

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ



Obor: Mezinárodní studia - diplomacie

Digitální diplomacie – komparace USA a Ruska
(bakalářská práce)

Autor: Jana Seková

Vedoucí práce: Ing. Jan Martin Rolenc

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a vyznačila všechny citace z pramenů.

V Praze dne

.....

Jana Seková

Poděkování:

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Janu Martinu Rolencovi za jeho vstřícný přístup a cenné rady a podněty, které mi poskytl při vedení této práce. Dále bych ráda poděkovala celé svojí rodině za podporu při psaní této práce i v průběhu celého studia.

Abstrakt

Mezinárodní vztahy jsou ovlivňovány vědecko-technologickým pokrokem již od svého počátku. Významný vliv na podobu a vývoj diplomacie a mezinárodních vztahů má i nejnovější masmédiu internet. Tyto změny se projevují především na podobě veřejné diplomacie, vedly dokonce až ke vzniku její nové formy – digitální diplomacie. Vzhledem k aktuálnosti problematiky digitální diplomacie ovšem v současné době neexistuje jednotná definice tohoto pojmu. Objasnit, co to je digitální diplomacie a jaká jsou její specifika, je dílčím cílem této práce. Praktická část práce se zabývá digitální diplomacií Spojených států amerických v komparaci s digitální diplomacií Ruské federace. Cílem této práce je posoudit, zda v současné době existuje ruská digitální diplomacie a jaká jsou její specifika v porovnání se Spojenými státy.

Klíčová slova: digitální diplomacie, e-Diplomacie, nová veřejná diplomacie, twiplomacie, internet, USA, Rusko, soft power.

Abstract

International relations are being influenced by progress in science and technology since its beginning. The newest mass medium, the Internet, has also significant impact on the form and development of diplomacy and international relations. These changes are most apparent on the form of public diplomacy and lead up to the creation of its new form – digital diplomacy.

Digital diplomacy is a topical issue in the theory of international relations, therefore there is no uniform definition of this new term. One of the goals of this thesis is to explain what digital diplomacy and to specify its characteristic features. The practical part of this thesis deals with digital diplomacy of the United States of America in comparison with digital diplomacy of the Russian Federation. The main goal of this thesis is to assess whether there exists a Russian digital diplomacy and to specify its main characteristic features in comparison with digital diplomacy of the United States.

Key words: digital diplomacy, e-Diplomacy, new public diplomacy, twiplomacy, the Internet, USA, Russia, soft power.

Obsah

Úvod	1
Teoreticko-metodologické východisko	4
1. Digitální diplomacie	5
1.1. Mezinárodní vztahy a internet	5
1.1.1. Počátky internetu a jeho vlivu	5
1.1.2. Internet a jeho vliv v oblasti komunikace.....	6
1.1.3. Informace jako strategický zdroj	7
1.1.4. Noví aktéři mezinárodního dění a jejich vliv	9
1.1.5. Vliv internetu na mobilizaci skupin.....	10
1.1.6. Negativní aspekty	12
1.2. Veřejná diplomacie a digitální diplomacie	13
1.2.1. Veřejná diplomacie.....	14
1.2.2. Nová veřejná diplomacie	15
1.2.3. Digitální diplomacie	16
1.2.4. Diplomacie 3.0.....	19
1.2.5. Společné a rozdílné znaky digitální a veřejné diplomacie	20
1.2.6. Twiplomacie	20
2. Digitální diplomacie USA.....	24
2.1. Politická dimenze digitální diplomacie USA.....	24
2.1.1. Agenda <i>21st Century Statecraft</i>	24
2.1.2. Hillary Clintonová	27
2.1.3. Digitální diplomacie Spojených států a průzkum Soft Power 30	28
2.2. Institucionální dimenze digitální diplomacie USA	28
2.2.1. Kancelář e-Diplomacie	29
2.2.2. Diplopedia	30
2.2.3. DipNote	30
2.2.4. E-Government	31
2.2.5. Digital Outreach Team	31
2.2.6. Sociální sítě.....	32
3. Digitální diplomacie Ruska	34
3.1. Politická dimenze digitální diplomacie Ruska.....	34
3.1.1. Formování ruské digitální diplomacie.....	34
3.1.2. Digitální diplomacie jako nástroj ruské soft power.....	35
3.1.3. Ruská digitální diplomacie a její možnosti.....	37
3.2. Institucionální dimenze	39

3.2.1.	Iniciativy ruské vlády	39
3.2.2.	Přijaté vládní programy	39
3.2.3.	Nástroje digitální diplomacie a ruská propaganda	41
3.2.4.	Sociální sítě.....	42
4.	Komparace digitální diplomacie USA a Ruska.....	46
	Závěr.....	48
	Seznam zdrojů:	52

Úvod

V souvislosti s pokrokem ve vývoji moderních technologií a v masmédiích dochází k významným změnám i v diplomacii a v mezinárodních vztazích. Nejmodernější masmédiem, internet, přináší do oblasti mezinárodních vztahů nová témata, výzvy ale i rizika. Vliv internetu a moderních technologií se projevuje v diplomacii. Nejvýrazněji jej můžeme pozorovat zejména v oblasti veřejné diplomacie, ve které se v posledních několika letech začaly objevovat nové termíny digitální diplomacie, virtuální diplomacie, e-Diplomacie či kybernetická diplomacie, které označují novou formu veřejné diplomacie. Pro označení této nové formy veřejné diplomacie je v této práci souhrnně používán termín digitální diplomacie, ačkoliv podle některých teoretiků existují určité rozdíly například i mezi digitální diplomacií a e-Diplomacií.

Významným nástrojem digitální diplomacie je vedle moderních technologií nejnovější masmédiem internet. Od svého velkolepého rozšíření v 90. letech minulého století se stal internet součástí každodenního života mnohých lidí a spolu s různými moderními technologiemi je dnes nezbytným nástrojem pro výkon některých činností i pro diplomatickou praxi. Do oblasti diplomacie a mezinárodních vztahů přináší internet nové možnosti a výzvy, se kterými se musí vypořádat státníci a diplomaté na celém světě a které mohou mít pozitivní i negativní charakter. Vliv internetu na oblast mezinárodních vztahů a diplomacii je v současné době vzhledem k aktuálnosti této problematiky obtížné jednoznačně vymezit. V některých případech je ovšem tento vliv považován za velmi významný již dnes. Z tohoto důvodu a z důvodu toho, že v porovnání se zahraniční literaturou je v české literatuře tomuto tématu podle mého osobního názoru věnováno méně prostoru, se problematikou vlivu internetu na mezinárodní vztahy a diplomacii zabývá samostatná podkapitola této práce. Cílem této podkapitoly je tedy pokusit se zachytit, zda a jaký vliv měly vznik internetu a jeho celosvětové rozšíření na mezinárodní vztahy a diplomacii a jakým výzvám musí státy a diplomaté čelit.

Dopad internetu na diplomacii je pravděpodobně nejlépe pozorovatelný v oblasti veřejné diplomacie. Rozvoj moderních komunikačních technologií a rozšíření internetu přinesly do oblasti veřejné diplomacie nové možnosti zejména v oblasti komunikace a navazování vztahů a dialogu s veřejností. Zvyšující se vliv moderních technologií a internetu vedl až ke vzniku nové formy veřejné diplomacie, digitální diplomacie. Problematika digitální diplomacie je jedním z velmi aktuálních témat v diplomatické teorii, což dokazuje i skutečnost, že doposud neexistuje jednotná definice tohoto pojmu. Tato část práce se proto zabývá teoretickým vymezením veřejné diplomacie, změnami v oblasti veřejné diplomacie

a teoretickým vymezením digitální diplomacie. Část práce se zároveň zaměřuje na vztah mezi veřejnou diplomacií a digitální diplomacií a na jejich společné a rozdílné znaky.

Vzhledem k neustále rostoucímu počtu uživatelů internetu a sociálních sítí roste také význam sociálních sítí jako nástroje veřejné, resp. digitální diplomacie. Jednou z těchto sítí je například sociální síť Twitter, na které má svůj účet již několik let vedle světových státníků například také papež František. Pro uplatnění Twitteru jako nástroje diplomacie se dokonce používá samostatný termín twiplomacie. Tuto skutečnost můžeme považovat za důkaz toho, že Twitter patří v oblasti digitální diplomacie k nejvýznamnějším sociálním sítím. Z tohoto důvodu je problematika twiplomacie věnována samostatná podkapitola této práce.

Tématem praktické části této práce je digitální diplomacie dvou významných aktérů světové politiky, Spojených států amerických a Ruské federace. Spojené státy jsou jednou z mála zemí, které dokáží velmi úspěšně využívat potenciál moderních technologií a internetu jako nástroje své veřejné diplomacie a soft power. Spolu s Velkou Británií jsou dokonce považovány za vůbec nejúspěšnější země v této oblasti. Důkazem tohoto tvrzení je i skutečnost, že většina autorů, kteří se zabývají digitální diplomacií, se touto problematikou zabývá právě v případě Spojených států. Úspěch americké digitální diplomacie pochopitelně není samovolný, ale závisí na přístupu a aktivitách americké vlády. Kapitola zaměřená na digitální diplomacii Spojených států se proto zabývá prvními projevy digitální diplomacie v americké zahraniční politice, dalšími konkrétními vládními aktivitami a významnými osobnostmi v oblasti americké digitální diplomacie.

Aktuálnost problematiky digitální diplomacie potvrzuje vedle neexistence definice tohoto pojmu také skutečnost, že v této oblasti zatím nebyly provedeny průzkumy, z kterých by bylo možné vycházet pro porovnání úspěchu jednotlivých zemí v digitální diplomacii. Jedním z průzkumů, který se digitální diplomacií zabývá alespoň v jedné ze svých částí, je průzkum *Soft Power 30* z roku 2015. Výsledky tohoto průzkumu poskytují informace o tom, jak jsou jednotlivé země úspěšné v uplatňování digitální diplomacie jako nástroje svojí soft power. Mezi soft power země a její digitální diplomacií existuje významná provázanost, z tohoto důvodu se některé praktické části této práce zabývají také výsledky průzkumu *Soft Power 30*.

Předposlední kapitola práce je věnována digitální diplomacii Ruské federace. Cílem této práce je na základě komparace s praxí digitální diplomacie Spojených států, posoudit, zda existuje ruská digitální diplomacie a jaká jsou její specifika v porovnání se Spojenými státy. Tato kapitola se proto podobně jako v případě americké digitální diplomacie zabývá prvními projevy digitální diplomacie v ruské zahraniční politice, jejím současným stavem a také vztahem mezi ruskou soft power a digitální diplomacií. V souvislosti s projevy Ruska a ruské

vlády v zahraničí bývá velmi často skloňovaným pojmem ruská propaganda, ke které podle mnohých zdrojů dochází také prostřednictvím internetu. Ačkoliv se nejedná o oficiální nástroje ruské digitální diplomacie, neboť se k nim ruská vláda z pochopitelných důvodů nehlásí, lze tuto propagandu označovat za významný nástroj propagace zájmů ruské vlády v zahraničí prostřednictvím internetu, proto se touto problematikou zabývá i část této kapitoly. Stejně negativně jako ruská propaganda je vnímána i cenzura ze strany ruské vlády, ke které kromě internetu dochází také v masmédiích.

Komparaci získaných poznatků o digitální diplomacii Spojených států a Ruské federace je věnována poslední kapitola této práce, jejíž cílem je shrnout rozdíly v přístupu americké a ruské vlády k otázkám digitální diplomacie, v iniciativách, které v této oblasti oficiálně přijímají jednotlivé vlády a také v úspěšnosti digitální diplomacie obou zemí.

Teoreticko-metodologické východisko

Média mají vliv na podobu diplomatické praxe i na samotnou podstatu diplomacie. Díky technologickému pokroku došlo v oblasti masmédií v průběhu času k významnému posunu od tisku, k rozhlasovému a televiznímu vysílání až po internet. Nejnovější masmédiu, internet, přináší do oblasti mezinárodních vztahů a diplomacie kromě nových pozitivních výzev ovšem i všudypřítomná rizika. Rozšíření internetu a rozvoj moderních informačních technologií ovlivňuje kromě jiných oblastí lidské činnosti také diplomatickou praxi. Diplomacie přestává být výlučnou záležitostí elit států a zaměřuje se na své publikum, tedy na domácí a zahraniční veřejnost. Tato nová forma veřejné diplomacie bývá označována jako nová veřejná diplomacie či veřejná diplomacie 2.0. Označení 2.0 v tomto kontextu znamená přechod od monologu k dialogu s veřejností v rámci diplomatické praxe a větší zapojení veřejnosti. Pojmy jako digitální diplomacie, e-diplomacie, kybernetická diplomacie či diplomacie sociálních sítí označují novou formu diplomacie, resp. veřejné diplomacie, která pro dosažení svých zájmů používá nové netradiční nástroje - internet a moderní technologie. Digitální diplomacie dává státům nové možnosti v prosazování svých zájmů a k naplňování svých cílů. V praxi digitální diplomacie existují mezi jednotlivými zeměmi rozdíly. Za nejúspěšnější země ve využívání potenciálu digitální diplomacie a moderních technologií jsou považovány Spojené státy a Velká Británie. Rozdíly v praxi digitální diplomacie Spojených států a Ruska budou na základě komparace zkoumány v praktické části této práce.

1. Digitální diplomacie

Internet je v současné době jedním z nejvýznamnějších moderních masmédií. Jeho význam a vliv se v posledních letech stále více projevuje i v oblasti mezinárodních vztahů a diplomacie. Dopad internetu na oblast mezinárodních vztahů a diplomacie se proto pokusí zachytit následující kapitola.

1.1. Mezinárodní vztahy a internet

Mezinárodní vztahy, stejně jako ostatní oblasti lidské činnosti, byly a jsou po celou dobu svého vývoje ovlivňovány technologiemi a technickým pokrokem. Také do oblasti mezinárodních vztahů se promítají nejmodernější technologie dané doby, přičemž jejich vliv můžeme v některých případech považovat až za zásadní pro budoucí vývoj.

1.1.1. Počátky internetu a jeho vlivu

Podobně jako zdokonalení lodí podpořilo evropskou expanzi v průběhu 16. až 18. století a Morseův telegraf z 19. století umožnil rychlejší a efektivnější komunikaci na dlouhé vzdálenosti, přinesl do oblasti mezinárodních vztahů a diplomacie v druhé polovině 20. století nové příležitosti, ale také rizika, Internet. Internet je globální informační systém, jehož oficiální vznik v roce 1969 můžeme v oblasti získávání a šíření informací považovat za stejně významný objev, jakým byl vynález knihtisku Johanna Gutenberga v 15. století¹. Gutenbergův knihtisk podstatně snížil náklady a náročnost výroby knih, čímž urychlil a zvětšil jejich produkci, umožnil k nim rychlejší a levnější přístup a tím i významně zrychlil tempo šíření myšlenek obsažených v knihách. Právě díky snadnějšímu přístupu k materiálům a informacím a díky rozšíření knihtisku po celém světě jej považujeme za první historické masmédiu, ke kterému kromě internetu řadíme též rozhlas a televizi. Výtisk první Gutenbergovy Bible v 50. letech 15. století tedy můžeme označit za zárodek informačního věku².

Tak jako vynález knihtisku přinesl mnoho kulturně společenských důsledků, ovlivňuje i o 500 let mladší internet nejen každodenní život jednotlivců, ale má vliv i na dění na mezinárodní úrovni³. Vzhledem k neustálému vývoji a poměrnému mládí internetu je

1 SKLENÁK, V. a kol. *Data, informace, znalosti a Internet*. Praha: C. H. Beck, 2001. ISBN: 80-7179-409-0. s. 4-5.

2 Tamtéž.

3 SKLENÁK, V. a kol. *Data, informace, znalosti a Internet*, str. 4-5.

ovšem složité tento vliv jednoznačně definovat, můžeme se o to ovšem pokusit⁴. Už samotný vznik internetu je s děním na mezinárodní úrovni svázán, neboť první motivaci k jeho vzniku můžeme nalézt na počátku 60. let ve Spojených státech amerických, kde se v období vrcholící studené války začaly objevovat první podněty k vytvoření sítě schopné navzájem propojit nejvýznamnější vojenské, vládní a vědecko-výzkumné počítače za účelem zajištění přežití v případě jaderného útoku. Motivace ke vzniku této sítě byla tedy čistě vojenská a souvisela s probíhající studenou válkou⁵.

Původně byl internet využíván pouze pro účely vědeckých a akademických pracovišť. Od roku 1993 se na internetu začaly objevovat první firmy a informační technologie, tedy nejen internet ale i satelitní televize, emaily a mobilní telefony, se postupně staly nedílnou součástí každodenního života domácností téměř po celém světě⁶. Současný svět je díky informačním technologiím všudypřítomně propojen a každý den se k této síti připojují další noví uživatelé⁷. Procento individuálních uživatelů internetu vzrostlo například ve Spojených státech během čtrnácti let podle údajů specializované agentury OSN na informační a komunikační technologie ITU ze 43,08 % uživatelů v roce 2000 na 87,36 % v roce 2014⁸, tedy dvojnásobně. V Ruské federaci došlo k růstu z 1,98 % individuálních uživatelů internetu v roce 2000 na 70,52 % v roce 2014⁹. Podle odborníků také roste počet společností a států, které se stávají na informačních technologiích závislými¹⁰. Tato všudypřítomná propojenost světa díky informačním technologiím znamená pro mezinárodní vztahy nové příležitosti, ale také hrozby, kterým musí státy a diplomaté čelit.

1.1.2. Internet a jeho vliv v oblasti komunikace

Informační revoluce v 90. letech přinesla zásadní změny v oblasti komunikace pro jednotlivce i pro oblast diplomacie. Dopisy a faxy byly nahrazeny emaily a SMS zprávami, webové stránky doplňují a v některých případech i plně nahrazují tištěná a vysílaná média,

4 WESTCOTT, N. Digital Diplomacy: The Impact of The Internet on International Relations. *Oxford Internet Institute* [online]. 1. 7. 2008, č. 16, 20 s. [vid. 2015-10-01], [cit. 2016-02-01]. DOI:

<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1326476>. Dostupné prostřednictvím SSRN z: <http://ssrn.com/abstract=1326476>.

5 SKLENÁK, V. a kol. *Data, informace, znalosti a Internet*, s. 181.

6 Tamtéž, s. 183.

7 SHARP, P., WISEMAN, G. *American Diplomacy*. Leiden: Martinus Nijhoff, 2012. ISBN 978-90-04-21415-6. s. 217.

8 ITU. Percentage of Individuals using the Internet. *International Telecommunication Union* [online]. 2015. [cit. 2016], [vid. únor 2016]. Dostupné z: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>.

9 Tamtéž.

10 ERIKSSON, J., GIACOMELLO, G. The Information Revolution, Security, and International Relations: (IR) Relevant Theory? *International Political Science Review*. 2006, roč. 3, č. 27, s. 221 - 244.

ačkoliv mezi těmito médii existuje vzájemný vztah, který se rychle vyvíjí¹¹. Moderní komunikace také vytváří novou zásadní dynamiku organizace společnosti a řízení států¹².

Ke změnám vlivem informační revoluce dochází v diplomacii nejen v oblasti komunikace. Vynález telegrafu v 19. století a později telefon a fax významně urychlily rychlost přenosu informací mezi diplomatickými zástupci. Internet ovšem změnil celkovou povahu diplomatické komunikace, která již není jen záležitostí elit státu, ale je namířena i na obyčejné lidi¹³. První oficiální email amerického prezidenta byl email prezidenta Billa Clintona z roku 1994 poslaný jako odpověď na email od švédského předsedy vlády Carla Bildta. Sám Clinton svoji odpověď již v té době označil za významný krok vpřed v budování celosvětové informační dálnice¹⁴.

Někteří kritici považují současné způsoby komunikace a dodržování diplomatických tradic za zastaralé, existují i názory, které považují povolání diplomatů v době moderních komunikačních technologií za zbytečné či za přežitek, protože je možné získávat informace modernějším a rychlejším způsobem. Výhodou diplomata v zahraničí ovšem je, že je přímo na místě v dané zemi, připravený osobně zastupovat zájmy státu a poskytovat své zemi přesné informace o dění v této zemi.

1.1.3. Informace jako strategický zdroj

Vznik internetu a nástup informačních technologií zapříčinil značné změny nejen v oblasti získávání a šíření informací. Internet jako globální komunikační prostředek umožňuje zveřejnění, výměnu a uchování informací¹⁵, ale například, na rozdíl od vlivu již zmiňovaného prvního masmédia knihtisku, dochází díky internetu k jejich získávání a šíření podstatně rychlejším tempem¹⁶. Internet urychluje a osvobozuje šíření informací o jakýchkoliv tématech a událostech a činí globální informační toky okamžitými¹⁷. Posun nastává i v rámci rozsahu šíření informací. Díky moderním informačním technologiím se dnes informace šíří v mnohem větším rozsahu než kdykoliv předtím v historii¹⁸. Všechny tyto změny ve

11 WESTCOTT, N. *Digital Diplomacy: The Impact of The Internet on International Relations*, s. 4.

12 Tamtéž, s. 4.

13 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*. Londýn: Rowman and Littlefield, 2015. ISBN 978-1-4422-3635-6. s. xviii.

14 Tamtéž, s. xviii.

15 WESTCOTT, N. *Digital Diplomacy: The Impact of The Internet on International Relations*, s. 3.

16 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford: Oxford University Press, 2013. ISBN 978-0-19-958886-2. S. 209.

17 WESTCOTT, N. *Digital Diplomacy: The Impact of The Internet on International Relations*, s. 2-3.

18 NYE, J. S. JR., *Soft Power. The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004. ISBN 1-58648-306-4 (brož.). S. 1.

společnosti mění a urychlují způsob zpracovávání informací a utváření veřejného mínění. Právě rychlé tempo a velký rozsah technologických změn v oblasti komunikačních technologií a infrastruktury jsou velkou výzvou pro mnohé instituce, které se tyto technologické změny snaží dosáhnout veškerými možnými způsoby¹⁹. Tato informační revoluce má na oblast mezinárodních vztahů výrazný vliv, neboť v posledních několika letech se mění především celosvětový význam informací.

V roce 1995 předpověděl tehdejší výkonný ředitel Mezinárodní telekomunikační družicové organizace, Irving Goldstein, že informace budou pro 21. století tím samým, čím pro svět byla ropa na počátku 20. století²⁰. O pár let později označil informace za moc nebo sílu americký teoretik Joseph S. Nye²¹. Informace jsou v současné době strategickým zdrojem moci a budeme-li je tak chápat, můžeme tak snadněji pochopit i význam informačních technologií a informační revoluce pro 21. století²².

Abychom však mohli informace považovat za skutečnou moc či sílu, musíme najít vhodnou strategii, jak s nimi zacházet, a reálně je v tuto moc proměnit, neboť informace samy o sobě nemají žádnou moc, důležitý je způsob, jakým jsou použity²³. Podobně jako samotné držení ropy na počátku minulého století automaticky nezaručovalo danému státu bohatství a moc, nemohou být za moc považovány ani získané informace, pokud nevíme, jak je využít. Pokud chce stát maximalizovat moc, jež lze díky informacím získat, musí tyto informace použít náležitým způsobem, který ovlivní správná místa a velké procento populace²⁴, i proto je důležité ovládat moderní technologie. Diplomaté by měli rozumět moderním informačním technologiím, měli by si uvědomovat jejich výhody i nebezpečí s nimi spojená a správně je využívat, sledovat i omezovat, aby dokázali co nejefektivněji spravovat získané informace. Úspěšní diplomaté 21. století přistupují k moderním technologiím jako k jedinečnému prostředku pro získávání a zpracování informací různého druhu, studují konkrétní specifika i předsudky jednotlivých médií a strategicky používají moderní technologie k dosažení svých cílů²⁵. Diplomaté, kteří nejsou schopni přizpůsobit se moderním změnám, mohou postupně začít ztrácet svoji významnost i moc²⁶.

19 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, s. 210.

20 Tamtéž, s. 209.

21 NYE, J. S. JR., *Soft Power. The Means to Success in World Politics*, s. 1.

22 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, s. 209.

23 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*, s. 219.

24 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*, s. 219.

25 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, s. 209.

26 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*, s. 218 – 219.

1.1.4. Noví aktéři mezinárodního dění a jejich vliv

Přístup k novým informacím je díky internetu spojen s další výzvou, které musí státy a diplomaté v souvislosti s rozvojem a rozšířením moderních technologií čelit, a to se zapojením nových aktérů do mezinárodního dění. Schopnost státu ovládat, omezovat a jiným způsobem ovlivňovat informace je díky novým masmédiím a technologiím značně omezena oproti rostoucímu vlivu soukromých a nestátních aktérů a občanské společnosti²⁷. Internet znásobuje a zesiluje hlasy a zájmy nových aktérů zapojených do mezinárodní politiky a tím znesnadňuje mezinárodní rozhodování a oslabuje výlučné postavení států v této oblasti²⁸. Nerovnosti mezi vládami a nevládními aktéry jsou tak díky dostupnosti a nabídce informací jednodušejší snižovány²⁹. Newyorský profesor Clay Shirik a redaktor *New York Time's* Thomas Friedman dokonce označili nevládní organizace a nadnárodní korporace za nestátní aktéry, kteří jsou vycházejícími hráči mezinárodní politiky³⁰.

Nestátní aktéři, kteří mají možnost ovládat informační kanály a kteří jsou schopni ovlivňovat tok informací, získávají ohromný zdroj moci. Tento zdroj moci je přenosný, zjednodušeně můžeme říci, že kdo ovládá tok informací, má moc. To je další komplikace a výzva pro státní orgány, neboť určit, kde jsou dané informace, odkud pocházejí a kdo je ovládá, jim bude vždy určitou dobu trvat³¹. Existují i případy, kdy nestátní aktéři dokázali využít informační technologie, aby mohli šířit svá poselství na nadnárodní úrovni. Například internetový server Wikileaks zveřejnil jako kritiku Spojených států informace o krutostech v Afghánistánu a Iráku prostřednictvím USB mechaniky a propojeného serveru, který byl součástí celosvětové sítě World Wide Web³².

Díky moderním technologiím a jejich nástrojům dochází ke změně povahy samotné diplomacie, která již nemá povahu jednání vláda-vládě, tedy není výlučnou záležitostí malého počtu státních představitelů, ale dává prostor i novým hlasům. Demokratizace informací tedy v podstatě způsobila i částečnou demokratizaci diplomacie. Autoři *Oxford Handbook of Modern Diplomacy* tuto změnu označují jako přechod od klubové diplomacie

27 Tamtéž, s. 5.

28 WESTCOTT, N. *Digital Diplomacy: The Impact of The Internet on International Relations*, s. 2.

29 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*, s. 219.

30 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, s. 211.

31 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*, s. 219.

32 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, s. 211.

„club diplomacy“, v níž se odrážejí tradiční formy diplomatické praxe, k diplomacii sítí „network diplomacy“³³.

Klubová diplomacie je uzavřené společenství vládních představitelů, diplomatů a členů podnikatelské sféry, kteří reprezentují zájmy vlastní skupiny. Zatímco klubová diplomacie je záležitostí malého počtu hráčů s jasně danými pravidly, charakterizovaná nízkým stupněm transparentnosti, která je prováděna především psanou formou a jejíž hlavním cílem je většinou podpis nějaké dohody, diplomacie sítí dává prostor velkému počtu aktérů, je provozována nepsanou formou a jejím hlavním cílem je zvýšení vzájemných dvoustranných toků³⁴. Snadnější přístup k informacím vytváří nátlak na větší zodpovědnost a transparentnost vládních úředníků, včetně diplomatů³⁵, proto je současná diplomacie charakterizována vyšším stupněm transparentnosti, než tradiční model klubové diplomacie. Současný úspěšný diplomat by měl být schopný fungovat v obou těchto rovinách diplomacie, tedy v rovině klubové diplomacie ovládané hierarchií a pravidly a v rovině diplomacie sítí, která není svazována pravidly a hierarchií ani počtem členů.

1.1.5. Vliv internetu na mobilizaci skupin

Internet a moderní technologie umožňují komunikaci na dlouhé vzdálenosti, jeho uživatelé se tak mohou prostřednictvím internetových sítí slučovat na základě společných zájmů do různých komunit. Vztahy mezi členy těchto virtuálních společenství mohou být velmi silné, ačkoliv se osobně neznají, spojují je totiž společné hodnoty, přesvědčení nebo zájmy na rozdíl od členů „tradičních“ společenství. Těmito tradičními společenstvími jsou například rodina, obyvatelé jednoho města či stejné národnosti. Členové virtuálních společenství mohou být rozprostřeni po celém světě, ale jsou schopni vystupovat kolektivně, což vyvolává dva efekty³⁶. Tím prvním je pocit větší svobody a odhodlanosti ve volbě vlastní identity. Díky internetu mají jednotlivci snadnější přístup k lidem, kteří sdílejí stejné hodnoty a ideály a cítí se tak být méně svazováni pravidly společenství, ve kterém žijí či volí. Internet jim také přináší nové široké možnosti, jak tuto svoji identitu prosazovat³⁷. Nová možnost společenství svobodně komunikovat a vystupovat jako jeden celek ovšem může jak podpořit tak oslabovat národní státy, neboť internet může díky výše uvedeným důvodům ovlivnit, jak

33 Tamtéž, s. 23.

34 Tamtéž, s. 23.

35 Tamtéž, s. 23.

36 WESTCOTT, N. Digital Diplomacy: The Impact of The Internet on International Relations, s. 4.

37 Tamtéž, s. 4.

lidé identifikují sami sebe a jak vnímají vlastní národnost. Slováci se budou vždy považovat za Slováky, ať už žijí na Slovensku či v České republice, ale jinak budou sami sebe identifikovat například Kurdové, kteří nemají vlastní stát a nepovažují se za příslušníky národů těch států, ve kterých žijí. Kurdům a dalším národům a zájmovým skupinám umožňuje internet mobilizaci v takové míře, která by dříve bez informačních technologií nebyla možná³⁸.

Mobilizace, která může díky internetu a moderním informačním technologiím probíhat rychleji a efektivněji, je pro státní orgány a mezinárodní vztahy pozitivní výzvou i rizikem. Je jednodušší zmobilizovat davy lidí k protestu, než k pochodu na podporu vlády. Dalším z těchto rizik je i jednodušší mobilizace v rámci teroristických skupin, například teroristická organizace Al-Kajda úspěšně využívá technologie založené na internetu k náboru a výcviku nových členů a pro organizaci útoků.

Propojené moderní technologie dávají občanům a vládám příležitost připravit se na budoucí katastrofy, lépe se vypořádat s jejich následky³⁹ a případně mobilizovat společnost k humanitární pomoci. Prostřednictvím speciálně zřízených fondů mohou lidé přispívat na pomoc s následky přírodních a humanitárních katastrof, což by bez masmédií, ze kterých se o dané katastrofě dozvídáme nejnovější informace z celého světa a bez možnosti poslat peníze prostřednictvím SMS zprávy nebo z vlastního účtu, dříve nebylo možné. Moderní technologie sehrály významnou roli pro zisk informací a humanitární pomoc například na jaře roku 2011 v Japonsku. Japonsko bylo zasaženo silným zemětřesením a následnými vlnami tsunami a ocitlo se i bez elektrického proudu. Tato přírodní katastrofa vyvolala okamžité a intenzivní reakce na sociální síti Twitteru, který se stal náhradním informačním systémem. Počet tweetů z Tokia převýšil do hodiny od zemětřesení rychlost 1 200 tweetů za minutu⁴⁰. Uživatelé Twitteru vyjadřovali svoji solidaritu hastagem #PrayForJapan⁴¹. Obyvatelé postižené oblasti mohli najít své známé prostřednictvím speciálních programů, kterým byl například *Google People Finder*, a díky twitterovým účtům. Během následujících týdnů byl humanitárním organizacím na pomoc s následky zemětřesení poslán nespočet dárcovských SMS zpráv⁴².

38 Tamtéž, s. 5.

39 SHARP, P., WISEMAN, G. *American Diplomacy*, s. 218.

40 Tamtéž, s. 218.

41 SILVERMAN, M. Top 10 Twitter Trends This Week [CHART]. In: *Mashable.com* [online]. 19. 11. 2011 [vid. 2016-02-05], [cit. 2016-02-06]. Dostupné z: <http://mashable.com/2011/03/19/twitter-trends-top-topics-chart-2/#P.jhOaWGpEqI>.

42 SHARP, P., WISEMAN, G. *American Diplomacy*, s. 218.

1.1.6. Negativní aspekty

Celosvětové rozšíření internetu a rozvoj technologií přináší mnoho pozitivních změn a výzev ale i všudypřítomná rizika, hrozby a další negativní aspekty, se kterými se musí státníci a diplomaté vypořádat v rámci vnitrostátní politiky i na mezinárodní úrovni. Mezi tyto negativní aspekty v oblasti mezinárodních vztahů patří kybernetický zločin, hrozba kybernetické války, kyberterorismus a zneužívání internetu a informačních technologií teroristickými skupinami. Teroristické skupiny využívají internet k šíření vlastní propagandy, náboru nových členů a k organizaci. Nebezpečná jsou i rizika spojená se ztrátou a zneužitím citlivých informací.

V roce 1962 definoval Arnold Wolfers národní bezpečnost jako nepřítomnost ohrožení základních hodnot společnosti. V současné době se moderní ekonomicky vyspělé země stávají stále častěji informačními společnostmi. Přechod od průmyslové společnosti k informační způsobuje ve společnosti všudypřítomný strach ze zranitelnosti, ztráty a zneužití informací. Podle Wolfersovy definice tedy můžeme ohrožení informací chápat v současných informačních společnostech jako ohrožení jádra těchto společností⁴³. Únik informací je hrozbou nejen pro národní bezpečnost státu. V případě některých režimů může odhalení zatajovaných či zkreslovaných informací, například o špionáži, znamenat ohrožení jejich legitimacy. Informace jsou v tomto smyslu zdrojem moci, pokud se je státům či jiným aktérům daří utajovat a omezovat a tak dosahovat svých záměrů. K podobně nežádoucímu úniku informací došlo například v 70. letech ve Spojených státech. Aféra známá jako Watergate vedla až k odstoupení tehdejšího amerického prezidenta Richarda Nixona.

Obavy z úniku informací nesouvisí pouze s moderní informační společností, státy měly zájem na utajování některých informací již v historii. V roce 1917 vyrazil ruský revolucionář Lev Trockij řadu tajných smluv tehdejší vlády, mimo jiné i dohodu mezi Ruskem, Francií a Velkou Británií. Toto velkolepé odhalení informací mělo za následek narušení principu tajné diplomacie a lze jej považovat za projevy veřejné diplomacie⁴⁴. Vzhledem ke globální propojenosti světa díky novodobým technologiím a rychlému a nadnému přenosu informací mají v současné době obavy z úniku informací ovšem jiný rozměr než na počátku 20. století, jsou každodenním rizikem spojeným s užíváním těchto

43 ERIKSSON, J., GIACOMELLO, G. The Information Revolution, Security, and International Relations: (IR) Relevant Theory?, s. 222.

44 CULL, N. J., WikiLeaks, public diplomacy 2.0 and the state of digital public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2011, roč. 7, č. 1, s. 1-8. ISSN 17518040.

technologií. Celosvětově rozšířený internet umožňuje velmi rychlé šíření informací téměř po celém světě, což může mít v případě úniku nežádoucích informací silný vliv na světové dění. Například v roce 2003 byly na internetu zveřejněny fotografie mučených iráckých vězňů americkými vojáky v bagdádské věznici Abú Ghrajb. Díky internetu tyto snímky brzy obletěly svět, jejich zveřejnění trvale poškodilo pověst a morální autoritu Spojených států amerických a podnítilo džihádistické útoky v Iráku⁴⁵.

Moderní technologie a internet se také stávají téměř nezbytnými prvky pro výkon některých činností a zároveň jsou snadno dostupné a ovladatelné, do počítačů a jiných zařízení se tak může pokusit nabourat v podstatě každý. Vedle ztráty a ohrožení dat a vyzrazení nezveřejňovaných informací se riziko nabourání do systému pojí i s vážnějšími hrozbami, neboť znamená nové příležitosti pro teroristy a kybernetický zločin. Člen teroristické organizace Al-Kájda, Abu Musab al-Suri, se před svým zatčením v roce 2005 úspěšně naboural do několika komerčních webových stránek ve Spojených státech. Na tyto stránky umístil videa, spisy a další materiály v celkovém rozsahu 1600 stran, které do té doby šířil osobně, a tím tyto stránky zneužil k propagandě džihádu⁴⁶.

Únik informací a nabourání se do počítačových systémů je velkým rizikem v komerční sféře i v oblasti diplomacie, nejen kvůli ztrátě citlivých informací. Pokud by se například zmiňovaný terorista či kdokoliv jiný naboural do počítačového systému významných státních institucí a zveřejnil na jejích webových stránkách či profilu na sociálních sítích citlivé či diskreditující materiály, tento čin by mohl mít v současném globálně propojeném světě mnohem nebezpečnější následky než jen diskreditaci dané instituce, mohl by také významně ohrozit stabilitu mezinárodních vztahů a bezpečnosti.

1.2. Veřejná diplomacie a digitální diplomacie

Veřejná diplomacie patří k nejstarším formám diplomacie. Budování vnějšího dojmu, propaganda a další činnosti, které bychom dnes označili za aktivity veřejné diplomacie, jsou staré téměř jako samotná diplomacie⁴⁷.

45 WESTCOTT, N. *Digital Diplomacy: The Impact of The Internet on International Relations*, s. 14.

46 Tamtéž, s. 7.

47 MELISSEN, J. *The New Public Diplomacy. Soft Power In International Relations*. Londýn: Palgrave Macmillan, 2005. ISBN- 13: 978-1-4039-4516-7. S. 3.

1.2.1. Veřejná diplomacie

Veřejnou diplomacii můžeme stručně definovat jako promyšlený proces, ve kterém stát udržuje přímé vztahy s občany, aby tak mohl snadněji usilovat o prosazení vlastních zájmů a šířit hodnoty, které zastává⁴⁸. V širším smyslu můžeme principy veřejné diplomacie vysvětlit pomocí následujících čtyř významů veřejné definice, tak jak byla chápána v průběhu svého vývoje. Nejstarší z těchto charakteristik je chápání veřejné diplomacie jako protikladu k tajné diplomacii⁴⁹. Jako první tuto myšlenku zformuloval americký prezident Woodrow Wilson, který ve svých 14 bodech v roce 1918 odmítl tajné dohody, čímž reagoval mimo jiné i na Trockého vyzrazení informací v Rusku v roce 1917⁵⁰. Informování domácího obyvatelstva o diplomatických aktivitách vlády, kontrolu veřejnosti nad těmito aktivitami a komunikaci vlády s domácí veřejností považujeme za činnosti, které souvisejí s vymezením veřejné diplomacie ve smyslu veřejných záležitostí⁵¹. Záměrem této formy veřejné diplomacie je informovat domácí veřejnost a přinutit ji zapojit se do aktivit zaměřených do zahraničí⁵². Veřejná diplomacie bývá také velmi často chápána jako propaganda státu, neboť jedním z jejích záměrů je prosazování cílů zahraniční politiky země⁵³. Na rozdíl od propagandy veřejná diplomacie umožňuje dialog a usiluje o budování vzájemného vztahu⁵⁴. Prosazování cílů zahraniční politiky také není v současné době jediným záměrem veřejné diplomacie, proto dnes můžeme toto pojetí považovat za nedostačující⁵⁵. V současnosti chápeme veřejnou diplomacii jako proces komunikace se zahraniční veřejností za účelem vytvoření pozitivních představ o naší zemi, jejích institucích, kultuře a zahraniční politice u této veřejnosti⁵⁶. Pozitivní obraz naší země v zahraničí může mít významný vliv nejen při prosazování zájmů státu, ale také pro oblast zahraničních investic, v obchodní politice či v cestovním ruchu⁵⁷.

Bývalý americký ministr a diplomat Hans Tuch v roce 1990 definoval veřejnou diplomacii jako proces, ve kterém se vláda dané země snaží komunikovat se zahraniční veřejností ve snaze dosáhnout pochopení pro myšlenky a ideály jejího národa a pro jeho kulturu, politiku, instituce

48 MELISSEN, J. *The New Public Diplomacy. Soft Power In International Relations*, s. 11.

49 PETERKOVÁ, J. Veřejná diplomacie – jen módní pojem nebo skutečná změna? *Mezinárodní vztahy*. 2006, roč. 41, č. 3, s. 83-99. ISSN 0323-1844.

50 CULL, N. J., WikiLeaks, public diplomacy 2.0 and the state of digital public diplomacy, s. 1.

51 PETERKOVÁ, J. Veřejná diplomacie – jen módní pojem nebo skutečná změna?

52 Tamtéž.

53 Tamtéž.

54 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, s. 440.

55 PETERKOVÁ, J. Veřejná diplomacie – jen módní pojem nebo skutečná změna?

56 Tamtéž.

57 Tamtéž.

a národní cíle⁵⁸. Současná veřejná diplomacie ovšem není jen záležitostí vlády a jejích představitelů, ale také sdružení států a mnohých nevládních aktérů⁵⁹. Všichni tito aktéři mohou pro účely veřejné diplomacie využívat různé nástroje, kterými jsou například média, internet, pořádání různých událostí a oslav, organizování projektů či zakládání institucí. K prosazení zájmů veřejné diplomacie dochází nenátlakovou formou, i proto je významným nástrojem veřejné diplomacie také soft power neboli měkká moc či síla přitažlivosti země. Tato měkká moc státu ovšem existuje i nezávisle na tom, zda ji stát je schopen vhodně využívat či nikoliv⁶⁰. Příkladem propojení soft power a veřejné diplomacie je zakládání kulturních či jazykových institucí v zahraničí. Nejznámějšími z těchto institucí jsou například německý *Goethe Institut* či organizace Velké Británie *British Council*.

Principem veřejné diplomacie je propojení jejích představitelů s veřejností, což můžeme považovat za základní rozdíl mezi veřejnou diplomacií a formami tradiční diplomacie, jejichž praxe je pro obyčejné lidi neviditelná⁶¹. Úspěšná veřejná diplomacie může být významným pomocníkem při prosazování zahraničních zájmů. Představitelé veřejné diplomacie by ovšem neměli zapomínat na skutečnost, že na mezinárodním poli není významnější, jaké názory stát zastává, ale jeho činy⁶². Sebeúspěšnější veřejná diplomacie nikdy nedokáže vynahradit neúspěšnou politiku.

1.2.2. Nová veřejná diplomacie

Technologický pokrok ovlivnil a ovlivňuje i oblast veřejné diplomacie. Tak jako v minulosti umožnil Gutenbergův knihtisk zásadní změny nejen v komunikaci se zahraniční veřejností, souvisejí v současné době změny v podstatě a praxi veřejné diplomacie s rozvojem internetu a digitálních technologií. Internet a sociální sítě přinesly do veřejné diplomacie nové dříve nepředstavitelné možnosti. Diplomaté a státní instituce píší internetové blogy, vydávají internetové zpravodaje, denně tweetují a spravují své účty na YouTube a na sociálních sítích. Tyto změny mají vliv nejen na praxi veřejné diplomacie ale i na její podstatu. Současná veřejná diplomacie již není jednostranným monologem státu, ale je naopak stále častěji založena na naslouchání druhým stranám. Novodobá diplomacie také upřednostňuje dialog před

58 MELISSEN, J. *The New Public Diplomacy. Soft Power In International Relations*, s. 12.

59 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, s. 436.

60 SEIB, P. *Toward a New Public Diplomacy. Redirecting U. S. Foreign Policy*. New York: Palgrave Macmillan, 2009. ISBN-13: 978-0-230-61744-5. S. 12.

61 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, s. 436.

62 CULL, N. J., WikiLeaks, public diplomacy 2.0 and the state of digital public diplomacy, s. 27.

monologem a budování dlouhodobého vztahu před krátkodobými cíli⁶³. V souvislosti s těmito změnami v povaze veřejné diplomacie hovoří autoři o tzv. nové veřejné diplomacii či veřejné diplomacii 2.0. Rozdíl mezi tradiční veřejnou diplomacií 1.0 a novou veřejnou diplomacií spočívá především ve způsobu komunikace, v přechodu od mluvení k naslouchání, od jednostranného vysílání informací vládou shora k dialogu a vzájemné výměně informací mezi veřejností a představiteli vlády⁶⁴.

Označení 2.0 je odvozeno od označení nové etapy vývoje webu Web 2.0. V roce 2004 došlo v internetovém světě k významným změnám, webové stránky s pevným obsahem začaly být nahrazovány stránkami, jejichž obsah vytvářejí uživatelé. Takovými stránkami jsou především internetové blogy, sociální sítě, weby pro sdílení souborů, například Youtube či Flickr, a stránky s otevřeným obsahem, z nichž nejznámější je internetová encyklopedie Wikipedie. Označení 2.0 se stalo doménou pro obsah vytvořený uživateli a brzy se začalo objevovat i v souvislosti s jinými oblastmi lidské činnosti. Vedle Webu 2.0, Knihovny 2.0 a Lékařství 2.0 se tak brzy objevily i pojmy jako Diplomacie 2.0 a Vláda 2.0⁶⁵. Tak jako nástup Webu 2.0 neznamenal konec pro Web 1.0, existují paralelně i obě formy veřejné diplomacie.

Důležitým prvkem pro úspěšnou veřejnou diplomacii je její důvěryhodnost. Protože průzkumy veřejného mínění ukazují, že větší důvěryhodnost již nemají tradiční poskytovatelé informací, tedy vláda a zpravodajské organizace, nýbrž aktéři, kteří jsou veřejností vnímáni jako „někdo jako já“, snaží se vláda, zpravodajské organizace a politici prezentovat sami sebe jako někoho, kdo je stejný jako jejich publikum⁶⁶. Příchod nových technologií a Webu 2.0 je pro ně při dosahování těchto cílů novou výzvou.

1.2.3. Digitální diplomacie

Díky rozvoji moderních informačních technologií a rozšíření internetu se v oblasti diplomacie začaly objevovat nové pojmy digitální diplomacie, e-Diplomacie, kyber diplomacie, diplomacie Web 2.0 či diplomacie sociálních sítí. Všechny tyto termíny můžeme považovat za synonyma pro označení nového druhu diplomacie. Vzhledem k aktuálnosti problematiky a nedostatku odborných definic, je v současné době obtížné tuto novou formu

63 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, s. 441.

64 MELISSEN, J., HOCKING, B, *Diplomacy in the Digital Age. Netherlands Institute of International Relations Clingendael* [online], 2015. Dostupné z: http://www.clingendael.nl/sites/default/files/Digital_Diplomacy_in_the_Digital%20Age_Clingendael_July2015.pdf.

65 CULL, N. J., WikiLeaks, public diplomacy 2.0 and the state of digital public diplomacy, s. 3.

66 Tamtéž.

diplomacie jasně a jednoznačně definovat. Obecně můžeme digitální diplomacii chápat jako využití moderních digitálních a informačních technologií, internetu, sociálních sítí a informací pro diplomatické účely.

Digitální technologie přináší zásadní změny do diplomatické teorie i praxe. Obecně tyto změny můžeme rozdělit do dvou základních oblastí, na změny v diplomatických procesech, které souvisejí s funkcemi diplomacie, a na změny ve struktuře diplomacie, tedy v diplomatických institucích, například ministerstev zahraničí⁶⁷. Rozšíření digitálních iniciativ do oblasti zahraniční politiky považujeme v současné době za revoluci v diplomatické praxi. Nástup této revoluce je ovšem v porovnání s jinými oblastmi lidské činnosti, které byly rozvojem digitálních technologií poznamenány již dříve, poněkud opožděný⁶⁸.

Digitální diplomacie bývá často ztotožňována s veřejnou diplomacií či považována za jednu z jejích forem. Digitální diplomacie ovšem souvisí na rozdíl od veřejné diplomacie i s jinými oblastmi v teorii mezinárodních vztahů, kterými jsou změna zahraničněpolitické agendy, kybernetická agenda, znalostní management a poskytování služeb⁶⁹. Osvojení digitální diplomacie může mít v praxi vliv na způsoby, jakými diplomaté zpracovávají získané informace, na veřejnou diplomacii, strategické plánování, mezinárodní vyjednávání i na krizový management⁷⁰. Příkladem využití digitálních technologií v rámci krizového managementu byla situace v Japonsku po zemětřesení v roce 2011 či reakce Hillary Clintonové na zemětřesení na Haiti v roce 2010. Když se tehdejší ministryně zahraničních věcí Spojených států amerických dozvěděla o rozsahu škod způsobených zemětřesením, požádala svůj tým o plán, jak přimět širokou veřejnost zapojit se do pomoci s odstraňováním škod⁷¹. Výsledkem bylo vytvoření programu, prostřednictvím kterého posílali lidé dárcovské SMS zprávy v hodnotě 10 dolarů na pomoc s odstraňováním následků zemětřesení⁷². V současné době je mobilizace většího počtu lidí nejen pro humanitární účely snadněji uskutečnitelná především díky sociálním sítím.

Sociální sítě jako Facebook či Twitter představují pro tradiční diplomacii nové výzvy. Tuto tradiční diplomacii nenahrazují, ale naopak doplňují, umožňují jí být více participativní⁷³ a

67 MELISSEN, J, HOCKING, B, *Diplomacy in the Digital Age*, s. 27.

68 BJOLA, C., HOLMES, M. *Digital Diplomacy. Theory and Practise*. New York: Routledge, 2015. ISBN 978-1-138-84380-6. S. 4.

69 MELISSEN, J, HOCKING, B, *Diplomacy in the Digital Age*, s. 5.

70 BJOLA, C., HOLMES, M. *Digital Diplomacy. Theory and Practise*, s. 209.

71 SHARP, P., WISEMAN, G. *American Diplomacy*. S. 219.

72 Tamtéž.

73 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*.

propojují ji s méně tradičními aktéry⁷⁴. Novou výzvu představují i pro diplomaty, velvyslance, ministry, předsedy vlád a prezidenty. Podle údajů z ledna roku 2016 mají na Facebooku zastoupení vlády a vrcholní představitelé států z 87 % zemí ze všech 193 členských států Organizace spojených národů⁷⁵. Většina světových vůdců avšak své účty na sociálních sítích nespravuje osobně, ale přenechává jejich vedení svým zaměstnancům, existují ovšem i výjimky. Politici věnují sociálním sítím velkou pozornost především v předvolebním období. Někteří z nich dokonce po jeho skončení tyto účty téměř nespravují, což byl i případ francouzského prezidenta Francois Hollande⁷⁶. Holland nastoupil do prezidentského úřadu 15. 5. 2012, poslední tweet po tomto zvolení zveřejnil na Twitteru 18. 5. 2012 a k tweetování se po rok a půl dlouhé pauze vrátil až tweetem uveřejněným 1. 1. roku 2014⁷⁷.

Účet na sociálních sítích mají vedle hlav států, politiků a úředníků také vlády, ministerstva, velvyslanectví a mezinárodní organizace. Za úspěchem vlád na sociálních sítích stojí týmy, založené za účelem zveřejňování příspěvků atraktivních pro různé publikum na sociálních sítích⁷⁸. Účty vlád, které jsou ochotné investovat do digitálních technologií velké finanční a lidské zdroje, patří na sociálních sítích k nejefektivnějším⁷⁹. Při zakládání oficiálního účtu na sociálních sítích musí představitelé dané instituce řešit otázku, jak přesně budou jeho zaměstnanci nový účet vést. Takový problém řešily v souvislosti se vstupem na Twitter například i Spojené státy⁸⁰. Diplomaté se museli rozhodnout, zda budou svůj twitterový účet využívat jako formální zdroj a zveřejňovat na něm oficiální tiskové zprávy a prohlášení, či pro svoji prezentaci a jako jeden ze způsobů humanizace americké zahraniční politiky⁸¹.

Pokud chtějí být aktéři digitální diplomacie úspěšní v naplňování svých cílů, měli by i v oblasti technologií dodržovat jisté zásady či pravidla, především znát své publikum a způsob, jakým používá sociální média, být relevantní, najít si na sociálních sítích vhodné partnery a s těmi spolupracovat, naučit se naslouchat svému publiku a nezapomínat, že není důležité pouze říkat správně věci ale především konat správné činy⁸².

74 SANDRE, A. *Twitter for diplomats*. Srbsko: Diplo Foundation & Instituto Diplomatico, 2013. ISBN 978-99932-53-27-3. S. 26.

75 *World Leaders on Facebook 2016. Executive Summary*. Twiplomacy [online]. Leden 2016, [vid. březen 2016], [cit. březen 2016]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/world-leaders-on-facebook-2016/>

76 SANDRE, A. *Twitter for diplomats*, s. 24.

77 HOLLANDE, F. In: *Twitter* [online]. [vid. březen 2016]. Dostupné z: <https://twitter.com/fhollande..>

78 Twiplomacy Study 2015. In: *Twiplomacy.com* [online]. 28. 4. 2015, [vid. 2016-03-04], [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2015/>

79 Twiplomacy Study 2015. In: *Twiplomacy.com* [online].

80 CULL, N. J., WikiLeaks, public diplomacy 2.0 and the state of digital public diplomacy, s. 5.

81 Tamtéž.

82 Tamtéž, s. 7.

Za lídry v oblasti digitální diplomacie jsou považovány Spojené státy americké a Velká Británie. Obě tyto země mají velmi dobře vyvinutou digitální a komunikační infrastrukturu a patří k zemím s nejvyšším počtem internetových uživatelů na počet obyvatel⁸³. Ministerstvo zahraničí Spojených států kromě jiných aktivit v oblasti digitální diplomacie vede svůj oficiální blog *DipNote* a provozuje interaktivní online encyklopedii mezinárodních záležitostí pro své zaměstnance. Američtí diplomaté tweetují v několika světových jazycích a většina amerických institucí, úřadů a politických představitelů má své zastoupení na sociálních sítích. V porovnání s ostatními zeměmi patří na sociálních sítích účty amerických státníků a institucí k nejsledovanějším. Britská kancelář *Foreign and Commonwealth Office* (FCO), jejímž cílem je podporovat v zahraničí zájmy Velké Británie a jejích občanů, již několik let provozuje interaktivní webové stránky a blogy a má profily na mnohých sociálních sítích, kterými jsou Twitter, Facebook, Youtube, Flickr, LinkedIn, Google Plus, Storify a Instagram⁸⁴. V roce 2008 se FCO začala zabývat také digitální diplomacií⁸⁵, které věnuje část svého blogu⁸⁶. Britské ministerstvo zahraničí aktivně podporuje osobní zapojení svých velvyslanců na Twitteru, kde patří k zemím s největší sítí diplomatických účtů⁸⁷.

1.2.4. Diplomacie 3.0

Andreas Sandre, zaměstnanec italského velvyslanectví ve Washingtonu DC a autor publikace *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy*, v této publikaci definuje další druh diplomacie, Diplomacii 3.0. Diplomacie 3.0 je podle Sandreho prostor, ve kterém se technologie setkává s tradicí, prostor, ve kterém jsou uzly a odkazy součástí sítí, které přesahují vládu tak jak ji známe, prostor, ve kterém se všichni aktéři vzájemně ovlivňují a zároveň spolupracují, prostor ve kterém moc a vliv získávají nové podoby, prostor, který se snaží sám sebe změnit a přizpůsobit se novým výzvám a ve kterém hrají významnou roli navázané vztahy, partnerství a spolupráce⁸⁸. Tato diplomacie podle něj není o technologii ani o inovaci, ale o vývoji zahraniční politiky do propojeného prostředí, ve kterém se navzájem ovlivňují vládní i nevládní aktéři a kde různé části sítí reagují na jiné části sítí, kterými jsou

83 MCCLORY, J. The Soft Power 30. In: *Portland Communications* [online]. 2015 [vid. 2015-12-20], [cit. 2016-3-6]. Dostupné z: http://softpower30.portland-communications.com/pdfs/the_soft_power_30.pdf

84 FOREIGN AND COMMONWEALTH OFFICE. *Gov.uk* [online]. [vid. 2016-3-15]. Dostupné z: <https://www.gov.uk/government/organisations/foreign-commonwealth-office>.

85 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, s. 457.

86 FOREIGN AND COMMONWEALTH OFFICE. Digital Diplomacy. *Gov.uk* [online]. [vid. 2016-03-15]. Dostupné z: <http://blogs.fco.gov.uk/digitaldiplomacy/>.

87 Twiplomacy Study 2015. In: *Twiplomacy.com* [online].

88 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*.

vládní agentury, místní vládní subjekty a jejich vedlejší oddíly⁸⁹. Je to prostor, ve kterém je moc rozptýlena a závisí na tom, jak jsme připojeni⁹⁰.

Vzhledem k tomu, že Sandre svoji myšlenku diplomacie 3.0 formuloval poměrně nedávno, je pravděpodobně jediným teoretikem, který se tímto pojetím diplomacie dosud zabýval. Pojem diplomacie 3.0 se ovšem objevuje i v souvislosti s americkou diplomacií. Označení 3.0 v tomto kontextu symbolizuje tři hlavní pilíře zahraniční politiky Spojených států - diplomacii, rozvoj a obranu, které představila v roce 2010 tehdejší ministryně zahraničí Hillary Clintonová⁹¹.

1.2.5. Společné a rozdílné znaky digitální a veřejné diplomacie

Společným rysem veřejné i digitální diplomacie je jejich zaměření na veřejnost a významná provázanost se soft power, neboli měkkou mocí státu. Veřejná i digitální diplomacie také využívají pro své účely informační technologie, internet a sociální média, avšak veřejná diplomacie využívá vedle těchto technologických i řadu jiných nástrojů. Digitální diplomacii tedy můžeme považovat za určitou formu veřejné diplomacie, podle Briana Hockinga a Jana Melissena z holandského ústavu mezinárodních vztahů ovšem v porovnání s veřejnou diplomacií souvisí i s jinými oblastmi, může významně ovlivnit změny v zahraničněpolitické agendě státu, kybernetickou agendu, znalostní management a poskytování služeb⁹².

1.2.6. Twiplomacie

Prvním tweetem a zároveň počátkem sociální sítě Twitteru byl tweet Jacka Dorseyho, zakladatele Twitteru, zveřejněný 21. 3. 2006⁹³. V současné době má Twitter měsíčně až 320 milionů aktivních uživatelů, z nichž více než 80 % je aktivních na mobilních zařízeních⁹⁴, a je považován za nejčastější nástroj digitální diplomacie⁹⁵, v případě Twitteru tedy twiplomacie.

Vedle Twitteru jsou dalšími významnými sociálními médii sociální síť Facebook, který je díky možnosti uveřejnění a sdílení různých příspěvků významným nástrojem nejen pro diplomaty ale také pro nevládní neziskové organizace různého zaměření, dále Google Plus či Storify. Nejnavštěvovanější ruská sociální síť VKontakte, která bývá velmi často označována

89 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*.

90 Tamtéž.

91 SHARP, P., WISEMAN, G. *American Diplomacy*, s. 211.

92 MELISSEN, J, HOCKING, B, *Diplomacy in the Digital Age*.

93 SANDRE, A. *Twitter for diplomats*.

94 TWITTER. *Twitter.com* [online]. [vid. 2016-3-15. Dostupné z: <https://about.twitter.com/cs/company>].

95 SANDRE, A. *Twitter for diplomats*.

za ruskou verzi amerického Facebooku, patří k nejnavštěvovanějším sociálním sítím také na Ukrajině, v Bělorusku a v Kazachstánu. V Číně je za regionální obdobu Twitteru, který je zde společně s Facebookem blokován, považována sociální síť Weibo⁹⁶. Velký význam mají také servery pro sdílení souborů, z nichž k nejvýznamnějším patří především YouTube, Instagram, Flickr a Tumblr.

Základním rysem každého tweetu je maximální rozsah 140 znaků, což vyžaduje stručnost každého příspěvku. Tweety jsou tak zároveň dostatečně krátké na to, aby byly čteny i na malých příručních zařízeních používaných většinou lidí pro připojení k internetu⁹⁷. Díky těmto vlastnostem se Twitter stává ideálním nástrojem pro oslovení velkého počtu lidí po celém světě. Právě díky své stručnosti, efektivnosti a rozšířenosti je Twitter považován za nejrozšířenější nástroj diplomacie na sociálních sítích. Význam Twitteru potvrzuje i vznik a rozšíření nového termínu, který označuje diplomatické aktivity na Twitteru, Twiplomacie.

Sociální sítě a především Twitter představují pro aktéry digitální diplomacie nejen příležitost být slyšen, ale také naslouchat⁹⁸. Americké ministerstvo zahraničí věnovalo velkou pozornost tomu, kolik uživatelů jej na Twitteru sleduje, ale jeho představitele nenapadlo sledovat účty ostatních uživatelů či institucí⁹⁹, čímž připravili sami sebe o další potenciální příznivce. Pokud by se totiž rozhodli sledovat například známého spisovatele či umělce, obdrží tento umělec upozornění, že jej daná instituce sleduje a může toto sledování dané instituci oplatit a začít sledovat její profil či dokonce reagovat na její tweety. Tuto reakci samozřejmě uvidí twitteroví fanoušci sledovaného umělce a díky tomu může daná instituce zapůsobit na mnohem širší publikum. Úkolem veřejného diplomata je naslouchat veřejnosti, za pomoci nových médií je tato jeho povinnost jednodušší a zároveň viditelnější i pro jeho publikum¹⁰⁰. V současné době již existují některé instituce, které si uvědomují význam Twitteru jako nástroje pro naslouchání. Například velvyslanectví Spojených států v Novém Dillí aktivně sleduje zdroje ve svém regionu¹⁰¹.

Prvním účtem vrcholného politického představitele na Twitteru byl účet Baracka Obamy založený 5. 3. 2007¹⁰², tedy v době, kdy byl Obama ještě senátorem. V současné době

96 HARVEY, K. *Encyclopedia of Social Media and Politics*. Washington, D. C.: Sage Publications, Inc, 2014. Svazek 1. ISBN 978-1-4522-4471-6. S. 541.

97 CULL, N. J., WikiLeaks, public diplomacy 2.0 and the state of digital public diplomacy, s. 5.

98 Tamtéž.

99 Tamtéž.

100 Tamtéž.

101 Tamtéž.

102 Twiplomacy Study 2015. In: *Twiplomacy.com* [online].

patří Barack Obama dlouhodobě k nejsledovanějším politickým vůdcům na sociálních sítích. Kromě Baracka Obamy mají svůj účet na Twitteru i jiní vysoce postavení političtí představitelé, například německá kancléřka Angela Merkelová, britský premiér David Cameron, ruský prezident Vladimir Putin či indický premiér Narendra Modi. Nejvíce vrcholných politických představitelů se k Twitteru připojilo v průběhu let 2009 až 2012, za jeden z posledních účtů byl v dubnu roku 2015 na serveru *twiplomacy.com* označen účet českého premiéra Bohuslava Sobotky, který se stal součástí Twitteru na konci března roku 2015¹⁰³.

K nejsledovanějším osobnostem na Twitteru patří dlouhodobě vedle politických lídrů i papež František, který tweetuje pro své fanoušky od roku 2012 prostřednictvím devíti účtů v různých jazycích¹⁰⁴. V roce 2015 byl dokonce papež František podle výsledků studie firmy *Burson-Marsteller* zveřejněných na serveru *twiplomacy.com* nejvlivnější osobností Twitteru vůbec. Za ním skončil saúdský král Salmán bin Abd al-Azíz a na třetím místě venezuelský prezident Nicolas Maduro¹⁰⁵. Americký prezident Barack Obama se v tomto žebříčku umístil na čtvrtém místě před indickým premiérem Narendrou Modim¹⁰⁶. Nejefektivnější světový vůdce je v tomto průzkumu určován podle průměrného počtu předaných tweetů, což na Twitteru umožňuje funkce nazvaná *Retweet*.

V počtu sledujících se za rok 2015 umístil účet papeže Františka s téměř 20 milióny sledujícími na druhém místě. Nejsledovanějším účtem byl v roce 2015 účet Baracka Obamy s více než 56 milióny sledujícími, na třetím místě se umístil účet indického premiéra Narendry Modiho s více než deseti milióny, následoval účet tureckého prezidenta a oficiální twitterový účet Bílého domu s necelými šesti milióny sledujících¹⁰⁷.

Sociální sítě přinášejí jedinečnou příležitost oslovit velké množství příznivců nejen jednotlivcům, ale i mezinárodním organizacím a institucím, ačkoliv počet jejich následovníků je například na Twitteru v porovnání s nejsledovanějšími státníky nižší. Nejsledovanější mezinárodní organizací na Twitteru byla v roce 2015 Organizace spojených národů s více než

103 Twiplomacy Study 2015. In: *Twiplomacy.com* [online].

104 VATICAN. *Twiplomacy.com* [online]. [vid. 2015-12-10]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/info/europe/vatican/>.

105 Twiplomacy Study 2015. In: *Twiplomacy.com* [online].

106 Tamtéž.

107 Tamtéž.

třemi a půl miliony příznivci¹⁰⁸. Následoval Dětský fond OSN, Světové ekonomické fórum, Světová zdravotnická organizace a Úřad vysokého komisaře OSN pro uprchlíky¹⁰⁹.

V souvislosti s významem Twitteru v mezinárodních vztazích se také stále častěji objevuje nový termín hashtagová diplomacie. Hashtagovou diplomacií můžeme charakterizovat jako užívání hashtagů světovými diplomaty a vysoce postavenými politiky k prosazení či podpoře nějakého tématu¹¹⁰. Mezi nejvýznamnější a nejznámější hashtagy patří v této souvislosti hashtag *#unitedforukraine*. Tento hashtag byl poprvé zveřejněný americkým ministerstvem zahraničí v březnu roku 2014 během návštěvy Baracka Obamy v Evropě. Obama tehdy ve svém bruselském projevu odsoudil ruskou invazi na Ukrajině a podpořil jednotu Ukrajiny¹¹¹. Tento hashtag se stal symbolem podpory jednoty Ukrajiny, což vyvolalo reakce Ruska. Rusko se snažilo nabourat tuto kampaň a zveřejňovalo hashtag *#unitedforukraine* ve vlastním významu.

108 LUFKENS, M. How do International Organisations Tweet in 2015?. In: *Twiplomacy* [online]. 10. 3. 2015. [vid. 2015-12-22], [cit. 2016-3-12]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/how-do-international-organisations-tweet-2015/>.

109 Tamtéž.

110 Twiplomacy Study 2015. In: *Twiplomacy.com* [online].

111 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*.

2. Digitální diplomacie USA

Spojené státy jsou v současnosti považovány za nejčinnějšího aktéra v internetové veřejné diplomacii a za nejlepší zdroj inspirace pro ostatní státy v rámci praxe digitální diplomacie¹¹².

2.1. Politická dimenze digitální diplomacie USA

Významné změny v novodobé americké diplomacii a digitální diplomacii souvisejí především s administrativou Baracka Obamy od roku 2009 a jeho první ministryní zahraničí Hillary Clintonovou, avšak digitální diplomacie se začala objevovat v zahraniční politice Spojených států již dříve. V letech 2002 až 2003 začala administrativa George W. Bushe přenášet tradiční rozhlasové a televizní kanály mezinárodního vysílání také prostřednictvím internetu¹¹³. V roce 2006 založila Condoleezza Riceová speciální tým, jehož cílem je prostřednictvím účtů na sociálních sítích přiblížit americkou zahraniční politiku veřejnosti na Blízkém Východě. O rok později byl založen první oficiální blog ministerstva zahraničí Spojených států. V roce 2010 se stala digitální diplomacie součástí nově přijaté agendy *21st Century Statecraft* a jedním ze tří hlavních bodů strategického plánu z oblasti informačních technologií. Obama a Clintonová dokázali během svého působení povýšit postavení americké diplomacie na úroveň obrany a rozvoje země, zajistili vhodné prostředky k rozvoji diplomatické služby a zdůraznili důležitost využití vývoje v oblasti informačních technologií pro posílení veřejné a digitální diplomacie¹¹⁴.

2.1.1. Agenda *21st Century Statecraft*

Aktivity amerického ministerstva zahraničí v oblasti digitální diplomacie jsou od roku 2010 součástí nové agendy ministerstva zahraničí nazvané *Státnictví 21. století*, v originále *21st Century Statecraft*. Přijetím této agendy Spojené státy zareagovaly na rozsáhlé politické, společenské a ekonomické změny, zapříčiněné rozvojem internetu a informačních technologií, a na rostoucí dostupnost a význam těchto technologií.

112 COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, s. 457.

113 ZINOVYEVA, E. Cifrovaja diplomatija SSCHA, mezhdunarodnaja bezopasnost i vozmožnosti dlja Rossii. In: *Indeks Bezopasnosti* [online]. 2013, č. 1 (104), vyd. 19, s. 213-229 [vid. 2015-09-20]. Dostupné z: <http://publications.hse.ru/articles/73452269>.

114 SHARP, P., WISEMAN, G. *American Diplomacy*, s. 159.

Americké ministerstvo zahraničí *21st Century Statecraft* oficiálně prezentuje jako „doplnění tradičních nástrojů zahraniční politiky o nové inovované a přizpůsobené nástroje státnictví, které naplno využívají technologie našeho propojeného světa“¹¹⁵. Smyslem této agendy je propojit tradiční diplomatické nástroje s novými sítěmi, technologiemi a demografií a díky tomu čelit starým výzvám novým způsobem. V rámci této agendy ohlásilo ministerstvo zahraničí změny ve čtyřech hlavních oblastech své činnosti. Konkrétně se jedná o způsob vykonávání diplomacie, přístup k rozvojovým programům, zaměření na nová politická témata a změny uvnitř instituce.

Spojené státy si již v době formulování *21st Century Statecraft* uvědomovaly změny v povaze diplomacie a diplomatické komunikace, konkrétně přechod od diplomacie zaměřené výlučně na státy k diplomacii zaměřené na veřejnost, a také důležitost naslouchání veřejnosti v rámci veřejné diplomacie. Propojení a komunikace s veřejností prostřednictvím internetu a moderních technologií se proto staly jedním z bodů americké veřejné diplomacie, který byly představeny v agendě *21st Century Statecraft*.

Na neustále se rozrůstající propojenost světa prostřednictvím internetu reagují Spojené státy i v oblasti rozvojové politiky. Vládní Agentura Spojených států amerických pro mezinárodní rozvoj si již osvojila nové technologie ve všech oblastech svojí činnosti. Využití inovace se v této oblasti snaží i americké ministerstvo zahraničí. Výsledkem těchto snah je například iniciativa ministerstva zahraničí nazvaná Občanská společnost 2.0. Cílem této iniciativy je pomáhat nevládním organizacím na celém světě využívat digitální technologie pro svoji propagaci a pro úspěšné dosahování svých cílů¹¹⁶.

Ministerstvo zahraničí Spojených států také v rámci *21st Century Statecraft* upozornilo na význam celosvětových politických diskusí o nových tématech, která se na mezinárodní scéně objevují v souvislosti s rozvojem v oblasti informačních technologií, a zařadilo tato témata do své diplomatické agendy¹¹⁷. Mezi tato nová politická témata patří například problematika internetové svobody a lidských práv, podstata a zavedení správy internetu tzv. *internet governance*, či kybernetická bezpečnost¹¹⁸. Existuje také mnoho již známých problematik,

115 21st Century Statecraft. *State.gov* [online]. [vid. 2016-03-01], [cit. 2016-03-01]. Dostupné z: <http://www.state.gov/statecraft/overview/index.htm>.

116 Tamtéž.

117 21st Century Statecraft. *State.gov* [online].

118 Tamtéž.

kterým dává rozvoj informačních technologií nový význam. Těmi jsou otázky týkající se duševního vlastnictví, zdanění, ochrany osobních údajů a ochrany spotřebitele¹¹⁹.

Agenda *21st Century Statecraft* uvádí i plánované změny v rámci vnitřní organizace ministerstva zahraničí. Zlepšování vnitřních postupů a zkušeností zaměstnanců považuje ministerstvo za důležitý krok, pokud se má vypořádat s uvedenými výzvami. Tohoto zdokonalení chce ministerstvo dosáhnout prostřednictvím školení, nábořem nových talentů a inovacemi v oblasti znalostního řízení a pracovních postupů¹²⁰.

S uvedením *21st Century Statecraft* jsou spojena jména bývalé ministryně zahraničí Spojených států, Hillary Clintonové, a jejího poradce pro inovace, kterým byl od roku 2009 do roku 2013 Alec J. Ross. Rossovým úkolem jakožto poradce pro inovaci bylo maximalizovat potenciál technologií a inovací pro dosažení cílů ministerstva zahraničí a dohlížení na tuto novou agendu.

Významnými podporovateli prosazení této koncepce byli například zakladatelé iniciativy *Google Ideas*, Jared Cohen a Erich Schmidt. Schmidt například tvrdil, že vlády, které se nebudou schopné dostatečně angažovat online, budou doslova „zaskočeny armádou vzbuřených občanů“ jejichž jedinou zbraní budou mobilní telefony¹²¹. Profesor z univerzity v Jižní Karolině, Philip Seib, prohlásil, že zaostalá reakce Spojených států na arabské jaro byla způsobena neschopností ocenit význam moderních médií ve společenské politice a že snahy tradiční diplomacie zaostávaly oproti průběhu tohoto povstání¹²².

Koncepce *21st Century Statecraft* má ovšem i řadu kritiků. Jedním z nich je například běloruský spisovatel Evgeny Mozorov, který tvrdí, že Spojené státy projevují až příliš mnoho obdivu sociálním sítím Facebooku a Twitteru, které podle něj mají pochybnou morálku¹²³. Mozorov také varoval před nejasnými vedlejšími účinky, které podle něj přinese agenda *21st Century Statecraft* a svoboda na internetu¹²⁴. Podobně negativně tuto koncepci vnímá například i novinář Luke Allnutt. Allnutt kritizuje přeceňování potenciálu digitálních technologií.

119 21st Century Statecraft. *State.gov* [online].

120 Tamtéž.

121 HARVEY, K. *Encyclopedia of Social Media and Politics*, s. 717.

122 Tamtéž.

123 HARVEY, K. *Encyclopedia of Social Media and Politics*, s. 717.

124 YUJICO, E., GELB, B. Getting Digital Statecraft Right. In: *Foreign Affairs* [online]. 28. 7. 2010.

[vid. 2016-03-01]. Dostupné z: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2010-07-28/getting-digital-statecraft-right>.

Technologie jsou podle něj pouze jedním z nástrojů k řešení problémů, ne samotným řešením¹²⁵.

2.1.2. Hillary Clintonová

Jedním z nejvýznamnějších průkopníků americké digitální diplomacie je v současné době bývalá ministryně zahraničí Spojených států, Hillary Clintonová. Jako ministryně zahraničí v průběhu prvního prezidentského období Baracka Obamy začala Hillary Clintonová uplatňovat potenciál moderních technologií i v diplomatické praxi Spojených států. Výsledkem jejího jednání je vytvoření nových oficiálních iniciativ ministerstva, přijetí specializovaných programů a zajištění školení a zdokonalování zaměstnanců v oblasti využívání nových médií pro diplomatické účely.

Hillary Clintonová upozornila na výzvy, spojené s rozvojem internetu a digitálních technologií, i na nutnost přijetí celosvětově závazných pravidel v této oblasti. Internet se podle ní stal „veřejným prostorem 21. století a je náměstím, učebnou, tržnicí, kavárnou i nočním klubem celého světa“¹²⁶. Všichni uživatelé ovlivňují dění v tomto prostoru a zároveň jsou jím ovlivňováni, proto je podle Clintonové důležité stanovit, jaká pravidla zde budou platit a proč¹²⁷. Hillary Clintonová zároveň kromě upozorňování na nové výzvy a příležitosti několikrát varovala svět před možnými riziky a jinými dle jejích slov „temnými stránkami digitální revoluce“¹²⁸. Těmi jsou podle ní cenzura a sledování prostřednictvím sociálních médií a kybernetické zločiny jako dětská pornografie, hackerství a špionáž¹²⁹. Hillary Clintonová také upozornila na teroristické a extremistické skupiny, které na internetu podněcují k násilí, rekrutují nové členy do svých řad a plánují a uskutečňují útoky¹³⁰. V jednom ze svých projevů dokonce přirovnala internetové sítě k jaderné energii, která, tak jak dokáže pohánět města, může je i zničit¹³¹.

125 ALNUTT, L. The Problem With 'Digital Diplomacy'. In: *Radio Free Europe Radio Liberty* [online]. 10. 9. 2010. [vid. 2016-3-15], [cit. 2016-3-15]. Dostupné z:

http://www.rferl.org/content/The_Problem_With_Digital_Diplomacy_/2153198.html.

126 Internet Rights and Wrongs: Choices & Challenges in a Networked World. *State.gov* [online]. [vid. 2016-03-01], [cit. 2016-03-01]. Dostupné z: <http://www.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2011/02/156619.htm>.

127 Tamtéž.

128 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*, s. XXV.

129 Tamtéž.

130 Internet Rights and Wrongs: Choices & Challenges in a Networked World. *State.gov* [online].

131 SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*, s. XXV.

2.1.3. Digitální diplomacie Spojených států a průzkum Soft Power 30

Americké ministerstvo zahraničí považuje za své oficiální poslání vytvářet bezpečnější, demokratičtější a prosperující svět ve prospěch amerického lidu a mezinárodního společenství¹³². Nejen pro tyto účely využívají orgány a představitelé vlády Spojených států vedle tradičních diplomatických nástrojů také reprezentaci na internetu a sociálních sítích, blogují, pořádají online debaty a prostřednictvím webových stránek zveřejňují nejrůznější články a dokumenty. Díky této iniciativě jsou Spojené státy považovány za světovou jedničku v digitální diplomacii. V rámci digitální diplomacie se Spojené státy v roce 2015 umístily na prvním místě také ve výsledcích *průzkumu Soft Power 30* v části zaměřené na digitální technologie.

Průzkum *Soft Power 30* určil žebříček 30 nejlepších zemí v soft power, neboli měkké moci státu. Tento průzkum zohledňoval vedle tradičních faktorů soft power, kterými jsou kultura, vzdělání, angažovanost státu a vládní záležitosti, také oblast digitálních technologií a podnikání¹³³.

Spojené státy mají podle výsledků tohoto průzkumu celosvětově nejlepší soft power v části zaměřené na vzdělání, kulturu a v digitální oblasti¹³⁴. Na druhém místě za Spojenými státy skončila v digitální oblasti Velká Británie. Velmi úspěšně si v této části vedl také Izrael. Izrael skončil v celkovém hodnocení na dvacátém šestém místě, avšak v digitální části se umístil na čtvrtém místě¹³⁵. Naopak velmi neúspěšně bylo v digitální části hodnoceno Rusko, které bylo jednou z 20 nejméně úspěšných zemí, kterým se nepodařilo probojovat z původních 50 zemí do závěrečného srovnání mezi 30 nejúspěšnějšími.

Podle výsledků ze všech částí se v celkovém hodnocení umístila na prvním místě Velká Británie, následovalo Německo a Spojené státy.

2.2. Institucionální dimenze digitální diplomacie USA

Pravděpodobně nejvíce oficiálních institucí, které se specifikují především na oblast diplomacie, založily v posledních letech Spojené státy americké. Zakládání úřadů a kanceláří

132 About The State Department Blog. Blogs.state.gov [online]. [vid. 2016-03-02], [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <https://blogs.state.gov/dipnote-content/about-state-department-blog>.

133 MCCLORY, J. The Soft Power 30. In: *Portland Communications* [online].

134 The Soft Power 30 Press Release. In: *Portland Communications* [online]. [vid. 2015-12-20], [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: http://www.portland-communications.com/wp-content/uploads/2015/07/The-Soft-Power-30_press-release.pdf.

135 Tamtéž.

v oblasti digitální diplomacie ovšem není jedinou aktivitou vlády Spojených států v oblasti digitální diplomacie. Některé z těchto aktivit budou blíže charakterizovány v následující kapitole.

2.2.1. Kancelář e-Diplomacie

Jednou z oficiálních institucí americké digitální diplomacie je *IRM's Office of eDiplomacy* neboli Kancelář e-Diplomacie. Tato kancelář byla založena již v roce 2003 jako součást Úřadu pro management informačních zdrojů *Bureau of Information Resource Management* (IRM). Cílem tohoto úřadu je poskytovat ministerstvu zahraničí Spojených států potřebné informace a služby z oblasti informačních technologií, informačních produktů a systémů a tím napomáhat k co nejefektivnějšímu výkonu jeho činnosti¹³⁶. IRM je také zaměřen na zvýšení bezpečnosti ministerstva v oblasti počítačů a počítačových technologií.

Úkolem Kanceláře e-Diplomacie je zajistit pokrok v diplomacii poskytováním vhodných podnětů pro sbližování diplomacie a technologií a prvotřídního poradenství v oblasti informačních technologií¹³⁷. Pro tyto účely využívá odborná poradenství a zkušenosti zahraničních úředníků, úředníků státní správy a smluvních odborníků¹³⁸. Tato kancelář je rozdělena do třech útvarů. Prvním z nich je *Diplomatic Innovation Division* tedy Oddělení pro inovace v diplomacii, útvar zodpovědný za poskytování inovativních technologických řešení. Cílem těchto inovativních řešení je usnadnit propojení a spolupráci představitelů diplomacie s jinými specifickými aktéry, kterými jsou například diplomatické sbory jiných zemí, nevládní organizace, společnost či akademické organizace¹³⁹. Cílem druhého útvaru této kanceláře, *Knowledge Leadership Division*, je řízení znalostního managementu ministerstva zahraničí a rozvíjení inovativních technologií za účelem usnadnění spolupráce a propojení lidí a informací¹⁴⁰. Posledním útvarem této kanceláře je Oddělení pro vztahy s klienty, například diplomaty, jehož hlavním cílem je budování vztahu s klienty Úřadu pro management informačních zdrojů a zajišťování jejich spokojenosti s jeho službami¹⁴¹.

136 Bureau of Information Resource Management. *State.gov* [online]. [vid. 2015-12-20], [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://www.state.gov/m/irm/>.

137 IRM's Office of eDiplomacy. *State.gov* [online].

138 IRM's Office of eDiplomacy. *State.gov* [online].

139 Tamtéž.

140 Tamtéž.

141 Major Programs of IRM's Office of eDiplomacy. *State.gov* [online]. [vid. 2015-3-3], [cit. 2016-03-03]. Dostupné z: <http://www.state.gov/m/irm/ediplomacy/c23840.htm#communities>.

2.2.2. Diplopedia

Diplopedia je oficiální online encyklopedie mezinárodních záležitostí dostupná všem zaměstnancům amerického ministerstva zahraničí prostřednictvím intranetu¹⁴². Diplopedia byla uvedena do provozu v září roku 2006. Během tří let bylo na Diplopedii uveřejněno více než 10 000 článků¹⁴³.

Cílem Diplopedie je vytvoření širokého nástroje pro sdílení informací v rámci ministerstva zahraničí¹⁴⁴. Každý, kdo má do této encyklopedie přístup, může sdílet vlastní zkušenosti a znalosti prostřednictvím článků, v diskusi nebo úpravou již existujícího materiálu¹⁴⁵. Diplopedia je založená na stejném principu jako otevřená internetová encyklopedie Wikipedie. Na rozdíl od Wikipedie není zveřejňování příspěvků na Diplopedii anonymní a u každé změny v příspěvku je uvedeno, kým byla provedena¹⁴⁶. Jedním ze základních požadavků na autory příspěvků je dodržení neutrálního charakteru zveřejňovaných příspěvků¹⁴⁷. Hlavní výhodou Diplopedie je její efektivnost. Diplopedia poskytuje svým čtenářům články z nejrůznějších oblastí, od terminologie až po praktické rady, jak se co nejlépe vypořádat s určitými úkoly¹⁴⁸.

2.2.3. DipNote

Jednou z internetových iniciativ amerického ministerstva zahraničí je jeho oficiální internetový blog DipNote. Tento blog umožňuje přístup k nejnovějším informacím v oblasti zahraniční politiky Spojených států. DipNote zároveň zveřejňuje články ze všech regionů světa. Návštěvníci blogu mohou na jednotlivé články reagovat prostřednictvím komentářů. Tyto komentáře jsou před zveřejněním na blogu kontrolovány, aby nedocházelo k uveřejňování vulgárních, útočných, či urážlivých komentářů¹⁴⁹.

142 About: Diplopedia. *State.gov* [online]. [vid. 2016-03-02], [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://www.state.gov/m/irm/ediplomacy/115847.htm>.

143 COZZANI, F. Knowledge management 2.0: the proposal for Commipedia. *Transforming Government: People, Process and Policy*. 2015, roč. 9, vyd. 1, s. 17., ISSN 17506166.

144 Major Programs of IIR's Office of eDiplomacy. *State.gov* [online].

145 About: Diplopedia. *State.gov* [online].

146 COZZANI, F. Knowledge management 2.0: the proposal for Commipedia.

147 About: Diplopedia. *State.gov* [online].

148 COZZANI, F. Knowledge management 2.0: the proposal for Commipedia.

149 About The State Department Blog. *Blogs.state.gov* [online].

2.2.4. E-Government

V roce 2002 byl ve Spojených státech přijat zákon *E-Government Act of 2002*, tedy *zákon o e-vládě*, za účelem zlepšení řízení a propagace elektronických služeb vlády Spojených států¹⁵⁰. V souladu s tímto zákonem se ministerstvo zahraničí Spojených států snaží vylepšovat své služby v této oblasti. Za účelem podpory Digitální strategie vlády a pro pokrok v oblasti styku se občany se ministerstvo například snaží o zpřístupnění svých internetových stránek na všech možných mobilních zařízeních. Na svých webových stránkách také provozuje online archiv videí případně online přenosy a nabízí volně ke stažení různé mobilní aplikace¹⁵¹.

2.2.5. Digital Outreach Team

Digital Outreach Team (DOT) patří k nejstarším iniciativám digitální diplomacie Spojených států. Po propuknutí války v Iráku v roce 2003 začala administrativa George W. Bushe využívat jako nástroje veřejné diplomacie na Blízkém východě rádio a televizi. U místního obyvatelstva ovšem tyto zdroje informací neměly příliš velkou důvěru, což zdůraznilo potřebu dialogu a vzájemné interakce, proto byl v roce 2006 založen *Digital Outreach Team*. Založení tohoto týmu je součástí *Národní Strategie veřejné diplomacie a strategické komunikace*, která byla ve Spojených státech přijata zejména díky iniciativě tehdejší náměstkyně ministryně zahraničních věcí, Karen Hughesové, a jedná se o vůbec první národní strategii tohoto zaměření.

Oficiálním cílem DOT je přiblížit místním obyvatelům priority americké zahraniční politiky a zabránit dezinformacím¹⁵². Od roku 2010, kdy byl DOT zařazen pod Středisko pro strategickou protiteroristickou komunikaci (*Center for Strategic Counterterrorism Communications*), je jeho dalším cílem kombinovat nástroje tradiční a moderní diplomatické komunikace a čelit tak propagandě Al-Káidy a jiných nebezpečných organizací¹⁵³. Zaměstnanci DOT se spojují s obyvateli Blízkého a Středního východu prostřednictvím sociálních sítí a na internetových fórech. Tým má účty na Facebooku, Flickru, YouTube i na Twitteru,

150 E-Government. *State.gov* [online]. [vid. 2016-03-05], [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: <http://www.state.gov/r/pa/wm/egov/index.htm>.

151 E-Government. *State.gov* [online].

152 KHATIB, L., DUTTON, W. a THELWALL, M. Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team. *The Middle East Journal*. 2012, roč. 66, vyd. 3, s. 453-472. ISSN 00263141.

153 Digital Outreach Team (DOT). In: *Counterextremism.org* [online]. [vid. 2016-03-02], [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <https://www.counterextremism.org/resources/details/id/410/digital-outreach-team-dot>.

nejaktivnější je ve zveřejňování příspěvků v internetových diskusích na webových stránkách v arabštině, perštině, urdštině¹⁵⁴.

Podobně regionálně zaměřeným programem je například iniciativa amerického velvyslanectví v Jižní Koreji nazvaná *Café USA*, která oslovuje mladé lidi prostřednictvím online diskusí¹⁵⁵.

2.2.6. Sociální sítě

Způsob oficiální prezentace Spojených států na sociálních sítích lze v porovnání s ostatními státy považovat za jeden z nejdokonaleji propracovaných. Tato propagace je uvedena i v *agendě 21st Century Statecraft* jako významný prostředek pro oslovení širší veřejnosti. Američtí diplomaté jsou pravidelně školeni, aby byli schopni co nejlépe využívat moderní média při navazování dialogu se zahraniční veřejností. Prostřednictvím 301 oficiálních twitterových účtů tweetují v 11 jazycích, kromě angličtiny také arabsky, čínsky, francouzsky, hindsky, persky, portugalsky, rusky, španělsky, ukrajinsky a urdsky. Díky sociálním sítím v současné době komunikují Spojené státy podle vlastních údajů s přibližně 20 miliony uživateli na celém světě¹⁵⁶.

Popularitu mají na sociálních sítích vedle oficiálních účtů amerických diplomatů a velvyslanectví také účty jiných státních orgánů a iniciativ. Celosvětově prvním twitterovým účtem vládní instituce byl účet amerického ministerstva zahraničí. První tweet z tohoto účtu byl odeslán 23. října roku 2007¹⁵⁷. Účet Bílého domu je nejčastěji odebíraným kanálem na YouTube a patří mezi nejsledovanější politické účty na Twitteru, Instagramu i na Facebooku.

Jednou z nejvýznamnějších osobností americké digitální diplomacie na sociálních sítích je současný prezident Barack Obama. Prezident Obama má svůj oficiální účet na Facebooku, Twitteru, YouTube, Instagramu a Google Plus, své účty ale většinou nespravuje osobně. Většina jeho účtů patří ve srovnání s oficiálními účty jiných politických představitelů k nejsledovanějším. Jeho příspěvky také vyvolávají na sociálních sítích nejvíce reakcí. Podle studie firmy *Burson-Marsteller* je Barack Obama aktuálně nejsledovanější osobností na Twitteru a Instagramu podle počtu sledujících. Jeho účet na YouTube byl hned za

154 KHATIB, L., DUTTON, W. a THELWALL, M. Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team.

155 Tamtéž.

156 21st Century Statecraft. *State.gov* [online].

157 United States. *Twiplomacy.com* [online]. [vid. 2015-11-20], [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/info/north-america/united-states/#profile-13583>.

oficiálním účtem Bílého domu druhým s nejvyšším počtem odběratelů. Barack Obama byl celosvětově vůbec prvním vrcholným politikem, který si v roce 2007 založil svoji stránku na Facebooku¹⁵⁸ a účet na Twitteru¹⁵⁹, v roce 2012 se připojil na Instagram¹⁶⁰ a již v roce 2006 nahrál své první video na YouTube¹⁶¹. Obama byl zároveň celosvětově prvním prezidentským kandidátem, který ve své předvolební kampani dokonale uplatnil potenciál moderních informačních technologií a sociálních sítí. Internet využil jako nástroj pro reklamu, komunikaci a organizaci. V den začátku voleb měl například na své facebookové stránce 2,5 milionů fanoušků, jeho protikandidát John McCain měl na svém facebookovém profilu pouhých 620 000 příznivců¹⁶². Americké prezidentské volby z roku 2008 jsou díky inovacím v předvolební kampani Baracka Obamy označovány za počátek internetového věku v prezidentských kampaních.

158 World Leaders on Facebook 2016. Executive Summary. *Twiplomacy.com* [online]. Leden 2016, [vid. 2016-3-2], [cit. 2016-3-3]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/world-leaders-on-facebook-2016/>.

159 Twiplomacy Study 2015. In: *Twiplomacy.com* [online].

160 World Leaders on Instagram 2016. Executive Summary. *Twiplomacy.com* [online]. Únor 2016 [vid. 2016-3-2], [cit. 2016-3-3]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/world-leaders-on-instagram-2016/>.

161 World Leaders on YouTube. Executive Summary. *Twiplomacy.com* [online]. Březen 2016 [vid. 2016-3-10], [cit. 2016-3-10]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/world-leaders-on-youtube-2016/>.

162 HARVEY, K. *Encyclopedia of Social Media and Politics*, s. 204.

3. Digitální diplomacie Ruska

Charakterizovat aktuální úroveň ruské digitální diplomacie a její význam je v současné době složitější než pokud se zabýváme digitální diplomacií Spojených států. V porovnání se Spojenými státy je v oblasti ruské digitální diplomacie k dispozici méně odborných zdrojů, které by bylo možné považovat za vhodné pro zpracování kvalitní analýzy. Většina autorů navíc hovoří především o možnostech, které Rusko v této oblasti má, než o samotné ruské digitální diplomacii. Jednou z příčin toho, proč se většina autorů zabývá digitální diplomacií Spojených států, je skutečnost, že Spojené státy patří k zemím, které se svojí digitální diplomacií začaly věnovat jako první na světě, pravidelně do ní investují velké zdroje a vytvářejí speciální kanceláře a programy zaměřené na digitální diplomacii. Oficiální programy ruské vlády jsou navíc zaměřeny spíše než na mezinárodní veřejnost na domácí veřejnost a ruský mluvící obyvatelstvo v zahraničí.

3.1. Politická dimenze digitální diplomacie Ruska

Ruská vláda zatím veřejně nepřijala žádnou oficiální koncepci ruské digitální diplomacie srovnatelnou s americkou agendou *21st Century Statecraft*. Doposud oficiálně přijaté vládní programy, které využívají potenciál digitálních technologií, jsou především národního charakteru, zaměřené na domácí obyvatelstvo a ruskou diasporu než na světovou veřejnost. Oficiální koncepce ruské digitální diplomacie je v současné době veřejně nedefinována, na rozdíl od digitální diplomacie Spojených států. Tuto skutečnost můžeme chápat jako důkaz toho, že ruská vláda nepřikládá digitální diplomacii takový význam jako vláda Spojených států nebo naopak vzhledem k rozšířené proruské propagandě usiluje o to, aby tato koncepce nebyla veřejně známá.

3.1.1. Formování ruské digitální diplomacie

Bývalý prezident Ruské federace Dmitrij Medveděv byl znám svým kladným vztahem k moderním technologiím. Medveděv se zasloužil o přijetí některých programů, které začaly v Rusku vytvářet informační společnost a využívat internet jako prostředek k podpoře národní identity. Za první velkou výzvu k využití potenciálu moderních technologií v oblasti zahraniční

politiky můžeme považovat projev prezidenta Vladimíra Putina na setkání velvyslanců a stálých představitelů Ruské federace v červenci roku 2012. Podle ruského deníku *Kommersant* věnoval prezident Putin v uzavřené části konference zvláštní pozornost tématu digitální diplomacie a vyzval zúčastněné velvyslance a představitele ministerstva zahraničních věcí, aby proměnili digitální diplomacii v nástroj ruské zahraniční politiky a aby se ji spolu s novými technologiemi naučili využívat i jako nástroje ruské soft power¹⁶³. Projev prezidenta Putina vyvolal velkou aktivitu diplomatů i ministerstva především na sociálních sítích. Ruské ministerstvo zahraničních věcí si během několika následujících dní založilo vedle již aktivního účtu na Twitteru také první oficiální stránku na Facebooku a účet na YouTube. Týden po konferenci mělo ministerstvo zahraničí již více než 40 oficiálních twitterových účtů¹⁶⁴ a během sedmi měsíců nahrálo na svůj účet na YouTube více než 340 videí¹⁶⁵.

Na začátku roku 2014 se na téma vlivu masmédií na zahraniční politiku vyjádřil i ministr zahraničí Ruské federace Sergej Lavrov v jednom ze svých komentářů při hodnocení ruské diplomacie za předchozí rok. Lavrov oznámil, že aktivity ruské diplomacie budou i nadále založeny na všech formách diplomacie a poprvé také prohlásil, že v souvislosti s významem masmédií v moderním světě je důležité věnovat pozornost i informační diplomacii¹⁶⁶.

3.1.2. Digitální diplomacie jako nástroj ruské soft power

Pojem soft power se v Rusku dostal do politického povědomí poprvé v roce 2012 díky článku Vladimíra Putina. Putin ve svém předvolebním článku definoval soft power jako kombinaci různých nástrojů a metod, které jsou využívány za účelem dosažení cílů zahraniční politiky bez použití zbraní¹⁶⁷. Zároveň prohlásil, že stejné metody bývají velmi často využívány k vývoji a vyprovokování extremismu, separatismu a nacionalistického postoje, k manipulaci s veřejností a pro narušení domácí politiky suverénního státu¹⁶⁸. Ačkoliv jeho vnímání soft power bylo tehdy negativní, o pár měsíců později již jako prezident vyzýval k využití soft power

163 CHERNENKO, E. Rossija napravlaet poselstva v Twitter. In: *Kommersant* [online]. 16. 7. 2012, č. 128, s. 6 [vid. 2016-3-29], [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://www.kommersant.ru/doc/1981536>.

164 CHERNENKO, E. Rossija napravlaet poselstva v Twitter.

165 SHAKIROV, O. Russian Soft Power Under Construction. In: *E-International Relations* [online]. 14. 2. 2013 [vid. 2016-2-25], [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: http://www.e-ir.info/2013/02/14/russian-soft-power-under-construction/#_ftn3.

166 Speech by the Russian Foreign Minister Sergey Lavrov and his answers to questions from the mass media during the press conference summarising the results of the activities of Russian diplomacy. *MFA of Russia* [online]. 21. 1. 2014 [vid. 2016-02-01], [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: http://archive.mid.ru/brp_4.nsf/0/9ECCD0C0F39435F344257C6A003247B2.

167 NIKOLSKI, A. Russia and the changing world. In: *RT* [online]. 27. 2. 2012 [vid. 2016-03-1]. Dostupné z: <https://www.rt.com/politics/official-word/putin-russia-changing-world-263/>.

168 Tamtéž.

jako nástroje ruské zahraniční politiky. V roce 2013 uveřejnilo ministerstvo zahraničních věcí Ruské federace plán svojí činnosti do roku 2018, ve kterém jako jeden ze svých cílů uvádí i podpoření potenciálu ruské soft power a zapojení Ruska do celosvětových aktivit v oblasti kultury a vzdělávání¹⁶⁹. Jako jeden z prostředků k dosažení tohoto cíle uvedlo ministerstvo i vylepšení spolupráce mezi ruskými tištěnými a elektronickými masmédií a tiskovým oddělením ministerstva zahraničních věcí, dále zlepšení multimediální základny internetových portálů ministerstva a zastupitelstev Ruské federace v zahraničí a aktivní využívání sociálních sítí¹⁷⁰. Tento cíl má být naplněn až do konce roku 2018, vzhledem k výsledkům průzkumu Soft Power 30 a k vývoji mezinárodních událostí od roku 2013, lze prozatím naplňování tohoto cíle označit za neúspěšné.

Přestože v oblasti ruské digitální diplomacie došlo od roku 2012 k určitému pokroku, který můžeme pozorovat zejména na sociálních sítích, je ruská digitální diplomacie stále nedostatečně využita jako nástroj soft power. Tento fakt potvrzuje i neúspěšné umístění Ruska v průzkumu Soft Power 30 z roku 2015. Rusko se v tomto průzkumu nedostalo mezi 30 nejlépe hodnocených zemí kvůli nedostatkům v oblasti digitálních technologií a podnikání a také kvůli celkovému negativnímu dojmu. Za jednu z příčin tohoto negativního dojmu můžeme považovat ruskou propagandu, ke které podle ruské kritiky dochází i na internetu a sociálních sítích,¹⁷¹ a také cenzuru.

Právě cenzura informací poskytovaných nejen prostřednictvím hromadných sdělovacích prostředků, ale například i obsahu knih a omezování aktivit na internetu patří v současné době k problémům, které dlouhodobě zvyšují negativní vnímání ruské vlády na domácí i mezinárodní úrovni a tedy i efektivnost ruské veřejné a digitální diplomacie.

Velvyslanec Ruské federace ve Velké Británii, Alexander Yakovenko, ve svém anglicky psaném článku o digitální diplomacii uvádí, že „Rusko nefiltruje ani neomezuje internetový obsah, kromě dětské pornografie a omezeného seznamu nenávislivých stránek“¹⁷².

169 Plan dejatelnosti ministerstva inostrannyh del Rossijskoj Federacii na period do 2018 goda. *Mid.ru* [online]. 12. 7. 2013 [vid. 2016-3-20], [cit. 2016-3-20]. Dostupné z: http://www.mid.ru/web/guest/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICk6BZ29/content/id/102086.

170 Tamtéž.

171 KOSHKIN, P. How Russia's soft power failed shortly after it started. In: *Russia Direct* [online]. 31. 7. 2015 [vid. 2016-4-2], [cit. 2016-4-2]. Dostupné z: <http://www.russia-direct.org/opinion/how-russias-soft-power-failed-shortly-after-it-started>.

172 YAKOVENKO, A. Digital Media Diplomacy Works for Russia's Ambassadors. In: *Telegraph.co.uk* [online]. 17. 9. 2012. [vid. 2015-10-20]. Dostupné z: <http://www.telegraph.co.uk/sponsored/rbth/technology/9548238/digital-media-diplomacy.html>.

Toto prohlášení je ovšem v příkrém rozporu s tvrzením domácí i celosvětové kritiky Kremlu. Podle argumentů této kritiky je naopak ruská informační koncepce ve skutečnosti navržena tak, aby umlčela nežádoucí protivládní kritiku¹⁷³. Americká nevládní organizace *Freedom House* dokonce ve svém reportu za rok 2015 zařadila Rusko vedle Číny či Kuby na seznam zemí, ve kterých není svoboda na internetu¹⁷⁴. K čínskému přístupu přirovnává přístup ruské vlády k internetu také například Julien Nocetti. Podle Nocettiho je přístup Číny i Ruska zaměřený především na státní cíle. Obě vlády podle něj využívají internet k ochraně legitimacy vlastního režimu a politického systému na rozdíl od západních vlád, které vnímají internet spíše jako prostředek pro rozšíření individuálních svobod¹⁷⁵.

Oficiální pojetí kybernetického prostoru a kybernetické bezpečnosti ruské vlády má obecně mnohem širší filozofický a politický význam, než technologický přístup Spojených států. V porovnání s vládou Spojených států je také Rusko v této oblasti zaměřeno na jiné priority. Ruská vláda chápe kybernetický prostor jako území s virtuálními hranicemi, které odpovídají skutečným hranicím státu, a usiluje o rozšíření pravomocí státu do tohoto virtuálního prostředí¹⁷⁶. Podle tohoto principu by tak vláda mohla mít například pravomoc omezit nebo zakázat přenos některých informací na území daného státu, pokud by tyto informace považovala za politicky, společensky či kulturně narušující¹⁷⁷, což by v podstatě učinilo ruskou vládní cenzuru legální.

3.1.3. Ruská digitální diplomacie a její možnosti

O nevyužitém potenciálu moderních technologií a soft power hovoří kromě výsledků průzkumu Soft Power 30 také mnozí teoretikové. Podle nich lze zvýšit efektivnost ruské zahraniční politiky vytvořením nových projektů v digitální oblasti, které budou zaměřeny na rozvoj vědy, technologie, vzdělávání a také soft power. Například Elena Zinovyeva, přednášející moskevské university MGIMO, v jednom ze svých článků navrhuje vytvoření speciálního informačního portálu, který by poskytoval aktuální informace o možnostech vědecké spolupráce ruský mluvícího obyvatelstva v Rusku i v zahraničí s

173 AUSTIN, A., GADY, F., S. Russia, the United States, and cyber diplomacy: opening the doors. *East West Institute* [online]. 2010, 19 s. [vid. 2015-12-15]. Dostupné z: <https://www.ciaonet.org/attachments/17971/uploads>. S. 5.

174 Freedom on the Net 2015. Russia. *Freedom House* [online]. [vid. 2016-03-30]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/russia>.

175 NOCETTI, J. *Digital Kremlin: Power and the Internet in Russia*. Paříž: IFRI, 2011. ISBN: 978-2-86592-853-8. S. 21.

176 NOCETTI, J. Contest and conquest. Russia and global internet governance. *International affairs*. 1. 1. 2015, sv. 91, vyd. 1., s. 111-130. ISSN 0020-5850. S. 112.

177 NOCETTI, J. *Digital Kremlin: Power and the Internet in Russia*, s. 6.

ruskými institucemi¹⁷⁸. Tento projekt by tak mohl zvýšit popularitu ruské vlády nejen u domácích obyvatel, ale i u rusky mluvících občanů žijících v zahraničí. Zinovyeva dále v rámci digitální diplomacie navrhuje vytvořit projekty, které by umožnily využívat potenciál internetového crowdsourcingu. Tyto projekty by měly oslovit nejen domácí ale i zahraniční veřejnost a umožnit jí zapojit se do řešení aktuálních společenských problémů, rozvíjet občanskou společnost a zvýšit efektivnost vzájemného působení mezi vládou a státem a vytvářet tak pozitivní obraz země¹⁷⁹.

Podle Larisy Permyakové z Diplomatické akademie Ministerstva zahraničí Ruské federace by se měly stát kurzy z oblasti digitální diplomacie povinnou součástí vzdělávání budoucích diplomatů na ruské diplomatické akademii a zaměstnanci ministerstev, velvyslanectví i konzulárních úřadů by měli být, ať už osobně či na dálku online, v této oblasti školeni¹⁸⁰.

Elena Zinovyeva i Larysa Permyakova zároveň pro usnadnění inovací navrhuji státnímu sektoru, tedy například ministerstvu zahraničí, spolupráci se soukromým sektorem, s velkými společnostmi jako jsou Yandex, Rambler či VKontakte¹⁸¹. Ani jedna z těchto autorek ovšem již neuvádí, jak by tato spolupráce měla konkrétněji probíhat a v jakých oblastech¹⁸².

Za pravděpodobně nejpropracovanější návrh na využití potenciálu moderních informačních technologií můžeme označit koncepci inovativní diplomacie, kterou na konci roku 2012 představil tehdejší náměstek ředitele informačního a tiskového oddělení ruského ministerstva zahraničí, Evgeny Panteleev. Panteleev inovativní diplomacii definuje jako nástroj ruské zahraniční politiky, který pomocí informačních a komunikačních technologií působí na veřejné mínění¹⁸³. Podle Panteleeva je vzhledem k rozšíření internetu čas na nové přístupy k ruské soft power a při realizaci ruské zahraniční politiky je potřeba začít aktivně uplatňovat potenciál informačních a komunikačních technologií¹⁸⁴. Ačkoliv Panteleev publikoval svoji vizi inovativní diplomacie online na webových stránkách časopisu ruského ministerstva

178 ZINOVYEVA, E. Cifrovaja diplomatija SSCHA, mezhdunarodnaja bezopasnost i vozhmoznosti dlja Rossii, s. 223.

179 ZINOVYEVA, E. Cifrovaja diplomatija SSCHA, mezhdunarodnaja bezopasnost i vozhmoznosti dlja Rossii, s. 223.

180 PERMYAKOVA, L. Cifrovaja diplomatija: napravlenija raboty, riski i instrumenty. In: *Russiancouncil. Ru* [online]. 27. 9. 2012 [vid. 2016-3-20]. Dostupné z: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=862#top-content.

181 SHAKIROV, O. Russian Soft Power Under Construction.

182 Tamtéž.

183 PANTELEEV, E. Vneshnjaja politika i innovacionnaja diplomatija. In: *Interaffairs.ru* [online]. 25. 12. 2012 [vid. 2016-11-1]. Dostupné z: <https://interaffairs.ru/news/show/9033>.

184 PANTELEEV, E. Vneshnjaja politika i innovacionnaja diplomatija.

zahraničí „*Mezinárodní život*“, v současné době není veřejně známo, že by ruská vláda na tuto iniciativu zareagovala a v posledních letech oficiálně přijala iniciativu stejného zaměření a rozsahu. Již před zveřejněním této iniciativy byly ovšem ruskou vládou přijaty programy, které využívají potenciál moderních technologií a jsou zaměřeny především na domácí obyvatelstvo.

3.2. Institucionální dimenze

Ačkoliv ruskou vládou dosud nebyl zveřejněn program, který by určil koncepci ruské digitální, neboli inovativní, diplomacie a stanovil její cíle, vláda se již několik let zabývá inovacemi v oblasti moderních technologií. Díky iniciativám ministerstva masových komunikací byly přijaty programy, které občanům usnadňují přístup k moderním technologiím a internetu a také usnadňují propojení vlády a jejích občanů alespoň na vnitrostátní úrovni.

3.2.1. Iniciativy ruské vlády

Hlavními vládními orgány významnými pro oblast ruské digitální diplomacie jsou Ministerstvo spojů a masových komunikací a Ministerstvo zahraničních věcí Ruské federace. Za činnost v oblasti digitální diplomacie obdrželo v roce 2014 Informační a tiskové oddělení ruského ministerstva zahraničí vládní cenu Runet, udělovanou za aktivity na webových stránkách. V roce 2014 byla vyvinuta první mobilní aplikace ruského ministerstva zahraničí. Aplikace *Zahraniční pomocník* (v originále *Foreign Assistant*) poskytuje svým uživatelům teoretické i praktické informace o jiných zemích i o mimořádných událostech v jiné zemi¹⁸⁵. Uživatelé mají díky této aplikaci také možnost spojit se s některými ruskými zahraničními misemi nebo diplomaty¹⁸⁶. Aplikace má ovšem poměrně malý počet celkových stažení i hodnocení.

3.2.2. Přijaté vládní programy

První velkou iniciativou ruské vlády v oblasti digitálních technologií bylo přijetí národního programu *Elektronické Rusko 2002 – 2010* připraveného Ministerstvem spojů a masových komunikací a Ministerstvem ekonomického rozvoje Ruské federace. Podstatou tohoto programu bylo v průběhu let 2002 až 2010 přejít na systém poskytování veřejných služeb, vykonávání činností federálních orgánů, řešení problémů a přístupu k informacím

185 SHAKIROV, O. Russian Digital Diplomacy: 7 trends of 2014. In: *Russiancouncil.ru* [online]. 19. 2. 2015 [vid. 2016-4-9]. Dostupné z: http://russiancouncil.ru/en/blogs/shakirov/?id_4=1689.

186 Tamtéž.

v elektronické podobě a vytvoření infrastruktury elektronické vlády¹⁸⁷. Cílem tohoto programu bylo za pomoci nových informačních a komunikačních technologií propojit vládu s jejími občany a zvýšit transparentnost a efektivnost jejích aktivit¹⁸⁸. Tento rozvoj informačních technologií měl zároveň přispět k vyšší konkurenceschopnosti ruské ekonomiky, k rozšíření možnosti integrace do světového hospodářského systému a zvýšení efektivity veřejné správy a samosprávy¹⁸⁹. Ačkoliv byl tento program přijat velmi pozitivně, bývá i kritizován, například za to že se v mnohých způsobech neshodoval s tím, co průměrný ruský občan potřeboval a co si mohl dovolit¹⁹⁰.

Od roku 2011 funguje v Ruské federaci nový program s názvem *Informační společnost 2011-2020*. Cílem této iniciativy je zlepšit život občanů díky využití informačních a komunikačních technologií. Jedním z bodů programu je například v rámci podprogramu s názvem *Informační prostředí* zajistit veřejnosti přístup k elektronickým médiím nebo podpora společensky významných projektů v oblasti hromadných sdělovacích prostředků¹⁹¹. Součástí tohoto programu je i iniciativa *Rozvoj televizního a rozhlasového vysílání v Rusku v letech 2009 – 2015*, jejíž termín pro uskutečnění byl v roce 2015 prodloužen až do konce roku 2018¹⁹². Cílem tohoto programu je umožnit zavedení digitálního vysílání až 98 % obyvatel a proto je považován za jeden z klíčových projektů v rámci zajišťování rovného přístupu k informacím¹⁹³. Televizní vysílání má zároveň značný vliv na formování pozitivního obrazu ruské politiky a diplomacie, který významně podporuje především vysílání televizních kanálů *První kanál* a *RT*¹⁹⁴.

187 FCP Elektronnaja Rossija (2002-2010). *Minsvyaz.ru* [online]. [vid. 2016-3-25]. Dostupné z: <http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/6/#section-results>.

188 Tamtéž.

189 ZINOVYEVA, E. Cifrovaja diplomatija SSCHA, mezhdunarodnaja bezopasnost i vozmožnosti dlja Rossii, s. 221.

190 KORPELA, M., MONTEALEGRE, R., POULYMENAKOU, A. *Organizational Information Systems in the Context of Globalization*. Springer Science + Business Media New York. 2003. ISBN 978-1-4757-6109-2, s. 259.

191 Gosudarstvennaja programma Informacionnoe obschestvo (2011-2020 gody). *Minsvyaz.ru* [online]. [vid. 2016-03-09]. Dostupné z: <http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/1/>.

192 O prodlenii federalnoj celevoj programy „Razvitie teleradiovesčanja v Rossijskoj Federacii na 2009-2015 gody“ do 2018 goda. *Government.ru* [online]. 3. 9. 2015 [vid. 2016-04-09]. Dostupné z <http://government.ru/docs/19513/>.

193 Gosudarstvennaja programma Informacionnoe obschestvo (2011-2020 gody). *Minsvyaz.ru* [online]. [vid. 2016-04-09]. Dostupné z: <http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/1/>.

194 ZINOVYEVA, E. Cifrovaja diplomatija SSCHA, mezhdunarodnaja bezopasnost i vozmožnosti dlja Rossii, s. 223.

3.2.3. Nástroje digitální diplomacie a ruská propaganda

Přestože ruská vláda, na rozdíl od americké vlády, nemá žádnou oficiální kancelář či úřad zodpovědný za otázky digitální diplomacie, nelze tvrdit, že by nebyla aktivní ve využívání moderních technologií a internetu k prosazování svých zájmů a cílů. Ruská vláda je naopak podezřívána, že kromě oficiálních vládních nástrojů propagace používá i neoficiální nástroje vlastní propagace a cílené propagandy. Za prostředek ruské propagandy je označována například vícejazyčná televizní stanice *RT*, dříve známa jako *Russia Today*. V souvislosti s činností ostatních televizních kanálů je naopak známo několik případů cenzury televizního vysílání ze strany ruských vládních orgánů.

Za nástroj ruské propagandy je považováno také množství Ruskem sponzorovaných zpravodajských webů. Jako prostředky propagandy mají tyto weby velký význam, neboť většinou nejsou psány v ruštině ale v jazycích ostatních zemí, ve kterých působí. Díky tomu je obsah těchto stránek snadno dostupný a srozumitelný pro místní obyvatele jednotlivých zemí, ve kterých může nepřítomnost ruštiny vyvolávat pocit neutrálnosti a nezávislosti webu. Podobný dojem mohou vzbuzovat i oficiální informace o sídle a správcích nebo majitelích webu a samotný název portálu, ve kterých většinou ze zřejmých důvodů nefigurují ruská jména.

Jedním z těchto webů je například česky psaný zpravodajský portál AENews dostupný na adrese *aeronet.cz*, který má své zastoupení také na Facebooku, Twitteru a YouTube. Doména *aeronet.cz* byla zaregistrována v roce 2001 se zcela jiným zaměřením. První proruské příspěvky se na tomto serveru začaly objevovat v polovině roku 2014¹⁹⁵. Ačkoliv je tento web dle vlastní prezentace „nezávislý internetový zpravodajský portál“¹⁹⁶, česká Bezpečnostní informační služba jej v roce 2014 označila za zdroj nebezpečné ruské propagandy¹⁹⁷. Pravdivost tvrzení, že se v případě tohoto webu jedná o nástroj ruské propagandy, posiluje vedle protizápadního charakteru příspěvků také nejasnost financování webu, která je charakteristická i pro ostatní weby tohoto zaměření. Proti dezinformacím šířeným prostřednictvím ruské propagandy byl dokonce v září roku 2015 založen útvar Evropské služby pro vnější činnost EU nazvaný *East StratCom Task Force*¹⁹⁸. Aby mohl tým zaměstnanců tohoto útvaru efektivně čelit ruské dezinformační kampani, spravuje webové stránky Evropské zahraniční služby vedle jiných

195 KUNDRA, O. Putinův hlas v Česku. In: Respekt [online]. [vid. 2016-04-22]. Dostupné z: <http://www.respekt.cz/z-noveho-cisla/putinuv-hlas-v-cesku>.

196 AENews. Aeronet.cz [online]. [vid. 2016-04-22]. Dostupné z: <http://aeronet.cz/news/>.

197 KUNDRA, O. Putinův hlas v Česku. In: Respekt [online].

198 Task and Answers about East StratCom Task Force. *European Union External Action* [online]. [vid. 2016-03-25]. Dostupné z: http://eeas.europa.eu/top_stories/2015/261115_stratcom-east_qanda_en.htm.

jazyků také v ruštině a má vlastní twitterový účet¹⁹⁹. Na svých webových stránkách nabízí možnost zasílání pravidelných newsletterů s aktuálními případy proruských dezinformací.

3.2.4. Sociální sítě

V roce 2008 nastal v Rusku doslova boom v oblasti sociálních sítí a Rusové se během několika let stali jedním z národů, který tráví na sociálních sítích nejvíce času. Právě rozšířené sociální sítě měly vliv na novodobou historii Ruské federace. Sociální sítě se staly důležitým prostředkem pro komunikaci a organizaci protestů proti výsledkům parlamentních voleb v roce 2011 a proti Vladimíru Putinovi. Jeho odpůrci také využívali internet jako nástroj pro sdílení kritických a satirických videí i pro získávání peněžních příspěvků²⁰⁰. Nesouhlas s prezidentskou kandidaturou Vladimíra Putina a s jeho zvolením vedly k dalšímu protestu, který proběhl v Moskvě 6. května roku 2012, v den slavnostní inaugurace Vladimíra Putina. Tyto protesty byly potlačeny násilným zákrokem policie, při kterém bylo zadrženo více než 250 lidí. Vladimír Putin i přes protesty složil svůj slib a brzy po jeho nástupu do úřadu bylo přijato několik zákonů na potlačení opozice²⁰¹. Jedním z nich byl například zákon přijatý v listopadu roku 2012, který vytvořil seznam zakázaných webových stránek²⁰². Za tyto zakázané stránky jsou oficiálně považovány weby, které obsahují dětskou pornografii, obhajují užívání drog a sebevraždy a stránky, které obsahují informace o výrobě drog²⁰³. V porovnání se Spojenými státy a prezidentskou kampaní Baracka Obamy, ve které byly sociální sítě využity jako významný nástroj pro dosažení úspěchu, naopak pro Vladimíra Putina představovaly sociální sítě v jeho volební kampani spíše překážku.

V současné době jsou nejrozšířenějšími sociálními sítěmi v Ruské federaci podle výsledků průzkumu ruské Nadace veřejného mínění (*Fond Obshchestvennoye Mneniye FOM*) podle pořadí od nejvíce navštěvovaných po méně navštěvované sociální sítě VKontakte, Odnoklassniki (Spolužáci), Moj mir na Mail.ru (Můj svět), Instagram, Twitter, Moj Krug (Můj kruh) a Live Journal²⁰⁴. Zatímco v mnohých západních zemích je nejnavštěvovanější sociální síť globálně rozšířený americký Facebook, v Rusku toto prvenství patří místní sociální síti VKontakte. Tuto skutečnost můžeme považovat za důkaz tzv. nacionalizace internetu nebo za snahu vymezit se proti západním vlivům. Tato snaha je například pozorovatelná i v rámci

199 Tamtéž.

200 HARVEY, K. *Encyclopedia of Social Media and Politics*, s. 723.

201 HARVEY, K. *Encyclopedia of Social Media and Politics*, s. 723.

202 NOCETTI, J. Contest and conquest. Russia and global internet governance. *International affairs*, s. 113.

203 Tamtéž.

204 Onlajn-praktiki rossijan: socialnye seti. In: *Fom.ru* [online]. [vid. 2016-04-25]. Dostupné z: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12495%20>.

podpory ruské společnosti Yandex, která provozuje stejnojmenný portál, oproti americkému Googlu. Americký Google je v posledních několika letech v Rusku stále častěji vnímán jako projev amerického ministerstva zahraničních věcí a Rusko se snaží vybudovat americkému Googlu soupeře²⁰⁵.

Sociální sítě VKontakte a Facebook navštěvují především mladí uživatelé ve věku do 24 let, sociální síť Odnoklassniki je v rámci návštěvnosti nejuniverzálnější. Svůj účet na této síti mají uživatelé ze všech věkových skupin²⁰⁶. Počet aktivních uživatelů internetu je v Rusku v současné době přibližně 63,9 milionů obyvatel, což je dohromady 55 % obyvatelstva²⁰⁷. Tito uživatelé navštěvují sociální sítě především pro komunikaci se svými přáteli. V rámci průzkumu uvedlo 46 % ze všech dotazovaných uživatelů jako jednu ze svých aktivit na sociálních sítích také zjišťování novinek a událostí ze života svého města, země a ze světa²⁰⁸.

Za průkopníky ruské digitální diplomacie na sociálních sítích jsou ruským deníkem *Kommersant* považováni náměstek ruského ministra zahraničí Gennadiy Gatilov a velvyslanec ve Velké Británii Aleksander Yakovenko, kteří jsou oba aktivní na sociální síti Twitter od roku 2011. Již od roku 2010 má na Twitteru svůj účet také kancelář ruského prezidenta a bývalý ruský prezident Dmitrij Medveděv. Medveděvovy účty na Twitteru, Facebooku i Instagramu patří i v současné době k nejsledovanějším účtům mezi světovými vůdci. Také oficiální účty současného prezidenta Vladimíra Putina patří k velmi často sledovaným účtům mezi světovými lidry. V roce 2011 byl v rámci Putinovy předvolební kampaně založen jeho osobní účet na Twitteru, Vladimír Putin ovšem tento účet nikdy osobně nespravoval a tento účet vysílá pouze oficiální zprávy, které jsou dostupné i na webových stránkách Kremlu. V mnoha ohledech je velmi podobný oficiálnímu twitterovému účtu ruského prezidenta²⁰⁹, tyto účty jsou tedy pravděpodobně spravovány stejným týmem zaměstnanců.

Co se týče samotné aktivity ministerstva zahraničí na sociálních sítích, vedle hashtagové diplomacie, jejímž projevem bylo například výše uvedené zneužití hashtagu *#UnitedForUkraine*, můžeme jako jednu z aktivit ruského ministerstva zahraničí v oblasti digitální diplomacie na Twitteru označit založení speciálního účtu ruského ministerstva zaměřeného na historii ruské diplomacie²¹⁰. Na účtu *@diplohistory* jsou poměrně pravidelně

205 NOCETTI, J. *Digital Kremlin: Power and the Internet in Russia*, s.15.

206 Onlajn-praktiki rossijan: socialnye seti. In: *Fom.ru* [online].

207 Internet v Rossii: dynamika proniknovenija. Ocen 2015. In: *Fom.ru* [online]. [vid. 2016-4-25]. Dostupné z: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12497>.

208 Onlajn-praktiki rossijan: socialnye seti. In: *Fom.ru* [online].

209 Russia. *Twiplomacy.com* [online]. [vid. 2015-12-10]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/info/europe/russia/#profile-13448>.

210 SHAKIROV, O. Russian Digital Diplomacy: 7 trends of 2014.

zveřejňovány různé příspěvky, které se zabývají historickým vývojem ruské diplomacie. Na ruskou historii obecně je zaměřený twitterový účet @histoy_RF, který je oficiální iniciativou federálního portálu *istorija.ru*²¹¹. Jako aktivitu ruského ministerstva označuje ruský novinář Oleg Shakirov i tzv. válku obrázků²¹². Princip této aktivity je podobný principu hashtagové diplomacie s tím rozdílem, že diskuzi nevyvolávají hashtagy ale zveřejněné obrázky či fotografie a komentáře k nim. Ministerstvo je také poměrně aktivní ve sdílení různých příspěvků prostřednictvím svého účtu na Storify a Flickru.

Ačkoliv v Rusku došlo v roce 2008 k významnému růstu počtu uživatelů sociálních sítí, podobný boom v rámci využití sociálních sítí diplomaty a velvyslanci nastal až po Putinově výzvě v roce 2012, kdy se během jednoho týdne objevilo na Twitteru několik desítek nových účtů spadajících pod ruské ministerstvo zahraničních věcí. Ministerstvo zahraničí na svých webových stránkách, které jsou kromě ruštiny vedené ve čtyřech dalších světových jazycích, uvádí seznam zemí, ve kterých má velvyslanectví, konzuláty a stálé zastoupení. Součástí tohoto seznamu jsou i informace o reprezentaci jednotlivých orgánů na sociálních sítích. K nejvíce online reprezentovaným velvyslanectvím patří například velvyslanectví Ruské federace ve Španělsku, které má vedle twitterových a facebookových účtů v ruštině a ve španělštině také zastoupení na YouTube a na sociální síti VKontakte²¹³. Podobně aktivní je i velvyslanectví Ruské federace v Rakousku, které spravuje své účty na Twitteru, Facebooku, YouTube, Instagramu, Storify a VKontakte, či v Kazachstánu se svými účty na Twitteru, Facebooku, YouTube a na ruských sociálních sítích VKontakte a Odkonklassniki²¹⁴. V souvislosti se zakládáním nových účtů na sociálních sítích bývá ovšem ruské ministerstvo zahraničí někdy kritizováno, neboť některé účty zůstávají krátce po svém založení pasivní a nejsou nikým spravovány. Například na sociální síti VKontakte bylo na účtu ruského velvyslanectví ve Španělsku v období od 16. května do 29. května roku 2014 uveřejněno 29 příspěvků²¹⁵. Od té doby není stránka nikým spravována, zůstává ovšem zveřejněna v seznamu sociálních sítí na webu ministerstva zahraničí. Stejně tak zůstává na webových stránkách u velvyslanectví Ruské federace v Maďarsku údaj o dvou twitterových účtech. Na rozdíl od pravidelně spravovaného účtu v angličtině, je ovšem účet vedený v ruštině, na kterém byly zveřejněny

211 Istorija Rossii. *Histrf.ru* [online]. [vid. 2016-04-23]. Dostupné z: <http://histrf.ru/about>.

212 Přeloženo autorkou z anglického originálu *War of Images*.

213 Social Media. *Mid.ru* [online]. [vid. 2015-12-15] Dostupné z: http://www.mid.ru/en/press_service/social_accounts.

214 Tamtéž.

215 Posolstvo Rossii v Ispanii. *VKontakte* [online]. [vid. 2016-03-05]. Dostupné z: <https://vk.com/embajadarues>.

celkem 4 tweety v období dvou týdnů, již od konce února roku 2014 neaktivní²¹⁶. Podobně zanedbávaný byl po dlouhou dobu i twitterový účet ruského velvyslanectví v Izraeli, konkrétně po dobu necelých tří let od března roku 2013 až po leden roku 2016²¹⁷. Z uvedených příkladů je zřejmé, že vedení účtů ruských velvyslanectví na sociálních sítích probíhá v mnohých případech neorganizovaně a spontánně.

216 Posolstvo v Vengrii. *Twitter.com* [online]. [vid. 2016-03-05]. Dostupné z: <https://twitter.com/RusEmbHungaryR>.

217 RusEmbassy in Israel. *Twitter.com* [online]. [vid. 2016-03-05]. Dostupné z: https://twitter.com/israel_mid_ru.

4. Komparace digitální diplomacie USA a Ruska

Základní rozdíly mezi americkou a ruskou digitální diplomacií spočívají v periodizaci nástupu oficiálních iniciativ v oblasti digitální diplomacie a jejich vývoje a v přístupu jednotlivých vlád.

Zatímco Spojené státy začaly využívat potenciál digitálních technologií pro účely zahraniční politiky již za administrativy George W. Bushe, například v roce 2003 založením Kanceláře eDiplomacie či vytvořením *Digital Out Reach Teamu* v roce 2006, v ruské zahraniční politice se tyto iniciativy začaly objevovat v porovnání se Spojenými státy později.

Pozorovatelný pokrok nastal v ruské digitální diplomacii, na rozdíl od Spojených států, až v roce 2012 v rámci zvýšení aktivity ruského ministerstva zahraničních věcí a jeho zaměstnanců na sociálních sítích. Tyto první projevy ruské digitální diplomacie byly především reakcí na výzvu ruského prezidenta a můžeme je považovat i za reakci na úspěšnou koncepci americké digitální diplomacie, která byla v Rusku v roce 2011 podle údajů některých médií dokonce kritizována a chápána jako vměšování se do vnitřních záležitostí ostatních zemí²¹⁸.

Rusko do současné doby oproti Spojeným státům nezavedlo žádný veřejně známý program školení a podporování svých zaměstnanců ve využívání potenciálu moderních technologií na sociálních sítích pro usnadnění dosažení diplomatických cílů, přestože svůj oficiální účet na sociálních sítích má dnes většina ruských diplomatů, velvyslanectví a jiných vládních institucí. Tato skutečnost je pozorovatelná i na samotných sociálních sítích, kde existuje velké množství oficiálních účtů ruských velvyslanectví, která nejsou dlouhodobě spravována nebo jsou spravována spíše příležitostně. Rusko také nezakládá vládní orgány, jejichž činnost by byla srovnatelná s činností americké Kanceláře eDiplomacie či Digital Outreach Teamem.

Ačkoliv v roce 2012 zveřejnil zaměstnanec ruského ministerstva zahraničních věcí plán na vybudování ruské inovativní diplomacie, ministerstvo do současné doby veřejně nepřijalo žádnou koncepci zahraniční politiky, která by tuto koncepci inovativní diplomacie zahrnovala nebo která by byla v rámci digitální diplomacie srovnatelná s agendou *21st Century Statecraft*.

218 ANON, Russian paper sees USA's "digital diplomacy" as meddling in internal affairs. *BBC Monitoring Former Soviet Union* [online]. 23. 9. 2011, [vid. 2016-12-10]. Dostupné z: <http://search.proquest.com.zdroje.vse.cz/docview/893726255/abstract/FCB5420C4B4945BEPQ/1?accountid=17203>.

Pokud tedy tato koncepce existuje, není veřejně známá a vláda pravděpodobně neusiluje o její veřejné šíření.

Co se týče využívání digitální diplomacie a digitálních technologií jako nástroje soft power země, výsledky průzkumu *Soft Power 30* dokazují, že v této oblasti má Rusko v současné době v porovnání se Spojenými státy velké nedostatky. Přestože je budování soft power díky využití moderních technologií jedním ze současných oficiálních cílů ministerstva zahraničí Ruské federace, v porovnání se Spojenými státy a s přihlédnutím k současné situaci lze jeho naplňování prozatím označit spíše za neúspěšné. Úspěšnost naplnění tohoto cíle snižuje negativní vnímání Ruska, které je kromě jiných aspektů zapříčiněno vládní cenzurou masmédií. Spojené státy naopak patří k zemím s nejnižším stupněm cenzury²¹⁹. Cenzura byla mimo jiné i jedním z negativ v oblasti internetu, na která upozorňovala Hillary Clintonová jako americká ministryně zahraničí. Clintonová také zdůrazňovala přijetí celosvětově závazných pravidel v oblasti internetu. Rusko naopak prosazuje rozšíření pravomocí vlád do virtuálního kybernetického prostoru, jehož hranice by byly shodné s hranicemi státu.

Velmi negativně je vedle vládní cenzury vnímána také ruská propaganda v zahraničí například prostřednictvím sponzorovaných proruských webů. Tato propaganda je velmi často namířena proti Spojeným státům. Ačkoliv se ruská vláda k těmto portálům z pochopitelných důvodů nehlásí a nejsou tedy oficiálně označeny jako nástroje ruské propagandy, Evropská služba pro vnější činnost proti těmto aktivitám zavedla vlastní útvar *StratCom Task Force*²²⁰, jehož cílem je bojovat proti šíření ruských dezinformací.

219 Freedom on the Net 2015. United States. *Freedom House* [online]. [vid. 2016-03-30]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/united-states>.

220 Task and Answers about East StratCom Task Force. *European Union External Action* [online]. /

Závěr

Z poznatků, které byly zmíněny v první kapitole této práce, vyplývá, že rozšířením internetu a rozvojem v oblasti moderních komunikačních technologií byl ovlivněn vývoj diplomatické komunikace i samotné diplomacie. Diplomatická komunikace přestává být výlučnou záležitostí elit států a zaměřuje se na své publikum, tedy na domácí a zahraniční veřejnost. Tento rozvoj zároveň ovlivnil i podstatu a význam přenášovaných informací. V současné době již informace nejsou pouhým sdělením, ale stávají se významným strategickým zdrojem, se kterým se musí diplomaté i státníci naučit vhodně zacházet, aby tak mohli lépe naplňovat své cíle. Díky snadnějšímu přístupu k informacím prostřednictvím internetu se rozšířil i okruh aktérů, kteří jsou schopni využívat informace jako strategický zdroj. Státy, resp. vládnoucí vrstvy tak v mnohých oblastech přišly o svůj monopol na informace. Těmito novými aktéry jsou nevládní organizace a soukromé subjekty, jež mají možnost ovlivnit tok informací a tím získávají ohromný zdroj moci. V souvislosti se změnou v povaze diplomacie a s demokratizací informací hovoří někteří autoři až o přechodu od tzv. *klubové diplomacie* k formě propojené diplomacie sítí – *network diplomacy*. Současný diplomat by měl být schopen fungovat jak v oblasti tradiční diplomacie, tak i v oblasti této diplomacie sítí.

Vedle poměrně snadného a levného přístupu k informacím dává internet svým uživatelům také možnost rychlé a efektivní komunikace na velké vzdálenosti. Internetoví uživatelé se mohou prostřednictvím internetu slučovat a organizovat různé akce i na velké vzdálenosti a bez nutnosti osobního setkání. I tato skutečnost se projevuje v oblasti mezinárodních vztahů a to jak v pozitivním tak i v negativním smyslu významu. Pozitivně lze tuto možnost využít například v rámci krizového managementu v oblasti veřejné diplomacie pro navázání kontaktu s veřejností. Internetoví uživatelé mohou ovšem na základě vlastní iniciativy zorganizovat i protestní akce či hnutí. Nejnebezpečněji tuto možnost využívají teroristické a extremistické organizace pro vlastní propagandu, nábor nových členů a organizaci útoků. Dalším negativem spojeným s užíváním internetu je všudypřítomné riziko ztráty citlivých informací či nabourání se do počítačového systému a jeho zneužití. Tyto činy mohou mít velmi negativní dopad i na oblast diplomacie a mezinárodních vztahů. Únik citlivých a utajovaných informací může pro daný stát znamenat nejen diskreditaci na vnitrostátní a mezinárodní úrovni, ale může být i rizikem pro ohrožení jeho bezpečnosti a stability mezinárodního uspořádání.

Internet a moderní komunikační technologie mají vliv i na podobu veřejné diplomacie. Veřejná diplomacie přestala být pouhým monologem diplomatických elit a začala usilovat o

navázání společného dialogu a dlouhodobého vztahu s veřejností, na kterou působí. Tato nová podoba veřejné diplomacie je v praxi mnohými teoretiky označována jako veřejná diplomacie 2.0 či ustáleným spojením nová veřejná diplomacie.

Další novou formou veřejné diplomacie je digitální diplomacie. Jako projev digitální diplomacie můžeme označit aktivity diplomatů a státních institucí, při kterých tyto představitelé používají moderní digitální technologie a internet jako nástroj k dosažení svých zájmů. Důležitý význam mají v této oblasti zejména sociální sítě. Za nejvýznamnější je v diplomacii sociálních sítí díky svojí stručnosti a rozšířenosti považována sociální síť Twitter. Vedle pojmu twiplomacie, kterou můžeme charakterizovat jako diplomacii prostřednictvím sociálně sítě Twitteru, se v posledních několika letech začal objevovat také pojem hashtagová diplomacie.

Ze získaných poznatků o digitální diplomacii Spojených států a aktivitách americké vlády je zřejmé, že koncepce americké digitální diplomacie patří k nejpropracovanějším programům v této oblasti.

První iniciativy z oblasti digitální diplomacie se v americké zahraniční politice začaly objevovat již v průběhu prvního prezidentského období George W. Bushe, kdy bylo zahájeno vysílání tradičních amerických rozhlasových a televizních kanálů mezinárodního vysílání také prostřednictvím internetu. Za administrativy Baracka Obamy od roku 2009 bylo ve Spojených státech v oblasti zahraniční politiky přijato několik inovativních opatření, například zavedení školení diplomatů ve využívání potenciálu moderních technologií a sociálních sítí pro diplomatické účely. Administrativa Baracka Obamy vybudovala koncepci zahraniční politiky, která úspěšně uplatňuje potenciál digitálních technologií a internetu. Tato koncepce byla zveřejněna v roce 2010 jako součást agendy *21st Century Statecraft*. Tato agenda byla přijata především díky iniciativám bývalé ministryně zahraničí Spojených států, Hillary Clintonové, a její poradce pro inovace, Alexe C. Rosse.

Úspěch americké digitální diplomacie dokazují také výsledky průzkumu Soft Power 30, ve kterém se Spojené státy umístily v části zaměřené na digitální technologie na prvním místě. V celkovém hodnocení skončily Spojené státy na třetím místě za Velkou Británií a Německem.

Za účelem využití potenciálu digitální diplomacie existuje ve Spojených státech několik specializovaných vládních orgánů, například *Kancelář e-Diplomacie* či *Digital Outreach Team* na Blízkém východě. Ministerstvo zahraničí také vede svůj vlastní blog *DipNote*, na který mohou jeho návštěvníci přidávat komentáře. Na sociálních sítích jsou vedle účtů amerických diplomatů a velvyslanectví aktivní a často sledované také účty amerických institucí, například oficiální účet sídla amerického prezidenta Bílého domu.

V porovnání se Spojenými státy se ruská digitální diplomacie začala například na sociálních sítích projevovat později. Za určitou výzvu k uplatnění moderních technologií v zahraniční politice můžeme považovat projev ruského prezidenta Vladimíra Putina na setkání stálých představitelů Ruské federace v roce 2012. Tento projev byl ovšem přednesen na uzavřené části konference, nikoliv oficiálně. Z tohoto důvodu a také protože ruská vláda prozatím nepřijala žádný veřejný program, který by byl zaměřený na její oficiální digitální diplomacii a její cíle, můžeme předpokládat, že ruská vláda o uvedení žádného podobného programu neusiluje. Přestože přijetí koncepce digitální diplomacie a zavedení opatření v oblasti digitální diplomacie je ruské vládě navrhováno ze strany teoretiků z dané oblasti i zaměstnancem ruského ministerstva zahraničí, doposud přijaté vládní programy v oblasti digitálních technologií jsou zaměřené spíše na domácí veřejnost.

Vzhledem k aktivitám ruské vlády a ministerstev v oblasti internetu ovšem nelze tvrdit, že ruská digitální diplomacie neexistuje. Ruská digitální diplomacie existuje, na rozdíl od vlády Spojených států ovšem ruská vláda neuveřejňuje její principy a priority. Vzhledem k velmi častým nařčením Ruska z cenzury a propagandy lze tento přístup považovat za logický. Podle kritiky a zjevných důkazů dochází k proruské propagandě například prostřednictvím zpravodajských webových portálů, které mají své zastoupení i na sociálních sítích. Systém proruské propagandy na těchto webových stránkách lze označit za propracovaný. Weby nejsou psané v ruštině a s Ruskem nemají většinou nic společného ani název či sídlo webu.

Výše uvedený závěr podporuje i skutečnost, že oficiální pojetí kybernetického prostoru ze strany ruské vlády má v porovnání s technologickým přístupem Spojených států hlubší filozofický a teoretický význam. Ruská vláda chápe hranice svého území i jako hranice svého kybernetického prostoru a usiluje o rozšíření vládních pravomocí i do tohoto virtuálního prostředí, aby například mohla omezit přístup nežádoucích informací na své území. Podle Juliana Nocettiho Rusko dokonce stejně jako Čína využívá internet jako nástroj ochrany legitimacy vlastního režimu a politického systému.

Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem není velkým překvapením, že se Rusko v průzkumu *Soft Power 30* umístilo v porovnání se Spojenými státy velmi špatně. Nebylo vybráno mezi 30 nejúspěšnějších zemí, což dokazuje, že v oblasti uplatňování digitální diplomacie má Rusko na rozdíl od Spojených států velké nedostatky. Jedním z negativních faktorů, které snižují efektivitu aktivit ruské vlády u zahraniční veřejnosti, je již zmiňovaná ruská propaganda a vládní cenzura.

Za významný nástroj ruské digitální diplomacie můžeme považovat sociální sítě, které jsou mezi místním obyvatelstvem velmi populární. Zatímco v západním světě patří sociální sítě

Facebook v mnoha zemích k nejrozšířenějším sociálním sítím, pozice prvních tří nejrozšířenějších sociálních sítí patří v Rusku místním sociálním sítím. Diplomaté jsou v rámci propagace Ruska na sociálních sítích poměrně aktivní. Existuje ovšem i velký počet účtů ruských velvyslanectví, které nejsou dlouhodobě nikým spravovány.

Z výše uvedených závěrů je zřejmé, že internet a moderní technologie mají významný vliv na oblast mezinárodních vztahů a diplomacie, do kterých přinášejí nové možnosti a výzvy. Přístup vlád jednotlivých zemí k těmto výzvám a k digitální diplomacii obecně je různý. Zatímco Spojené státy veřejně budují svoji digitální diplomacii a efektivně ji využívají i jako nástroj svojí soft power, vláda Ruské federace v této oblasti také podniká určité kroky, jejich záměr ovšem nepublikuje veřejně.

Seznam zdrojů:

Primární zdroje:

21st Century Statecraft. *State.gov* [online]. [vid. 2016-03-01], [cit. 2016-03-01]. Dostupné z: <http://www.state.gov/statecraft/overview/index.htm>.

About: Diplopedia. *State.gov* [online]. [vid. 2016-03-02], [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://www.state.gov/m/irm/ediplomacy/115847.htm>.

AENews. Aeronet.cz [online]. [vid. 2016-04-22]. Dostupné z: <http://aeronet.cz/news/>.

About The State Department Blog. *Blogs.state.gov* [online]. [vid. 2016-03-02], [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <https://blogs.state.gov/dipnote-content/about-state-department-blog>.

Bureau of Information Resource Management. *State.gov* [online]. [vid. 2015-12-20], [cit. 2016-3-2]. Dostupné z: <http://www.state.gov/m/irm/>.

E-Government. *State.gov* [online]. [vid. 2016-03-05], [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: <http://www.state.gov/r/pa/wm/egov/index.htm>.

FCP Elektronaja Rossija (2002-2010). *Minsvyaz.ru* [online]. [vid. 2016-03-25]. Dostupné z: <http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/6/#section-results>.

FCP Razvitie teleradioveschanija v Roccijskou Federacii na 2009-2015 gody. *Minsvyaz.ru*

FOREIGN AND COMMONWEALTH OFFICE. *Gov.uk* [online]. [vid. 2016-03-15]. Dostupné z: <https://www.gov.uk/government/organisations/foreign-commonwealth-office>.

FOREIGN AND COMMONWEALTH OFFICE. Digital Diplomacy. *Gov.uk* [online]. [vid. 2016-3-15]. Dostupné z: <http://blogs.fco.gov.uk/digitaldiplomacy/>.

Freedom on the Net 2015. Russia. *Freedom House* [online]. [vid. 2016-03-30]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/russia>.

Freedom on the Net 2015. United States. *Freedom House* [online]. [vid. 2016-03-30]. Dostupné z: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2015/united-states>.

Gosudarstvennaja programma Informacionnoe obschestvo (2011-2020 gody). *Minsvyaz.ru* [online]. [vid. 2016-04-09]. Dostupné z: <http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/1/>.

HOLLANDE, F. In: *Twitter* [online]. [vid. březen 2016]. Dostupné z: <https://twitter.com/fhollande>.

Internet Rights and Wrongs: Choices & Challenges in a Networked World. *State.gov* [online]. [vid. 2016-3-1], [cit. 2016-3-1]. Dostupné z: <http://www.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2011/02/156619.htm>.

IRM's Office of eDiplomacy. *State.gov* [online]. [vid. 2015-3-2], [cit. 2016-3-2]. Dostupné z: <http://www.state.gov/m/irm/ediplomacy/index.htm>.

Istoria Rossii. *Histrf.ru* [online]. [vid. 2016-04-23]. Dostupné z: <http://histrf.ru/about>.

ITU. Percentage of Individuals using the Internet. International *Telecommunication Union* [online]. 2015. [cit. 2016], [vid. únor 2016]. Dostupné z: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>.

LUFKENS, M. How do International Organisations Tweet in 2015?. In: *Twiplomacy* [online]. 10. 3. 2015. [vid. 2015-12-22], [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/how-do-international-organisations-tweet-2015/>.

Major Programs of IRM's Office of eDiplomacy. *State.gov* [online]. [vid. 2015-03-03], [cit. 2016-03-03]. Dostupné z: <http://www.state.gov/m/irm/ediplomacy/c23840.htm#communities>.

MCCLORY, J. The Soft Power 30. In: *Portland Communications* [online]. 2015 [vid. 2015-12-20], [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: http://softpower30.portland-communications.com/pdfs/the_soft_power_30.pdf

O prodlení federalnoj celevoj programy „Razvitie teleradioveschanija v Rossijskoj Federacii na 2009-2015 gody“ do 2018 goda. *Government.ru* [online]. 3. 9. 2015 [vid. 2016-04-09]. Dostupné z <http://government.ru/docs/19513/>.

Plan dejatelnosti ministerstva inostrannyh del Rossijskoj Federacii na period do 2018 goda. *Mid.ru* [online]. 12. 7. 2013 [vid. 2016-03-20], [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: http://www.mid.ru/web/guest/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICkB6BZ29/content/id/102086.

Posolstvo Rossii v Ispanii. *Vkontakte* [online]. [vid. 2016-03-05]. Dostupné z: <https://vk.com/embajadarues>.

Posolstvo v Vengrii. *Twitter.com* [online]. [vid. 2016-03-05]. Dostupné z: <https://twitter.com/RusEmbHungaryR>.

RusEmbassy in Israel. *Twitter.com* [online]. [vid. 2016-03-05]. Dostupné z: https://twitter.com/israel_mid_ru.

SILVERMAN, M. Top 10 Twitter Trends This Week [CHART]. In: *Mashable.com* [online]. 19. 11. 2011 [vid. 2016-02-05], [cit. 2016-02-06]. Dostupné z: <http://mashable.com/2011/03/19/twitter-trends-top-topics-chart-2/#P.jhOaWGpEqI>.

Social Media. *Mid.ru* [online]. [vid. 2015-12-15] Dostupné z: http://www.mid.ru/en/press_service/social_accounts.

Speech by the Russian Foreign Minister Sergey Lavrov and his answers to questions from the mass media during the press conference summarising the results of the activities of Russian diplomacy. *MFA of Russia* [online]. 21. 1. 2014 [vid. 2016-02-01], [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: http://archive.mid.ru/brp_4.nsf/0/9ECCD0C0F39435F344257C6A003247B2.

Task and Answers about East StratCom Task Force. *European Union External Action* [online]. [vid. 2016-03-25]. Dostupné z: http://eeas.europa.eu/top_stories/2015/261115_stratcom-east_qanda_en.htm.

The Soft Power 30 Press Release. In: *Portland Communications* [online]. [vid. 2015-12-20], [cit. 2016-3-2]. Dostupné z: http://www.portland-communications.com/wp-content/uploads/2015/07/The-Soft-Power-30_press-release.pdf.

Twiplomacy Study 2015. In: *Twiplomacy.com* [online]. 28. 4. 2015, [vid. 2016-3-4], [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2015/>.

TWITTER. *Twitter.com* [online]. [vid. 2016-3-15]. Dostupné z: <https://about.twitter.com/cs/company>.

World Leaders on Instagram 2016. Executive Summary. *Twiplomacy.com* [online]. Únor 2016 [vid. 2016-03-02], [cit. 2016-03-03]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/world-leaders-on-instagram-2016/>.

World Leaders on Facebook 2016. Executive Summary. *Twiplomacy.com* [online]. Leden 2016, [vid. 2016-3-2], [cit. 2016-3-3]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/world-leaders-on-facebook-2016/>.

World Leaders on YouTube. Executive Summary. *Twiplomacy.com* [online]. Březen 2016 [vid. 2016-03-10], [cit. 2016-3-10]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/blog/world-leaders-on-youtube-2016/>.

Sekundární zdroje:

ANON, Russian paper sees USA's "digital diplomacy" as meddling in internal affairs. *BBC Monitoring Former Soviet Union* [online]. 23. 9. 2011, [vid. 2016-12-10]. Dostupné z:

<http://search.proquest.com.zdroje.vse.cz/docview/893726255/abstract/FCB5420C4B4945BEPQ/1?accountid=17203>.

AUSTIN, A., GADY, F., S. Russia, the United States, and cyber diplomacy: opening the doors. *East West Institute* [online]. 2010, 19 s. [vid. 2015-12-15]. Dostupné z: <https://www.ciaonet.org/attachments/17971/uploads>.

ALNUTT, L. The Problem With 'Digital Diplomacy'. In: *Radio Free Europe Radio Liberty* [online]. 10. 9. 2010. [vid. 2016-03-15], [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: http://www.rferl.org/content/The_Problem_With_Digital_Diplomacy_/2153198.html.

BJOLA, C., HOLMES, M. *Digital Diplomacy. Theory and Practise*. New York: Routledge, 2015. ISBN 978-1-138-84380-6.

COOPER, A. F., HEINE, J., THAKUR, R. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford: Oxford University Press, 2013. ISBN 978-0-19-958886-2.

COZZANI, F. Knowledge management 2.0: the proposal for Commipedia. *Transforming Government: People, Process and Policy* . 2015, roč. 9, vyd. 1, s. 17., ISSN 17506166.

CULL, N. J., WikiLeaks, public diplomacy 2.0 and the state of digital public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2011, roč. 7, č. 1, s. 1-8. ISSN 17518040.

CHERNENKO, E. Rossija napravlaet poselstva v Twitter. In: *Kommersant* [online]. 16. 7. 2012, č. 128, s. 6 [vid. 2016-03-29], [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: <http://www.kommersant.ru/doc/1981536>.

Digital Outreach Team (DOT). In: *Counterextremism.org* [online]. [vid. 2016-03-02], [cit. 2016-3-2]. Dostupné z: <https://www.counterextremism.org/resources/details/id/410/digital-outreach-team-dot>.

ERIKSSON, J., GIACOMELLO, G. The Information Revolution, Security, and International Relations: (IR) Relevant Theory? *International Political Science Review*. 2006, roč. 3, č. 27, s. 221 - 244.

HARVEY, K. *Encyclopedia of Social Media and Politics*. Washington, D. C.: Sage Publications, Inc, 2014. Svazek 1. ISBN 978-1-4522-4471-6.

Internet v Rossii: dynamika proniknovenija. Ocen 2015. In: *Fom.ru* [online]. [vid. 2016-4-25]. Dostupné z: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12497>.

KORPELA, M., MONTEALEGRE, R., POULYMENAKOU, A. *Organizational Information Systems in the Context of Globalization*. Springer Science + Business Media New York. 2003. ISBN 978-1-4757-6109-2.

KUNDRA, O. Putinův hlas v Česku. In: Respekt [online]. [vid. 2016-04-22]. Dostupné z: <http://www.respekt.cz/z-noveho-cisla/putinuv-hlas-v-cesku>.

KHATIB, L., DUTTON, W. a THELWALL, M. Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team. *The Middle East Journal*. 2012, roč. 66, vyd. 3, s. 453-472. ISSN 00263141.

KOSHKIN, P. How Russia's soft power failed shortly after it started. In: *Russia Direct* [online]. 31. 7. 2015 [vid. 2016-04-02], [cit. 2016-04-02]. Dostupné z: <http://www.russia-direct.org/opinion/how-russias-soft-power-failed-shortly-after-it-started>.

MELISSEN, J. *The New Public Diplomacy. Soft Power In International Relations*. Londýn: Palgrave Macmillan, 2005. ISBN- 13: 978-1-4039-4516-7.

MELISSEN, J, HOCKING, B, Diplomacy in the Digital Age. *Netherlands Institute of International Relations Clingendael* [online], 2015. Dostupné z: http://www.clingendael.nl/sites/default/files/Digital_Diplomacy_in_the_Digital%20Age_Clingendael_July2015.pdf.

NIKOLSKI, A. Russia and the changing world. In: *RT* [online]. 27. 2. 2012 [vid. 2016-03-01]. Dostupné z: <https://www.rt.com/politics/official-word/putin-russia-changing-world-263/>.

NOCETTI, J. Contest and conquest. Russia and global internet governance. *International affairs*. 1. 1. 2015, sv. 91, vyd. 1., s. 111-130. ISSN 0020-5850.

NOCETTI, J. *Digital Kremlin: Power and the Internet in Russia*. Paříž: IFRI, 2011. ISBN: 978-2-86592-853-8.

NYE, J. S. JR., *Soft Power. The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004. ISBN 1-58648-306-4 (brož.).

Onlajn-praktiki rossijan: socialnye seti. In: *Fom.ru* [online]. [vid. 2016-04-25]. Dostupné z: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12495%20>.

PANTELEEV, E. Vneshnjaja politika i innovacionnaja diplomatija. In: *Interaffairs.ru* [online]. 25. 12. 2012 [vid. 2016-11-01]. Dostupné z: <https://interaffairs.ru/news/show/9033>.

PERMYAKOVA, L. Cifrovaja diplomatija: napravlenija raboty, riski i instrumenty. In: *Russiancouncil.ru* [online]. 27. 9. 2012 [vid. 2016-03-20]. Dostupné z: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=862#top-content.

PETERKOVÁ, J. Veřejná diplomacie – jen módní pojem nebo skutečná změna? *Mezinárodní vztahy*. 2006, roč. 41, č. 3, s. 83-99. ISSN 0323-1844.

- Russia. *Twiplomacy.com* [online]. [vid. 2015-12-10]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/info/europe/russia/#profile-13448>.
- SEIB, P. *Toward a New Public Diplomacy. Redirecting U. S. Foreign Policy*. New York: Palgrave Macmillan, 2009. ISBN-13: 978-0-230-61744-5.
- SANDRE, A. *Digital Diplomacy. Conversations on Innovation in Foreign Policy*. Londýn: Rowman and Littlefield, 2015. ISBN 978-1-4422-3635-6.
- SANDRE, A. *Twitter for diplomats*. Srbsko: Diplo Foundation & Instituto Diplomatico, 2013. ISBN 978-99932-53-27-3.
- SHAKIROV, O. Russian Digital Diplomacy: 7 trends of 2014. In: *Russiancouncil.ru* [online]. 19. 2. 2015 [vid. 2016-04-09]. Dostupné z: http://russiancouncil.ru/en/blogs/shakirov/?id_4=1689.
- SHAKIROV, O. Russian Soft Power Under Construction. In: *E-International Relations* [online]. 14. 2. 2013 [vid. 2016-02-25], [cit. 2016-03-29]. Dostupné z: http://www.e-ir.info/2013/02/14/russian-soft-power-under-construction/#_ftn3.
- SHARP, P., WISEMAN, G. *American Diplomacy*. Leiden: Martinus Nijhoff, 2012. ISBN 978-90-04-21415-6.
- SKLENÁK, V. a kol. *Data, informace, znalosti a Internet*. Praha: C. H. Beck, 2001. ISBN: 80-7179-409-0.
- United States. *Twiplomacy.com* [online]. [vid. 2015-11-20], [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/info/north-america/united-states/#profile-13583>.
- VATICAN. *Twiplomacy.com* [online]. [vid. 2015-12-10]. Dostupné z: <http://twiplomacy.com/info/europe/vatican/>.
- WESTCOTT, N. Digital Diplomacy: The Impact of The Internet on International Relations. *Oxford Internet Institute* [online]. 1. 7. 2008, č. 16, 20 s. [vid. 2015-10-01], [cit. 2016-02-01]. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1326476>. Dostupné prostřednictvím SSRN z: <http://ssrn.com/abstract=1326476>.
- YAKOVENKO, A. Digital Media Diplomacy Works for Russia's Ambassadors. In: *Telegraph.co.uk* [online]. 17. 9. 2012. [vid. 2015-10-20]. Dostupné z: <http://www.telegraph.co.uk/sponsored/rbth/technology/9548238/digital-media-diplomacy.html>.

YUJICO, E., GELB, B. Getting Digital Statecraft Right. In: *Foreign Affairs* [online]. 28. 7. 2010. [vid. 2016-03-01]. Dostupné z: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2010-07-28/getting-digital-statecraft-right>.

ZINOVYEVA, E. Cifrovaja diplomatija SSCHA, mezhdunarodnaja bezopasnost i vozhmoznosti dlja Rossii. In: *Indeks Bezopasnosti* [online]. 2013, č. 1 (104), vyd. 19, s. 213-229 [vid. 2015-09-20]. Dostupné z: <http://publications.hse.ru/articles/73452269>.