

Vysoká škola ekonomická v Prahe

Fakulta mezinárodních vztahů

Program: Mezinárodní politika a diplomacie



Diplomová práce

Digitální diplomacie Spojených států amerických v muslimském světě

Autor:

Bc. Lucia Jarčušková

Vedúca práce:

Ing. Jana Peterková, Ph.D.

2016

Prehlásenie

Prehlasujem, že som diplomovú prácu vypracovala samostatne a vyznačila všetky citácie z prameňov.

V Prahe dňa 27.4.2016

PodĎakovanie

Rada by som sa touto cestou poĎakovala vedúcej mojej diplomovej práce Ing. Jane Peterkovej, Ph.D. za odborné vedenie práce, obetovaný čas a cenné rady a pripomienky, vĎaka ktorým som bola schopná napísať túto prácu.

OBSAH

ZOZNAM SKRATIEK	
ZOZNAM OBRÁZKOV A TABULIEK.....	
ÚVOD	1
1. ÚVOD DO DIGITÁLNEJ DIPLOMACIE	4
1.1 ÚLOHA SOCIÁLNYCH MÉDIÍ A TWIPLOMACIA.....	6
1. 2 REVOLÚCIA DIPLOMACIE	13
1.2.1 HIERARCHIA A NOVÍ AKTÉRI.....	13
1.2.2 REAL-TIME DIPLOMACIA	15
1.2.3 ZNIČENIE REPUTÁCIE/IMIDŽU	16
1.3 KATEGÓRIE DIGITÁLNEJ DIPLOMACIE	18
2. HISTÓRIA DIGITÁLNEJ DIPLOMACIE SPOJENÝCH ŠTÁTOV AMERICKÝCH	21
2. 1 E-DIPLOMACIA V MINISTERSTVE ZAHRANIČNÝCH VECÍ USA	23
2.1.1 VEREJNÁ DIPLOMACIA.....	25
2.1.2 SLOBODA NA INTERNETE	31
2.1.3 ZNALOSTNÝ MANAŽMENT	35
3. DIGITAL OUTREACH TEAM (tím DOT).....	39
3.1 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA	42
3.2 ANALÝZA OBSAHU FÓR.....	43
3.3 DISKUSIA S TÍMOM DOT	45
3.4 LIMITY ÚSPECHU DOT	47
3.5 CULLOVA ANALÝZA AMERICKEJ VEREJNEJ DIPLOMACIE	52
3.6 STRATA KREDIBILITY	55
3.7 ODPORÚČANIE	59
ZÁVER	62
BIBLIOGRAFIA	65

ZOZNAM SKRATIEK

ACTA	Anti-Counterfeiting Trade Agreement Obchodná dohoda o boji proti falšovaniu
CEO	Chief Executive Officer Výkonný riaditeľ obchodnej spoločnosti
CSCC	Center for Strategic Counterterrorism Communications Centrum pre strategickú protiteroristickú komunikáciu
DOT	Digital Outreach Team
EÚ	Európska únia
ICT	Information and Communications Technology Informačné a komunikačné technológie
ISDS	Investor-State Dispute Settlement Rozhodcovská doložka
ISIS	militantná organizácia Islamský štát v Iraku a Levante resp. Islamský štát v Iraku a Sýrii
IT	informačné technológie
ITU	International Telecommunication Union Medzinárodná telekomunikačná únia
IIP	Kancelária pre medzinárodné informačné programy International Information Programs
MENA	Krajiny Stredného východu a severnej Afriky
MSF	Medecins Sans Frontieres mimovládna organizácia Lekári bez hraníc
MV	medzinárodné vzťahy
MZV	Ministerstvo zahraničných vecí
NGO	Non-governmental Organization mimovládna organizácia
OSN	Organizácia spojených národov
SMS	správa SMS
TTIP	Transatlantic Trade and Investment Partnership Transatlantické obchodné a investičné partnerstvo

USA	United States of America Spojené štáty americké
USD	americký dolár
USAID	United States Agency for International Development Agentúra Spojených štátov amerických pre medzinárodný rozvoj
WHO	World Health Organization Svetová zdravotnícka organizácia
ZP	zahraničná politika
ZSSR	Zväz sovietskych socialistických republík
ZV	zahraničné vzťahy

ZOZNAM OBRÁZKOV A TABULIEK

Zoznam obrázkov

Obrázok 1: Svetová mapa sociálnych sietí z januára 2016

Zoznam tabuliek:

Tabuľka 1: 15 stránok na *Facebooku* amerického MZV s najväčším počtom fanúšikov, poloha ich administratívy a presný počet fanúšikov k 9. augustu 2012

Tabuľka 2: Najviac sledované účty MZV na *Twitteri* v auguste 2012, lokalita ich administratívy a počet sledovateľov

ÚVOD

Témou predkladanej diplomovej práce je Digitálna diplomacia Spojených štátov amerických v moslimskom svete. Digitálna diplomacia je novým konceptom v medzinárodných vzťahoch a previesť jej hĺbkovú analýzu je v súčasnosti možné hlavne u svetového lídra v informačných a komunikačných technológiách – u Spojených štátov amerických. Pre USA je digitálna diplomacia kľúčom, vďaka ktorému bude konečne schopné dobiť srdcia a mysle arabského sveta. USA verí, že nové médiá sú nástrojom revolúcie, boja za slobodu a demokraciu. Boj proti terorizmu nie je možné vyhrať bez víťazstva na digitálnom bojisku. Ide o revolúciu verejnej diplomacie, ktorá tradičnú diplomaciu ako poznáme zmení na nepoznanie.

Cieľom diplomovej práce je overiť, či má digitálna diplomacia schopnosť osloviť moslimské publikum a zlepšiť jeho postoj voči USA a voči zahraničnej politike USA, teda či je schopná vyhrať mysle a srdcia arabského publika. O zhodnotenie digitálnej diplomacie Spojených štátov amerických voči moslimskému svetu sa predkladaná práca snaží prostredníctvom popisu konkrétnej činnosti digitálneho tímu USA. Prípadová štúdia je založená na analýze 30 diskusných vláken na 19 webových stránkach, kde došlo k diskusii o Obamovej reči v Káhire, v ktorej vyjadril nádej v zlepšenie americko-moslimských vzťahov a vo vzájomnú spoluprácu. Ide o prípadovú štúdiu Duttona, Khatiba a Thelwalla, ktorá mapuje postoj arabského publika voči zahraničnej politike USA pred a po interakcii s tímom DOT. Pre dostatočne detailný popis činnosti práca menuje limity úspechu tejto činnosti, ponúka názory na tieto činnosti od iných autorov a vytvára tým pádom široké názorové spektrum, ktoré umožňuje čitateľovi vytvoriť si vlastný názor. Analýza na záver prináša návod, ako zdokonaľiť podobné iniciatívy do budúcnosti a ako osloviť moslimskú verejnosť a v konečnom dôsledku aj zlepšiť americko-moslimské partnerstvo.

Cieľom prvej kapitoly je čitateľovi predstaviť digitálnu diplomaciu, popísať v čom sa líši od tej tradičnej a poukázať na zmeny medzinárodného prostredia, ktoré digitalizácia priniesla a na riziká pre aktérov medzinárodných vzťahov, ktoré z týchto zmien plynú. Zvýšenú pozornosť kapitola venuje sociálnym médiám – *Twitteru* a *Facebooku*, ktoré sú síce nebezpečnou arénou pre diplomaciu, ale pozitívne vplyvajú na diplomaciu, čo je detailne popísané v úvodnej kapitole. Kapitola vymedzuje, do akej miery dnes digitálna diplomacia zastupuje tú tradičnú, uvádza ktoré diplomatické aktivity sa presunuli do online sveta

a zároveň odpovedá na dôležitú otázku, či digitálna diplomacia nahradí konvenčnú diplomáciu.

V druhej kapitole diplomová práca prináša históriu digitálnej diplomacie Spojených štátov amerických. Práca skúma, ako presne je eDiplomacia využívaná v rámci štruktúry Ministerstva zahraničných vecí USA a popisuje všetky platformy, ktoré sa snažia o sprístupnenie diplomacie širokému publiku a začlenenie občanov do diplomatických jadrových funkcií. Prináša praktický návod, ako používať sociálne média ako *Twitter* alebo *Facebook* na dosiahnutie diplomatických cieľov. Tieto aktivity nemajú prínos len pre USA, ale majú celosvetový dopad. Mnoho ministerstiev zahraničných vecí na svete si berie príklad práve zo Spojených štátov amerických, a preto práca predkladá v tejto kapitole vzor, na základe ktorého bude dochádzať k premenám jednotlivých národných ministerstiev. Keďže sa stále jedná o hodnotenie úspešnosti verejnej diplomacie, hoci v digitálnej sfére, práca považuje za nevyhnutné spomenúť 7 Cullových zlatých pravidiel verejnej diplomacie. Tie sú dedičstvom histórie a poučením na základe predošlých verejno-diplomatických iniciatív a sú podmienkou, aby verejná diplomacia, a tým pádom aj digitálna diplomacia, u zahraničného publika uspeli. Kapitola tak prináša podklad pre zhodnotenie úspešnosti Spojených štátov amerických v používaní digitálnej diplomacie.

Posledná kapitola sa venuje prípadovej štúdii Digital Outreach tímu. Jej cieľom je zasvätiť čitateľa s misiou tohto tímu a s aktivitami, pomocou ktorých sa ju snaží splniť. Kapitola zároveň opisuje, ako prebieha internetový boj proti terorizmu, a tým demonštruje, prečo sú podobné digitálne projekty ako je tím DOT nevyhnutné. V prípadovej štúdii prináša hodnotenie interakcie tímu s moslimským publikom na internete a zároveň poskytuje vysvetlenie, prečo táto činnosť skončila neúspechom.

Keďže sa jedná o pomerne novú sféru diplomacie, literatúra je stále obmedzená a problémom je aj absencia českých titulov venujúcich sa výlučne digitálnej diplomacii. Zároveň je svet informačných a komunikačných technológií veľmi dynamický, podliehajúci neustálym zmenám a literatúra sa tak veľmi skoro stáva zastaranou. Kvôli týmto obmedzujúcim faktorom prevažujú pri písaní o problematike digitálnej diplomacie zahraničné elektronické zdroje.

Pri analýze činností tímu DOT je prvým obmedzujúcim faktorom skutočnosť, že nie všetky akcie tohto tímu sú prístupné širokej verejnosti. K zverejneniu tímových aktivít dochádza len na žiadosť, väčšinou až po ukončení konkrétnej akcie a len v tom prípade, ak nejde

o štátne tajomstvo. Za druhé, je podstatne náročné hodnotiť efektivitu činnosti tímu, keďže svoju cieľovú skupinu identifikujú ako nerozhodnutých, neprispievajúcich, tichých účastníkov fóra, ktorých reálny postoj nie je merateľný.

1. ÚVOD DO DIGITÁLNEJ DIPLOMACIE

Súčasný medzinárodný systém je poznačený zmenou a neistotou ohľadom súčasnej podoby verejnej diplomacie a medzinárodné pole je možné charakterizovať jednou výstižnou otázkou: “Čo sa deje s diplomaciou?”¹ Odpoveď nie je tak prelomová, ako by sa očakávalo. Diplomacia robí to, čo vždy - odpovedá na zmeny a výzvy domáceho a medzinárodného prostredia. Práve v 21. storočí majú sociálne zmeny v spoločnosti historicky najväčší dopad na diplomáciu². Čo vplýva a tým pádom transformuje diplomáciu?

Na diplomáciu vplýva predovšetkým rastúce množstvo digitálnych informácií a demokratizácia prístupu ku komunikačným nástrojom. V roku 2000 bolo len 25% svetových informácií uložených v digitálnej forme. V roku 2014 sa tento ukazateľ vyšplhal na 98%.³ Podľa Medzinárodnej telekomunikačnej únie (ITU) mala v roku 2015 takmer polovica svetovej populácie (konkrétne 46,4%) prístup k internetu.⁴ Oproti roku 2000 sa tento údaj zvýšil sedemnásobne.⁵ Okrem toho väčšina ľudí dnes vlastní mobilný telefón. ITU odhaduje, že na svete sa používa viac ako 7 miliárd mobilných telefónov napojených na operátora (oproti 738 miliónom v roku 2000).⁶ Dochádza k značným informačným tokom na horizontálnej úrovni a tieto informácie sú potom následne zdieľané v neustále meniacom sa prostredí – z toho vyplýva, že tieto moderné siete sú menej stabilné ako tradičný systém zložený zo štátov a medzinárodných organizácií. Táto sociálna mutácia v podobe digitalizácie ponúka svet, v ktorom sa moc presúva z rúk menšiny (vlády) do rúk väčšiny – a to aj vďaka internetu. Sociálne médiá zrušili monopol vlád na informácie a na ich kontrolu. Široké masy majú vďaka internetu prístup k informáciám a majú možnosť vyjadriť svoj postoj a názor. Rozdelenie úloh a rolí v medzinárodnom systéme je tak flexibilnejšie a dochádza k vzájomnému prepájaniu sa, medzi aktérmi medzinárodných vzťahov vznikajú siete, tzv. *networks*.

¹ MELISSEN, Jan, Brian HOCKING, Shaun RIORDAN a Paul SHARP. *Futures for diplomacy: Integrative Diplomacy in the 21st Century* [online]. Clingendael, Netherlands Institute of International Relations, 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.lse.ac.uk/internationalRelations/dinamfellow/conf2012/HOCKING-Futures-of-Diplomacy.pdf>, s. 5.

² MELISSEN, Jan a Brian HOCKING. *Diplomacy in the Digital Age* [online]. Clingendael Institute, 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www.clingendael.nl/sites/default/files/Digital_Diplomacy_in_the_Digital%20Age_Clingendael_July2015.pdf, s.9

³ Tiež tam, s. 16.

⁴ International Telecommunication Union. *ICT Facts & Figures. The World in 2015*. [online]. Ženeva, [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf>, s. 3

⁵ ITU. *ITU releases 2015 ICT figures*. [online]. Ženeva, 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: https://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2015/17.aspx

⁶ Tiež tam

Nová podoba diplomacie je definovaná aplikáciou nových komunikačných technológií do jadrových funkcií diplomacie - do jednania, zastupovania a komunikácie. Podľa Hansona je eDiplomacia využitie nástrojov internetu a nových informačno-komunikačných technológií k dosiahnutiu diplomatických cieľov.⁷

Nové komunikačné prostriedky, ktoré poskytuje digitálna éra, vytvárajú nové príležitosti a prinášajú nové výzvy pre národné vlády a ostatných medzinárodných aktérov. Výhodou pre týchto aktérov je skutočnosť, že digitálna diplomacia oslovuje a vplýva na väčšie publikum než bolo doteraz možné. Okrem toho má vláda možnosť precíznejšie triediť publikum, vytvárať segmenty a posúvať konkrétne posolstvá kľúčovej skupine. Tým je poskytnutá možnosť s publikom komunikovať efektívnejšie. Dodatočne, pokiaľ bude zlepšený dohľad na sociálnymi platformami, bude vláda schopná na základe tohto kontrolného mechanizmu zaznamenať rôzne sociálne hnutia vznikajúce vďaka digitálnej sfére, varovať diplomatov a pripraviť pre nich včas komunikačnú stratégiu. Ďalším prínosom je možnosť diplomatov získať informácie, ktoré boli doteraz nedostupné. Internet je zbierka názorov mnohých ľudí na rôzne témy, a tým sa stáva priestorom, kde je možné publiku načúvať a v konečnom dôsledku lepšie ho pochopiť, a prestať sa riadiť názormi elity, ktoré sú skôr zdrojom tradičnej diplomacie.⁸

Na druhej strane však digitálna éra predstavuje pre vládu riziko, pretože okrem nej existujú aj iní aktéri, ktorí ovládajú sociálne médiá a iné digitálne platformy rovnako dobre, alebo dokonca lepšie. Obava vlády sa koncentruje predovšetkým okolo straty kontroly nad reputáciou konkrétnej krajiny. „Spustením“ sociálnych médií už nemá vláda možnosť manipulovať so značkou krajiny.⁹

Celková premena vládnej diplomacie na e-diplomáciu, digitálnu diplomáciu, kyberdiplomáciu alebo resp. *Twiplomáciu* je však dlhodobý proces, keďže prispôbenie tradičných návykov informačnej éry a modernizácia postupov ministerstiev zahraničných vecí a postupov veľvyslanectiev sú značne náročné. Adaptácia do nového prostredia a integrácia nových technológií je jednou z najväčších výziev, ktorej musia čeliť ministerstvá zahraničných vecí a spoločnosti. Ale keďže je vo všeobecnosti uznávané, že

⁷ HANSON, Fergus. *Baked In and Wired: eDiplomacy@State* [online]. Foreign Policy at Brookings, [cit. 2016-04-20]. Dostupné z:

<http://www.brookings.edu/research/reports/2012/10/25-ediplomacy-hanson-public-diplomacy>, s. 2.

⁸ HOCKING, Brian a Melissen JAN., *Diplomacy in the Digital Age*, s. 32.

⁹ Tiež tam

informácie sú zdrojom moci, je vo verejnom záujme všetkých, aby sa konvenčná diplomatická prax prispôsobila meniacim sa normám.

1.1 ÚLOHA SOCIÁLNYCH MÉDIÍ A TWIPLOMACIA

Zvýšenú pozornosť dnes musí diplomacia venovať sociálnym médiám. Ich dôležitosť podpisuje aj fakt, že 90% ľudí medzi 18. a 29. rokom života používa sociálne siete.¹⁰ Sociálne média vniesli reálny rozmer do diplomacie a učinili komunikáciu ultra-rýchlou a ich hlavnou výhodou pre koncových užívateľov je, že umožňujú prístup do diplomatického procesu.

Sociálne média síce nie sú síce v profesii vyžadované, ale už sú nepopierateľne neodmysliteľnou súčasťou diplomacie. Pre diplomatov to znamená, že síce nemusia nutne sociálne média vo svojej profesii využívať, prácu si však ich osvojením budú vykonávať lepšie.

Štátny tajomník John Kerry tvrdí, že v čase sociálnych médií, ak povie niekto nejakú informáciu niekomu, tak ju v skutočnosti počujú tisíce. Podľa jeho slov je efektívna diplomacia iba tá, ktorá využíva dostupnú sofistikovanú technológiu. Podľa Kerryho je pojem „digitálna diplomacia“ zbytočný, a je to len obyčajná diplomacia – hoci v novej forme.¹¹

Politici majú dnes viacero spôsobov, ako osloviť publikum, no najviac používané sú dve platformy – *Facebook* a *Twitter*. *Twitter* je najpoužívanejším sociálnym nástrojom v diplomatickom a vládnom sektore, ale *Facebook* je svetovou dominujúcou sociálnou sieťou, aj medzi mobilnými užívateľmi a aj medzi užívateľmi so stolovými počítačmi.¹² V tejto súvislosti je minimálne raz za rok konštruovaná Svetová mapa sociálnych sietí (*World Map of Social Networks*) na blogu Vincenza Cosenzy. Jeho výskum sleduje, ktorá sociálna sieť je najviac používaná v 137 analyzovaných krajinách. Mapa z januára roku 2016 ukazuje, že v 129 krajinách zo 137 je najpoužívanejšou sociálnou sieťou *Facebook* s 1,6

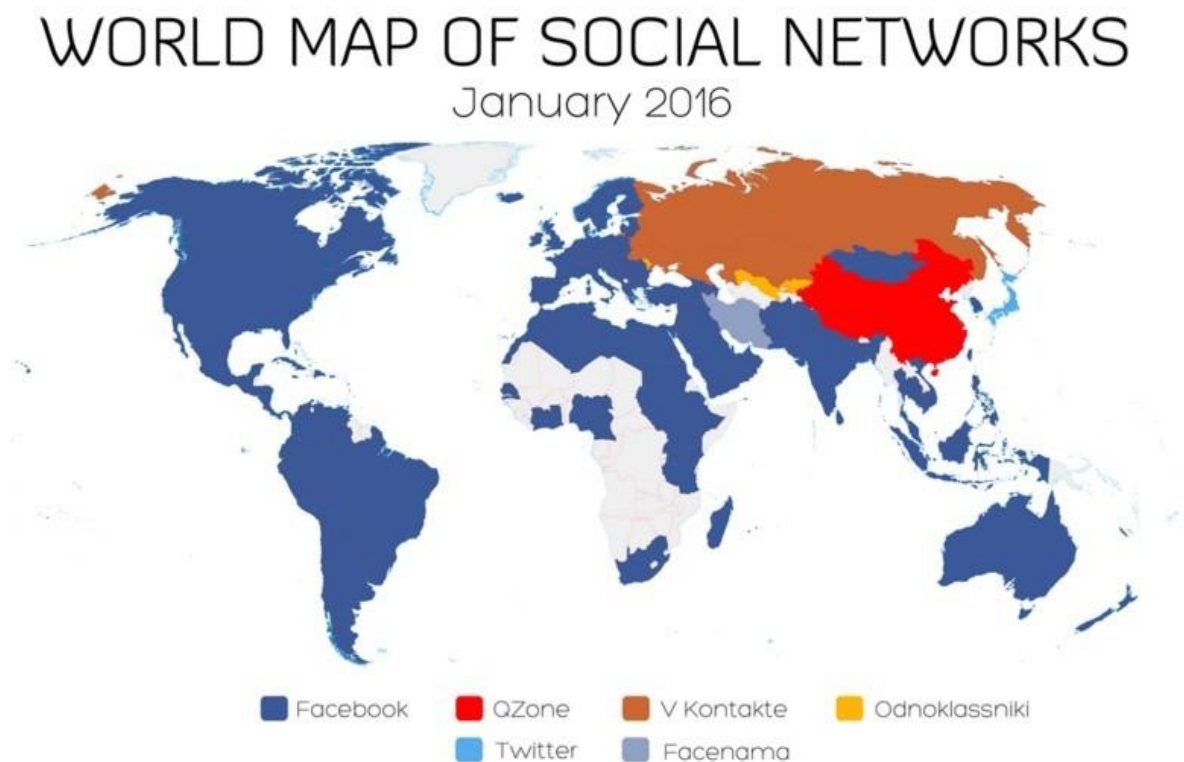
¹⁰ HOCKING, Brian a Melissen JAN., *Diplomacy in the Digital Age*, s. 10.

¹¹ KERRY, John. Digital Diplomacy: Adapting Our Diplomatic Engagement - See more at: <https://blogs.state.gov/stories/2013/05/06/digital-diplomacy-adapting-our-diplomatic-engagement/#sthash.zjYWUOGS.dpuf>. In: *DIPNOTE* [online]. 2013 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://blogs.state.gov/stories/2013/05/06/digital-diplomacy-adapting-our-diplomatic-engagement> „The term digital diplomacy is redundant – it's just diplomacy, period.“

¹² SANDRE, Andreas. *Twitter for Diplomats* [online]. Srbsko, 2013 [cit. 2016-04-20]. ISBN 978-99932-53-27-3. Dostupné z: https://issuu.com/diplo/docs/twitter_for_diplomats, s.15.

miliardou aktívnych mesačných užívateľov. Z toho 540 miliónov užívateľov pochádza z ázijsko-pacifického regiónu, 323 miliónov z Európy, 219 miliónov z USA a Kanady a 509 miliónov zo zvyšku sveta. Japonsko je jedinou krajinou, v ktorej je najpoužívanejšou sociálnou platformou *Twitter* s 35 miliónmi aktívnych mesačných užívateľov. V ruských teritóriách sú preferované platformy *V Kontakte* a *Odnoklassniki* a v Číne *Qzone*.¹³

Obrázok 1: Svetová mapa sociálnych sietí z januára 2016



Zdroj: VINCOS blog: *WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS*.

Twitter mal ku koncu roku 2015 305 miliónov aktívnych mesačných používateľov.¹⁴ Najviac užívateľov *Twitteru* pochádza z USA(107,7 miliónov účtov), z Brazílie(33,3 miliónov účtov) a z Japonska(29,9 miliónov účtov).¹⁵ *Twitter* je dnes platformou, ktorá dennodenne úspešne vytvára a šíri správy, nenáročnou a stručnou formou(keďže maximálna dĺžka príspevku je obmedzená na 140 znakov) a snaží sa o dosiahnutie cieľov zahraničnej politiky.

¹³ VINCOS blog: *WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

¹⁴ *Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 4th quarter 2015 (in millions)* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>

¹⁵ Údaje pochádzajú z roku 2012, novšie údaje nie sú dostupné
SANDRE, Andreas., *Twitter for Diplomats*, s. 17.

Twitter má podľa Sandersa, odborníka na digitálnu diplomaciu, predovšetkým dva konkrétne prínosy pre zahraničnú politiku:¹⁶

- podporuje vzájomnú výmenu nápadov medzi politikmi a občanmi,
- posilňuje schopnosť diplomatov zbierať informácie zadarmo a predvídať, analyzovať, riadiť a reagovať na udalosti.

Okrem toho má *Twitter* priaznivú demografickú štruktúru – 58% jeho užívateľov je vo veku od 25 do 44 rokov. V oblasti vzdelania má na *Twitteri* 83% užívateľov dokončené vysokoškolské štúdium, alebo má s ním nejakú skúsenosť (oproti 81% *Facebooku*).¹⁷ Tieto demografické údaje ukazujú, že *Twitter* môže byť užitočným nástrojom pre diplomatov

Twitter je dnes spôsobom jednania pre mnoho prezidentov, ministrov zahraničných vecí, veľvyslancov a diplomatov. Platforma dovoľuje hlavám štátov a vlády informovať svojich fanúšikov o denných aktivitách či oznámiť im vládne novinky a na druhej strane, platforma sprostredkuje občanom priamy prístup k ich politickým zástupcom. Každý má možnosť označiť vo svojom príspevku vyvoleného svetového lídra, je však otázne či odpovie hoci existuje úzka skupina politických lídrov, ktorí svojim sledovateľom odpovedajú. Najviac „konverzuje“ so svojimi sledovateľmi prezident Rwandy, premiérka Nórska, prezident Ekvádoru, Minister ZV Rwandy a minister ZV Ekvádoru.¹⁸ Ku dnešnému dňu majú viac než dve tretiny svetových lídrov účet na *Twitteri*, konkrétne k decembru 2015 83% svetových lídrov malo založený účet, či už pod svojím vlastným menom alebo menom oficiálneho vládneho úradu. To predstavuje 139 hláv štátov zo 167 krajín.¹⁹ Za tento pokrok možno ďakovať Hillary Clintonovej, ktorej inovačný prístup spustil vlnu *Twiplomacie*.²⁰ Prezident @BarackObama je najviac sledovaným svetovým lídrom so 71 miliónmi sledujúcich, na druhom mieste je pápež František @Pontifex, ktorý má spolu na svojich 9 oficiálnych účtoch 27 434 000 fanúšikov. Na treťom mieste figuruje indický premiér @NarendraModi,

¹⁶ SANDRE, Andreas., *Twitter for Diplomats*, s. 17.

¹⁷ Tiež tam, s. 23

¹⁸ Twiplomacy Study 2015. In: *Twiplomacy.com* [online]. 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2015/#section-14>

¹⁹ *Adoption rate of Twitter amongst heads of state from 2010 to 2015* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.statista.com/statistics/249498/twitter-adoption-rate-amongst-heads-of-state/>

²⁰ SANDRE, Andreas. *EDiplomacy: Hillary Clinton's legacy beyond 140 characters* [online]. 2013 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://bigthink.com/experts-corner/ediplomacy-hillary-clintons-legacy-beyond-140-characters>

nasleduje prezident Turecka Erdogan [@RT_Erdogan](#) a na 5. mieste je [@WhiteHouse](#) s viac než 6 miliónmi sledovateľov.²¹

Je potrebné dodať, že počet sledovateľov nesúvisí s popularitou daného užívateľa alebo s efektivitou účtu. Efektivita *Twitteru* ako nástroja e-Diplomacie spočíva v dopade *tweetov* a *chatov* na spoločnosť a politiku. Stránka *Twiplomacy.com* ďalej každoročne sleduje aj najvplyvnejšie osobnosti na *Twitteri* a pre rok 2015 tou osobou bol pápež František.²² Vplyv na sociálnych platformách závisí nielen od množstva sledovateľov, množstva zdieľaní *tweetov*, ale aj aktívneho pôsobenia – to znamená *tweetovaním*. K 24. marcu 2015 uverejnili všetci svetoví lídri dokopy 2,653,876 *tweetov*. Najaktívnejšie v tomto smere je účet venezuelskej vlády [@PresidencialVen](#), nasleduje mexická vláda [@PresidenciaMX](#) a ďalej ministerstvo zahraničných vecí Venezuely [@vencancilleria](#). Podľa štúdie *Twiplomacy*, ktorá analyzovala 264 vládnych účtov na *Twitteri*, iba jedna štvrtina z osobných účtov pravidelne *tweetuje*. Aktivita politikov na *Twitteri* sa zvyšuje v dobe volebných kampaní, ale po skončení volieb vo väčšine prípadov ustane.²³

Kritika *Twitteru* tvrdí, že platforma nie je vhodná pre diplomáciu, totižto obmedzenie na 140 znakov neposkytuje priestor pre jednanie, diskusiu, konverzáciu či riešenie svetových problémov.²⁴ Okrem toho, včlenenie sociálnych platforiem do výkonu diplomacie so sebou prináša riziká väčšie ako kedykoľvek predtým. Melissen a Hocking menujú konkrétne tri prípady, kedy bola diplomacia ohrozená meniacim sa komunikačným prostredím a sociálnymi sieťami - WHO a ebola, zmiznutie letu MH370 a jednania o zmluve transatlantického obchodného a investičného partnerstva - TTIP.²⁵

V roku 2014 utrpelo WHO značnú kritiku v súvislosti s riešením krízy eboly v západnej Afrike. WHO bolo kritizované kvôli neexistujúcej efektívnej stratégii pre boj s ebolou, pre nedostatočne rýchle konanie, pričom kritiku voči WHO smerovala hlavne mimovládna organizácia(ďalej len NGO) Lekári bez hraníc(MSF). Vyvrcholením sporu bola verejná potýčka medzi WHO a MSF na sociálnych sieťach. MSF poukazovalo na ebolu predovšetkým prostredníctvom svojej *Facebookovej* stránky, kde má cez milión fanúšikov.²⁶

²¹ Twiplomacy Study 2015.

²² *Twitter* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://twitter.com/>

²³ Twiplomacy Study 2015.

²⁴ SANDRE, Andreas., *Twitter for Diplomats*, s. 25.

²⁵ HOCKING, Brian a Melissen JAN., *Diplomacy in the Digital Age*, s. 19.

²⁶ Doctors Without Borders/ Médecins Sans Frontières (MSF). Facebook [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/msf.english/?fref=ts>

Na svojej oficiálnej webovej stránke ďalej zverejnila kritickú analýzu globálnej reakcie na ebolu, kde okrem iného popisuje, že rok pred masívnym vypuknutím eboly na africkom kontinente MSF včasne varovalo o prípadoch eboly v Guinei, ďalej popisuje včasné odmietnutie problému epidémie jednotlivými vládami v regióne a kritizuje globálnu nečinnosť v boji s epidemiou.²⁷ Odpoveďou na krízu eboly bolo vyvinutie digitálneho systému riadenia chorôb. Subjektom zodpovedným za novú technológiu je spoločnosť RegPoint Ltd., ktorej cieľom je zavádzanie bezdrôtových technológií do poskytovania globálnej zdravotnej starostlivosti. Systém vo všeobecnosti umožňuje lekárovi liečiť viac pacientov v kratšom čase, konkrétne sa jedná o funkciu pripomienky jednotlivých pacientov, systém sprostredkúva komunikáciu medzi doktorom a pacientom a takisto aj prenos dát o príznakoch a iných vplývajúcich faktoroch prostredníctvom mobilných telefónov.²⁸

Ďalšou udalosťou so značným dopadom na diplomaciu bolo zmiznutie letu MH370. V marci 2014 zmizlo lietadlo Malaysia Airlines. Práve zmätené a rozporuplné informácie o lietadle, ktoré následne šíрила malajská vláda, podkopali celkovú dôveryhodnosť vlády a spoľahlivosť týchto vládnych vyjadrení bola verejné diskutovaná svetovou tlačou a na sociálnych sieťach ako napr. *Twitter*.²⁹

Posledným prípadom je prejednávanie najväčšej obchodnej bilaterálnej zmluvy medzi EÚ a USA – Transatlantického obchodného a investičného partnerstva, kde bol predmetom sporu hlavne jeden špeciálny prvok – rozhodcovská doložka, teda ISDS (*Investor-State Dispute Settlement*)³⁰. Tento právny mechanizmus chráni zahraničných investorov pred nepriaznivými zmenami v legislatíve hostiteľskej krajiny tým, že poskytuje právny mechanizmus k náhrade vzniknutej škody. Proces prebieha väčšinou v súkromí a končí častejšie mimosúdnym vyrovnaním medzi zúčastnenými stranami (než formálnym súdnym rozhodnutím). Kritici ISDS tvrdia, že v tomto prípade by uzavreté medzinárodné trestné tribunály mali možnosť rozhodovať vo veciach, ktoré spadajú do právomoci vlády - diktovať politiku v oblastiach domáceho zdravotníctva, školstva a ochrany životného prostredia.

²⁷ Ebola: Pushed to the limit and beyond: A critical analysis of the global Ebola response one year into the deadliest outbreak in history. *Medecins Sans Frontieres* [online]. 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.msf.org/article/ebola-pushed-limit-and-beyond>

²⁸ Disease Management System. *RegPoint* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.regpoint.eu/disease/disease-management-system/>

²⁹ HOCKING, Brian a Melissen JAN., *Diplomacy in the Digital Age*, s. 20.

³⁰ Tiež tam, s. 20.

NGO potom prostredníctvom digitálnych médií získali spojencov v boji voči ISDS a vytvorili silnú alianciu voči tejto doložke.

Všetky situácie zobrazujú neschopnosť daného zodpovedného subjektu zvládnuť situáciu, koreňom problémov bolo predovšetkým zlyhanie v komunikácii. Dôležitosť komunikácie so zvedavým publikom ostala ignorovaná, subjekty nepredvíдали globálnu informačnú kampaň, ktorá nasledovala a podcenili multiplikačný efekt sociálnych médií, výsledkom čoho bola celosvetová diskreditácia a zosmiešnenie. Všetky tieto prípady nie sú len ukážkou sily sociálnych médií, ale ukážkou multiplikačného efektu médií – kedy sa spor prenesie z digitálnych médií do tlače a do TV a stáva sa vážnym problémom.

Pritom EÚ sa už v minulosti ukázala ako neschopná počúvať široké masy opozície a nebola schopná s ňou nadviazať komunikáciu prostredníctvom sociálnych médií – to bolo označované za jeden z hlavných dôvodov neúspechu dohody ACTA. Podpredseda EÚ vtedy vyzval európsku úniu, aby sa poučila a viac sa angažovala na sociálnych kanáloch.³¹

Dôležitá je v týchto prípadoch aj verejná podpora. V súčasnosti kľúčoví aktéri ako národné vlády a medzinárodné organizácie fungujú v medzinárodnom prostredí, v ktorom absentuje dôvera verejnosti. Práve prostredníctvom verejných kampaní používajúcich rôzne formy médií je dnes možné úplne zničiť alebo manipulovať s reputáciou alebo s dôveryhodnosťou danej entity a tým možné obmedziť ich schopnosť konať. Týmto štýlom bola spochybnená WHO, malajská vláda, EÚ a USA.³²

Sociálne média predstavujú nebezpečnú arénu pre diplomáciu, pretože im chýba precíznosť. Medzi diplomatmi neexistuje konsenzus ako používať sociálne média. Okrem toho je postoj diplomatov k digitalizácii diplomacie značne fragmentovaný - jedna skupina považuje proces digitalizácie za šancu povolať reformovať a druhá skupina považuje digitalizáciu za hrozbu voči tradičným a zaužívaným formám realizácie medzinárodných vzťahov alebo za hrozbu voči vlastnému záujmu. Preferencie sociálnych médií súvisia aj s oblasťou politiky, v ktorej daný politik operuje. Neprecíznosť tejto sféry teda spočíva v nemožnosti akejkolvek kontroly nad vyjadreniami jednotlivých diplomatov na sociálnych sieťach. Opakovane dochádza na fórach k fakticky nesprávnym vyjadreniam politikov, ktoré musia byť následne verejne opravené. Práve títo diplomati, ktorí využívajú digitálne platformy

³¹ KURBALIJA, Jovan. *How institutions can effectively use social media? E-diplomacy* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.diplomacy.edu/blog/how-institutions-can-effectively-use-social-media>

³² HOCKING, Brian a Melissen JAN., *Diplomacy in the Digital Age*, s. 20.

a vystupujú na nich, sú vnímaní ako príklady diplomata informačnej éry. Takéto nekorektné vzorce správania však spoľahlivosť digitálnej diplomacie značne podkopávajú. Aj kvôli tomu už dnes mnoho ministerstiev zahraničných vecí poskytuje školenia o sociálnych médiách. Je však dôležité poznamenať, že atraktivita sociálnych médií značne závisí od miery neformálnosti a intimity. Preto akákoľvek snaha vlády o kontrolu sféry sociálnych médií je zároveň rizikom, že sociálne platformy stratia toto čaro.³³

Hoci *Twitter* a *Facebook* neboli vyvinuté pre diplomáciu, významne prispeli k zvýšeniu relevancie diplomacie v médiách a zabezpečili jej väčší dosah. Platformy sú už neodmysliteľnou súčasťou politiky o čom svedčí aj prípad z roku 2009, kedy Obamova kancelária požiadala *Twitter*, aby odložil svoju naplánovanú údržbu webovej stránky, ktorá mala *Twitter* znepriístupniť na niekoľko hodín. V tom čase totižto dochádzalo k politickej roztržke v Iráne a mnoho protestujúcich používalo práve *Twitter* na šírenie informácií o plánovaných zhromaždeniach a na šírenie správ.³⁴

Podľa Svetového ekonomického fóra včlenenie sociálnych sietí do diplomacie prispeje k väčšej transparentnosti vo vládnutí, vo vládnom programe, ktorý bude odpovedať presnejšie na požiadavky občanov, pretože bude mať prístup k informáciám priamo od nich a k viac informovanej a globálne vedomej populácii.³⁵ Sociálne platformy majú pozitívny vplyv na diplomáciu, vytvárajú zdroje, vzdelanie a schopnosti zbierať a využívať potrebné a spoľahlivé informácie, a tým vytvárajú priestor, kde aktéri zahraničnej politiky robia správne rozhodnutia. Dôležité je v tomto procese načúvať svojim občanom, nie viesť monológ, ale konverzáciu a v tom prípade môžu byť *Facebook* a *Twitter* fenomenálne diplomatické nástroje.

³³ DALE, Helle C. Public Diplomacy 2.0: Where the U.S. Government Meets "New Media" [online]. The Heritage Foundation, 2009 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.heritage.org/research/reports/2009/12/public-diplomacy-2-0-where-the-us-government-meets-new-media>

³⁴ SANDRE, Andreas., *Twitter for Diplomats*, s. 34.

³⁵ TAPSCOTT, Don. Global Agenda Council on Informed Societies: Towards a Blueprint for Informed Societies [online]. 2013 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/GAC13/WEF_GAC_InformedSocieties_TowardsBlueprintInformedSocieties_Report_2013.pdf

1. 2 REVOLÚCIA DIPLOMACIE

Ministerstvá zahraničných vecí musia čeliť pod vplyvom digitalizácie 3 zmenám: meniaci sa hierarchia a noví aktéri, *real-time* diplomacia a razantné poškodenie reputácie.

1.2.1 HIERARCHIA A NOVÍ AKTÉRI

Telekomunikačné technológie berú moc z rúk národného štátu a veľkých inštitúcií a dávajú ju jedincovi a menším inštitúciám. A práve z tohto dôvodu sa veľké vlády a veľké inštitúcie cítia byť ohrozené technológiami digitálnej éry. Moc v rukách jedinca môže byť dobrá alebo zlá, závisí to od hodnôt a zámerov jedinca, pretože technológia sama o sebe je neutrálna.

Profesorka Anne-Marie Slaughter vysvetľuje tento presun moci z rúk vlád do rúk sociálnych aktérov pomocou dvoch konceptov: koncept sveta biliardových gulí (*the Billiard-Ball World*) a koncept Lego sveta (*the Lego World*). Prvý z konceptov popisuje staré nazeranie na medzinárodné vzťahy – vnímame štáty a tieto štáty do seba narážajú ako biliardové gule. Nezaujímá nás, čo sa odohráva vo vnútri štátu – tak ako nevidíme do vnútra biliardových gulí, pretože sú nepriehľadné. Aktérmi sú výlučne len silné štáty, v čase Kubánskej krízy existovali len dva štáty - USA a ZSSR, dnes by sme mohli menovať 9 veľmocí resp. hrali by sme s 9 biliardovými guľami – USA, EÚ, Japonsko, India, Čína, Rusko, Turecko, Indonézia a Juhoafrická republika. Štáty sú zredukované na svoje hlavy štátu, MZV, armádu a k interakcii dochádza len na základe sily. Koncept Lego sveta vlastne predstavuje nový spôsob nazerania na svet, ktorý vznikol v digitálnej ére. Nenahradzuje pôvodný, bývalý svet biliardových gulí, ale existuje zároveň s ním. V svete lega majú štáty schopnosť spojiť sa a spolupracovať so sociálnymi aktérmi, ide o horizontálny svet, v ktorom neexistuje hierarchia, ide o akúsi „sieť.“ Moc tu stále existuje, ale nie je vykonávaná zhora, ale z centra. Pri vyjednávaní v mene štátu je už tak prítomných viacero aktérov – napr. v prípade USA by to bola hlava štátu, poprípade minister zahraničných vecí, ďalej CEO³⁶ nejakej transnacionálnej korporácie, vedúci NGO (napr. Amnesty International alebo McKinsey Social Initiative), ďalej subjekt z akademickej pôdy alebo think tanku, poprípade ešte entita z cirkevnej skupiny alebo hlava významnejšej nadácie.³⁷

³⁶ CEO(Chief Executive Officer) = výkonný riaditeľ obchodnej spoločnosti

³⁷ SLAUGHTER, Anne-Marie. *ADAPTING FOREIGN POLICY IN A CHANGING WORLD* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.japansociety.org/multimedia/articles/anne-marie-slaughter-on-adapting-foreign-policy-in-a-changing-world>

Postačujúcim príkladom môže byť dianie v súvislosti s Arabskou jarou. Sociálne protesty sa rozšírili naprieč severnou Afrikou a Blízkym východom. Práve digitálne médiá umožnili severoafrickej a blízkovýchodnej komunite uvedomiť si, že aj oni zdieľajú rovnaké rozhorčenie a žijú v rovnakých podmienkach ako národy, ktoré sa rozhodli proti režimu povstať. Sociálne médiá síce neboli priamou príčinou revolučných snáh, ale pomohli celý proces zrýchliť, zintenzívniť a získať masívnu podporu.³⁸ Prostredníctvom digitálnych platforiem dochádzalo k zdieľaniu stratégií mobilizácie voči diktátorom. Ďalším prvkom poukazujúcim na digitalizáciu predchádzajúci Arabskej jari je skutočnosť, že minoritnú rolu v týchto protestoch predstavovali tradiční politickí aktéri – ako odbory, politické strany či radikálni fundamentalisti. Protesty vznikli v „sietach“ radových občanov, ktorí predtým neboli úspešní na politickej pôde – mladí podnikatelia, vládni pracovníci, ženské hnutia a mestská stredná vrstva. Práve vďaka internetu sa dozvedeli o politickom živote a o slobode v iných kútoch sveta, a tie ich inšpirovali k politickej aktivite. Internet v kombinácii s mobilnými telefónmi a sociálnymi sieťami transformovali politiku v severnej Afrike a na Blízkom východe.³⁹

Ďalšou demonštráciou straty kontroly vlády nad mocou je prípad Kony 2012. Išlo o krátky film z produkcie NGO *Invisible Children, Inc.*, ktorý bol zverejnený 5. marca 2012. Cieľom filmu bolo poukázať na vojenského veliteľa, obžalovaného vojnového zločinca a utečenca Medzinárodného trestného súdu Josepha Konyho, priviesť k nemu dostatočnú pozornosť a tým naplniť úlohu charity „STOP KONY“, ktorá mala daný cieľ, a to zatknúť Konyho do konca roku 2012. Kampaň KONY 2012 začala podľa oficiálnej webovej stránky ako experiment, čo dokáže video na internete. Tento experiment priniesol najpozeranejšie video všetkých čias. KONY 2012 Film dosiahol 100 miliónov videní za 6 dní od zverejnenia, a následne 3,7 milióna ľudí sľúbilo svoju podporu pri úsilí o zatknutie Josepha Konyho.⁴⁰

Udalosť bola zdrvivá predovšetkým pre ugandskú vládu, keďže video zobrazovalo Konyho a jeho povstaleckú milíciu Lord's Resistance Army, ktorá v regiónoch severnej Ugandy, v Demokratickej republike Kongo a v Južnom Sudáne verbovala detských vojakov, a tým vlastne vytvorilo globálne prevažujúci negatívny pohľad na milíciu. Ugandská vláda opakovane poukazovala na nesprávne faktické údaje vo videu, avšak bez

³⁸ SANDRE, A., *EDiplomacy: Hillary Clinton's legacy beyond 140 characters*.

³⁹ HOWARD, Philip N. a Muzammil M. HUSSAIN. *Democracy's Fourth Wave: Digital Media and the Arab Spring* [online]. Oxford University Press, 2013 [cit. 2016-04-20]. ISBN 978-0-19-993697-7. Dostupné z: <http://philhoward.org/wp-content/uploads/2014/09/Democracys-Fourth-Wave-First-3-Chapters.pdf>, s. 3-4

⁴⁰ Invisible Children. *KONY 2012* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://invisiblechildren.com/kony-2012/>

odozvy, pretože image, ktorý video vybudovalo, nebolo možné zvrátiť.⁴¹ Záver videa deklaruje skutočnosť, že *Invisible Children* na dosiahnutie svojho cieľa dostalo k dispozícii 100 vojenských poradcov vyslaných na africkú pôdu. *Invisible Children* v tejto časti vyjadruje obavy, že Obama týchto vojakov stiahne. Po globálne úspešnej internetovej kampani sa Obama vo svojom prejave v Americkom múzeu holokaustu vyjadril, že poradcovia zostanú na svojich postoch v Ugande dovtedy, kým Konyho nezatknu.^{42,43}

Komunikačné technológie splnomocnili jednotlivcov a isté skupiny, ktoré v súčasnej ére budú hrať podstatnú úlohu pri zahraničnopolitickom rozhodovaní, či už sa to ministerstvám zahraničných vecí páči alebo nie.

1.2.2 REAL-TIME DIPLOMACIA⁴⁴

Každý technologický pokrok, ktorý skrátil čas, počas ktorého putovala informácia z bodu A do bodu B znamenal zároveň zvýšený tlak na diplomata, aby sa rozhodol rýchlejšie. V digitálnej ére je informácia schopná putovať z ktoréhokoľvek miesta na zemeguli a každý má prístup k informáciám vďaka demokratizácii informácií.

Technologická revolúcia vo forme digitalizácie však nie je takou záťažou pre diplomatov, ako by sa mohlo zdať. Skutočnosť, že správa putovala k diplomatom niekoľko dní až niekoľko mesiacov neznamenal, že politickí lídri mohli tento celý čas využiť na rozhodovanie sa. Rozhodovanie mohlo byť realizované až následne po obdržaní danej informácie. Pokroky v komunikácii poskytujú politikom viac času, a to tým, že skracujú procesy spracovania a prenosu informácie – postupne nahradením písaných listov tlačnými a neskôr nahradením tlačných listov e-mailmi.⁴⁵

V prospech diplomatov hrá aj fakt, že verejnosť na základe historických skúsenosti je značne trpezlivá pokiaľ vláda jedná napr. o zmluvách týkajúcich sa daní alebo o dohodách o voľnom obchode alebo pokiaľ ide o globálny problém, ktorého vyriešenie môže trvať niekoľko rokov až desaťročí – ako napr. zmena klímy. Väčší tlak je vyvíjaný na diplomatov iba v prípadoch, keď dôjde k neočakávanej udalosti v dôležitom teritóriu. Vtedy je potrebné reagovať

⁴¹ PFLANZ, Mike. Joseph Kony 2012: growing outrage in Uganda over film. *The Telegraph* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/africaandindianocean/uganda/9131469/Joseph-Kony-2012-growing-outrage-in-Uganda-over-film.html>

⁴² Konyho Obama počas svojej reči nazval „madman“, čiže šialenec

⁴³ PFLANZ, Mike. Joseph Kony 2012: growing outrage in Uganda over film[online].

⁴⁴ z angl. termínu „real-time diplomacy“, v súčasnosti neexistuje dostatočne exaktný český preklad

⁴⁵ HANSON, F., *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 8.

dostatočne rýchlo, avšak ani USA, svetový diplomatický líder, ešte dnes nie je schopné reagovať tak okamžite a rýchlo, ako si to predstavuje verejnosť.⁴⁶ Príkladom je revolúcia v Egypte, kedy boli sociálne média zaplavené požiadavkami na USA, aby sformulovalo svoj postoj k Mubarakovi (a oficiálne požiadalo o jeho odchod).⁴⁷

Súčasne medzinárodné prostredie pripúšťa, že nie je možné, aby ministerstvá zahraničných vecí držali krok s udalosťami vo svete. Mnohokrát sme dnes svedkami, kedy sa o významných udalostiach dozvedajú nielen radoví občania, ale aj svetoví politickí lídri o udalostiach z digitálnych platforiem. Napríklad Hillary Clintonová sa dozvedela o povstaniach v tuniskom meste Sidi Bouzid v roku 2010 prostredníctvom *Twitteru*.⁴⁸

1.2.3 ZNIČENIE REPUTÁCIE/IMIDŽU

S prerodom medzinárodného prostredia na digitálne rapídne narástlo riziko zničenia alebo poškodenia reputácie, národného imidžu či národnej značky. Predovšetkým novinári dnes využívajú sociálne média k šíreniu najnovších správ a zisťovaniu reakcií ľudí. Dnes už neexistuje možnosť, že by nejaká udalosť zostala nepovšimnutá, hoci v predošlých érach to bolo prípustné.

Ako príklad v tejto súvislosti, kedy komunikačné platformy spôsobili niekoľkonásobnú smrť, môže slúžiť incident z júla 2012, a tým bol nápad Medzinárodného dňa pálenia Koránu stanoveného ku dňu 11.9.2010.⁴⁹ Deň vyhlásil na internete americký reverend Terry Jones z Floridy, ktorý zaplavil *Twitter* niekoľkými *tweetmi* napádajúcich islam a práve jeden z nich pojednával o vyššie spomenutom medzinárodnom dni. Správa sa ďalej šírila z *Twitteru* na *Facebook*, kde reverend vytvoril rovnomennú skupinu. Následne poskytol krátke interview pre televíziu CNN ohľadom Medzinárodného dňa pálenia Koránu. Už v septembri sa udalosti v USA dostali do arabského sveta a Al Jazeera varovala, že podobné správanie môže ohroziť životy amerických vojakov na afganskej pôde.⁵⁰

Ako odpoveď na iniciatívu Terryho Jonesa prišiel útok Mazar-i-Sharif 1. apríla v roku 2011. Jednalo sa o útok demonštrantov na misiu OSN v Mazar-i-Sharif v Afganistane. Násilie

⁴⁶ HANSON, F., *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 9.

⁴⁷ COHEN, Tom. U.S. navigates carefully between supporting Mubarak, democratic ideals. In: *CNN.com* [online]. 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2011/POLITICS/01/31/us.egypt.response/>

⁴⁸ SANDRE, Andreas. *EDiplomacy: Hillary Clinton's legacy beyond 140 characters* [online].

⁴⁹ z angl. „9/11/2010 Int Burn a Koran Day“

⁵⁰ Aljazeera. *Warning against Quran burning day*. In: Aljazeera [online]. 2010. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.aljazeera.com/news/asia/2010/09/2010973657442887.html>

vypuklo ako reakcia na pálenie Koránu v USA. Počas piatkovej omše boli veriaci vyzvaní, aby začali protestovať a spoločne tak dosiahli zatknutie Terryho Jonesa. Zapálená skupina sa tak vydala do ulíc s nápismi v rukách ako „smrť Obamovi“ a „Skoncovať s Amerikou.“ Netrvalo dlho kým dav prekonal ozbrojené stráže OSN a došlo k násiliu. Pri incidente zahynulo dokopy 12 ľudí – 7 cudzincov: 3 zamestnanci OSN pôvodne z Rumunska, Švédska a Nórska a 4 OSN strážnici pôvodom Nepálci. Počas útoku zahynulo aj 5 afganských útočníkov.⁵¹

Pre demokracie ako Spojené štáty americké je ťažkou úlohou odpovedať adekvátne na kauzy, ktoré sa dotýkajú slobôd – v prípade Terryho Jonesa sloboda vyznania a sloboda prejavu. V súčasnej dobe už vláda nemá kontrolu nad informáciami, ktoré vysielajú z amerického územia a jej iniciatívy môžu vyznieť dvojznačne. Hoci k uskutočneniu Medzinárodného dňa pálenia Koránu nedošlo, na *YouTube* sa objavilo podobné video pastora páliaceho Korán. Protestanti násilne vlastne chceli „ukončiť“ znesväcovanie svätého Koránu“. Pre vládu je preto potrebné snažiť sa o interakciu a komunikáciu s verejnosťou, ktorá sa cíti byť poškodená alebo ohrozená. V tomto prípade išlo o značné poškodenie imidžu USA v Afganistane, predovšetkým u niekoľkých extrémistov, ktorí sa rozhodli premeniť to v útok na sídlo misie OSN.

Súčasná digitalizácia diplomacie nie je prvou komunikačnou revolúciou. Melissen prirovnáva digitalizáciu diplomacie k historickému medzníku predstavenia elektrického telegrafu.⁵² Stalo sa tak v 19. storočí a na základe historickej skúsenosti môžeme skúmať, ako reagujú diplomatické procesy a štruktúry na zmeny. Napríklad britský minister zahraničia lord Palmerston reagoval na nový telegrafický prístroj slovami: “Toto je koniec diplomacie.”⁵³ Alebo v šesťdesiatych rokoch analytik diplomatickej praxe, Harold Nicolson, vnímal novú vymoženosť telefónu skepticky. Bol toho názoru, že komunikácii cez telefón chýba precíznosť, čo je podľa neho jeden z najdôležitejších aspektov diplomacie.⁵⁴ Nicolson hovoril aj o tzv. „diplomatickej metóde“, podľa ktorej technológie iba zriedka vytvárajú nové diplomatické funkcie, majú predovšetkým schopnosť vplývať na spôsob, ktorým sú

⁵¹ NAJAFIZADA, ENAYAT a ROD NORDLAND. *Afghans Avenge Florida Koran Burning, Killing 12*. In: *The New York Times* [online]. 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z:

http://www.nytimes.com/2011/04/02/world/asia/02afghanistan.html?pagewanted=all&_r=1

⁵² HOCKING, Brian a Melissen JAN., *Diplomacy in the Digital Age*, s. 14.

⁵³ DIZARD, Wilson P., *Digital diplomacy: U.S. foreign policy in the information age*, s. 5.

⁵⁴ NICOLSON, Harold. *Diplomacy then and now*. In: *Foreign Affairs* [online]. Dostupné z: <https://www.foreignaffairs.com/articles/1961-10-01/diplomacy-then-and-now>

tieto funkcie vykonávané.⁵⁵ Na základe historickej skúsenosti s predchádzajúcimi technológiami je zrejmé, že digitálna forma komunikácie bude musieť najprv čeliť skepticizmu a rozruchu okolo nej a až potom bude začlenená do diplomatického procesu.

1.3 KATEGÓRIE DIGITÁLNEJ DIPLOMACIE

Melissen a Hocking menujú 5 kategórií digitálnej diplomacie.⁵⁶ Prvá a aj najširšia kategória sa vzťahuje na **meniace sa prostredie zahraničnej politiky**. Základom diplomatickej praxe 21. storočia sú zmeny vo funkciách diplomacie, zmeny v rolách jednotlivých aktérov a zmeny vo vzťahoch s vonkajšími zúčastnenými stranami. Zmena je spôsobená rýchlosťou udalostí. Za dôvod tohto trendu sa označuje globalizácia avšak súčasný tok komunikácií spôsobuje, že udalosti prebiehajú a objavujú sa ešte rýchlejšie než predtým. Vlády majú problém zakomponovať digitálne prostriedky do svojich interných procesov. Problémom je aj snaha vlády o kontrolu nad digitálnym priestorom, to znamená kontrola prístupu k internetu a konkrétneho užívania internetu a sociálnych médií. Rastie úloha a schopnosti neštátnych aktérov, v tomto novom prostredí sa moc presúva predovšetkým na radových používateľov internetu. Tí majú v súčasnosti omnoho väčšiu schopnosť svojím konaním ovplyvňovať svetové udalosti a politiku. Digitalizácia diplomacie tak v tomto zmysle umožnila prechod od uzavretého multilateralizmu k otvorenému multilateralizmu.

Digitálna éra je založená na **znalostiach**. Nové nápady sú zvyčajne predstavené svetu na sociálnych sieťach. Rôzne subjekty vystupujúce na internete majú dnes omnoho väčšiu šancu formovať politické programy a meniť politiku v kritických oblastiach ako zdravotníctvo, financie, životné prostredie, ľudské práva a iné bezpečnostné aspekty.

Ďalším podstatným aspektom digitálnej diplomacie je **kyberdiplomacia**, respektíve **kybernetická agenda**. Diplomacia sa dnes musí zaoberať dodatočnými aspektami, ktoré vznikajú v kyberpriestore – otázky kybernetickej správy, sloboda na internete, hrozba kybernetickej vojny a nutné zabezpečenie bezpečného kybernetického priestoru.

Tretou dimenziou digitálnej diplomacie je **e-diplomacia**, ktorá spočíva predovšetkým vo využívaní internetu a nových informačných a komunikačných technológií pre dosiahnuté cieľov diplomacie. Obdobie po studenej vojne bolo definované snahou o nájdenie

⁵⁵ NICOLSON, Harold. The Evolution of Diplomatic Method [online]. 3. vyd. University of Leicester: Diplomatic Studies Programme Centre for the Study of Diplomacy, 2001 [cit. 2016-04-20]. ISBN 0-9530969-1-2. Dostupné z: <https://lra.le.ac.uk/bitstream/2381/4809/1/LRA%20-%20Doc%2001.pdf>

⁵⁶ MELISSEN, Jan a Brian HOCKING., *Diplomacy in the Digital Age*, s. 21-23.

nákladovo-efektívnejšieho riešenia pre diplomatické zastúpenie a snahou o nájdenie alternatívy k tradičným ambasádám. Riešením v oboch sférach sa ukázala byť vymoženosť bezpečného e-mailu.

V súvislosti so skúmaním dopadu digitalizácie na vlády sa naskytuje štvrtá sféra digitálnej diplomacie – ide o využitie digitálnych technológií na zlepšenie **poskytovania služieb**. Práve väčšina z dnešnej diplomacie je orientovaná na služby – konzulárne služby či krízové riadenie. Ústredným bodom pre vyššie vymedzené výzvy je presadenie WEB 2.0. diplomacie. Ide o diplomáciu, ktorá nahradzuje jednosmerný tok informácií zhora-nadol(v prípade verejnej diplomacie sa jedná o informačnú politiku, resp. propagandu) interaktívnym spôsobom komunikácie.

Digitálna diplomacia nikdy plne nenahradí tradičnú diplomáciu, dôvodom je predovšetkým istá potrebná miera tajnosti a mlčanlivosti diplomatického procesu. Vyjednávanie je jadro diplomacie a rokovanie prebiehajú väčšinou tvárou v tvár. Avšak diplomatická prax a diplomatické memoáre ilustrujú, že mnoho diplomatických činností nevyžaduje osobný kontakt, a tak môže dôjsť k väčšiemu zakomponovaniu telekonferencií, e-mailovej komunikácie atď. Osobný kontakt umožňuje čítať partnerov počas jednania a merať ich úprimnosť na základe reči tela. Je otázne, aký dopad má telekonferencia na dôveru jednajúcich strán. Digitálne správanie počas jednaní – napríklad posielanie SMS počas jednaní, znižuje dôveryhodnosť vyjednávača a vďaka tomu aj pôsobí neprofesionálne.⁵⁷

Digitálna diplomacia na druhej strane predstavuje akési otváranie sa sveta diplomacie, resp. sprístupňovanie diplomacie širokej verejnosti. Snaží sa o spoločné riešenie problémov, o prizvanie viacerých aktérov do diplomatického procesu a o stransparentnenie vzťahov. Predovšetkým táto digitálnou diplomaciou ponúkaná otvorenosť diplomacie je v rozpore s jej tajnosťou.⁵⁸ Kvôli tomu musí byť digitálna diplomacia len doplnkom k tradičnej diplomácii, čo tvrdí napríklad aj Ruská rada pre medzinárodné záležitosti. V jej vyjadrení k digitálnej diplomácii tvrdí, že digitálna diplomacia je nástroj, ktorý by mal byť preferenčne využívaný na zahraničných divákov a budoval tak imidž štátu v zahraničí. Digitálna diplomacia by vysvetľovala prečo bolo učené konkrétne rozhodnutie vlády, aké výsledky prinesie a aký bude mať dopad na ďalšie formovanie politiky. Týmto spôsobom sa vlastne

⁵⁷ MELISSEN, Jan a Brian HOCKING., *Diplomacy in the Digital Age*, s. 24.

⁵⁸ Tiež tam

podľa Rady sprístupnia verejnosti výsledky konvenčnej diplomacie.⁵⁹ Informačné technológie sú teda podnetom pre politických lídrov, aby premysleli a predizajnovali tradičnú diplomaciu, diplomacia sa teda nesnaží o odklon od tradičných konvenčných diplomatických nástrojov, ale naopak sa snaží o rozšírenie ich dosahu a skúma nové inovatívne spôsoby, ako sledovať svoje záujmy v bilaterálnych vzťahoch a aj na medzinárodnej scéne.⁶⁰ Konečným produktom digitalizácie diplomacie bude teda jej hybridita – bude obsahovať online aj off-line prvky, konvenčnú aj digitálnu diplomaciu.

⁵⁹ PERMYAKOVA, Larisa. Digital diplomacy: areas of work, risks and tools. In: *RUSSIAN INTERNATIONAL AFFAIRS COUNCIL* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://russiancouncil.ru/en/inner/?id_4=864#top

⁶⁰ SANDRE, Andreas., *Twitter for Diplomats*, s. 43.

2. HISTÓRIA DIGITÁLNEJ DIPLOMACIE SPOJENÝCH ŠTÁTOV AMERICKÝCH

Aj napriek historickému prvenstvu Spojených štátov amerických v oblasti informačných a komunikačných technológií, nebola vodcovská pozícia ministerstva zahraničných vecí USA v e-Diplomacii prirodzeným dôsledkom. Napríklad Wilson Dizard vo svojej knihe *U.S. Foreign Policy in the Information Age* poukazuje na neochotu Američanov zakomponovať do svojej komunikačnej štruktúry najnovší vynález – telegraf. Trvalo totižto až 12 rokov, kým americká vláda najala do komunikačného tímu úradníka, ktorý sa staral o telegrafickú sieť. Dodatočných 10 rokov trvalo, kým americké ministerstvo zahraničných vecí vytvorilo vzájomnú telegrafickú sieť so zámorskými misiami.⁶¹ Práve táto neochota adaptovať nové informačno-komunikačné prvky sa odráža v organizačnej kultúre USA.

Počiatky eDiplomacie spája Hanson s rokom 1998 a s bombovaním amerických ambasád vo Východnej Afrike.⁶² Konečné šetrenie ukázalo, že štát nie je schopný efektívne komunikovať. Hlavným prelomom bol však 11. september. Po útoku si vláda uvedomila, aký negatívny je image USA v zahraničí, predovšetkým v moslimskom svete, a že pokiaľ ho chce napraviť a zlepšiť, je potrebná diskusia s moslimským publikom a istá forma interakcie. Verejný prieskum v Indonézii, Iráne, Kuvajte, Turecku, Jordánsku, Libanone, Pakistane, Maroku a Saudskej Arábii v roku 2002 odhalil, že 53% respondentov vníma Spojené štáty negatívne.⁶³ Vláda USA si uvedomila, že prehráva kyber-vojnu s Al-Káidou, ktorá z internetu prosperuje, rozširuje svoje rady a šíri svoju nenávisť voči Američanom. To bol zásadný zlom, kedy sa štátny department rozhodol o svoju intenzívnejšiu prítomnosť vo virtuálnom svete a zameral sa na digitálnu diplomaciu, a tak v roku 2002 vznikla špeciálna pracovná skupina pre eDiplomaciu (*Task Force on eDiplomacy*) za čias ministra zahraničných vecí Colina Powella.⁶⁴ Spojené štáty americké sa tak stali prvou entitou, ktorá

⁶¹ DIZARD, Wilson P. *Digital diplomacy: U.S. foreign policy in the information age*. Westport, Conn.: Praeger, 2001. ISBN 02-759-7228-3. s. 5.

⁶² Išlo o dva útoky na americké veľvyslanectvá v Nairobi, Keňa a v Dar-es-Salaamu, Tanzánia. Na útok na obidve veľvyslanectvá bol použitý voz naložený výbušnami. K obojmu útoku sa následne prihlásila Al-Káida.

⁶³ PETERSON, Peter G. *PUBLIC DIPLOMACY: A STRATEGY FOR REFORM: A Report of an Independent Task Force on Public Diplomacy* [online]. 2002 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://media.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/579/Task-force_final2-19.pdf

⁶⁴ V roku 2003 bola pracovná skupina pre eDiplomaciu preorganizovaná na Úrad eDiplomacie ABBASOV, Abbas. *Embedding Information and Communication Technologies in the Department of Foreign Affairs and Trade* [online]. 2007 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: https://www.academia.edu/1058526/Digital_Diplomacy_Embedding_Information_and_Communication_Technologies_in_the_Department_of_Foreign_Affairs_and_Trade, s. 14

založila eDiplomatickú pracovnú skupinu na svete⁶⁵ a postarala sa o rozvoj eDiplomacie. Základy eDiplomacie a vhodné prostredie pre eDiplomáciu zabezpečil revolučný prístup ministerkine Condoleezy Rice.

Avšak ústrednou „hrdinkou“ eDiplomacie bola Hillary Clinton, priekopníčka nových technológií. Hillary nezmenila len to, akým spôsobom sa Spojené štáty americké snažia o dosiahnutie svojich cieľov, ale aj to, ako je dnes diplomacia vykonávaná na medzinárodnej scéne. Jej vízia *vlády 21. storočia* bola založená na sile myšlienok, zakomponovaní nových technológií a spôsobov, ako zapojiť do politického procesu verejnosť a aj všetkých aktérov medzinárodného prostredia – tradičných, ale aj netradičných. Bola to práve ona, ktorá na pôdu Štátneho departmentu priniesla nový pohľad na diplomáciu – skrz inovácie a očami ľudí – eDiplomáciu.⁶⁶

Impulzom pre jej zvýšený záujem o komunikačné technológie mohla byť podľa viacerých analytikov jej prehra v primárkach s Obamom v roku 2008.⁶⁷ Podľa Bloombergu bola kampaň Obamy omnoho viac digitalizovaná, a to mu značne pomohlo k výhre: zatiaľ čo Obama vyzbieral prostredníctvom internetu omnoho viac finančných prostriedkov, Clintonová sa snažila o získanie peňazí staromódnu cestou – osobnými stretnutiami vo forme obedov či večerí. Obama používal na rozdiel od Clintonovej vo veľkom *Twitter* a lepšie chápal jeho prínos. V prípade, že ste začali na *Twitteri* sledovať Obamu, dostali ste od „jeho“ účtu spätnú reakciu a aj on Vás začal na *Twitteri* sledovať.⁶⁸

Podľa Ealesovej bol Obama vlastne prvý kandidát, ktorý dokázal využiť mediálnu revolúciu vo svoj prospech a vytvoril tak digitálnu kampaň, ktorá porazila Johna McCaina aj Hillary Clintonovú. Jeho stránka www.barackobama.com bola riadená jedným zo zakladateľov *Facebooku*. Jeho účet na *Twitteri* bol počas jeho kampane v roku 2008 najviac sledovaným účtom na svete. Voľby v roku 2012 už boli označované za tzv. „*Twitter*“ voľby a najviac *tweetovaný* a zdieľaný príspevok roka bol obrázok Baracka Obamy s jeho manželkou

⁶⁵ U.S. Department of State: Diplomacy in Action. IRM's Office of eDiplomacy [online]. [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://www.state.gov/m/irm/ediplomacy/>

⁶⁶ SANDRE, A., *EDiplomacy: Hillary Clinton's legacy beyond 140 characters* [online].

⁶⁷ ISSENBERG, Sasha. *How Obama's Team Used Big Data to Rally Voters: How President Obama's campaign used big data to rally individual voters* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.technologyreview.com/s/509026/how-obamas-team-used-big-data-to-rally-voters/>

⁶⁸ HESSELD AHL, Arik, Douglas MACMILLAN a Olga KHARIF. The Vote: A Victory for Social Media, Too. In: *Bloomberg* [online]. 2008 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2008-11-05/the-vote-a-victory-for-social-media-too> businessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice

Michelle, ako sa objímajú s textom „4 ďalšie roky“. ⁶⁹ Týmto sa vlastne z možnosti, ako robiť kampaň, stal zákon a mnoho politikov používa sociálne média v snahe zopakovať úspech Baracka Obamy.

Poučením pre Clintonovú bolo, že si uvedomila, že internet a komunikačné siete majú váhu a rozhodla sa najat' mladého podnikateľa Aleca Rossa, čo bol pomerne riskantný krok. Ten hral významnú úlohu vo výchove skúsených eDiplomatov v štátnych kanceláriách a vo veľvyslanectvách. Jeho zahraničná pracovná cesta teda spočívala v osвете pracovníkov v oblasti eDiplomacie. Podľa Hansona išlo o jednu z najúspešnejších misií USA a vďaka tejto iniciatíve sa začala globálna technologická revolúcia diplomacie.⁷⁰ Clintonovej špecifický prístup inšpiroval vlády na celom svete, aby si osvojili technológie a sociálne média. Na americkom vzore vybudovalo MZV v Londýne (*UK Foreign & Commonwealth Office*) svoju úspešnú digitálnu stratégiu a jej súčasťou od roku 2014 je aj Stratégia digitálnej inklúzie (*Digital Inclusion Strategy*). Cieľom je zabezpečiť, aby bol internet naozaj pre každého. To znamená, že obyvateľstvo bude mať nielen prístup k internetu, ale aj potrebné digitálne schopnosti, ktoré sú nezbytné pre plný prínos z internetu.⁷¹ Štúdia BBC z mája 2014 zistila, že 20% obyvateľstva Spojeného kráľovstva nemá základné digitálne schopnosti⁷² a práve to je cieľom stratégie zmeniť. Masívne používanie sociálnych platforiem, predovšetkým *Twitteru* v americkej politike a ich úspech spustilo vlnu „*Twiplomacie*“ na svete. V marci 2016 bol *Twitter* účet prezidenta Obamy 4. najviac sledovaným s takmer 71 miliónmi sledovateľov.⁷³

2. 1 E-DIPLOMACIA V MINISTERSTVE ZAHRANIČNÝCH VECÍ USA

Spojené štáty americké sa po osudnom 11. septembri vydali politikou *regime change policy*, dúfajúc v domino efekt. Zmenou režimu v Iraku dúfali, že dôjde k transformácii ostatných nepriateľských a represívnych štátov v demokratické režimy.⁷⁴ Avšak aby takáto nátlaková

⁶⁹ EALES, Juliet. *How social media has affected political campaigning and what we can expect in 2015*[online]. 2014 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.instituteofopinion.com/2014/01/how-social-media-has-affected-political-campaigning-and-what-we-can-expect-in-2015/>

⁷⁰ HANSON, F., *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 5.

⁷¹ MAUDE, Francis. *Government Digital Inclusion Strategy*. In: *Gov.uk: Government Digital Service* [online]. 2014 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.gov.uk/government/publications/government-digital-inclusion-strategy/government-digital-inclusion-strategy>

⁷² BBC Basic Online Skills: INTERNET May 2014 research. In: *BBC.co.uk* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whatwedo/learning/audience-research/basic-online-skills-nov-2014.pdf>

⁷³ Twitter accounts with the most followers worldwide as of March 2016 (in millions) [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.statista.com/statistics/273172/twitter-accounts-with-the-most-followers-worldwide/>

⁷⁴ JOSHI, Sharad. *The Practice of Coercive Diplomacy in the Post 9/11 Period* [online]. University of Pittsburgh, 2006 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://d-scholarship.pitt.edu/10430/>

diplomacia bola úspešná, požadované záležitosti nesmú byť v rozpore so základnými záujmami cieľu. A v prípade Iraku a Saddáma Husajna boli tieto práva v rozpore so zmenou režimu.⁷⁵

Postupne došlo k uprednostňovaniu verejnej diplomacie, ktorá sa javila ako viac fungujúca alternatíva k nátlakovej diplomacii. Podľa Nyea sa tento typ diplomacie opiera o komunikáciu vlády s publikom ostatných krajín a o snahu prilákať verejnosť iných štátov.⁷⁶ Práve 11. september spustil radu iniciatív na americkej pôde – americký národ bol šokovaný násilím a nenávisťou voči ich krajine, hodnotám a politike. Tento ideológiou hnaný terorizmus poukázal na potrebu informačných kampaní okolo amerických postupujúcich stratégiách. Nová fáza verejnej diplomacie bola zrodená.

Digitálna diplomacia je vykonávaná jednak MZV USA a Agentúrou Spojených štátov amerických pre medzinárodný rozvoj (*United States Agency for International Development, USAID*).⁷⁷ Agentúra USAID bola zriadená už v roku 1961 prezidentom Kennedym a od tej doby sa snaží o dosiahnutie dvoch navzájom sa dopĺňajúcich a vzájomne súvisiacich cieľov: ukončiť extrémnu chudobu a podporovať rozvoj odolných, demokratických spoločností, ktoré sú schopné plne využiť svoj potenciál.⁷⁸ Na pôde ministerstva zahraničných vecí začalo dochádzať k transformácii po roku 2001 a teroristickom útoku, kedy si vláda uvedomila nutnosť viac sa angažovať aj v digitálnom svete a komunikovať so zahraničným publikom. Na základe obáv o upadajúcu reputáciu USA dochádza k zmenám v organizačných štruktúrach nielen Úradu pre management informačných zdrojov (*Bureau of Information Resource Management*), kde vzniká v roku 2001 špeciálna pracovná skupina, ktorá sa neskôr transformuje v Úrad eDiplomacie.⁷⁹ V roku 2001 vzniká aj Kancelária pre medzinárodné informačné programy (*Bureau for International Information Programs, IIP*).⁸⁰ Táto kancelária na počiatku svojej existencie zakladá tím DOT (*Digital Outreach*

⁷⁵ BASHIR, Farasha. *What to do with the Muslim problem? A critical analysis of the public diplomacy efforts employed by Presidents Bush and Obama to engage the Muslim population* [online]. 2013 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: https://www.academia.edu/8031650/What_to_do_with_the_Muslim_problem_A_critical_analysis_of_the_public_diplomacy_efforts_employed_by_Presidents_Bush_and_Obama_to_engage_the_Muslim_population

⁷⁶ NYE, Joseph S. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science: Public Diplomacy in a Changing World* [online]. 2008 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www.jstor.org/stable/25097996?seq=1#findn-page_thumbnails_tab_contents

⁷⁷ ABBASOV, A., *Embedding Information and Communication Technologies in the Department of Foreign Affairs and Trade*, s. 14.

⁷⁸ USAID: *Who We Are* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.usaid.gov/who-we-are>

⁷⁹ U.S. Department of State: *Diplomacy in Action. Bureau of Information Resource Management* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/m/irm/index.htm>

⁸⁰ U.S. Department of State: *Diplomacy in Action. Bureau of International Information Programs* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/r/iip/>

Team), ktorý pozostával z desiatich zamestnancov vybavených arabskými, perzskými a urdskými jazykovými schopnosťami. Ide o malú skupinku *bloggerov*, ktorá komunikuje prostredníctvom sociálnych médií s publikom v zemiach, ktoré používajú tieto jazyky. Zasluhou DOTu je spustenie neanglických účtov na *Twitteri* v roku 2011 – v arabčine, perzštine, ruštine, francúzštine, španielčine a hindčine. DOT sa tak stará o zlepšenie a pestovanie dobrých vzťahov so zahraničím a prostredníctvom internetového monitoringu predvída a predchádza teroristickým hrozbám. Tím DOT patrí do Centra pre strategickú protiteroristickú komunikáciu (*The Center for Strategic Counterterrorism Communications, CSCC*). Centrum vzniklo v roku 2011 a jeho úlohou je koordinovať a šíriť informácie, resp. vysvetľovať vládne protiteroristické iniciatívy a iniciatívy namierené proti násilnému extrémizmu – predovšetkým proti Al-Kájde, jej dcérskym spoločnostiam a jej prívržencom. Centrum vzniklo na základe súčinnej iniciatívy prezidenta Obamy a ministerkine ZV Hillary Clintonovej.⁸¹

V rámci politiky USA možno presne vymedziť 3 sféry, v ktorých dochádza k najintenzívnejšiemu využívaniu eDiplomacie – **verejná diplomacia, sloboda na internete a znalostný management**. Americké MZV v súčasnosti zamestnáva v oblasti eDiplomacie cez 150 pracovníkov na plný úväzok a viac než 900 pracovníkov pracuje s eDiplomaciou na amerických veľvyslanectvách a misiách v zahraničí.⁸²

2.1.1 VEREJNÁ DIPLOMACIA

V rámci verejnej diplomacie je k úspechu jednotlivých aktivít vhodné nasledovať 7 pravidiel verejnej diplomacie, ktoré sformuloval Nicholas Cull na základe poučení z histórie nasledovne:⁸³

1. verejná diplomacia začína s počúvaním,
2. verejná diplomacia musí byť spojená s politikou, musí byť v súlade s politikou,
3. verejná diplomacia nie je určená pre domáce publikum,
4. efektívna verejná diplomacia vyžaduje dôveryhodnosť a kredibilitu,
5. ale niekedy najdôveryhodnejší hlas verejnej diplomacie nie je ten vlastný,

⁸¹ U.S. Department of State: *Diplomacy in Action. Center for Strategic Counterterrorism Communications* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/t/csc/index.htm>

⁸² SANDRE, A., *Twitter for Diplomats*, s. 13.

⁸³ CULL, Nicholas J. *Public diplomacy: Seven lessons for its future from its past* [online]. [cit. 2016-04-20]. DOI: 10.1057/pb.2010.4. ISBN 10.1057/pb.2010.4. Dostupné z: <http://www.palgrave-journals.com/doi/10.1057/pb.2010.4>

6. verejná diplomacia nie je vždy „o Tebe“,
7. verejná diplomacia sa týka každého.

Hoci nová éra verejnej diplomacie poskytuje nové možnosti, história verejnej diplomacie ostáva stále dôležitá. Podľa Culla sú tieto historické poučenia v ére komunikačných technológií ešte relevantnejšie než kedykoľvek predtým.⁸⁴

Američania značne využívajú sociálne platformy – až 72% dospelých internetových užívateľov používa *Facebook* a 23% dospelých internetových užívateľov používa *Twitter*.⁸⁵ Štátny department si tieto fakty uvedomuje, a preto má širokú sieť na týchto digitálnych platformách.

Americkí veľvyslanci sú oprávnení k používaniu *Twitteru* a *Facebooku*, a to predovšetkým v snahe obhajovať zahraničnú politiku USA a následne ju obecnstvu sociálnych sietí vysvetľovať. Pre mnohé ministerstvá sú už v súčasnosti dostupné pravidlá k používaniu sociálnych sietí, ktoré nabádajú zamestnancov digitálne platformy používať a detailne popisujú, ako na nich prispievať.⁸⁶ Štátny department v súčasnosti disponuje so 288 stránkami na *Facebooku*, so 125 kanálmi na *YouTube* a 196 účtami na *Twitteri*, kde reaguje príspevkami v deviatich jazykoch.⁸⁷

⁸⁴ CULL, Nicholas J., *Public diplomacy: Seven lessons for its future from its past*.

⁸⁵ DUGGAN, Maeve. *The Demographics of Social Media Users* [online]. 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.pewinternet.org/2015/08/19/the-demographics-of-social-media-users/>

⁸⁶ napr. pre ministerstvo vnútra USA: <https://www.doi.gov/notices/Social-Media-Policy>
pre ministerstvo zahraničných vecí USA: <http://www.state.gov/documents/organization/144186.pdf>

⁸⁷ BABST, Stefanie. *Security policies 2.0. – can Facebook, Twitter & co make an impact?* [online]. 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www.nato.int/cps/en/natohq/news_82269.htm

Tabuľka 1: 15 stránok na Facebooku amerického MZV s najväčším počtom fanúšikov, poloha ich administratívy a presný počet fanúšikov k 9. augustu 2012

Top 15 State Department Facebook Pages by Fans (as of August 9, 2012)		
Administrative Location	Name	Fans
Washington DC	Global conversations: our planet	2,004,503
Washington DC	Democracy Challenge	1,934,249
Washington DC	Innovation Generation	1,895,951
Washington DC	eJournal USA	1,889,189
Jakarta, Indonesia	U.S. Embassy Jakarta	507,057
Islamabad, Pakistan	U.S. Embassy Pakistan	455,513
Cairo, Egypt	U.S. Embassy Cairo	328,511
Washington DC	Vision of America	252,448
Dhaka, Bangladesh	U.S. Embassy Dhaka	226,417
Washington DC	Iniciativa Empreende	217,613
Washington DC	U.S. Department of State	147,576
Lahore, Pakistan	U.S. Consulate General Lahore	129,431
Washington DC	America.gov (Russian)	124,243
Buenos Aires, Argentina	Embajada de Estados Unidos en Argentina	101,417
Santo Domingo, Dominican Republic	Embajada USA, Santo Domingo	100,934

Zdroj: HANSON, Fergus., *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 15.

Podľa štatistík Hansona malo USA k 9. augustu 2012 12 862 585 fanúšikov na *Facebooku*, 1 883 344 sledovateľov na *Twitteri* a 16 337 350 zhliadnutí videí a 26 900 odberateľov kanálov na *YouTube*.⁸⁸ Vláda vo Washingtone má kontrolu nad 8 z 15 najväčších *Facebook* stránok a nad 4 z 15 najsledovanejších *Twitter* účtov, čo deklaruje Tabuľka 1 a 2.⁸⁹

⁸⁸ HANSON, F., *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 14.

⁸⁹ Tiež tam

Tabuľka 2: Najviac sledované účty MZV na Twitteri v auguste 2012, lokalita ich administratívy a počet sledovateľov

Top 15 State Department Twitter Accounts by Followers (as of August 9, 2012)		
Administrative location	Twitter account	Followers
Washington DC, United States	Alec Ross	376,365
Washington DC, United States	State Department	312,317
Washington DC, United States	Travel - State Dept	240,013
New York City, United States	Ambassador Rice	172,291
Tokyo, Japan	Ambassador Roos	54,349
Jakarta, Indonesia	U.S. Embassy Jakarta	53,022
Beijing, China	U.S. Embassy Beijing	48,202
Bangkok, Thailand	U.S. Embassy Bangkok	42,544
Bogota, Colombia	U.S. Embassy Bogota	36,175
Jakarta, Indonesia	@america	34,175
Bangkok, Thailand	Ambassador Kristie Kenney	32,727
Washington DC, United States	USA bilAraby	31,289
Moscow, Russia	Michael McFaul	31,049
Caracas, Venezuela	U.S. Embassy Caracas	24,410
Manila, Philippines	U.S. Embassy Manila	27,689

Zdroj: HANSON, Fergus., *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 16.

(Tieto údaje však neberú v úvahu iné sociálne a digitálne iniciatívy amerických veľvyslanectiev.)

Sociálne platformy sú využívané podľa Hansona k plneniu 6 úloh:⁹⁰

1. Oficiálne hlásenia
2. Hybridná verejná diplomacia
3. Konzulárne záležitosti
4. Diplo-média
5. Rozširovanie a zadržovanie sietí
6. Flexibilita

⁹⁰ HANSON, F., *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 17.

Oficiálne hlásenia

Sociálne média sú najvhodnejšou alternatívou pre MZV, ako s okolitým zvedavým svetom zdieľať oficiálne názory. Umožňujú vláde vypustiť do éteru svoje stanoviská bez nutnosti zvolávať konferencie, či tlačovky, teda bez zbytočných dodatočných nákladov. Okrem toho má vláda niekoľko možností, ako sa k udalosti vyjadriť – cez príspevok na *Facebook*, cez *tweet*, pridaním videa na *YouTube* alebo článkom na blogu.

Hybridná verejná diplomacia

Hoci existujú spoločné pravidlá pre vystupovanie na sociálnych sieťach, jednotliví aktéri zastupujúci MZV prispievajú rozličným štýlom. Takisto závisí od konkrétnej inštitúcie, niektoré sa zameriavajú na priamočiare a jednosmerné komunikovanie informácií, iné inštitúty dávajú prednosť väčšej interakcii s publikom. A zatiaľ čo niektoré inštitúty slepo nasledujú pravidlá pre používanie sociálnych sietí, niektoré sa zaoberajú aj inými záležitosťami než stanovuje oficiálna agenda, a to z toho dôvodu, aby ich príspevky na sociálnych sieťach neboli nudné, vážne, seriózne. Snažia sa tým vylúčiť možnosť, že by ich vystupovanie na digitálnych platformách pripomínalo tradičnú diplomáciu a jednosmerné plynutie oficiálnych informácií bez načúvania publika, čo už patrí len do minulého storočia.

Konzulárne záležitosti

V tejto oblasti sú sociálne platformy využívané predovšetkým na poskytovanie informácií pre amerických občanov, ktorí smerujú do zahraničia alebo v prípade riešenia krízovej situácie. Práve sociálne siete konzulátom šetria nielen náklady – informácie sú poskytované na internete zadarmo, nie v tlačenej podobe a aj čas – ešte predtým než daný občan pred odcestovaním navštívi inštitút so žiadosťou o víza, na stránke alebo *Facebooku* alebo prostredníctvom e-mailu si dohľadá potrebné informácie, a tým sa celý proces skráti. Sociálne siete sú dnes považované za najlepší spôsob, ako komunikovať s postihnutými ľuďmi v čase krízy. V tomto vyniká predovšetkým *Twitter*, umožňuje šíriť informácie v kritickej situácii okamžite.⁹¹

Takýmto projektom bol aj nápad *Ushahidi* (www.ushahidi.com), ktorý vznikol počas povolebných násilností v Keni v roku 2008. Ide vlastne o webovú stránku, ktorá zbiera informácie z *Twitteru*, z webu, z mobilov a z e-mailov a na ich základe vytvára a aktualizuje

⁹¹ DALE, H. C., *Public Diplomacy 2.0: Where the U.S. Government Meets "New Media"*, s. 9.

digitálnu mapu s presným popisom, kde dochádza ku konfliktu alebo ku katastrofe. Vďaka tomu je dnes možné pomôcť miestnym s najpotrebnejším a poskytnúť zdravotnícku a humanitárnu pomoc rýchlejšie.⁹²

Diplo-média

Diplo-média sú novou kategóriou médií, ktoré vznikajú práve na sociálnych sieťach. Ide o pretvorenie pôvodných (neoriginálnych, jednosmerných, dlhých, oficiálnych a nudných) médií do podoby, vďaka ktorej zaujme široké publikum. Hanson definuje tento nový typ médií prostredníctvom 3 prvkov:⁹³

1. obsahovo sa snažia dosiahnuť národné záujmy,
2. snažia sa o úpravu médií, ktorou eliminujú či minimalizujú spojitosť s americkou vládou alebo MZV,
3. prinášajú zábavný obsah, ktorý sa snaží zapojiť publikum.

Ako príklad môže poslúžiť krátke video Johna Kerryho, v ktorom nabáda svojich sledovateľov na *Twitteri*, aby mu posielali otázky do debaty ohľadom jeho cesty do Afriky.⁹⁴

Rozširovanie sietí a udržiavanie kontaktov

Je v záujme každého diplomata si svoju sieť (kontaktov, fanúšikov, sledovateľov) udržiavať a rozširovať. Táto sieť totižto predstavuje pre diplomata sféru, v ktorej v čase potreby môže hľadať potrebného experta alebo nové idey, nápady. Poprípade môže čerpať rôzne druhy postojov, keďže jeho sledovateľská základňa je široká a rôzna. Práve sociálne siete sú možnosťou, ako sa o svoju sieť starať – rozširovať ju (napr. mnoho diplomatov počas svojich príhovorov spomenie svoje *Twitter* a *Facebook* účty) alebo ju udržiavať – oslovovať fanúšikov na internete, pýtať sa na ich názory, vytvárať vzťah na základe interakcie atď.

Flexibilita

Flexibilita štátu znamená čo najlepšie prispôsobenie sa novému prostrediu pretvorenému digitalizáciou. Jednou z najväčších hrozieb súčasnosti je práve vyššie spomenuté zničenie národnej reputácie. V čase sociálnych médií nie je možné toto riziko eliminovať, je však

⁹² SANDRE, A., *Twitter for Diplomats*, s. 50.

⁹³ HANSON, F. *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 18.

⁹⁴ KERRY, John. [“Hosting @Twitter chat in 1.5 hours on my trip to #Africa - send me your Q's using #YALICHAT“]. In: *Twitter* [online]. 9. máj, 2014. [vid. 2016-03-26]. Dostupné z: <https://vine.co/v/MgWrtAVbxl0>

potrebné sa naňho pripraviť a práve USA má v tomto smeru prepracovanú stratégiu, ktorá spočíva v 3 bodoch:⁹⁵

1. Monitoring

Výbor pre verejné záležitosti a jeho Jednotka rýchlej reakcie (*Rapid Response Unit*) analyzuje reakcie v angličtine, arabčine, čínštine a španielčine na sociálnych médiách k posledným udalostiam a identifikuje tie, ktoré majú potenciál ohroziť americké národné záujmy. Táto pobočka pôvodne vznikla, aby bojovala voči medzinárodnému spravodajstvu ohľadom USA v moslimskom svete a na Blízkom východe, ktoré sa nezhodujú s hodnotami a myšlienkami, ktoré sa (v tom čase) Bushova administratíva snažila exportovať.

2. Identifikácia vplyvných internetových osobností

Vďaka monitoringu je možné identifikovať online prispievateľov, ktorí opakovane vedú diskusie v istých oblastiach. Diplomati tak presne vedia koho ohľadom danej témy osloviť.

3. Priama komunikácia a interakcia s masovým publikom

Americká vláda má dnes dosah k 15 miliónom ľudí na *Facebooku* a *Twitteri* a tento počet bude ešte dynamicky narastať.

Výsledne tieto tri prvky spoločne umožňujú americkej vláde, aby pre národný záujem nebezpečné diskusie zaznamenala a okamžite reagovala zverejnením svojho alternatívneho pohľadu na internet. Súčasne je potrebné oslovovať kľúčové vplyvné internetové osobnosti, vysvetliť im svoje postupy a poskytnúť dostatočné argumenty, a tým ich dostať na svoju stranu. Týmto postupom sa zabezpečí export oficiálneho pohľadu na danú záležitosť cez sprostredkovateľa, tým pádom to nemá tak vnucujúci a násilný charakter.

2.1.2 SLOBODA NA INTERNETE

Sloboda na internete nebola donedávna súčasťou zahraničnej politiky. Dnes je sloboda na internete prioritou americkej zahraničnej politiky a Štátny department si dáva za úlohu, zabezpečiť každému jedincovi na svete prístup k internetovému pripojeniu, aby sa tak mohol

⁹⁵ HANSON, F., *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 20.

rozvíjať, učiť, formovať a vyjadriť sa, vymedziť sa voči druhým. Kľúčovými osobami politického boja za slobodu na internete sú John Kerry a Hillary Clintonová, ktorí hlásali v počiatočnom tomto politického spektra dlhodobú otvorenosť internetu a vyžadovali ľudské práva aj na internete.⁹⁶

Práve Hillary Clintonová bola prvá, ktorá použila slovné spojenie „sloboda na internete“, a to počas jej prejavu v roku 2009. Dnešnú formu politiky slobody na internete dala aj svojimi ďalšími prejavmi.⁹⁷ Spojené štáty americké apelujú na ostatné demokratické štáty, aby sa k nim pripojili v boji za otvorenosť a slobodu na internete. USA vníma ľudské práva online rovnako, ako ich vníma vo fyzickom svete. Podľa Clintonovej je sloboda internetu základným ľudským právom.⁹⁸

Americká politika slobody internetu je založená na boji proti cenzúre a kontrole internetu – aj keď pre samotné USA je to výzvou. Napätie v tejto politike spočíva v dvojitých štandardoch – na jednej strane USA odsudzuje kybernetické útoky, kvôli takýmto incidentom dochádza aj k zhoršeniu vzájomných vzťahov napr. s Čínou a s Ruskom, ktoré sú zo strany USA opakovane obviňované z kybernetickej špionáže a krádeže a na druhej strane USA samé podniká podobné útoky – v prípade Iránu a nukleárneho programu. USA argumentovalo, že nešlo o útok zameraný na radových občanov, ale konkrétne na počítače používané v iránskych nukleárnych zariadeniach.⁹⁹ To, že USA nie je schopné chovať sa podľa vzorcov, ktoré verejne hlása a podporuje, podkopáva jeho snahu o vytvorenie medzinárodnej normy proti kybernetickým útokom. Ďalším problémom politiky slobodného prístupu k internetu je fakt, že americké spoločnosti predávajú systémy a softwary digitálneho dohľadu represívnym režimom, ktoré vďaka nim porušujú ľudské práva. Opakované analýzy ukazujú, že americké firmy predávajú dohľadové mechanizmy Číne,

⁹⁶ Internet Freedom. In: *U.S. Department of State: Diplomacy in Action* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/e/eb/cip/netfreedom/index.htm>

⁹⁷ Politiku slobody na internete zdokonalila predovšetkým svojím prejavom z februára 2011: Internet Rights & Wrongs: Choices and Challenges in a Network World <http://www.americanrhetoric.com/speeches/hillaryclintoninternetpolicyspeechgw.htm>

⁹⁸ CLINTON, H. Internet Freedom. [prednáška]. Zverejnené Dec 8, 2011 [vid. 2016-03-21]. Dostupné z: <http://www.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2011/12/178511.htm>

⁹⁹ BEAUMONT, Peter a Nick HOPKINS. *US was 'key player in cyber-attacks on Iran's nuclear programme'*. In: *The Guardian* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/world/2012/jun/01/obama-sped-up-cyberattack-iran>

hoci vedia, že Čína ich využíva k posilneniu cenzúry, k zbieraniu údajov a zastrašovaní občanov.¹⁰⁰

Sloboda na internete sa dostala do povedomia predovšetkým počas Arabskej jari, kedy mnoho štátov MENY, ale aj západného sveta prehodnotilo svoje stratégie v tejto sfére. Komparatívna analýza, ktorá vznikla na pôde *University of Washington*, dokazuje, že nielen autoritárske režimy, ale aj demokratické štáty zablokujú sociálne médiá, ak majú pocit, že došlo k ohrozeniu národnej bezpečnosti, k ohrozeniu vlády či iných autorít alebo k ohrozeniu náboženských a morálnych zásad. Autoritárske režimy sa však ešte snažia zabrániť v prístupe k internetovému obsahu, ktorý považujú za propagandu (západných hodnôt a kultúry).¹⁰¹ Mnoho z krajín MENY plánovalo už pred rokom 2011 významné cenzúry internetu – napr. Egypt a Tunisko. Opatrenia počas prebiehajúcich protestov v rokoch 2010 a 2011 boli značne zúfalé – napr. v Tunisku vláda *hackla* stránky a blogy jedincov, ktorí sa aktívne podieľali na protestných akciách. Vládni úradníci dokonca kradli prístupové heslá k *Facebookovým* účtom týchto jedincov, mazali príspevky, ktoré boli nimi napísané a na sociálnej sieti ďalej kontrolovali priateľov a kontakty protestantských lídrov.¹⁰² Najrazantnejším vládnym zásahom do komunikačných sietí počas Arabskej jari bolo vypnutie internetu egyptskou vládou na niekoľko dní. Súčasne došlo aj k vypnutiu mobilných sietí v Káhire. Líbya odpovedala na Arabskú jar obdobne – takisto vypla internet, ale nie tak razantne a úplne ako v Egypte. Väčšina internetu bola neprístupná, avšak vládne stránky a zopár kľúčových portálov fungovalo naďalej. V Sýrii sa vláda rozhodla ešte viac sprísniť cenzúru internetu a nainštalovať nový kontrolný mechanizmus.¹⁰³ Krajiny, ktoré postihli tieto „facebookové revolúcie“, dnes silno investujú do monitorovacieho softwaru a do monitorovacích zariadení.

Naopak USA každoročne investuje cez 100 miliónov USD do inovatívnych programov podporujúcich slobodu na internete. Najväčšia časť z finančných prostriedkov (25 miliónov USD) putuje na boj proti cenzúre, na zabezpečenie komunikačnej technológie

¹⁰⁰ O'BRIEN, Danny. *Seven "Corporations of Interest" in Selling Surveillance Tools to China*. In: *Electronic Frontier Foundation* [online]. 2010 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.eff.org/deeplinks/2010/01/selling-china-surveillance>

¹⁰¹ HOWARD, Philip N., Sheetal D. AGARWAL a Muzammil M. HUSSAIN. *When Do States Disconnect Their Digital Networks? Regime Responses to the Political Uses of Social Media* [online]. 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1907191

¹⁰² RAGAN, Steve. *Tunisian government harvesting usernames and passwords* [online]. 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.thetechherald.com/articles/Tunisian-government-harvesting-usernames-and-passwords/12429/>

¹⁰³ WAGNER, Ben. *AFTER THE ARAB SPRING: NEW PATHS FOR HUMAN RIGHTS AND THE INTERNET IN EUROPEAN FOREIGN POLICY*. In: *Www.europarl.eu* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2012/457102/EXPO-DROI_NT\(2012\)457102_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2012/457102/EXPO-DROI_NT(2012)457102_EN.pdf).

a poskytovanie digitálnych bezpečnostných výcvikov a na politické a výskumné programy pre ľudí bez slobodného prístupu k internetu.¹⁰⁴

Mnoho z programov a iniciatív na sprístupnenie internetu v utláčaných národoch, a ktoré financuje štát, je vyvíjaných potajme, ale medzi najznámejšie z nich patria podľa Hanson tieto:¹⁰⁵

1. The Commotion Project – tzv. Internet v kufri

Ide o projekt, ktorý vytvoril mobilnú sieť prenášanú v kufri. Pre aktivistov to znamená, že aj po tom, čo vláda odpojí internet, tak sú naďalej schopní komunikovať so svetom. Tento projekt vznikol ako odpoveď na udalosť Arabskej jari, kedy došlo vo viacerých krajinách k vypnutiu internetu v snahe zastaviť šírenie revolučných tendencií.

2. Tiesňové tlačidlo „In The Clear“

Ide o aplikáciu, ktorá jediným stlačením vymaže všetky kontakty a správy v telefóne, v prípade, že dôjde k zatknutiu aktivistu. Dodatočne, telefón po stlačení posiela správu kontaktom v telefóne, že došlo k zatknutiu.

3. Kampaň „obchádzania“¹⁰⁶

Jedna z týchto kampaní prebehla v 12 autoritárskych krajinách – Bahrajn, Mjanmarsko, Čína, Egypt, Etiópia, Irán, Sýria, Tunisko, Turkmenistan, Uzbekistan, Vietnam a Jemen. Kampaň trvala niekoľko mesiacov až rok a spočívala v umiestnení reklám na *Google*, *Facebook* a na lokálne sociálne platformy. V praxi to znamenalo, že ak užívateľ hľadal cez *Google* stránku, ktorá bola zablokovaná, nedostal len ako obvykle okno s nápisom, že stránka je nedostupná alebo zablokovaná, ale *Google* mu aj ponúkol cestu, ako obísť vládny *firewall*.

Hanson ďalej vysvetľuje, že hoci ide o pozoruhodné projekty, množstvo z nich ostáva v tajnosti, a preto je nemožné hodnotiť ich prínos. Presadenie slobody na internete je zdĺhavý a náročný proces a hoci USA do politiky markantne investuje, Rusko, Čína a ostatné represívne režimy venujú omnoho viac prostriedkov, aby boj USA za slobodný internet sťažili.

¹⁰⁴ Internet Freedom. In: *U.S. Department of State: Diplomacy in Action* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/e/eb/cip/netfreedom/index.htm>

¹⁰⁵ HANSON, F., *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 27.

¹⁰⁶ z angl. Termínu „circumvention campaign“

2.1.3 ZNALOSTNÝ MANAŽMENT¹⁰⁷

Znalostný manažment je aplikáciou e-Diplomacie, ktorá rieši najväčšie organizačné výzvy ministerstiev zahraničných vecí, a ktoré sú problémami pre ministerstvá už storočia.¹⁰⁸

- snaží sa o šetrenie nákladov, a to tým, že eliminuje prípady, kedy dochádza k plytvaniu vzácných vedomostných zdrojov alebo k duplikácii vedomostných zdrojov,
- zabezpečuje ľahký a okamžitý prístup k databáze znalostí danej organizácie/spoločnosti ohľadom konkrétnej záležitosti alebo predmetu,
- podnecuje k prenosu poznatkov,
- redukuje stratu znalostí,
- identifikuje odborné strediská a hodnotné zdroje vedomostí,
- upovedomuje manažérov o tom, ktoré vedomostné zdroje daná spoločnosť má, kde ich nájsť a ako ich používať.

V súčasnosti je problémom nedostatočná motivácia MZV k prevedení svojich vedomostí do digitálnej formy. Je to predovšetkým preto, že pridanú hodnotu žiadneho nehmotného prvku(technológie a znalostí) nie je možné merať oddelene a nezávisle.¹⁰⁹ To znamená, že na pôde MZV nevidia prínos spojenia znalostí a technológie, pretože toto spojenie nemá priamy dopad na finančné výsledky. Aplikované na MZV, neexistencia akéhosi finančného ocenenia znalostí končí zlým manažérskym rozhodovaním a významnou finančnou stratou.¹¹⁰ Ak by napr. v rámci národnej siete MZV existovala databáza jazykových znalostí jednotlivých pracovníkov, mohlo by dochádzať k efektívnejšiemu priradovaniu diplomatov k misiám bez potreby, aby sa zle zvolený pracovník musel zúčastniť jazykového kurzu.

K ďalšiemu zlyhaniu MZV dochádza, keď sú diplomati predelení. Mnohokrát sú títo pracovníci premiestnení do úplne nesúvisiacej pracovnej pozície. Nielenže dochádza k strate znalostného okruhu danej osoby, ale MZV tým stráca všetky investície, ktoré vložilo do

¹⁰⁷ Takisto aj dnešné podniky majú snahu a zakomponovanie sociálnych softwarov do svojich štruktúr. Nachádzame sa tak v ére prerodu stávajúcich obchodných spoločností na tzv. Enterprise 2.0. Enterprise 2.0 vlastne kopíruje nástroje, ktoré využívajú e-Diplomatické úrady.

¹⁰⁸ HANSON, F., Baked In and Wired: eDiplomacy@State, s. 30.

¹⁰⁹ KAPLAN, Robert S. a David P. NORTON. *Strategy maps: converting intangible assets into tangible outcomes*. Boston: Harvard Business School Press, c2004. ISBN 15-913-9134-2, s. 29.

¹¹⁰ KURBALIJA, Jovan. *Knowledge management and diplomacy* [online]. 2002 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.diplomacy.edu/resources/general/knowledge-management-and-diplomacy>

diplomata a budovania jeho schopností na danej pracovnej pozícii a v danej krajine - ekonomicky vyjadrené v jeho plate, jazykovom kurze, ubytovaní, náklady na prevádzku veľvyslanectva, cestovné náklady atď.¹¹¹ Preradený diplomat okrem toho väčšinou úplne stráca akékoľvek spojenie s predošlou prácou, a preto nie je schopný svojmu nástupcovi pomôcť, a tým pádom skrátiť jeho proces asimilácie.

Ďalším zdrojom chaosu na MZV je chýbajúca organizácia „majetku“. Ten „majetok“ má MZV v hlavách svojich pracovníkov a v miliónoch dokumentov, ktoré napísali a vytvorili, a ktoré existujú v rozličných podobách – e-maily, telegramy, Word dokumenty, blogy, intranety, príspevky na *Wikipedii* atď. V súčasnosti neexistuje pre väčšinu MZV žiaden ekvivalent *Googlu*, ktorý by umožnil diplomatovi rýchlo hľadať medzi všetkou existujúcou písomnou dokumentáciou.¹¹²

Na pôde amerického MZV sa znalostným managementom zaoberá *Úrad pre eDiplomaciu* (*Office of eDiplomacy*), ktorý vznikol v roku 2002 ešte pod názvom Pracovná skupina pre eDiplomaciu (*Task Force on eDiplomacy*).¹¹³ Jednalo sa o prvý eDiplomatický úrad na svete.¹¹⁴ Misiou úradu je vylepšiť diplomaciu pomocou systému zdieľania vedomostí, prvotriedneho IT poradenstva a poskytovať návod, ako skĺbiť diplomaciu a technológiu.¹¹⁵ Úrad pozostáva z troch zložiek: Oddelenie pre inovácie v diplomacii (*the Diplomatic Innovation Division*), Oddelenie pre vedenie vedomostí (*the Knowledge Leadership Division*) a Oddelenie pre vzťahy so zákazníkmi (*Customer Liaison Division*). V súčasnosti sa úrad eDiplomacie stará o znalostný manažment prostredníctvom niekoľkých platforiem, ktoré vytvoril.¹¹⁶

- *Communities@State* – táto iniciatíva podporuje personál Štátneho departmentu k vytváraniu online komúnít, kde zverejňujú rôzne informácie nezávisle od obsahu, podnecujú diskusiu a združujú sa s ostatnými. Iniciatíva tým podporuje komunikáciu skrz oddeleniami a nezávisle na geografických obmedzeniach.

¹¹¹ KURBALIJA, Jovan., *Knowledge management and diplomacy*.

¹¹² HANSON, F., *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 31-32.

¹¹³ U.S. Department of State: Diplomacy in Action. *IRM's Office of eDiplomacy* [online].

¹¹⁴ HANSON, F., *Baked In and Wired: eDiplomacy@State*, s. 32.

¹¹⁵ U.S. Department of State: Diplomacy in Action. *IRM's Office of eDiplomacy* [online].

¹¹⁶ Tiež tam

- *Corridor* – ide o akýsi hybrid medzi *LinkedIn*¹¹⁷ a *Facebookom*, ktorý umožňuje pracovníkom MZV zverejňovať informácie o svojich profesijných úspechoch a odborných znalostiach, skúmať znalosti a úspechy svojich kolegov po celom svete, vytvárať skupiny, komunikovať a spolupracovať na základe zdieľaných profesionálnych a osobných záujmov.
- *Current* – ide o nástroj, ktorý zbiera informácie z vnútorných a vonkajších zdrojov MZV a ukladá ich na jednu webovú stránku. Je úzko prepojený s ostatnými programami znalostného manažmentu.
- *Diplopedia* – ide o diplomatickú encyklopédiu patriacu americkému Štátnemu departmentu, pripomínajúcu *Wikipedi*u.
- *Enterprise Search* – vyhľadávajúci systém Štátneho departmentu, ktorý vyhľadáva medzi miliónmi predmetov na štátnych webových stránkach a v štátnych databázach.
- *The Innovation Fund* – ide o fond založený v roku 2011, ktorého finančné prostriedky majú byť použité na projekty modernizujúce IT systémy a postupy v rámci Štátneho departmentu.
- *The Virtual Student Foreign Service* – ide o program MZV, ktorý vznikol v snahe sprístupniť nové digitálne spôsoby diplomatickej angažovanosti mladým študentom. Služba im umožňuje zapojiť sa do práce v domáciach kanceláriách MZV a v zámorských diplomatických misiách prostredníctvom deväťmesačnej virtuálnej stáže.
- *The Virtual Fellows Program* – program, ktorý sa snaží využívať skúsenosti a znalosti tých amerických pracovníkov, ktorí vykonávajú svoju prácu *pro bono*. K spolupráci dochádza virtuálne, to znamená, že títo tzv. „*fellows*“ sa nemusia fyzicky presúvať, aby bola kolaborácia možná. *Fellows* sú väčšinou poradcovia, konzultanti, analytici a vedci, ktorí pracujú pre americké MZV v ich národných úradoch alebo v zahraničných misiách. *Fellows* sa môžu stať po vzájomnej dohode a zároveň po podpísaní zmluvy, ktorej podmienkou je minimálne päťročná prax. V skratke, títo pracovníci slúžia ako neplatení poradcovia.

¹¹⁷ LinkedIn je obchodne-orientovaná internetová sociálna sieť

- *Tech@State* – ide o stretnutia konajúce sa každý štvrtýrok, ktoré majú za cieľ dať dohromady vládu, inovátorov, vládny personál a ostatných, aby spoločne pracovali na zlepšení vzdelania, zdravia a blahobytu svetovej populácie. Dosiahnuť ciele americkej zahraničnej politiky a rozvojových cieľov je možné len prostredníctvom technológie a spoluprácou vo fyzickom a virtuálnom svete.¹¹⁸
- *Civil Society 2.0* – ide o iniciatívu, ktorá je určená pre pomoc nevládnym organizáciám a organizáciám občanov s používaním nových digitálnych nástrojov a technológií, aby ich práca mala v konečnom dôsledku väčší dosah a prínos. Štátny department tak organizuje v jednotlivých regiónoch dvojdnové stretnutia, tzv. tech-kempy(*TechCamps*), kde sa stretávajú technici a predstavitelia rôznych občianskych združení a spoločne hľadajú nízko-nákladové a ľahko presaditeľné riešenia pre konkrétne technologické problémy.¹¹⁹

Okrem týchto oficiálnych iniciatív sa snaží MZV zlepšiť interný manažment znalostí aj prostredníctvom jednoduchých krokov – nabáda k pripájaniu digitálnych *tagov*¹²⁰ ku všetkým dokumentom, aby bolo následne ľahšie medzi nimi hľadať konkrétne. Takisto sa snaží o vytvorenie vedomostných centier, ktoré združujú expertov na konkrétnu oblasť (z vnútorných radov MZV), a ktorých bude vďaka tomu možné ľahšie osloviť.

Hoci sa Štátny department venuje znalostnému manažmentu už takmer dekádu a pol, ide stále o relatívne nový koncept. Hoci americké MZV si plne uvedomuje prínos prepracovaného znalostného managementu (čo demonštruje výčet platforiem a investície do nich), existuje riziko, že pokrok dosiahnutý v tomto smere bude zastavený s nástupom menej pro-inovatívneho ministra zahraničných vecí. Americký Úrad eDiplomacie je vďaka svojej pokrokovosti inšpiráciou pre mnoho súkromných spoločností, ale aj svetových inštitúcií. Problémom, ktorý brzdí zdokonaľovanie znalostného managementu vo všeobecnosti, je skutočnosť, že v súčasnosti nie je možné merať prínos týchto a podobných produktov na procesy v rámci oddelenia. Ďalšou slabinou je fakt, že úspech jednotlivých platforiem závisí aj od počtu aktívnych užívateľov.

¹¹⁸ *U.S. Department of State: Diplomacy in Action: Tech@State* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/statecraft/tech/index.htm>

¹¹⁹ *U.S. Department of State: Diplomacy In Action: Civil Society 2.0* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/statecraft/cs20/index.htm>

¹²⁰ Ide o akýsi „štítok“ alebo „nálepku“ či „heslo“, môže sa jednať o jedno slovo alebo slovné spojenie, ktoré vystihuje obsah daného dokumentu. K jednému dokumentu je väčšinou pripojených niekoľko takýchto tagov, ktoré sú vlastne kľúčovými pojmami a v skratke vystihujú o čo sa v danom dokumente jedná.

3. DIGITAL OUTREACH TEAM(tím DOT)

V posledných rokoch dochádza k mnohým inováciám americkej verejnej diplomacie, predovšetkým vo vzťahu k islamskému svetu. Tento nový model je interaktívny, dynamickejší ako ten predošlý, kedy do diskusie vstupuje aj vláda. Práve jedným zo skorších projektov bol tím *Digital Outreach Team*(DOT), ktorý vznikol v rámci iniciatívy USA Web 2.0.

DOT je špeciálna jednotka Ministerstva zahraničných vecí Spojených štátov amerických, ktorí sa venujú verejnej diplomacii, konkrétne kybernetickému boju proti terorizmu.¹²¹ Vznikla v roku 2006 s jasným poslaním: jej primárnou úlohou je ozrejmovat' a vysvetľovať zahraničnú politiku Spojených štátov amerických, a tým redukovať alebo úplne eliminovať vznik dezinformácií.¹²² V roku 2010 bol tím DOT začlenený do činností CSCC, čím sa jeho misiou stal boj proti terorizmu, so špecifickým zameraním na Al-Káidu. Na základe Národnej stratégie proti terorizmu(*National Strategy for Counterterrorism*) sú cieľom protiteroristického úsilia Jemen, Somálsko a Pakistan. Rozpočet tímu predstavuje každoročne 3 milióny USD, čo je polovica z celkového rozpočtu CSCC.¹²³ To, čo ho odlišuje od akejkoľvek inej iniciatívy centra je fakt, že tento tím sa má snažiť dostať do hláv Al-Káidy, a tak ju efektívne zničiť. Veľvyslanec Fernandez, koordinátor Protiteroristického strategického komunikačného centra, zhrňa prácu DOT v troch bodoch: napadnúť (kyber)priestor, presmerovať konverzáciu a zmiatť protivníka.¹²⁴

Tím kombinuje nástroje tradičnej verejnej diplomacie s novodobými, v snahe poraziť propagandu Al-Káidy a jej spojencov.¹²⁵ Al-Káida venuje zvýšenú pozornosť mediálnej sfére. Ešte v roku 2005 sa líder Al-Káidy Ayman al-Zawahiri na túto tému vyjadril slovami: „*Sme v boji a polovica tohto boja sa odohráva na mediálnom bojisku.*“¹²⁶ Je potrebné, aby CSCC odpovedalo na hrozbu Al-Káidy na všetkých frontoch, pretože ide o sofistikovaného

¹²¹ cybercounterterrorism

¹²² Institute for Strategic Dialogue. *Digital Outreach Team* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.counterextremism.org/resources/details/id/410/digital-outreach-team-dot>

¹²³ WAGNER, Vivian. *US Cybercounterterrorism Team Takes on al-Qaida* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www.technewsworld.com/story/75238.html?u=piju2111&p=ENNSS_35457bdd878b2e01411033d4003e7e59

¹²⁴ DOT: *Case Study Report* [online]. 2013 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: https://www.counterextremism.org/download_file/109/134/410/

¹²⁵ Tiež tam

¹²⁶ ENSOR, David. *Al Qaeda letter called 'chilling': Al-Zawahiri to al-Zarqawi: Prepare for U.S. to leave Iraq soon.* In: *CNN.com* [online]. 2005 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2005/WORLD/meast/10/11/alqaeda.letter/>

protivníka, ktorý efektívne využíva možnosti internetu.¹²⁷ Al-Káida už dnes nie je globálnou teroristickou organizáciou, ale globálnou mediálnou organizáciou, ktorá využíva terorizmus.¹²⁸ Al-Káida na internete verbuje nových členov, snaží sa získať si priazeň obyvateľov v zraniteľných regiónoch a šíri propagandu do celého sveta. Na internete je v súčasnosti už mnoho extrémistických propagandistických stránok, že sú už dnes označované za virtuálny kalifát v kyberpriestore.¹²⁹ Už mnohokrát sme boli svedkami prípadov, kedy Al-Káida bola schopná donútiť mladých moslimov konať, a to prostredníctvom chat miestností, blogov, sociálnych sietí atď. Stúpenci Al-Káidy sú väčšinou mladí ľudia, ktorých zaujíma technológia, tak ako väčšinu mládeže po celom svete. Práve vďaka iniciatívam ako DOT je Štátny department schopný spoznať sociálnu dynamiku Al-Káidy a starať sa tak o bezpečie Američanov.¹³⁰ DOT využíva príležitosti a poukazuje na krutosti, ktorých sa Al-Káida dopustila a na rozpory v jej „učení“.

Tím sa skladá z 20 zamestnancov = spisovateľov/analytikov, z toho 10 z nich ovláda arabský, 5 zamestnancov urdský a dvaja somálsky jazyk. Ich cieľom je uverejňovať na internete objektívne fakty a analýzy, ktoré sú protikladom k proti-americkým emocionálne naladeným argumentom a konšpiračným teóriám. Tím DOT dúfa, že ich práca donúti online čitateľov znovu sa zamyslieť a zmeniť názor na Spojené štáty americké. K naplneniu tejto funkcie tím používa všetky dostupné prostriedky – vystupuje na populárnych a tradičných spravodajských weboch, na sociálnych sieťach, píše články do blogov a disponuje účtami na webových platformách ako *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* a *Flickr*, prispieva do rôznych populárnych diskusných fór islamských krajín, kde sa vedú diskusie po arabsky, perzsky či urdsky. Všetky príspevky od tímu sú označením alebo podpisom spojené s MZV USA. Tím každodenne pracuje na týchto úlohách: na internete šíri množstvo audio-vizuálneho obsahu prostredníctvom *YouTube* (3 pracovníci tímu sú video producenti) a takisto šíri textový obsah, a to na spravodajských portáloch a komunikuje s internetovými užívateľmi prostredníctvom sociálnych sietí. Zároveň konfrontuje kritické vnímanie prítomnosti USA na Strednom východe, obhajuje a poukazuje na americké hodnoty ako multikultúrna

¹²⁷ Výnimkou je fakt, že Al-Káida nevlastní účet na Twitteri, na rozdiel od Al-Shabaabu, Hamas a Hezbollahu a Talibanu (ten má dokonca dva účty).

¹²⁸ THE STATE DEPARTMENT'S CENTER FOR STRATEGIC COUNTERTERRORISM COMMUNICATIONS: MISSION, OPERATIONS AND IMPACT: HEARING BEFORE THE SUBCOMMITTEE ON TERRORISM, NONPROLIFERATION, AND TRADE OF THE COMMITTEE ON FOREIGN AFFAIRS HOUSE OF REPRESENTATIVES [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z:

<http://archives.republicans.foreignaffairs.house.gov/112/75389.pdf>, s. 6.

¹²⁹ Tiež tam

¹³⁰ WAGNER, V., US Cybercounterterrorism Team Takes on al-Qaida [online].

spoločnosť a náboženská tolerancia, sľubuje stiahnutie Američanov z Iraku, podkopáva mýty a konšpiračné teórie týkajúce sa USA a vyjadruje podporu pre vytvorenie samostatného palestínskeho štátu.

Tím DOT je charakteristický tromi vlastnosťami:¹³¹

- tím je tvorený výlučne úradníkmi arabského, perzského alebo juho-ázijského pôvodu, ktorých rodnými jazykmi sú arabčina, perzština a urdčina,
- pri postovaní na internete členovia tímu stále uvádzajú svoje ozajstné mená a identifikujú samých seba ako členov tímu (ak je to možné, pri príspevkoch na stránkach používajú avatar DOT). To ich odlišuje od ostatných vládnych tímov, ktorí sa vydávajú za regulárnych *bloggerov* a komentátorov a používajú internet pre šírenie oficiálnych vládnych postojov alebo pre diskreditáciu vybraných protichodných názorov,¹³²
- členovia tímu uverejňujú príspevky o zahraničnej politike USA na populárnych diskusných fórach a sociálnych sieťach, nie na stránke vlády USA. Ich povinnosťou je aj individuálna odpoveď na príspevky konkrétnych používateľov.¹³³

Tím od počiatku svojej existencie až dodnes podnikol 17 000 samostatných akcií¹³⁴ a jedna z nich je predmetom prípadovej štúdie. Jedným z podnetov pre DOT bol historický prejav prezidenta Baracka Obamu v Káhire v júni 2009, v ktorom vyjadril nádej, že dôjde k zmene imidžu Spojených štátov amerických v arabskom a moslimskom svete.¹³⁵ V prejave vyzýva, aby časy vzájomného podozrievania a sporov skončili. Dôraz kladie na existenciu spoločných záujmov - princíp slobody a pokroku, tolerancie a dôstojnosti všetkých ľudských bytostí. Ďalej vysvetľuje, že civilizácia Spojených štátov amerických a islamská civilizácia sa navzájom nevylučujú, práve naopak - prekrývajú sa a mali by sa vzájomne rešpektovať.

¹³¹ DUTTON, W., KHATIB, L., THELWALL, M. *Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team* In: *The Middle East Journal* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://iis-db.stanford.edu/pubs/23842/MEJ_article.pdf

¹³² niektorí autori ako napríklad Morozov to však považujú za nevýhodu, pretože každý príspevok je podpísaný konkrétnym členom DOTu a pre koho pracuje, a preto sú menej uveriteľné ako napr. väčšina ruských a čínskych komentárov, ktoré sú nepodpísané

¹³³ kvôli tomuto individuálnemu prístupu a interakcie bol zvolený termín 'OUTREACH' do názvu tímu, ktorý znamená 'dosah'

¹³⁴ DOT: *Case Study Report* [online].

¹³⁵ The White House. *Remarks by the President on a New Beginning* (speech transcript) [online]. Jún 2009 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-cairo-university-6-04-09>

Preložený text reči a aj video s titulkami boli dostupné na *Facebooku*, *YouTube*, *MySpace* a na populárne ázijskej stránke *Orkut*. Biely dom začal verejnú diskusie ohľadom Obamovho prejavu na svojej *Facebookovej* stránke, kde mal v tom čase 20 miliónov arabských odoberateľov.¹³⁶ Bol to kľúčový moment v arabsko/moslimskom-americkom vzťahu, a takisto aj obrovskou príležitosťou pre zostavený tím.

3.1 PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA¹³⁷

Prípadová štúdia je založená na analýze 30 diskusných vláken na 19 webových stránkach, kde došlo k diskusii o Obamovej reči v Káhire medzi májom a decembrom toho istého roku. Stránky, na ktorých došlo k vzájomnej diskusii, boli rôzneho pôvodu: krajinné špecifické diskusné fóra(EGYPT: *egypt.com*, *egyptsons.com*; PALESTÍNA: *paldf.net*, KUVAJT: *nationalkuwait.com*, MAGHREB: *maghress.com*), panarabské diskusné fóra(*alsaha.com*, *maktoob.com*, *moheet.com*, *yabdoo.com*, *qwled.com*, *montada.com*), stránky s videami a obrázkami (*youtube.com*, *ikbis.com*, *flickr.com*), kde tím zverejnil videá a fotky prostredníctvom svojich účtov, ďalej stránka panarabských novín *Alsharq Alawsat* (*aawsat.com*³⁵); arabská stránka *the Arabic site of the international discussion forum of Global Voices* (*ar.globalvoicesonline.org*³⁶); online diskusné fórum ruskej verejnej diplomacie: arabská televízna stanica *Russia Today* (*forum.rt arabic.com*³⁷); diskusné fórum panarabskej televíznej stanice *Al-Jazeera* (*aljazeeratalk.net*³⁸) a *Maktoob blog* členov DOTu (*walidjawad.maktoob.com*).

Spolu išlo o 181 príspevkov(vo forme textov, videí a obrázkov) od členov DOTu a o 459 príspevkov od používateľov 30 diskusných fór medzi májom a decembrom roku 2009. Priemerná dĺžka diskusného vlákna o prejave v Káhire bola 20,65 postov. S 18 z 30 diskusných vláken začali členovia DOTu, zvyšné začali príspevkom od ostatných používateľov. Priemerná dĺžka doby odozvy(odpovede DOTu ostatným užívateľom) bola 2,77 dní. Sedem vláken začal DOT tím postovaním textu prejavu alebo jeho zhrnutia, poprípade videozáznamom prejavu, na ktoré reagovali užívatelia fóra avšak bez ďalšej reakcie DOTu. Tri diskusie začal tím DOT avšak nedostal žiadnu odozvu od ostatných užívateľov. V troch fórach začali diskutovať užívatelia portálu a jedinou reakciou DOTu bol

¹³⁶ DALE, H.C., *Public Diplomacy 2.0:: Where the U.S. Government Meets "New Media"*, s. 5.

¹³⁷ DUTTON, W., KHATIB, L., THELWALL, M. *Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team*, s. 457-459.

len príspevok odkazujúci na prejav. To znamená, že v takmer polovici diskusných vlákien (v 13 prípadoch z 30) bolo jediným zapojením DOTu do diskusie pridanie odkazu k Obamovej reči(jeho transkripcia, zhrnutie v textovej alebo video forme).

Ďalší dôležitý faktor je frekvencia zapojenia členov tímu do diskusie. V prípade postov, ktoré začali iní užívatelia, bola participácia DOTu minimálna. Pre porovnanie, na *Al-Saha* webe je 16 diskusií o Obamovom prejave, ale len 2 z nich majú príspevok od DOTu. Na *PALDS* webe má príspevok DOTu len 1 diskusné vlákno zo 49. Výnimkou je *aljazeeraatalk.net*, kde jedno vlákno z podnetu DOTu má 290 odpovedí, súčasťou ktorých sú aj siahodlhé odpovede od DOTu ako odpoveď na individuálne príspevky návštevníkov fóra.

V rámci prípadovej štúdie Duttona, Khatiba a Thelwalla bol použitý rozbor obsahu príspevkov - postoj, typ rétoriky a použitého tónu a aké témy sú konkrétne v rámci fór diskutované. Postoj bol definovaný ako pozitívny, negatívny alebo neutrálny. Rétorika bola rozdelená na emocionálnu, logickú(založenú na faktoch), náboženskú alebo poprípade ako kombináciu niektorých zmienených. Tón bol identifikovaný ako pohrdavý, popierajúci, akceptujúci, zosmiešňujúci, povýšenecký, podmanivý alebo mohol byť takisto kombináciou. Zistenia plynúce z analýzy obsahu fór boli následne prekonzultované s členmi DOTu v júli 2010.

3.2 ANALÝZA OBSAHU FÓR¹³⁸

TÉMY

Tím DOT pridáva podobné názory, vyjadrenia a podobne odpovedá diskusným užívateľom. Je však značný rozdiel medzi témami, o ktorých tím na fórach diskutuje, a medzi témami, o ktorých chcú arabskí užívatelia hovoriť.

Príspevky DOTu sa zhodujú predovšetkým v týchto konkrétnych bodoch: vnímanie USA na Strednom východe je značnou výzvou, USA podporuje vznik palestínskeho štátu, USA sa chce stiahnuť z Iraku, USA nie je vo vojne s moslimským svetom, USA je multikultúrne a nábožensky tolerantné, USA podporuje myšlienku, že islamskí extrémisti nemajú s islamom nič spoločné a ich idey nemajú nič spoločne s ideami moslimov, Obamov prejav je novým začiatkom pre americko-arabské vzťahy. DOT členovia nie sú špióni a zradcovia(ako sú

¹³⁸ DUTTON, W., KHATIB, L., THELWALL, M. *Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team*, s. 459-464.

mnohokrát nazvaní na fórach), ale štátni úradníci Spojených štátov. USA nepodporuje mýty a konšpiračné teórie, a preto sa DOT tím zameriava skôr na objektívne príspevky jednotlivých užívateľov, čiže ignoruje radikálne príspevky,

Príspevky užívateľov fór sa opakujú v týchto výrokoch: DOT členovia sú otroci a zradcovia s minimom kredibility, užívatelia pridávajú do fór fotky mŕtvych a zranených amerických vojakov a detí, spochybňujú ZP USA odkazovaním sa na Irak a Palestínu, pridávajú sarkastické fotky Obamu, fotky Bin Ládina a iných členov Al-Káidy, pridávajú odkaz na reč Obamy, kde nazýva HAMAS teroristickou organizáciou, citujú verše z Koránu, vyhrážajú sa deštrukciou USA a píšú rôzne konšpiračné teórie.

Dodatočných 40% diskutovaných tém však nie je možné zadeliť medzi tieto dominantné smery. To len dokazuje, že vedené diskusie boli rôznorodé.

RÉTORIKA

Väčšina postov DOTu spadá pod logickú rétoriku - 93,92%. Len 5,5% príspevkov má emocionálnu rétoriku. Častá je kombinácia logickej a emocionálnej rétoriky, v ktorej sa nesie 74, 6% príspevkov. Náboženskú rétoriku vykazuje iba 0,6% príspevkov DOTu, a to vždy v kombinácii s logickou rétorikou. Práve *Al-Jazeera* bola jediná stránka, na ktorej použilo DOT náboženskú rétoriku.

Oproti tomu, takmer 92% príspevkov od užívateľov fór sa nesie v emocionálnej rétorike, 39% príspevkov má logickú rétoriku a 15,5% náboženskú.

TÓN

DOT tím predovšetkým používa popierajúci tón (77% postov) a pútavý(podmanivý) tón(85,6%). Príspevky ostatných užívateľov majú popierajúci a pútavý tón, ale v nižšej miere než príspevky digitálneho tímu.

POSTOJ VOČI ZAHRANIČNEJ POLITIKE SPOJENÝCH ŠTÁTOV AMERICKÝCH

Zo 459 postov pridaných ostatnými užívateľmi len 4,8% malo pozitívny postoj k ZP USA. 68% prispievateľov malo negatívny postoj. A zvyšných 27,2% neurčilo jasný postoj. Negatívne prístupy sú typické označovaním Obamu za klamára alebo nového Busha. Užívatelia bez jasného postoju chcú čakať, a potom zhodnotia ZP USA voči Strednému

východu. Pri hodnotení tohto postoja internetoví užívatelia prízvukujú, že rozhodujú činy, nie slová.

POSTOJ VOČI DIGITAL OUTREACH TÍMU

Len 10% zo všetkých príspevkov užívateľov sa venuje DOTu ako téme diskusie, pričom len dva príspevky (teda 4% z týchto príspevkov) vyjadrujú pozitívny prístup. 80% má negatívny postoj a 15% nemá jasný prístup k DOTu. Čo sa týka rétoriky týchto príspevkov, väčšina je písaná v emocionálnej rétorike, nasledovaná logickou a náboženskou. Tón postov je prevažne popierajúci, resp. zosmiešňujúci. Zdrojom najväčšieho počtu zosmiešňujúcich postov je *Al-Jazeera*.

Z iných zdrojov je jasné, že veľvyslanec centra je toho názoru, že radšej bude za svoju prácu nenávidený ako by mal byť ignorovaný.¹³⁹

MULTIMÉDIA

Ostatní prispievatelia na fóra pridávajú viac obrázkov než tím DOT, 0,44 obrázkov na diskusný príspevok od užívateľov verzus 0,04 obrázkov na príspevok od tímu DOT. Obrázky používateľov sa viažu predovšetkým k témam ako americký imperializmus, palestínske utrpenie, pád USA, americká podpora pre Izrael atď.

3.3 DISKUSIA S TÍMOM DOT¹⁴⁰

V diskusii DOT tím ozrejmil stratégiu zapojenia sa do diskusie: pokiaľ DOT považuje prebiehajúcu diskusiu na fóre za dostatočne dynamickú, tak sa nezapojí. Takisto pokiaľ sa tím zhodne, že zapojenie sa do diskusie by bolo skôr na škodu a brzdilo konverzáciu, tak sa zdrží príspevkov. DOT sa naopak zapája predovšetkým pokiaľ je v diskusii prítomné niečo extrémne negatívne. Robí to z toho dôvodu, že chce v prvom rade napadnúť názory, s ktorými nesúhlasí a nie primárne zmeniť názory. Tieto príspevky DOTu síce nie sú prínosom pre reálnych prispievateľov fór, ale pre používateľov, ktorí nič nekomentujú a len čítajú diskusné vlákno. DOT si myslí, že títo “tichí” účastníci diskusie hľadajú skôr názor, ktorý

¹³⁹ THE STATE DEPARTMENT'S CENTER FOR STRATEGIC COUNTERTERRORISM COMMUNICATIONS: MISSION [online]. s. 2.

¹⁴⁰ DUTTON, W., KHATIB, L., THELWALL, M. *Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team*, s. 465-468.

má lepšie logické pozadie, a preto DOT zakladá na logike svojich príspevkov, ktorá bola identifikovaná až v takmer 94% príspevkov.

Pre tím nie je reálne možné vyjadrovať sa ku všetkým bodom, ktoré spomenú ostatní užívatelia. Každý príspevok ľubovoľného člena totiž musí byť fakticky presný a prieskum všetkých poznámok by trval príliš dlho. Ak by sa mal tím vyjadriť ku všetkému, bol by nútený k dlhým odpovediam a tie tím považuje za neefektívne. Na kritiku podobnosti obsahu jednotlivých príspevkov a jednotlivých odpovedí reaguje tím tým, že väčšina užívateľov adresuje podobné otázky nezávisle na portáloch.

Z porovnania tém, ktoré prevažujú u ostatných používateľov a tém, o ktorých najviac diskutujú členovia tímu je zrejmé, že DOT sa zameriava na pozitívne témy - ako napr. americká podpora pre Palestínu, stiahnutie sa z Iraku, americký multikulturalizmus atď. DOT sa v tomto ohľade snaží o interpretáciu významu jednotlivých skutočností a o vyvrátenie negatívnych interpretácií. Reálna schopnosť tímu zmeniť vnímanie nejakej udalosti je však limitovaná, vnímanie udalosti je tvorené aj titulkami, kritickými posudkami, správami a príspevkami na blogoch.

Rétorika prevažujúca v postoch DOTu je logická, založená na faktoch. Príspevky DOTu sú však mnohokrát bezmocné oproti postom čitateľov fór, ktoré sú emocionálne, kritické a plné konšpiračných teórií.

Tón tímu v príspevkoch je prevažne popierajúci a podmanivý. Výnimkou je 13 postov, kde tím reaguje so zosmiešňujúcim či povýšeneckým tónom, a to na stránkach *Al-Saha* a *Al-Jazeera*. Na týchto stránkach totižto vystupujú aj užívatelia s vyhroteným anti-americkým prístupom, stúpenci Al-Káidy či Talibanu, a ktorí opakovane osobne urazili člena tímu DOT. Čitatelia *Al-Jazeera*, *Egypt Sons* a *Al-Sahy* pohŕdajú ZP USA. Vo všeobecnosti, *Al-Jazeera* je najnegatívnejšia stránka, kde takmer 87% príspevkov má negatívny postoj k zahraničnej politike USA.

Vo všeobecnosti teda príspevky DOT tímu zvyšujú negativitu medzi používateľmi a aj DOT nie je obľúbený na analyzovaných stránkach. Jedným zo záverov teda je, že činnosť DOTu je kontraproduktívna, pretože dosahuje výlučne negatívne výsledky. Na druhej strane však negatívny postoj môže znamenať, že ľudia pripisujú príspevkom od DOTu dôležitosť, inak by ich ignorovali. Okrem toho, v tejto súvislosti možno použiť Noelle-Neumanovej špirálu mlčania. Noelle-Neumanová tvrdí, že ľudia nemajú tendenciu zdieľať svoje názory vo

verejnej diskusii, pokiaľ je ich postoj v menšine.¹⁴¹ To znamená, že ak sa aj na fóre našiel niekto s pozitívnym prístupom k ZP USA alebo DOTu, tak vplyvom väčšinového negatívneho názoru radšej mlčí, nereaguje a neprispieva. Analýza okrem toho ponúka porovnanie postoja voči americkej zahraničnej politike pred zapojením sa DOTu do diskusie na web portáloch a po vyjadrení sa DOTu. V diskusných vláknach, kde sa DOT nevyjadruje, je postoj 42,3% prispievateľov negatívny a 7,7% prispievateľov pozitívny. Po zapojení sa DOTu do diskusie je postoj v 73,4% negatívny a v 3,6% pozitívny.

DOT však vidí efektivitu svojich príspevkov v tom, že vôbec existuje a vykonáva nejakú činnosť, pokiaľ by nebol, nedochádzalo by k žiadnej snahe o zmenu súčasnej situácie. Okrem toho je činnosť DOTu viditeľná a neignorovateľná. Dôkazom je, že Al-Káida skenuje internet a vyhľadáva činnosť tohto tímu - na jednej z popredných stránok Al-Káidy došlo k otvorenej diskusii o možnostiach, ako zastaviť tím DOT, a to predovšetkým jeho uverejňovanie videí, ktoré sa dostáva k cieľovej skupine Al-Káidy. Hrozby Al-Káidy sa za roky činnosti tímu DOT transformovali: od rozhnevaných online odpovedí a správ extrémistov, k vyhrážkam hacknutia účtu tímu DOT na *YouTube* či dokonca k vytvoreniu vlastného radikálneho DOT tímu, ktorý by bojoval proti americkej digitálnej jednotke.¹⁴²

3.4 LIMITY ÚSPECHU DOT

Je náročné hodnotiť efektivitu činnosti DOTu, pretože za svoju cieľovú skupinu označujú nerozhodnutých tichých návštevníkov fóra, a ktorých reálny postoj nie je merateľný. Takisto nie je možné identifikovať, či považujú argumenty DOTu za postačujúce a presvedčivé.

Výhodou DOTu je jeho flexibilita, stránky, v ktorých vstupuje do diskusie sa menia, ich výber závisí od ich popularity, návštevnosti a vedených tém. Na základe monitoringu internetu reštrukturalizuje svoju činnosť - tak presunul uverejňovanie videí z *yahoo.com* a *myspace.com* na *youtube.com* a *Ikbis*, kde dosahujú vyššiu sledovanosť. Tím využíva aj

¹⁴¹ GRIFFIN, Em, Andrew LEDBETTER a Glenn SPARKS. *A first look at communication theory*. Ninth Edition. 2015. ISBN 00-735-2392-5. s. 372-381

¹⁴² THE STATE DEPARTMENT'S CENTER FOR STRATEGIC COUNTERTERRORISM COMMUNICATIONS: MISSION [online]. s. 8.

sociálnu sieť *Facebook*, kde má na svojej stránke takmer 283 000 *lajkov*.¹⁴³ V roku 2012 mala stránka len 14 395 *lajkov*.¹⁴⁴

Výhodou je aj to, že členovia tímu prispievajú v ich materinskom jazyku, preto ho používajú autenticky a takisto aj reálne poznajú Stredný východ. DOT je pre vládu možnosťou, ako priamo jednať s ľuďmi a počúvať ich názory. Zameniť bezduché a umelé pro-americké reklamy s príspevkami poukazujúcim na krutosti spôsobené Al-Káidou môže byť veľmi efektívnym nástrojom, ako sa dostať aj k vplyvnej časti populácie, ale iba vtedy, ak je doba odozvy krátka.¹⁴⁵ DOT je nástroj, ako preformovať debaty o USA, ako kontrolovať vývoj imidžu USA a bojovať proti dezinformáciám.

Na základe analýzy obsahu príspevkov je možné identifikovať hlavné výzvy pre činnosť DOT tímu: doba odozvy a negatívny postoj prispievateľov vo fórach. Práve dlhý čas odpovede sťažuje čitateľom registrovať, na ktoré predošlé príspevky DOT reaguje.

Značne obmedzujúca je aj povinnosť, aby každý príspevok člena DOTU verbálne deklaroval, že pochádza z pôdy MZV USA. Okrem toho tento tím podlieha prísnej kontrole, čo môže a čo nemôže hlásať. Je teda pravdepodobné, že pokiaľ by pracoval tím v utajení a verejne by sa nemusel hlásiť k MZV USA, tak by mohol mať omnoho väčší vplyv a byť dôveryhodnejší.¹⁴⁶

Takisto by bola celá práca DOT tímu efektívnejšia, ak by došlo k väčšej transparentnosti a otvorenosti zo strany vlády. Väčšina z akcií centra je tajná a len niektoré z nich sú zverejnené – a to len na žiadosť, väčšinou až po ukončení konkrétnej akcie a len v tom prípade, ak nejde o štátne tajomstvo. Pritom tieto akcie by mali byť verejné a prístupné každému Američanovi, keďže ide o ochranu a bezpečnosť celého amerického národa. Politika a politické rozhodnutia by mali byť založené na údajoch a nie na ideológií. Inteligentné rozhodnutia je možné činiť len na základe nespracovaných dát. V súčasnom systéme a nemožnosti prístupu k väčšine dát je však nemožné overiť, na základe čoho dochádza k smerovaniu protiteroristickej politiky.¹⁴⁷

¹⁴³ Digital Outreach Team. Facebook [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/DigitalOutreachTeam/>

¹⁴⁴ DUTTON, W., KHATIB, L., THELWALL, M., *Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team*, s. 468

¹⁴⁵ WAGNER, V., *US Cybercounterterrorism Team Takes on al-Qaida* [online].

¹⁴⁶ MOROZOV, Evgeny. *The Future of Public Diplomacy 2.0* [online]. 2009 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://foreignpolicy.com/2009/06/09/the-future-of-public-diplomacy-2-0/>

¹⁴⁷ WAGNER, V., *US Cybercounterterrorism Team Takes on al-Qaida* [online].

Morozov však kritizuje prístup DOT a tvrdí, že prispievaním podobných ideí, ktoré sú vlastne oficiálnym stanoviskom Ministerstva zahraničných vecí Spojených štátov amerických sa “vojna ideí” vyhrať nedá.¹⁴⁸ Argumentom môže byť, že každý člen tímu DOT má vlastný osobitý štýl prejavu a na internete budia dojem autentických reálnych osôb. Ich príspevky teda nie sú len neživé neosobné politické prehlásenia, ale prejavy s logikou a aj emóciami.

Je takmer nemožné adekvátne reagovať na príspevky obsahujúce obrázky ranených či mŕtvych detí. Odpoveďou je väčšinou poukázanie na pravých zločincov – v roku 2012 napríklad DOT čelil obrázkom pridaným Al-Káidou na jemenské stránky, ktoré zobrazovali truhly s americkými vlajkami. DOT odpovedal pridaním obrázku s truhlami s jemenskou vlajkou a s textom v arabčine, ktorý pojednával o tom, že ľudské obete v Jemene spôsobila Al-Káida.¹⁴⁹ Tieto odpovede však len zhoršujú napätie.

Ďalším problém je značná prevaha ostatných užívateľov. Hoci rozhodnutie kedy a kde pridať príspevok spadá do kompetencie jednotlivých členov, obsah príspevku musí byť zdieľaný s ostatnými členmi tímu a odsúhlasený. Okrem toho je potrebná aktualizácia správnosti údajov. Ďalším faktorom je, že pracovníci DOTu cez víkend nepracujú. To všetko spoločne spôsobuje relatívne dlhú dobu odozvy - 2,77 dní.¹⁵⁰

Výzvou pre DOT je aj organizovaná online činnosť islamských extrémistických skupín, ktoré na fórach vyhľadávajú práve členov DOTu. Od počiatku činnosti týchto skupín je celkovo jazyk ostatných užívateľov vo fórach útočný a prevažuje negatívny tón na rozdiel od atmosféry fór v roku 2006, kedy začala činnosť DOTu. Reagovať na útočné príspevky je výzvou pre členov tímu, pretože sú zvyknutí, že ak aj čitatelia nesúhlasia so smerovaním zahraničnej politiky USA, tak ich príspevky sú zdvorilé, úctivé a slušné.¹⁵¹

Problémová je nedomyslená stratégia DOTu. Po prejave Obamu sa snažili zverejniť webové odkazy na prejav na čo najvyššom počte portálov avšak bez ďalšej interakcie. To je typické pre staromódnu jednosmernú komunikáciu, od ktorej sa USA snaží dištancovať.¹⁵² V jednej

¹⁴⁸ MOROZOV, Evgeny. *The Future of Public Diplomacy 2.0* [online].

¹⁴⁹ WAGNER, V., *US Cybercounterterrorism Team Takes on al-Qaida* [online].

¹⁵⁰ DUTTON, W., KHATIB, L., THELWALL, M., *Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team*, s. 458

¹⁵¹ Washington Times. *Arabic Speakers Monitor Net Chats* [online]. 2007 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.washingtontimes.com/news/2007/mar/8/20070308-111426-4682r/?page=all>

¹⁵² DALE, H.C., *Public Diplomacy 2.0:: Where the U.S. Government Meets "New Media"*, s. 4.

z diskusií na stránke *Al-Saha* užívatelia priamo vyzývali DOT k odpovedi, avšak neúspešne.¹⁵³

Ďalším problémom je americké rozdielne vnímanie konceptov. DOT napríklad argumentoval v diskusiách o okupácii Iraku, že USA v tom čase neokupovali žiadny moslimský štát, kvôli existencii bilaterálnej dohody, a že Irak je lepším miestom bez Husajna. Pre väčšinu Arabov je to však stále okupácia.¹⁵⁴

Výzvou pre tím je aj nedostatočný prístup tímu k internetovým užívateľom s výlučným prístupom cez mobilné zariadenia. Podľa slov koordinátora centra sa však už týmto problém DOT zaoberá – snaží sa nájsť nové spôsoby, ako doručiť digitálny obsah fyzickým osobám. Je teda evidentné, že tím sa snaží držať krok a inovovať.¹⁵⁵

V prípade Pakistanu je potrebné posilniť jazykové vybavenie tímu. Pakistan je extrémne dôležitý, pretože je jedinou nukleárnou mocnosťou zo zemí, na ktoré sa tím DOT sústreďuje. Práve tímom ovládaná urdčina je jazyk, ktorý je prevažne používaný vo vláde a je používaný len na 8% pakistanského územia. Naopak pandžábčinu ovláda 48%, Sindhi jazyk používa viac než 12% populácie a v krajine sa hovorí mnohými ďalšími rečami.¹⁵⁶ DOT tím je však vybavený len 3 jazykmi a to je značne obmedzujúci faktor. Podľa slov koordinátora Fernandez je však tím otvorený k možnosti pridať ďalšie jazyky medzi svoje schopnosti.¹⁵⁷ Bolo by potrebné pridať aj ďalšie jazyky používané viac než 500 miliónmi moslimov v strategicky dôležitých krajinách ako Indonézia, Irán, Malajzia a Turecko.

Ďalším limitom je Národná protiteroristická stratégia, ktorá prideliuje CSCC, a tým aj tímu DOT, striktne 3 štáty. Otázne tak ostávajú štáty, ktoré terorizmus sponzorujú. Kritici prízvukujú, že je potrebné obrátiť pozornosť na Irán, ktorý využíva politické vákuum, ktoré ostalo po USA a snaží sa podporovať terorizmus v Iraku a Afganistane. Táto stratégia prideliuje CSCC úlohu bojovať s Al-Káidou a od roku 2015 a novej protiteroristickej stratégie aj s ISIS a centrum je tak kritizované pre tunelové videnie. Okrem týchto dvoch skupín sú totižto nebezpečenstvom pre národ aj Hezbollah, Abbu Sayyaf, Hamas,

¹⁵³ DUTTON, W., KHATIB, L., THELWALL, M., *Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team*, s. 469

¹⁵⁴ Tiež tam

¹⁵⁵ *THE STATE DEPARTMENT'S CENTER FOR STRATEGIC COUNTERTERRORISM COMMUNICATIONS: MISSION* [online]. Dostupné z: <http://archives.republicans.foreignaffairs.house.gov/112/75389.pdf>, s. 8.

¹⁵⁶ Tiež tam, s. 20

¹⁵⁷ Tiež tam, s. 20

Palestínska oslobodzovacia armáda(Palestinian Liberation Front), Al-Shabaab, Haqqani, Boko Haram, Revolučné ozbrojené sily Kolumbie(FARC) atď.¹⁵⁸

Problémom je aj existencia materiálu, ktorý vytvára a šíri Al-Káida alebo ISIS. Tieto všetky videá, fotky a texty sú a budú na internete aj keď bude terorizmus zničený. Na internete tak ostane odkaz extrémistov a jej prívržencov navždy, ktorý bude hrozbou aj do budúcnosti, pretože má schopnosť infikovať a nakaziť mladé mysle kdekoľvek na svete.¹⁵⁹ Existujú dva typy stránok, kde vystupujú extrémisti. Ten prvý typ je akýsi komunikačný portál pre teroristov, kde je potrebné sa zaregistrovať a zadať údaje o sebe – meno teroristu, odkiaľ pochádza a kto ho pozná - konto je ďalej vytvorené na základe schválenia danej zvolenej osoby. Druhým typom stránok sú politické portály s fórami, kde ľudia diskutujú o konkrétnych politických ťahoch a politikoch. Na tieto stránky Al-Káida a ISIS vstupuje s jasným cieľom – ľudí na týchto stránkach radikalizovať a premeniť ich na teroristov.¹⁶⁰ Práve na ten druhý typ stránok sa sústreďuje DOT.

V súčasnosti neexistuje stratégia pre boj s terorizmom na *Twitteri*. Tím DOT a CSCC sa touto sférou bojiska nezaobera, pretože Al-Káida nevlastní účet na *Twitteri*. Al-Shabaab, Hamas, Hezbollah, ISIS a Taliban *tweetujú* hoci niektoré ich účty boli zrušené. Mnohokrát ide o značne agresívne statusy, ako status Talibanu z 8. augusta 2011 so slovami: „4 americkí zradcovia mŕtvi, 6 zranení v bitke a 2 tanky zničené.“ Podľa pravidiel používania *Twitteru* nemá osoba, ktorá je podľa práva Spojených štátov amerických vylúčená z prijímania služieb, právo vlastniť účet na *Twitteri*. *Twitter* je komunikačnou službou a na základe tejto logiky ide o porušenie amerického práva. Problémom je, že nie vždy je možné skutočne overiť, že dané účty sú používané teroristickými skupinami. Pritom *Twitter* predstavuje nízko nákladový a veľmi efektívny spôsob, ako šíriť propagandu a verbovať nových regrútov. Napr. Hezbollah v počiatkoch svojej virtuálnej prítomnosti na *Twitteri* denne prispieval priemerne 250 statusmi.¹⁶¹ V súčasnosti toto sociálne médium rozširuje svoje odborné tímy, ktoré majú sledovať extrémistický obsah objavujúci sa na *Twitteri*. Vo februári roku 2016 došlo k zrušeniu viac než 125 000 účtov spojených s terorizmom.¹⁶²

¹⁵⁸ THE STATE DEPARTMENT'S CENTER FOR STRATEGIC COUNTERTERRORISM COMMUNICATIONS: MISSION [online]. Dostupné z: <http://archives.republicans.foreignaffairs.house.gov/112/75389.pdf>, s. 28.

¹⁵⁹ Tiež tam, s. 23

¹⁶⁰ Tiež tam, s. 26

¹⁶¹ Tiež tam, s. 24

¹⁶² YADRON, Danny. *Twitter deletes 125,000 Isis accounts and expands anti-terror teams* [online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2016/feb/05/twitter-deletes-isis-accounts-terrorism-online>

Úspešnosti DOTu a presvedčivosť ich príspevkov závisí aj od smerovania zahraničnej politiky USA. Podľa mnohých je napríklad analyzovaná Obamova reč len sklamaním. Ciele verejno-diplomatických iniciatív nie sú dosiahnuté, pretože nie sú v súlade s reálnou zahraničnou politikou USA a s jej vojenskými akciami. Pritom najreálnejšou cestou, ako získať srdcia a mysle Arabov je prostredníctvom činov, nie prázdnych slov.

3.5 CULLOVA ANALÝZA AMERICKEJ VEREJNEJ DIPLOMACIE

Na základe analyzovanej aktivity tímu DOT je teda zrejmé, že v súčasnosti nejde o to hľadať nové spôsoby verejnej diplomacie, nové cesty, ako doručiť americký odkaz Moslimom. Prvým krokom by malo byť obnovenie americkej kredibility na moslimskej pôde.

Aby bola verejná diplomacia efektívna, musí byť štát vykonávajúci danú praktiku dôveryhodný v medzinárodnej komunite. Vo väčšine 20. storočia si USA užívalo status hegemóna a bolo považované za najviac dôveryhodný a demokratický štát.¹⁶³ Na začiatku 21. storočia však USA o legitimitu prišlo a za to dodnes nesie následky, ktorými sú neuspokojivé výsledky aktivít verejnej diplomacie, vrátane digitálnej diplomacie.

Podľa Nicholasa Culla je dôvodom neúspechu neschopnosť Spojených štátov amerických načúvať a počúvať publikum, teda ostatné národy.¹⁶⁴ Väčšinu svetových vlád pri hľadaní vhodnej stratégie pre svoju verejnú diplomáciu napadne ako prvé rozprávať. To je však podľa Culla chyba, správna verejná diplomacia totižto začína s počúvaním – to znamená so systematickým zbieraním dát a s analýzou verejnej mienky zahraničnej verejnosti.¹⁶⁵

Druhé zlaté pravidlo Culla tvrdí, že verejná diplomacia musí byť spojená s politikou. Nezáleží na tom, čo subjekt hovorí, ale čo robí. Najdôležitejším prvkom štruktúry verejnej diplomacie je, že spája počúvanie publika s tvorbou politiky a tým zabezpečuje, že názor zahraničnej verejnosti je bratý v úvahu.

Tretie pravidlo uvádza, že verejná diplomacia nie je mienená pre domáce publikum. To vyžaduje od politikov a všetkých zástupcov Spojených štátov, aby vždy uvažovali o tom, čo

¹⁶³ BASHIR, Farasha. *What to do with the Muslim problem?*[online].

¹⁶⁴ CULL, Nicholas J. *Public Diplomacy: Lessons from the Past* [online]. University of Southern California, 2009 [cit. 2016-04-20]. ISBN 978-1-932800-60-9. Dostupné z: <http://uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/legacy/publications/perspectives/CPDPerspectivesLessons.pdf>

¹⁶⁵ CULL, Nicholas J., *Public diplomacy: Seven lessons for its future from its past*.

povedia a predovšetkým, ako to moslimské publikum bude vnímať a chápať. Mnoho moslimov tvrdí, že považujú štýl a tón komunikácie amerických vládnych predstaviteľov za arogantný, povýšenecký a konfrontačný.¹⁶⁶ Napríklad krátko po osudnom 11. septembri navštívil prezident Bush Islamské centrum vo Washingtone a jeho mešitu, aby tým ukázal Američanom a celému svetu, že islam nie je vinný za útoky. Nanešťastie sa však posolstvo tejto návštevy rýchlo vytratilo kvôli šíriacim sa protimoslimským vyjadreniam rôznych politických činiteľov. Tak napríklad Pat Robertson, zakladateľ kresťanskej koalície (*Christian Coalition*) a spolupracovník Bushovej administratívy nazval islam násilným náboženstvom. Podobne aj Franklin Graham, popredná evanjelická americká osobnosť, nazval islam zlým a skazeným náboženstvom. Podobný fanatizmus je neprípustný, takéto prehlásenia totižto nepochybne ohrozujú bezpečnosť celého amerického národa.¹⁶⁷

Uprednostnenie domáceho publika pred zahraničným je dôvod neúspechu Bushovej televízie Alhurra – šírila totiž správy, ktoré zaujímali a trápili Američanov, preložila ich do daného jazyka a dúfala, že dôjde k spojeniu s arabskými divákmi.¹⁶⁸

Štvrté pravidlo hovorí, že efektívna verejná diplomacia vyžaduje kredibilitu a dôveryhodnosť. V prípade programov, ktoré si USA zvolí realizovať v moslimskom svete, táto dôveryhodnosť nepriamo úmerne závisí od miery spojitosti danej organizácie s americkou vládou. To je sčasti dôvodom pre neúspech DOT tímu, keďže podobné „outreach tímy“ majú aj Rusko a Čína a dosahujú omnoho lepšie výsledky.¹⁶⁹

Piate pravidlo hlása, že najdôveryhodnejší hlas vo verejnej diplomacii niekedy nie je vlastný. To znamená, že USA by malo sprostredkovať komunikáciu s moslimami v arabskom svete prostredníctvom najprominentnejších amerických moslimov. Azeem konkrétne odporúča, aby USA poslalo zo svojich radov americkým moslimom, ktorí sú kultúrnymi osobnosťami a sú výreční, vedia hovoriť za svoju minoritu a majú aj podporu v zahraničí. Tí by mali byť poslaní na špeciálne služobné cesty do arabského sveta a hľadáli

¹⁶⁶ AMR, H., P. W. SINGER. *To Win the "War on Terror," We Must First Win the "War of Ideas": Here's How. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* [online]. The Brookings Institution, 2008, **618**(1), 212-222 [cit. 2016-04-20]. DOI: 10.1177/0002716208317558. ISSN 0002-7162. Dostupné z: <https://www.acslaw.org/files/Engage-Muslim-World.pdf>, s. 95.

¹⁶⁷ Tiež tam, s. 8-9.

¹⁶⁸ IBRAHIM, Azeem a Mehmet CELEBI. *How To Improve the United States' Image in the Muslim World* [online]. Institute for Social Policy and Understanding, 2010 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www.ispu.org/pdfs/ISPU_US%20Image%20Report_Azeem_Ibrahim_and_Mehmet_Celebi.pdf, s. 35.

¹⁶⁹ MOROZOV, Evgeny. *The Future of Public Diplomacy 2.0* [online].

by nové príležitosti pre kultúrny dialóg. Touto cestou sa zároveň predíde radikalizácii mladých moslimov v Strednom východe, pretože budú svedkami stretnutí so sebavedomými, úspešnými americkými moslimami, ktorí sú dôkazom toho, že USA nie je vo vojne proti islamu. Ak by sa ďalej šírili správy o týchto návštevách médiami, došlo by k multiplikačnému efektu a návštevy by mali omnoho väčší než len národný dopad.¹⁷⁰ To na druhej strane vyžaduje od USA spoluprácu s regionálnymi hráčmi vrátane islamistov a iných kontroverzných subjektov. Táto spolupráca je však nevyhnutná, pretože ide o kľúčové osoby v regióne s výrazným vplyvom. Do spolupráce je nutné zapojiť moslimských tvorcov názorov z rôznych sfér – univerzít, umenia, podnikania a profesijných združení, pracovných skupín a mimovládnych organizácií.¹⁷¹

Šiesty princíp tvrdí, že verejná diplomacia nie je len “o tebe“. V prípade, že majú politici za úlohu zlepšiť imidž danej krajiny v zahraničí, automaticky sa domnievajú, že musia začať do zahraničia predávať určitý obraz, určitú národnú značku. Ale pokiaľ je USA vnímané negatívne, tak mu novo-vytvorený imidž posúvaný publiku nepomôže. V prvom rade musí USA svoj imidž zmeniť. Namiesto jednosmernej komunikácie a americkému monológovi o hodnotách, ktoré vyznáva, by sa mala americko-moslimská konverzácia zamerať na spoločné hodnoty. Tými môžu byť napr. sloboda, predovšetkým sloboda prejavu a pluralita názorov. Na základe ankety konanej v štátoch s prevažujúcim moslimským obyvateľstvom vyšlo najavo, že väčšina z nich spája ideu slobody s USA viac ako so západnými demokraciami. USA by tak malo naďalej vyvíjať svoje programy bojujúce za slobodu fyzickú, ale aj psychickú. Úspechu sa teší americké rádio *Liberty*, ktoré aj napriek svojej popularite nevysiela v mnohých moslimských krajinách – v súčasnosti iba v Iraku, Iráne, Pakistane a Afganistane.¹⁷² Hillary Clintonová nazvala rádio *Liberty* „*smart power v celej svojej kráse*“.¹⁷³ Pokiaľ by došlo k rozšíreniu aj do iných moslimských krajín, v týchto krajinách by šlo o prvú platformu dovoľujúcu slobodu reči a necenzurované média. To by bol začiatok pre zrod kultúry, kde každý jedinec voľne a bez strachu môže vyjadriť svoj názor, kde dochádza k voľnej výmene názorov a kde je ideálne prostredie pre zrodenie skutočnej demokratickej spoločnosti. Aby bola zabezpečená dôveryhodnosť spravodajstva rádia *Liberty*, musí ísť o spoľahlivé informácie, domáce hlasy rozprávajúce slobodne,

¹⁷⁰ IBRAHIM, Azeem a Mehmet CELEBI. *How To Improve the United States' Image in the Muslim World*, s. 37.

¹⁷¹ AMR, H., P. W. SINGER., *To Win the "War on Terror," We Must First Win the "War of Ideas": Here's How.*, s. 93.

¹⁷² *Radio Free Europe: Radio Liberty: Frequently Asked Questions* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.rferl.org/info/faq/777.html>

¹⁷³ IBRAHIM, Azeem a Mehmet CELEBI. *How To Improve the United States' Image in the Muslim World*, s. 44.

redakčnú politiku s ohľadom na lokálne citlivé záležitosti a o správy týkajúce sa obáv daného moslimského obyvateľstva.¹⁷⁴ Ďalším problémom mediálnej sféry v moslimskom svete je autocenzúra, ktorá je najväčšou bariérou výmeny názorov a diverzity názorov, a tým aj bariérou demokracie. Na prekonanie tejto prekážky odporúča Azeem spoluprácu medzi novinami, ktoré majú bohatú skúsenosť s vyvolaním provokatívnych debát a medzi lokálnymi novinami v krajinách moslimského sveta. Táto spolupráca by bola založená na premene stagnujúceho moslimského mediálneho prostredia s živou debatou a širokou škálou poskytovaných názorov. Obmedzenie autocenzúry v konečnom dôsledku učiní z daných novín atraktívnejší zdroj správ. Zapojenie americkej vlády by malo byť obmedzené len na ochranu zapojených osôb z lokálnych novín alebo zo spravodajských webových stránok pred trestom za sprostredkovanie disidentských názorov.¹⁷⁵

Posledné pravidlo znie, že verejná diplomacia je záležitosťou týkajúcou sa každého. Verejná diplomacia nie len záležitosťou politických činiteľov, ale je vykonávaná aj umelcami, atlétmi, podnikateľmi, vedcami a muzikantmi, ktorí cestujú do moslimských zemí. Rozličné americké agentúry by mali hovoriť jednotným a dôveryhodným hlasom, a tým maximalizovať efektívnosť interakcie s moslimským svetom. V tomto smere majú USA obrovskú výhodu – ich kultúra má globálny dosah a vplyv, je atraktívna a bohatá a výhodou je aj úspech a reputácia amerických univerzít a akademických debát.

3.6 STRATA KREDIBILITY

Prvým krokom k úspešnej verejnej diplomacii je pochopenie, prečo došlo k zmene vnímania USA na negatívne a nepriaznivé. Dôvodom je ich globálna vojna proti terorizmu zo začiatku minulej dekády, ktorá bola sprevádzaná vlnou celosvetového odporu. A práve verejná mienka o zahraničnej politike USA hrá rolu pri rozhodovaní sa jednotlivých národov o záležitostiach s dopadom na USA.¹⁷⁶ USA sa pustilo do vojny v Iraku bez podpory Rady bezpečnosti OSN a za doprovodu celosvetových demonštrácií protestujúcich proti vojne. Situáciu zhoršilo aj neschopnosť dokázať proklamované zbrane hromadného ničenia, kvôli ktorým USA oficiálne viedlo vojnu v roku 2003. Podľa zistení inštitútu PEW polovica skúmaných národov považovala násilnosti, ktoré boli odpoveďou na 11. september za

¹⁷⁴ IBRAHIM, Azeem a Mehmet CELEBI. *How To Improve the United States' Image in the Muslim World*, s. 40-42.

¹⁷⁵ Tiež tam, s. 44-45.

¹⁷⁶ GOLDSMITH, Benjamin E. a Yusaku HORIUCHI. *In Search of Soft Power: Does Foreign Public Opinion Matter for US Foreign Policy?* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=8624683&fileId=S0043887112000123>

neoprávnené násilie a 35% národov ich považovalo za oprávnené. Okrem Izraelu sa v Strednom východe nenašlo pochopenie a súhlas s vojenským zásahom USA.¹⁷⁷ Intervencia v Iraku tak pochovala dôveryhodnosť a kredibilitu USA v celosvetovom merítku, došlo k zhoršeniu verejnej mienky o USA a k prudkému nárastu anti-amerikanizmu.¹⁷⁸ Tieto akcie prezidenta Busha donútili ľudí myslieť si, že vojna proti terorizmu sa dá vyhrať primárne zbraňami a silou, čo sa však ukázalo ako omyl. Stačilo by len načúvať moslimským štátom a zvážiť ich stanoviská pri rozhodovaní sa o podniknutí intervencie do Iraku v roku 2003 a USA sa sčasti mohli zhoršeným vzťahom s moslimským svetom vyhnúť. Táto udalosť značne oslabil USA, ktoré dodnes nesie následky.

Predošlá dekáda potvrdila limity vojenskej sily v dosiahnutí štátnych cieľov. Aj napriek značným vojenským výdajom a markantnému nasadeniu vojenskej sily sa nepodarilo dosiahnuť ciele Bushovej administratívy – dolapiť Usámu bin Ládina, šíriť demokraciu na Strednom východe a dosadiť stabilnú, demokratickú, legítimnú a prozápadnú vládu ovládajúcu väčšinu teritória.¹⁷⁹ Jeho snaha o demokratizáciu regiónu skončila väčšinou iba zabezpečením volieb, ktoré neboli vôbec posunom k demokracii. Voľby totižto mohli byť zmanipulované, hlasy kúpené alebo voľby nevyústili v odovzdanie moci.¹⁸⁰

Demokratický systém totižto pre fungovanie najprv potrebuje demokratickú kultúru, ktorej propagovatelia vyznávajú a opierajú sa o demokratické hodnoty – ako panstvo práva, slobodné a férové voľby, sloboda prejavu a uvedomujú si dôležitosť občianskej spoločnosti. Američania sa na arabskej pôde sústredili skôr na realizáciu volieb než na to omnoho dôležitejšie – zmenu kultúrnych hodnôt. Politika Busha a jeho dve vojny v Afganistane a Iraku vytvorili priepasť medzi Američanmi a moslimami v Strednom východe. Jeho činy poškodili imidž a značku Ameriky medzi moslimskou populáciou, a tak sa obnovenie imidžu krajiny stalo primárnou úlohou jeho následníka.

Obamova stratégia si dala za úlohu vrátiť Amerike jej obľúbenosť v rámci medzinárodnej komunity a predovšetkým v moslimskom svete. Zameral sa na aspekty amerického vodcovstva, nových prístupov a schopností pre amerických diplomatov, zvýšiť vplyv a dať moc občanom a zapájať nielen štáty, ale aj ostatné subjekty. V jeho Národnej bezpečnostnej

¹⁷⁷ Global Publics Back U.S. on Fighting ISIS, but Are Critical of Post-9/11 Torture. *PEW Research Center*[online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.pewglobal.org/2015/06/23/global-publics-back-u-s-on-fighting-isis-but-are-critical-of-post-911-torture/>

¹⁷⁸ BASHIR, Farasha. *What to do with the Muslim problem?*

¹⁷⁹ IBRAHIM, Azeem a Mehmet CELEBI. *How To Improve the United States' Image in the Muslim World*, s. 10.

¹⁸⁰ tiež tam, s. 39.

stratégii z mája roku 2010 prízvukoval, že diplomacia je kľúčom k zaisteniu budúcej obrany krajiny, čo predošlé stratégie neuvádzali.¹⁸¹ Jeho činy odzrkadľovali snahu vysvetliť moslimskej populácii na celom svete, že Amerika a moslimovia zdieľajú spoločné záujmy. Napríklad trval na väčšom počte amerických moslimov pracujúcich v jeho administratíve, opakovane nazýval Ameriku jedným z najväčších moslimských štátov na svete, počas reči v Káhire v roku 2009 sa vyžadoval nového vzťahu medzi USA a moslimami po celom svete. Získať sympatie moslimov sa snažil aj poznámkou, že on sám má v rodine členov moslimov, a preto sa s touto náboženskou skupinou vie stotožniť. Najväčším krokom v snahe o ozdravenie kredibility USA bolo ukončenie vojny v Iraku a stiahnutie vojsk z Afganistanu, čím vlastne splnil svoj sľub z kampane v roku 2008 – skončiť dve vojny. Dokázal, že je odovzdaný vízií mieru v Strednom východe a dokázal si získať empatiu moslimov a poukázal na spoločné záujmy moslimov a Američanov, čo sa jeho predchodcovi nepodarilo.¹⁸² Optimizmus moslimského sveta ohľadom prezidenta Obamy však vyprchal už po roku jeho prezidentstva. Kvetnatá rétorika jeho reči v Káhire ostala nenaplnená – štúdie centra PEW dokazujú, že medzi rokmi 2009 a 2010 jeho popularita klesla o 10 bodov v Libanone, Turecku a Egypte, čo len odzrkadľuje sklamanie týchto krajín.¹⁸³ Obama dosiahol isté zlepšenie imidžu USA v moslimskom svete – v niektorých krajinách sa zlepšil postoj verejnosti k USA a vo všetkých moslimských krajinách sa zvýšila podpora Obamových politík. Hoci oba ukazovatele ostávajú pod 50%, ich nárast je pozoruhodný. Vo väčšine moslimských štátov je postoj voči USA späť na úrovniach z roku 2009 – z optimistického obdobia okolo prejavu v Káhire, od ktorého si mnoho moslimských krajín veľa sľubovalo. Podľa väčšiny skúmaných Arabov bola Obamova administratíva najmenej úspešná v úlohe zlepšenia vzťahov s arabským/moslimským svetom, ale na druhej strane evidujú jej snahu to dosiahnuť. Výhodou je, že väčšina občanov arabských štátov (od 60% do 83%) považuje dobré vzťahy s USA za dôležité. Arabi vnímajú najpriaznivejšie z amerických prezidentov Billa Clintona a Georgea W. Busha najkritickejšie. Názory Arabov na Obamu sa značne rozchádzajú.¹⁸⁴ V posledných rokoch dochádza mesačne priemerne k 12,6 nenávisným trestným útokom proti americkým moslimom v USA. Od útoku v Paríži z 13. novembra 2015 sa však častosť útokov na americkým moslimov

¹⁸¹ IBRAHIM, Azeem a Mehmet CELEBI. *How To Improve the United States' Image in the Muslim World*, s. 10.

¹⁸² Tiež tam, s. 8-9.

¹⁸³ America's Global Image. *PEW Research Center*[online]. 2015. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.pewglobal.org/2015/06/23/1-americas-global-image/>

¹⁸⁴ ZOGBY RESEARCH SERVICES, LLC. *FIVE YEARS AFTER THE CAIRO SPEECH: How Arabs View President Obama and America* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://b3cdn.net/aai/04651e9aa1b5dcc741_3wm6brd3d.pdf

strojnásobila, s 38 útokmi mesačne. Obama teda vedie krajinu v pomerne napätom prostredí, kedy moslimské komunity po celej krajine žijú v obavách a strachu. V snahe zmierniť situáciu sa Obama odhodlal k historicky prvej návšteve mešity na americkej pôde. Je to podstatné gesto¹⁸⁵ avšak pre lídrov moslimských komunít je nepochopiteľné, prečo k tomu došlo až teraz. Ide o prvý krok o potlačenie rastúcej islamofóbie v USA, ale kritici tvrdia, že je potrebné urobiť viac než len navštíviť mešitu.¹⁸⁶ Hoci sa Obamova administratíva zaslúžila o zlepšenie amerického imidžu v zahraničí, stále má čo zlepšovať.

Problémom nie je odlišnosť americkej a moslimskej civilizácie. Na základe historickej skúsenosti je zrejmé, že obe civilizácie zdieľajú hodnoty, predovšetkým demokraciu. Príkladom môže byť koalícia ochotných zostavená k podpore prvej vojny v Perzskom zálive. Táto skúsenosť ukázala, že moslimský svet môže byť spojencom USA, ak sa USA snaží o dosiahnutie svojich vytýčených cieľov opatrne a citlivo.¹⁸⁷ Tu existuje obrovská príležitosť pre USA, pretože hodnoty základné pre demokraciu ako sloboda prejavu, pluralita názorov, občianska spoločnosť atď. sú žiadané naprieč moslimským svetom. Následným problémom sú však násilné akcie USA a ich zahraničná politika, ktoré spôsobujú, že USA je vnímané ako vojenská hrozba a moslimská verejnosť má strach z americkej vojenskej dominancie a útlaku. Práve jedinci, ktorí vnímajú tento konflikt v širšom kontexte ako vojnu medzi islamom a západom, môžu mať tendenciu dopustiť sa teroristických násilností. Skutočným dôvodom, prečo nie je možné lákať nerozhodných moslimov na stranu USA nie je väčšia atraktivita Al-Káidy v očiach moslimov, ale zlý imidž Američanov. Cestou nie je hľadať nové cesty, ako doručiť americké hodnoty(americkú značku) moslimom – prostredníctvom internetu v digitálnej ére a zvyšovať tým ponuku amerických hodnôt vo svete. Skutočným problémom je nedostatočný až chýbajúci dopyt po amerických hodnotách, predovšetkým po Irackom debakli. Nové médiá by mali byť preto používané presne naopak – mali by vytvárať dopyt po amerických myšlienkach a po americkej značke.

¹⁸⁵ Prezident Bush navštívil mešitu už 6 dní po útokoch z 11. septembra. Aj napriek krvavým vojnám, ktoré viedol, mnoho moslimských komunít oficiálne oceňuje jeho snahy o potlačenie islamofóbie na domácej pôde

¹⁸⁶ SOLOWAY, Benjamin. *Obama Visits U.S. Mosque, a Mere 15 Years After Bush Did*. In: *Foreignpolicy*[online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://foreignpolicy.com/2016/02/03/obama-visits-u-s-mosque-a-mere-15-years-after-bush-did/>

¹⁸⁷ IBRAHIM, Azeem a Mehmet CELEBI. *How To Improve the United States' Image in the Muslim World*, s. 11.

3.7 ODPORÚČANIE

Načúvanie moslimského publika je v digitálnej ére dôležitejšie než kedykoľvek predtým. Pokročilá technológia totižto dáva moc do rúk jednotlivcom a rôznym sociálnym skupinám a tí sú tak schopní ohroziť americkú národnú bezpečnosť aj z pohodlia domova. Kľúčom je teda snaha o vzájomnú diskusiu s rizikovými skupinami v arabskom svete a snaha odstrániť motívy, ktoré by ich mohli viesť k akémukoľvek útoku voči USA – či už fyzickému alebo kybernetickému. Vďaka digitalizácii sa šírenie informácií a propaganda stali menej nákladné – to znamená, že terorizmus sa stal menej nákladný a prienik informácií do chudobných oblastí jednoduchší.

Na základe demografických odhadov sa predpokladá, že počet radikálov bude stúpať. Islam je najrýchlejšie sa šíriace náboženstvo, v roku 2025 bude na svete 1,8 miliardy moslimov a o 9% viac mladých moslimov vo veku od 15 do 24 rokov ako dnes, a to je cieľová veková skupina pre nábor teroristov. Dodatočne, väčšina z týchto moslimov bude žiť na území padlých štátov, ktoré nie sú schopné zabezpečiť kontrolu, osobnú bezpečnosť a postačujúce životné podmienky, ktoré by odrádzali moslimov od radikalizácie. Alebo budú žiť na území ľudnatých štátov ako Pakistan, Indonézia alebo Egypt s najrýchlejšie rastúcimi moslimskými populáciami, pre ktoré je veľmi ťažké formulovať a presadzovať protiteroristické politiky.¹⁸⁸

Boj proti teroru je boj vedený niekoľko dekád a viesť túto vojnu vojensky je nedostačujúce. Ak sa americký imidž v moslimskom svete zlepší, zmenší sa počet mladých radikálnych moslimov, ktorí sú potenciálni budúci prívrženci Al-Káidy alebo Islamského štátu. Ameriku musí zaujímať, čo si o nej myslí moslimský svet, pretože tak učinia Ameriku bezpečnejšou. Jedinou cestou ako zlepšiť obraz USA v moslimskom svete a ich dôveryhodnosť je verejná diplomacia, tá totižto svojimi praktikami oslovuje moslimskú verejnosť a nie moslimských vládcov a vlády.

¹⁸⁸ IBRAHIM, Azeem a Mehmet CELEBI. *How To Improve the United States' Image in the Muslim World*, s. 18.

Práca *How to Improve The United States' Image in the Muslim World* odporúča 4 konkrétne kroky, ktoré zlepšia verejnú mienku arabských moslimov o USA:¹⁸⁹

1. Americkí vládni činitelia musia pochopiť, ako postupovať a ako s moslimami komunikovať, aby sa necítili ohrození, a aby nedochádzalo k radikalizácii jednotlivcov. Toto je základný kameň úrazu americko-arabského vzťahu USA, ktoré sa musí uistiť, že nie je vnímané ako nepriateľ islamu, a to moslimskej verejnosti ďalej dokazovať nie slovne, ale činmi. Verejná mienka je kľúčom k úspešnosti akejkoľvek verejno-diplomatickej iniciatívy;
2. Zbierať dáta, ktoré odhalia, ako je možné zlepšiť verejnú mienku a vnímanie Spojených štátov v očiach a srdciach moslimov, to znamená analyzovať verejnú mienku nielen v arabskom svete, ale aj v štátoch s moslimskou väčšinou, skúmať akými spôsobmi je podľa moslimov možné zlepšiť postoj k USA, sledovať rozdiely v názoroch medzi jednotlivými vekovými skupinami atď.;
3. Spojené štáty by mali mať zamestnancov pre prácu s verejnosťou, ktorí v minulosti pracovali v oblasti médií na arabskej pôde a majú dostatočné vedomosti o mediálnom prostredí v každej moslimskej zemi;
4. Aktéri verejnej diplomacie by mali skúmať konkrétne regióny a vyvíjať ciele iniciatívy pre zlepšenie imidžu USA v danom regióne. Cieľom je zistiť, čo chce obecnstvo v konkrétnych regiónoch počuť, napríklad prostredníctvom masového hlasovania obyvateľstva. V súčasnej digitálnej ére to pre veľvyslancov v Strednom východe znamená, že budú využívať okrem klasickým ciest k obyvateľstvu – rádiové stanice, lokálne noviny, verejné stretnutia a verejné udalosti aj sociálne siete. Riešením by mohli byť aj americké centrá pre mládež a verejnosti prístupné americké knižnice v moslimskom svete. Knižnice by sprístupňovali moslimskej verejnosti tisíce najlepších amerických kníh v mnohých oblastiach vzdelávania preložených do miestnych jazykov. Centrá by poskytovali kurzy anglického jazyka, semináre, verejné diskusie a široký výber súčasných periodík, novín a literatúry. Dodatočne by ponúkali bezplatný prístup k internetu a prostredníctvom neho možnosť priamej komunikácie s Američanmi. Centrum by sa stalo akýmsi náhľadom do amerického života pre moslimov a umožňovalo by otvorený a kritický dialóg o miestnych ale aj globálnych otázkach, vrátane americkej politiky v Strednom východe. Centrá by tak propagovali voľnú diskusiu, ktorá je zásadná pre demokraciu

¹⁸⁹ IBRAHIM, Azeem a Mehmet CELEBI. *How To Improve the United States' Image in the Muslim World*, s. 24-27.

a zároveň zbierali dáta o moslimoch. Mnoho ďalších autorov sa opiera o vzdelanie ako spôsob, ako vyhrať mysle a srdcia mladých moslimov.¹⁹⁰ Morozov považuje vzdelanie za najlepší exportný kultúrny produkt – riešením by bolo vytvorenie študijného programu amerikanizmu v moslimských a arabských krajinách, vytvorenie virtuálnej databázy univerzitných prednášok, investície do vzdelávajúcich inštitúcií a zakladanie nových pobočiek týchto inštitúcií akými sú dnešné Americká univerzita v Káhire a Americká univerzita v Bejrúte, rozšírenie ponuky a sprístupnenie možností profesijných výmenných pobytov, služobných ciest a vzdelávacích programov.¹⁹¹

Podľa Morozova sa vojna ideí (*The War of Ideas*) nedá vyhrať zvýšením počtu zamestnancov, ktorí sedia za počítačmi a ako roboti prispievajú na všetky diskusné vlákna, ktoré spomenú americkú zahraničnú politiku s oficiálnym stanoviskom MZV.¹⁹² Riešením pre USA je neustále zastávanie sa slobodného prejavu a názorovej plurality, a to by sa malo stať jadrom jeho aktivít v moslimskom svete. Existujú pre to štyri dôvody:

1. zlepši to imidž USA v regióne,
2. sloboda je spoločnou hodnotou pre moslimskú aj americkú civilizáciu a moslimovia si ju silno spájajú s USA,
3. ide o činnosť, v ktorej USA už má skúsenosti a pozná efektívne nástroje,
4. ide o podmienku pre budúce zmysluplné voľby.

¹⁹⁰ MOROZOV, Evgeny., *The Future of Public Diplomacy 2.0*; AMR, H., P. W. SINGER., *To Win the "War on Terror," We Must First Win the "War of Ideas" Here's How*; IBRAHIM, Azeem a Mehmet CELEBI. *How To Improve the United States' Image in the Muslim World*.

¹⁹¹ AMR, H., P. W. SINGER., *To Win the "War on Terror," We Must First Win the "War of Ideas": Here's How*, s. 98-99.

¹⁹² MOROZOV, Evgeny. *The Future of Public Diplomacy 2.0* [online].

ZÁVER

Diplomacia je nútená reagovať na sociálne zmeny v spoločnosti, a to aplikáciou nových komunikačných technológií do jadrových funkcií diplomacie - do jednania, zastupovania a komunikácie. Nové komunikačné prostriedky v diplomacii vytvárajú nové príležitosti a prinášajú nové výzvy pre národné vlády a ostatných medzinárodných aktérov. Digitalizácia umožňuje vládam komunikovať s publikom efektívnejšie, častejšie a vláde dáva dosah ako nikdy predtým. Na druhej strane však digitálna éra prináša aj mnohé riziká, pretože dáva moc jedincovi a vláda tak stráca monopol na informácie a kontrolu nad národným imidžom. Digitálna diplomacia bude musieť prekonať skepticizmus a následne bude prijatá do diplomatického procesu. Otvorenosť diplomatického procesu, ktorú prináša digitálna diplomacia, je však v rozpore s potrebou istej miery tajnosti v diplomacii – a preto budúcnosť diplomacie bude kombináciou tej tradičnej a digitálnej, online a off-line diplomacie.

Po 11. septembri si americká vláda uvedomila, že Al-Káida vyhráva kyber-vojnu a úspešne šíri nenávisť voči Američanom na internete. Pre zlepšenie vnímania USA v moslimskom svete sa USA rozhodlo venovať zvýšenú pozornosť virtuálnemu svetu a vydalo sa cestou komunikácie a interakcie s moslimským publikom. V roku 2002 preto vzniká špeciálna pracovná skupina pre eDiplomáciu, ktorá bola prvým eDiplomatickým úradom na svete a dnes je inšpiráciou pre mnoho svetových inštitúcií. Vedúcou osobou digitalizácie americkej verejnej diplomacie bola Hillary Clintonová, ktorej prístup inšpiroval vlády na celom svete, aby si osvojili technológie a sociálne médiá. V rámci politiky USA možno presne vymedziť 3 sféry, v ktorých dochádza k najintenzívnejšiemu využívaniu eDiplomacie – verejná diplomacia, sloboda na internete a znalostný management. Americké MZV má silné zastúpenie na sociálnych platformách - v súčasnosti disponuje so 288 stránkami na *Facebooku*, so 125 kanálmi na *YouTube* a 196 účtami na *Twitteri*, kde reaguje príspevkami v deviatich jazykoch. Okrem toho americká vláda slobodu na internete definuje ako prioritu americkej zahraničnej politiky a považuje za svoju vládnu povinnosť sprístupniť internet každému jedincovi na svete. Znalostný manažment je poslednou aplikáciou e-diplomacie a rieši najväčšie organizačné výzvy ministerstiev zahraničných vecí, ktoré ministerstvá zahraničných vecí trápia už desaťročia. V súčasnosti nie je možné merať prínos prevedenia vedomostí do digitálnej formy, a to brzdí zdokonaľovanie a pokrok v oblasti znalostného manažmentu. Na základe skúmania osvojenia si digitálnej diplomacie v štátnom

departmente možno zhodnotiť, že ide o vyvinutú sféru diplomacia, a preto spĺňa predpoklady pre oslovenie moslimského publika.

Prípadová štúdia sleduje digitálny tím DOT, čo je špeciálna jednotka Ministerstva zahraničných vecí Spojených štátov amerických, ktorí sa venujú verejnej diplomacii od roku 2006, konkrétne kybernetickému boju proti terorizmu. Tím sa snaží ozrejmováť a vysvetľovať zahraničnú politiku Spojených štátov amerických, a tým redukovať alebo úplne eliminovať vznik dezinformácií a poraziť internetovú propagandu Al-Káidy a ostatných teroristických skupín. DOT v snahe o oslovenie svojej cieľovej skupiny – tichých účastníkov diskusie na arabských fórach, zakladá na logickosti svojich príspevkov a na poskytovaní faktov, pretože dúfa, že touto cestou donúti čitateľov znovu sa zamyslieť a prehodnotiť svoje vnímanie USA. Demotivujúcim faktom je, že pod vplyvom väčšinového negatívneho názoru, pozitívne Ameriku vnímajúci moslim na fóre radšej mlčí, nereaguje a nezapája sa do debaty. Záverom prípadovej štúdie je, že zapájanie sa tímu do diskusií na fórach len zvyšuje negativotu medzi používateľmi, zhoršuje postoj moslimského publika k zahraničnej politike USA a aj k samotnému tímu. Činnosť DOTu sa teda javí ako kontraproduktívna, pretože dosahuje výlučne negatívne výsledky. Je teda možné vysloviť záver, že digitálna diplomacia síce má prostriedky na získanie mysli a srdca moslimov, ale nedarí sa jej to.

Dôvodov k neúspechu je niekoľko – príspevky členov tímu sa musia hlásiť k MZV USA, čo značne podkopáva ich dôveryhodnosť a moslimovia na fórach to využívajú vo svoj prospech a členov tímu DOT nazývajú zradcami. Tím podlieha prísnej kontrole a musí sa riadiť striktnými pravidlami, čo môže a čo už nie je povolené verejne hlásať a na položené otázky odpovedá výhradne oficiálnym vládnyim stanoviskom USA. Ostatní používatelia sú v jasnej prevahe a tím nedokáže dostatočne rýchlo odpovedať, pretože je k dispozícii iba v pracovnej dobe a cez víkend vôbec nepracuje. Tím potrebuje väčšiu jazykovú vybavenosť a viac pracovníkov, aby mohol svoju úlohu vykonávať efektívnejšie. Bez výsledkov je však otázne, či dôjde k väčším investíciám na podporu budúcich aktivít tímu.

Je teda zrejmé, že vojna ideí sa iba v digitálnom svete vyhrať nedá. Ciele verejnej diplomacie a teda aj ciele digitálnej diplomacie vo vzťahu k moslimskému svetu nie je možné dosiahnuť, pokiaľ nie sú v súlade so zahraničnou politikou a s vojenskými akciami USA. Dôvodom nedôvery moslimského sveta voči USA je do značnej miery politika prezidenta Busha mladšieho a jeho dve krvavé vojny. Jeho počínanie na arabskej pôde radikálne poškodilo imidž Ameriky. Riešenie spočíva v zdôrazňovaní hodnôt spoločných pre

americkú aj islamskú civilizáciu. Ide o hodnoty základné pre demokraciu, ako sloboda, sloboda prejavu, názorová pluralita a občianska spoločnosť, ktoré sú atraktívne a žiadané naprieč moslimským svetom. Problém vo vzájomnom vzťahu vzniká s vojenskými akciami USA a s ich zahraničnou politikou, ktoré v moslimoch budia strach z americkej vojenskej dominancie a útlaku a vyvolávajú pocit, že USA vedie vojnu proti islamu. Cestou teda nie je hľadať nové cesty, ako doručiť americké hodnoty moslimom – prostredníctvom internetu v digitálnej ére (alebo prostredníctvom tímu DOT), ale v prvom rade zlepšiť americký imidž v očiach moslimského publika. Ak sa americký imidž v moslimskom svete zlepší, zníži sa výskyt mladých radikálnych moslimov s tendenciou stať sa teroristami. Američania sa musia starať o to, čo si o nich myslí moslimský svet, pretože jedine tak učinia Ameriku bezpečnejšou. Srdcia a mysle Arabov sa dobíjajú jedine činmi, nie prázdnyimi slovami.

BIBLIOGRAFIA

KNIŽNÉ ZDROJE

CULL, Nicholas J. *Public Diplomacy: Lessons from the Past* [online]. University of Southern California, 2009 [cit. 2016-04-20]. ISBN 978-1-932800-60-9. Dostupné z: <http://uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/legacy/publications/perspectives/CPDPerspectivesLessons.pdf>

DIZARD, Wilson P. *Digital diplomacy: U.S. foreign policy in the information age*. Westport, Conn.: Praeger, 2001. ISBN 02-759-7228-3.

GRIFFIN, Em, Andrew LEDBETTER a Glenn SPARKS. *A first look at communication theory*. Ninth Edition. 2015. ISBN 00-735-2392-5. s. 372-381

KAPLAN, Robert S a David P NORTON. *Strategy maps: converting intangible assets into tangible outcomes*. Boston: Harvard Business School Press, c2004. ISBN 15-913-9134-2.

NICOLSON, Harold. *The Evolution of Diplomatic Method* [online]. 3. vyd. University of Leicester: Diplomatic Studies Programme Centre for the Study of Diplomacy, 2001 [cit. 2016-03-02]. ISBN 0-9530969-1-2. Dostupné z: <https://lra.le.ac.uk/bitstream/2381/4809/1/LRA%20-%20Doc%2001.pdf>

HOWARD, Philip N. a Muzammil M. HUSSAIN. *Democracy's Fourth Wave: Digital Media and the Arab Spring* [online]. Oxford University Press, 2013 [cit. 2016-04-20]. ISBN 978-0-19-993697-7. Dostupné z: <http://philhoward.org/wp-content/uploads/2014/09/Democracys-Fourth-Wave-First-3-Chapters.pdf>

ODBORNÉ ČLÁNKY

ABBASOV, Abbas. *Embedding Information and Communication Technologies in the Department of Foreign Affairs and Trade* [online]. 2007 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: https://www.academia.edu/1058526/Digital_Diplomacy_Embedding_Information_and_Communication_Technologies_in_the_Department_of_Foreign_Affairs_and_Trade

AMR, H., P. W. SINGER. *To Win the "War on Terror," We Must First Win the "War of Ideas": Here's How*. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* [online]. The Brookings Institution, 2008, **618**(1), 212-222 [cit. 2016-04-20]. DOI: 10.1177/0002716208317558. ISSN 0002-7162. Dostupné z: <https://www.acslaw.org/files/Engage-Muslim-World.pdf>

BASHIR, Farasha. *What to do with the Muslim problem? A critical analysis of the public diplomacy efforts employed by Presidents Bush and Obama to engage the Muslim population* [online]. 2013 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: https://www.academia.edu/8031650/What_to_do_with_the_Muslim_problem_A_critical_analysis_of_the_public_diplomacy_efforts_employed_by_Presidents_Bush_and_Obama_to_engage_the_Muslim_population

BABST, Stefanie. *Security policies 2.0. – can Facebook, Twitter & co make an impact?* [online]. 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www.nato.int/cps/en/natohq/news_82269.htm

DALE, Helle C. *Public Diplomacy 2.0:: Where the U.S. Government Meets "New Media"* [online]. The Heritage Foundation, 2009 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.heritage.org/research/reports/2009/12/public-diplomacy-2-0-where-the-us-government-meets-new-media>

DUTTON, W., KHATIB, L., THELWALL, M. *Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team* In: *The Middle East Journal* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://iis-db.stanford.edu/pubs/23842/MEJ_article.pdf

EALLES, Juliet. *How social media has affected political campaigning and what we can expect in 2015* [online]. 2014 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.instituteofopinion.com/2014/01/how-social-media-has-affected-political-campaigning-and-what-we-can-expect-in-2015/>

GOLDSMITH, Benjamin E. a Yusaku HORIUCHI. *In Search of Soft Power: Does Foreign Public Opinion Matter for US Foreign Policy?* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=8624683&fileId=S0043887112000123>

HANSON, Fergus. *Baked In and Wired: eDiplomacy@State* [online]. Foreign Policy at Brookings, 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.brookings.edu/research/reports/2012/10/25-ediplomacy-hanson-public-diplomacy>

HOWARD, Philip N., SHEETAL D. AGARWAL a MUZAMMIL M. HUSSAIN. *When Do States Disconnect Their Digital Networks? Regime Responses to the Political Uses of Social Media* [online]. 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1907191

IBRAHIM, Azeem a Mehmet CELEBI. *How To Improve the United States' Image in the Muslim World* [online]. Institute for Social Policy and Understanding, 2010 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www.ispu.org/pdfs/ISPU_US%20Image%20Report_Azeem_Ibrahim_and_Mehmet_Celebi.pdf

JOSHI, Sharad. *The Practice of Coercive Diplomacy in the Post 9/11 Period* [online]. University of Pittsburgh, 2006 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://d-scholarship.pitt.edu/10430/>

KURBALIJA, Jovan. *How institutions can effectively use social media? E-diplomacy* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.diplomacy.edu/blog/how-institutions-can-effectively-use-social-media>

KURBALIJA, Jovan. *Knowledge management and diplomacy* [online]. 2002 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.diplomacy.edu/resources/general/knowledge-management-and-diplomacy>

MELISSEN, Jan a BRIAN HOCKING. *Diplomacy in the Digital Age* [online]. Clingendael Institute, 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www.clingendael.nl/sites/default/files/Digital_Diplomacy_in_the_Digital%20Age_Clingendael_July2015.pdf

MELISSEN, Jan, BRIAN HOCKING, SHAUN RIORDAN a PAUL SHARP. *Futures for diplomacy: Integrative Diplomacy in the 21st Century* [online]. Clingendael, Netherlands

Institute of International Relations, 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.lse.ac.uk/internationalRelations/dinamfellow/conf2012/HOCKING-Futures-of-Diplomacy.pdf>

MOROZOV, Evgeny. *The Future of Public Diplomacy 2.0* [online]. 2009 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://foreignpolicy.com/2009/06/09/the-future-of-public-diplomacy-2-0/>

NYE, Joseph S. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science: Public Diplomacy in a Changing World* [online]. 2008 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www.jstor.org/stable/25097996?seq=1#fndtn-page_thumbnails_tab_contents

PETERSON, Peter G. *PUBLIC DIPLOMACY: A STRATEGY FOR REFORM: A Report of an Independent Task Force on Public Diplomacy* [online]. 2002 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://media.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/579/Task-force_final2-19.pdf

SANDRE, Andreas. *EDiplomacy: Hillary Clinton's legacy beyond 140 characters* [online]. 2013 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://bigthink.com/experts-corner/ediplomacy-hillary-clintons-legacy-beyond-140-characters>

SANDRE, Andreas. *Twitter for Diplomats* [online]. Srbsko, 2013 [cit. 2016-04-20]. ISBN 978-99932-53-27-3. Dostupné z: https://issuu.com/diplo/docs/twitter_for_diplomats

SLAUGHTER, Anne-Marie. *ADAPTING FOREIGN POLICY IN A CHANGING WORLD* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.japansociety.org/multimedia/articles/anne-marie-slaughter-on-adapting-foreign-policy-in-a-changing-world>

INTERNETOVÉ ČLÁNKY

Adoption rate of Twitter amongst heads of state from 2010 to 2015 [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.statista.com/statistics/249498/twitter-adoption-rate-amongst-heads-of-state/>

Aljazeera. *Warning against Quran burning day*. In: Aljazeera [online]. 2010. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.aljazeera.com/news/asia/2010/09/2010973657442887.html>

America's Global Image. *PEW Research Center* [online]. 2015. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.pewglobal.org/2015/06/23/1-americas-global-image/>

BBC Basic Online Skills: INTERNET May 2014 research. In: *BBC.co.uk* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whatwedo/learning/audience-research/basic-online-skills-nov-2014.pdf>

BEAUMONT, Peter a Nick HOPKINS. *US was 'key player in cyber-attacks on Iran's nuclear programme'*. In: *The Guardian* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/world/2012/jun/01/obama-sped-up-cyberattack-iran>

COHEN, Tom. *U.S. navigates carefully between supporting Mubarak, democratic ideals*. In: *CNN.com* [online]. 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2011/POLITICS/01/31/us.egypt.response/>

DUGGAN, Maeve. *The Demographics of Social Media Users* [online]. 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.pewinternet.org/2015/08/19/the-demographics-of-social-media-users/>

ENSOR, David. *Al Qaeda letter called 'chilling': Al-Zawahiri to al-Zarqawi: Prepare for U.S. to leave Iraq soon.* In: *CNN.com* [online]. 2005 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2005/WORLD/meast/10/11/alqaeda.letter/>

Global Publics Back U.S. on Fighting ISIS, but Are Critical of Post-9/11 Torture. *PEW Research Center* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.pewglobal.org/2015/06/23/global-publics-back-u-s-on-fighting-isis-but-are-critical-of-post-911-torture/>

HESSELD AHL, Arik, Douglas MACMILLAN a Olga KHARIF. *The Vote: A Victory for Social Media, Too.* In: *Bloomberg* [online]. 2008 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2008-11-05/the-vote-a-victory-for-social-media-toobusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice>

International Telecommunication Union. *ICT Facts & Figures. The World in 2015.* [online]. Ženeva, 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf>

ITU. *ITU releases 2015 ICT figures.* [online]. Ženeva, 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: https://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2015/17.aspx

ISSENBERG, Sasha. *How Obama's Team Used Big Data to Rally Voters: How President Obama's campaign used big data to rally individual voters* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.technologyreview.com/s/509026/how-obamas-team-used-big-data-to-rally-voters/>

KERRY, John. *Digital Diplomacy: Adapting Our Diplomatic Engagement - See more at:* <https://blogs.state.gov/stories/2013/05/06/digital-diplomacy-adapting-our-diplomatic-engagement#sthash.zjYWUOGS.dpuf>. In: *DIPNOTE* [online]. 2013 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://blogs.state.gov/stories/2013/05/06/digital-diplomacy-adapting-our-diplomatic-engagement>

KERRY, John. [“Hosting @Twitter chat in 1.5 hours on my trip to #Africa - send me your Q's using #YALICHAT“]. In: *Twitter* [online]. 9. máj, 2014. [vid. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://vine.co/v/MgWrtAVbxl0>

MAUDE, Francis. *Government Digital Inclusion Strategy.* In: *Gov.uk: Government Digital Service* [online]. 2014 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.gov.uk/government/publications/government-digital-inclusion-strategy/government-digital-inclusion-strategy>

NAJAFIZADA, ENAYAT a ROD NORDLAND. *Afghans Avenge Florida Koran Burning, Killing 12.* In: *The New York Times* [online]. 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www.nytimes.com/2011/04/02/world/asia/02afghanistan.html?pagewanted=all&_r=1

Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 4th quarter 2015 (in millions) [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>

O'BRIEN, Danny. *Seven "Corporations of Interest" in Selling Surveillance Tools to China*. In: *Electronic Frontier Foundation* [online]. 2010 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.eff.org/deeplinks/2010/01/selling-china-surveillance>

PERMYAKOVA, Larisa. Digital diplomacy: areas of work, risks and tools. In: *RUSSIAN INTERNATIONAL AFFAIRS COUNCIL* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://russiancouncil.ru/en/inner/?id_4=864#top

PFLANZ, Mike. Joseph Kony 2012: growing outrage in Uganda over film. *The Telegraph* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/africaandindianocean/uganda/9131469/Joseph-Kony-2012-growing-outrage-in-Uganda-over-film.html>

RAGAN, Steve. *Tunisian government harvesting usernames and passwords* [online]. 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.thetechherald.com/articles/Tunisian-government-harvesting-usernames-and-passwords/12429/>

SOLOWAY, Benjamin. *Obama Visits U.S. Mosque, a Mere 15 Years After Bush Did*. In: *Foreignpolicy* [online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://foreignpolicy.com/2016/02/03/obama-visits-u-s-mosque-a-mere-15-years-after-bush-did/>

Twiplomacy Study 2015. In: *Twiplomacy.com* [online]. 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2015/#section-14>

Twitter accounts with the most followers worldwide as of March 2016 (in millions) [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.statista.com/statistics/273172/twitter-accounts-with-the-most-followers-worldwide/>

VINCOS blog: *WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

WAGNER, Vivian. *US Cybercounterterrorism Team Takes on al-Qaida* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www.technewsworld.com/story/75238.html?u=piju2111&p=ENNSS_35457bdd878b2e01411033d4003e7e59

Washington Times. *Arabic Speakers Monitor Net Chats* [online]. 2007 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.washingtontimes.com/news/2007/mar/8/20070308-111426-4682r/?page=all>

YADRON, Danny. *Twitter deletes 125,000 Isis accounts and expands anti-terror teams* [online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2016/feb/05/twitter-deletes-isis-accounts-terrorism-online>

VLÁDNE DOKUMENTY

TAPSCOTT, Don. Global Agenda Council on Informed Societies: Towards a Blueprint for Informed Societies [online]. 2013 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/GAC13/WEF_GAC_InformedSocieties_TowardsBlueprintInformedSocieties_Report_2013.pdf

THE STATE DEPARTMENT'S CENTER FOR STRATEGIC COUNTERTERRORISM COMMUNICATIONS: MISSION, OPERATIONS AND IMPACT: HEARING BEFORE THE SUBCOMMITTEE ON TERRORISM, NONPROLIFERATION, AND TRADE OF THE COMMITTEE ON FOREIGN AFFAIRS HOUSE OF REPRESENTATIVES [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://archives.republicans.foreignaffairs.house.gov/112/75389.pdf>

The White House. *Remarks by the President on a New Beginning* (speech transcript) [online]. Jún 2009 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-cairo-university-6-04-09>

WAGNER, Ben. *AFTER THE ARAB SPRING: NEW PATHS FOR HUMAN RIGHTS AND THE INTERNET IN EUROPEAN FOREIGN POLICY*. In: *Www.europarl.eu* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2012/457102/EXPO-DROI_NT\(2012\)457102_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2012/457102/EXPO-DROI_NT(2012)457102_EN.pdf)

WEBOVÉ STRÁNKY, ČASŤ WEBU

Digital Outreach Team. Facebook [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/DigitalOutreachTeam/>

Disease Management System. *RegPoint* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.regpoint.eu/disease/disease-management-system/>

Doctors Without Borders/ Médecins Sans Frontières (MSF). Facebook [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/msf.english/?fref=ts>

Invisible Children. *KONY 2012* [online]. 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://invisiblechildren.com/kony-2012/>

Radio Free Europe: Radio Liberty: Frequently Asked Questions [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.rferl.org/info/faq/777.html>

Twitter [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://twitter.com/>

OFICIÁLNE STRÁNKY INŠTITÚCIÍ

USAID: Who We Are [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.usaid.gov/who-we-are>

U.S. Department of State: Diplomacy in Action. *Bureau of Information Resource Management* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/m/irm/index.htm>

U.S. Department of State: Diplomacy in Action. *Bureau of International Information*

Programs [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/r/iip/>

U.S. Department of State: Diplomacy in Action. *Center for Strategic Counterterrorism Communications* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/r/csc/index.htm>

U.S. Department of State: Diplomacy In Action: *Civil Society 2.0* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/statecraft/cs20/index.htm>

U.S. Department of State: Diplomacy in Action: *Tech@State* [online]. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.state.gov/statecraft/tech/index.htm>