří mají rádi hudbu, věděli, že existuje Karel Čapek; lidé, kteří četli Milana Kunderu, si nemysleli, že je to jenom francouzský spisovatel; a lidé, kteří jedou do Prahy, si nekoupili jen české sklo, ale zjistili, že umíme vyrábět letadla a automobily. Cesta k tomu je právě přes tu kulturu. Na každé možné aktivitě, která měla spojitost s Českem jsme se snažili dávat naši vlajku a upozorňovat lidi i na naši jinou činnost a příležitosti.

Pro náš cíl bylo velmi zásadní a klíčové zřízení zastoupení CzechTourism v roce 2013. Jedná se o jedinou českou organizaci, která má opravdu fondy na to, spolupracovat s tím turismem a propagovat Česko, ne jenom pro turisty. CzechTourism právě umí výborně různé sektory propojovat. Během mého působení tak začala rapidně

přibývat čísla korejských turistů v Česku. Podařilo se nám oslovit i izolovanější skupiny lidí, kteří jen měli rádi něco českého. Dny Soulu v Praze v roce 2009 mě přesvědčily o tom, že taková akce by měla velký účinek i v Koreji. Zorganizovali jsme tedy v Soulu v roce 2011 Dny Prahy. Začínaly představením našeho Národního divadla v Národním divadle v Soulu prostřednictvím představení Věci Makropulos na konci září. Mimo jiné jsme připravili přes 30 různých aktivit z úplně odlišných sektorů; jednalo se o muzikály – obnovená premiéra Hamleta, na kterého přišly stovky tisíc návštěvníků. Byly však i malé akce jako křest knihy „To je“, kterou napsal básník Ko Un. Čili jsme se snažili zasáhnout co nejširší oblast korejské společnosti, což si myslím, že jsme dokázali. Jako výsledek našeho úsilí jsme mohli vidět při výběrovém řízení firmy Nexen o postavení nové továrny v Evropě. Jeden z našich zásadních argumentů v závěrečné fázi, které měly investorům dokázat, že je Česko lepší, než Polsko bylo, že do Prahy létá přímá linka Korean Air, do Varšavy nikoli. Česká kultura a turismus byla taky zásadní, jelikož mnoho Korejců z firmy Nexen Prahu navštívilo, nebo o ní slyšeli od známých. Korejští zaměstnanci by tak mohli mít větší zájem relovat do Česka i se svojí celou rodinou. Varianta Polska pro ně byla svým způsobem jednodušší, avšak nakonec se rozhodli pro investici v Česku. Kultura tedy velmi ovlivnila i naši ekonomickou spolupráci.

V době mého působení se nám podařilo uskutečnit dvě velké výstavy. Jednou z nich byla výstava v roce 2013 českého moderního umění v paláci Deoksu v Soulu. Byla klíčová v tom, že to bylo poprvé, kdy bylo české moderní umění, které vlastně do té doby nikdo v Koreji neznal, prezentováno. Na tuto výstavu jsme pozvali i ředitele různých firem a já osobně jsem je prováděl výstavou.

Jaká strategie veřejné diplomacie byla zvolena pro práci Českého velvyslanectví v Jižní Koreji za Vašeho působení a jak zapadala veřejná diplomacie do celkových aktivit velvyslanectví?

Naše diplomacie je velmi ovlivněná tím, jaký je zrovna velvyslanec. Veřejná diplomacie pro mě byla prioritou, i když tedy úplně nemám rád toto označení. Raději bych to označil jako PR branding. Mým hlavním cílem je budovat brand Česka. Od začátku jsem se zabýval primárně touto věcí s tím, že doufám, že nám to ve střednědobé perspektivě něco přinese, což se opravdu dokázalo. Problém diplomacie je však v tom, že funkční období diplomatů v dané zemi je pouze čtyři roky, já jsem byl ale v Koreji let šest. Čtyři roky jsou velmi krátká doba. První dva roky si sháníte informace a budete

kontakty. Třetím rokem to začíná „fungovat“ a čtvrtým rokem už se spousta lidí balí domů. Kdybych byl býval v Koreji pouze čtyři roky, dosáhl bych pouze 30 % toho, co se mi podařilo. První úspěchy byly v roce 2011, klíčové věci se začaly dít až v roce 2013, kdy jsem byl v Koreji pátým rokem. V tomto roce se nám povedlo zřídit České centrum, CzechTourism a Czech Invest pak v roce 2014. V roce 2015 pak proběhla velice úspěšná výstava českého skla, na jejíž přípravě jsme začali už v roce 2011. Diplomaté už vlastně málokdy uvidí své “děti”, jelikož se narodí až v době, kdy už tam nejsou.

Vytvářelo si České velvyslanectví za Vašeho působení program prezentace Česka samo či postupovalo podle pokynů Ministerstva zahraničních věcí?

Vzhledem k tomu že máme mnoho ambasad v různých zemích, ústředí není schopné toho moc vymýšlet. Existují obecné věci, které máme jako instrukce, ale vlastní realizace je tvořivost na místě. Byly různé pokusy, i v naší diplomacii, že se všechno bude dělat všude stejně. Například, že se všude uskuteční velký koncert. Pak se ukáže, že velký koncert nemůže být ve třetině zemí, protože třeba nemají koncertní sál. Takto to tedy nejde. Je mnohem jednodušší vstupovat do otevřených dveří než si ty dveře otvírat.

Jaký cíl si kladla veřejná diplomacie v Jižní Koreji za Vašeho působení? Jaká témata se prokázala jako úspěšná, a která naopak neúspěšná? Co považujete za silné stránky české veřejné diplomacie v Koreji, a naopak za její slabé stránky.

Silné stránky jsem zmínil již v úvodu. Slabou stránkou byla vždy jazyková bariéra, i když nemohu posoudit situaci nyní. Mnoho Korejců neumělo anglicky, mnoho Čechů naopak neumělo korejsky. Vždy jsme byli závislí na tlumočení. Tento problém jsme vyřešili tím, že většinu jednání dělala přímo korejská asistentka, jelikož nám kulturní bariéra nedovolovala úspěšně jednat s Korejci napřímo. Systém fungování korejských institucí také představoval výzvu. Není vždy jasné o čem kdo a kdy rozhoduje a mnohdy se dlouhou dobu nic nedělo a pak se najednou dělo vše příliš rychle.

Jakým způsobem velvyslanectví s korejskou stranou spolupracovalo a na co byla primárně spolupráce zaměřena?

Při nástupu do Koreji jsem chtěl vymýšlet vlastní projekty, avšak bylo těžké zajistit finanční podporu a spolupráci. Co mě příjemně překvapilo bylo, že Korejci nás

často sami kontaktovali už s jejich nápady. Pokud tento nápad nebyl úplný nesmysl, snažil jsem se organizovat tyto projekty na české straně. V roce mě 2009 kontaktoval Soulský magistrát s tím, že připravují velkou akci pro děti a požádali o spolupráci. My jsme nabídli Krtečka a Soulský magistrát uspořádal výstavu, a ještě ji celou zaplatil.

Spolupracovali jste také s bohemistikou na HUFs?

Za času mého působení v Koreji byla spolupráce s bohemistikou velmi složitá. Jednalo se o malý a stále poněkud nový obor a s těmito obory, i v Česku a všude jinde, je problém v tom, že jej často řídí pouze jeden člověk a také jej tak řídí. Tyto obory se musí nejdříve rozvinout, aby dosáhly nějaké úrovně. Dnes už je spolupráce jistě mnohem lepší. Ze začátku jsem chtěl podpořit jejich překladovou činnost, ovšem já sám jsem se živil jako překladatel, proto vím, že to není tak lehké. Ukázalo se však, že za těch šest let mého působení vyšla přeložená pouze jedna kniha. Rychlost jedna kniha za šest let české literatury nepomůže. Potřebovali jsme se dostat do velkých knihkupectví a být vidět. Prvně knihy vycházely jen v malém nákladu a v malých nakladatelstvích. Stejně to dřív bylo i na koreanistice v Praze, kdy koreanistické překlady vycházely pouze v malém knihkupectví. Takto se ale k široké veřejnosti nedostanete. V Koreji na jednu stranu vycházel Kundera ve velkých nakladatelstvích, takže jeho lidé znali, ale na druhou stranu vycházely náhodné překlady korejských bohemistů. Poté jsme se rozhodli vydávat české knihy přes anglický překlad. Mnoho z našich knih vyšlo ve velkém nakladatelství Open Books v Paju. Nakladatelství samo preferovalo překlady z angličtiny, jelikož jej mohli do korejštiny přeložit překladatelé, kteří překládají velmi často a jejich práce tak bude kvalitní.

Vy sám jste působil na velvyslanectví v Koreji, když bylo zakládáno České centrum. Při jakých příležitostech a jakým způsobem spolupracovalo České velvyslanectví s Českým centrem Soul?

České centrum je takové moje dítě. Když se Castle Praha v roce 2007 v Hongdae otevírala, byla to neuvěřitelná reklama pro Česko. Byla škoda toho nevyužít a vymysleli jsme Czech Info center. Tehdy jsme si s mojí obchodní radovou mysleli, že z toho postupně vytvoříme České centrum, ale zarazila nás ekonomická krize v roce 2009. Dokázali jsme to, že jsem se s majitelem Castle Praha dohodli a získali jsme prostory, kde jsme začali dělat akce. Zvali jsme tam lidi na číše vína, na výstavy a tak dále. Začali

jsme tak budovat první skupinu lidí, se kterou bychom chtěli spolupracovat. Po překonání ekonomické krize jsme dávali pomalu věci do normálu, ale klíčová byla návštěva ministra zahraničí Schwarzenberga v roce 2012. Ten nám dal za pravdu, že České centrum je v Soulu potřeba. Poté jsme začali připravovat všechny technické věci, sice nám dělaly problémy finance, ale nakonec jsme vše vyřešili. V květnu 2013 jsme České centrum slavnostně otevřeli. Ale de facto fungovalo jistým způsobem i předtím od roku 2009 a řídil jsem ho já. Až po jeho oficiálním vzniku se začalo osamostatňovat od velvyslanectví.

Setkal jste se během svého působení v Soulu s nějakými hrozbami, které by ztížily práci velvyslanectví či ji přímo ohrozily?

Korejci se velmi často rádi baví pouze s Korejci. První rok jsem se vše snažil dohadovat sám prostřednictvím tlumočnice. Nic se nám ale nedařilo. Po určité době jsem pochopil, že je mnohem lepší přenechat tohle k řešení mé korejské asistentce. Nastavili jsme si obecné mantinely a ona se vždy dokázala s Korejci dohodnout. Poté mi vždy přinesla nějaký návrh. To je tedy v Koreji velmi obtížné, musíte mít prostředníka. Což se ukázalo velmi důležité i u obchodních jednání.

Myslíte si, že pandemie COVID-19 mohla spolupráci mezi Českem a Koreou ohrozit nebo naopak přinést nové možnosti spolupráce?

Nemůžu odpovědět přímo na situaci v Koreji, ale mohu odpovědět, jak to bylo všude jinde. Ano, pandemie změnila často formy fungování. Neznamená to však, že by negativa přebila pozitiva. Začali jsme fungovat online nejen v komunikaci, ale také v organizaci akcí. Samozřejmě pro kulturu je zásadní osobní setkávání. Je naivní představa, že nahradíme osobní setkání komunikací online formou, například přes ZOOM. Přes ZOOM se dá udržet kontakt s lidmi, které znáte, těžko se s někým spřátelíte nebo na něčem dohodnete přes ZOOM a nevytvoříte ten pocit důvěry. Pocit důvěry a vytvoření důvěry je při takovýchto jednání nesmírně důležitý. Je to velmi obtížná věc. A pro diplomacii, veřejnou diplomacii a kulturu je nemožná. Nikdo nebude chodit na virtuální prohlídky muzeí. Nemyslím si, že by COVID k něčemu pomohl.

Spatřujete nějaké jiné hrozby, které by mohly narušit činnost Českého velvyslanectví a veřejnou diplomacii v Koreji?

Vždy je nutné, aby obě strany měly zájem. Znovu zmíním výstavu v Národní galerii. Ta se v průběhu vyjednávání nejdnou málem zhroutila. Nastal okamžik, kdy nechtěla ve spolupráci pokračovat ani jedna strana. Role velvyslanectví byla v tomto velmi důležitá. Museli jsme obě strany stále přesvědčovat, jak je tato výstava skvělý nápad, a jak bude úspěšná. Podobná situace proběhla s Národním divadlem v Koreji, kdy však naší pomoci nebylo tolik potřeba, proto jsme byli přiloženi v komunikaci pouze do kopie a pokud nastal problém tak jsme jej řešili. Problémy v komunikaci mezi stranami mohou být závažné, je proto potřeba komunikaci aspoň sledovat a snažit se předejít různým nedorozuměním.

Jaké příležitosti si myslíte, že se nabízí v rámci rozvoje česko-korejských vztahů a tím i veřejné diplomacie České republiky vůči Koreji?

Klíčové je vrátit se do normálu. Snad budou pokračovat přímé lety a bude jich tolik, kolik jich bylo předtím a vrátí se nám korejští turisté do Prahy. A instituce, které spolu tradičně komunikovali, spolu zase začnou komunikovat. Musíme najít partnery, kteří se pak spolu začnou „bavit“ i bez našeho prostřednictví. Velmi oceňuji momentálního velvyslance v Koreji, který nadále pokračuje v prezentaci české kultury, protože v Koreji to považuje za velmi důležité. Byla by škoda toho nevyužít, když nás mají Korejci takto v oblibě. Dokonce jsme zjistili, že v roce 2013 bylo v Koreji asi 70 firem, které mají v názvu Praha. Například nakladatelství Praha Books, kteří si spojovali Prahu s něčím příjemným a pozitivním. V Koreji máme dobře postavenou situaci, kterou třeba nemáme v Číně. Málokterá mimoevropská země je tak pozitivně naladěna na Česko jako Korea.