

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE  
**HUDEBNÍ A TANEČNÍ FAKULTA**

Hudební umění  
Hudební produkce

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**ZAHRANIČNÍ KULTURNÍ INSTITUTY V PRAZE**

**Magdaléna Ochmanová**

Vedoucí práce: PhDr. Ingeborg Radok Žádná  
Oponent práce: prof. PhDr. Jiří Štílec, CSc.  
Datum obhajoby: 5. června 2020  
Přidělovaný akademický titul: MgA.

Praha, 2020

ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE  
**MUSIC AND DANCE FACULTY**

Art of Music  
Music Management

**MASTER'S THESIS**

**FOREIGN CULTURAL INSTITUTES IN PRAGUE**

**Magdaléna Ochmanová**

Thesis Supervisor: PhDr. Ingeborg Radok Žádná  
Thesis Opponent: Prof. PhDr. Jiří Štilec, CSc.  
Date of thesis defense: 5th of June 2020  
Academic title granted: MgA.

Prague, 2020

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

Zahraniční kulturní instituty v Praze

vypracovala samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím uvedené literatury a pramenů.

Praha, dne .....

.....

podpis diplomanta

## **Upozornění**

Využití a společenské uplatnění výsledků bakalářské práce nebo jakékoliv nakládání s nimi je možné pouze na základě licenční smlouvy autora tj. souhlasu autora a AMU v Praze.

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou vyjádřila poděkování vedoucí práce PhDr. Ingeborg Radok Žádné za její cenné rady a trpělivost při vedení této práce.



## **Abstrakt**

Tato diplomová práce se zabývá významem zahraničních kulturních institutů EU a jejich působením v Praze. První kapitola uvádí kulturní instituty do kontextu zahraniční politiky, odlišuje měkkou a tvrdou moc státu a definuje význam veřejné diplomacie. Druhá kapitola se věnuje kulturní diplomacii, kterou představuje jako složku zahraniční kulturní politiky. Kulturní instituty fungují jako jeden z nástrojů kulturní diplomacie a pomáhají tak státům k lepšímu postavení v evropském (světovém) řádu. Třetí kapitola se zabývá přímo fenoménem evropských kulturních institutů, poskytuje jejich historický vývoj a představuje témata Nation branding a národní identity, se kterými se instituty potýkají. Čtvrtá kapitola pojednává o evropských kulturních institutech, které se nacházejí v Praze. Popisuje kulturní prostředí Prahy, její strategie, vize a cíle a také pojednává o aktuálním mezinárodním prostředí, které je důsledkem současné globalizace. Dále mapuje výskyt evropských zahraničních institutů v Praze a uvádí jiné možnosti fungování kulturní diplomacie. Závěrem konstatuje, že v Praze působí 11 zahraničních kulturních institutů. Hlavním posláním kulturních institutů je šíření kultury, jazyka a patřičné reprezentování obrazu dané země. Role kulturních institutů přímo podléhá zahraniční politice a prostřednictvím kultury a umění naplňuje státní strategie.

**Klíčová slova:** zahraniční evropské kulturní instituty, kulturní diplomacie, měkká moc, kulturní diverzita v Praze

## **Abstract**

The master thesis describes the value and importance of foreign cultural institutes of EU and their presence in Prague. The first chapter contains introduction to the foreign policy, differs soft and hard power of a state and defines the term of public diplomacy. The second chapter is dedicated to the term of cultural diplomacy, which is considered to be a part of the foreign cultural policy. The foreign cultural institutes are used as one of the tools of cultural diplomacy and they strive for the better positioning in the European (world) structure and order. Third chapter elaborates the phenomena of European cultural institutes, describes the historical outline and introduces two related topics of Nation branding and national identity. Fourth chapter conducts a survey of the occurrence of European cultural institutes

in Prague. It describes the cultural context containing strategy plans and visions and considers Prague as a multicultural international city. Additionally, it represents other present form of cultural diplomacy in Prague. The conclusion shows the results and deals with the aim of cultural institutes related to the state administration.

**Key words:** foreign european cultural institutes, cultural diplomacy, soft power, multicultural diversity in Prague

## Obsah

Úvod .....	11
1. Zahraniční politika.....	13
1.1. Úvod do kontextu .....	13
1.2.Měkká vs. tvrdá moc státu.....	15
1.3.Veřejná diplomacie.....	19
2.Kulturní diplomacie.....	23
2.1.Kulturní rozmanitost.....	23
2.2.Definice a obsah kulturní diplomacie.....	26
2.3.Druhy činností kulturní diplomacie.....	28
2.3.1. Výměna umělců a osob z kulturního života.....	28
2.3.2. Zahraniční vysílání .....	29
2.3.3. Podpora vzdělávacích zařízení daného státu v zahraničí.....	30
2.3.4. Podpora překladu .....	31
2.3.5. Akademické výměny .....	33
2.3.6. Krajské spolky.....	34
2.3.7. Kulturní instituty.....	34
3.Kulturní instituty .....	36
3.1.Historické okénko kulturních institutů .....	38
3.2.Kulturní instituty jako obraz národní identity .....	41
3.3.Nation branding .....	46
3.4.Výskyt kulturních institutů v EU.....	53
4.Zahraniční kulturní instituty v Praze .....	60
4.1.Kulturní kontext Prahy .....	60
4.2.Počet cizinců žijících v Praze .....	64
4.3.Zmapování kulturních institutů v Praze .....	65
4.3.1. Bulharský kulturní institut .....	69
4.3.2. Institut Français - Francouzský institut (dále IFP).....	69
4.3.3. Istituto Italiano di Cultura Praga - Italský kulturní institut.....	71
4.3.4. Balassiho institut - Maďarský kulturní institut .....	72
4.3.5. Goethe institut - Německý kulturní institut .....	72
4.3.6. Polský institut .....	73
4.3.7. Instituto Camões - Portugalský institut.....	74
4.3.8. Rakouské kulturní fórum .....	74
4.3.9. Rumunský institut .....	75
4.3.10.Slovenský institut .....	76
4.3.11.Instituto Cervantes Praga.....	76



4.4.Jiné modely kulturní diplomacie .....	77
4.4.1. Skandinávský dům jako unikát .....	77
4.4.2. Centrální agentura DutchCulture .....	78
4.4.3. Kulturní oddělení velvyslanectví .....	79
4.5.Spolupráce v rámci EU National Institutes for Culture (EUNIC).....	79
Závěr .....	82

## **Seznam použitého označování a zkratk**

CICEB - Consortium of the National Institutes of the European Countries in Belgium

ČR - Česká republika

EU - Evropská Unie

EUNIC - EU National Institutes for Culture

KD - Kulturní diplomacie

KI - Kulturní instituty

MŠMT - Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

MZV - Ministerstva zahraničních věcí

NATO - Severoatlantická organizace

OSN - Organizace Spojených Národů

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNWTO - United Nations World Tourism Organization

VD - Veřejná diplomacie

V4 - Visegrádská skupina

## ÚVOD

Tato diplomová práce byla inspirována dvěma životními zkušenostmi. Za první zkušeností se skrývá studijní pobyt na Sibelius Academy v Helsinkách, kde jsem se po celou dobu jednoho akademického roku setkávala s pestrým mezinárodním prostředím. Také díky aktivnímu kontaktu s tamější českou ambasádou a vstřícném přístupu pracovníků zastupitelského úřadu jsem se mohla o diplomatické problematice dozvědět více a zažít ony kulturní události a reprezentaci české kultury na vlastní oči. Tento první finský podnět byl dále prohlouben a rozvinut na stáži v Českém centru ve Stockholmu, kde jsem strávila 3 měsíce inspirativní práce. Česká centra fungují jako kulturní instituty, které se pohybují na mezinárodním poli s kulturními instituty dalších zemí. Tyto dvě zkušenosti byly hnacím motorem k zamyšlení se nad významem evropských kulturních institutů a celkově k otázce kultury v rámci mezinárodní evropské spolupráce. Po návratu ze zahraničí do Prahy jsem si více začala všimnout kulturních institutů v Praze a jejich aktivit.

Vysvětlením zájmu o toto téma se dostávám k samotnému jádru mojí práce, kterým je působení a význam zahraničních evropských kulturních institutů v Praze. K čemu slouží kulturní instituty? Které státy je zřizují? Kým jsou spravovány a kdo je řídí? Cíl této práce je zmapovat výskyt zahraničních kulturních institutů v Praze a poskytnout tak hlubší náhled na roli kultury zahraničních kulturních institutů v rámci zahraniční kulturní politiky.

K tomuto účelu byla zvolena metoda kvantitativní obsahové analýzy, která pracuje s již sesbíranými a dostupnými daty. V práci jsou čerpána data především ze zdrojů sekundárního původu, která obsahují dokumenty psané (knihy, noviny, příspěvky), vizuální (předměty, filmy, fotografie, spoty) a kombinované (webové stránky, počítačové programy, databáze).<sup>1</sup>

První kapitola se věnuje kulturním institutům jako součásti zahraniční politiky a zasazuje je do kontextu. Představuje fenomén moci, který může mít v rukou státu dvojí podobu, měkkou a tvrdou. Poslední část kapitoly pojednává o veřejné

---

<sup>1</sup> LINDEROVÁ, Ivica, Petr SCHOLZ a Michal MUNDUCH. Úvod do metodiky výzkumu. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2016. ISBN 978-80-88064-23-7. s. 54

diplomacii jako o nástroji měkké moci státu a uvádí zde nejvýraznější rozdíly mezi tradiční a novou veřejnou diplomací.

Druhá kapitola se zabývá kulturní diplomací, která je jednou složkou veřejné diplomacie. Zamýšlí se, jak se v rámci kulturní diplomacie a současné společenské situace projevuje kulturní rozmanitost EU a co tento pojem znamená. Dále vysvětluje rozdíly mezi kulturní a tradiční diplomací, které ovšem vytváří vzájemně propojený kulturní model. Závěr kapitoly je věnován jednotlivým druhům činností kulturní diplomacie.

Ve třetí kapitole je zmapován výskyt samotných kulturních institutů a jsou představeny tři modely fungování kulturní diplomacie v závislosti na vládní kontrole. Historické okénko vysvětluje proces vzniku kulturních institutů až po dnešní podobu. Kulturní instituty vždy odrážely a odráží společensko-ekonomickou situaci a potýkají se s otázkami národní identity jednotlivých států. Kulturní instituty jako obraz národní identity jsou představeny jako komplexní jev, který je tím aktuálnější, čím více se svět globalizuje. Dále se třetí kapitola zabývá pojmem Nation branding, který spočívá v pohledu na stát jako na značku produktu řídicí se dle marketingových postupů. Poslední část kapitoly je věnována přehledu evropských kulturních institutů EU a jejich výskytu na území EU. Blíže specifikuje, které země instituty zřizují, kdo je jejich zřizovatelem, jaký nesou název a kolik mají na světě poboček.

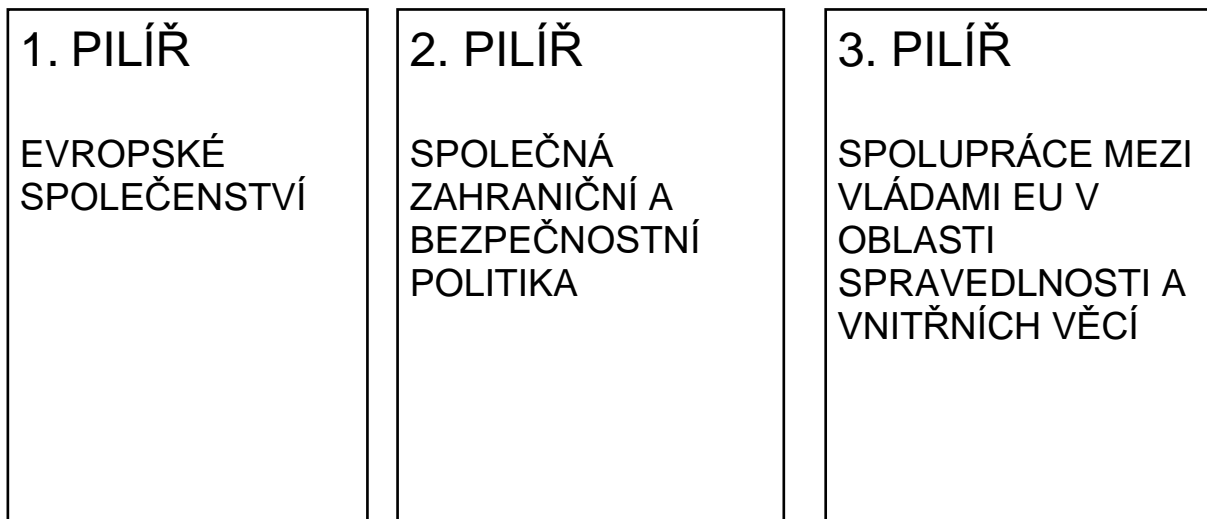
Stěžejní částí této práce je čtvrtá kapitola, která v úvodu podrobněji analyzuje kulturní prostředí hl. m. Prahy, uvádí její kulturní strategie, vize a cíle a prezentuje Prahu jako multikulturní město, ve kterém žijí početné menšiny cizinců. Dále nabízí analýzu výskytu zahraničních kulturních institutů v Praze. Vedle kulturních institutů jsou uvedeny také tři příklady fungování kulturní diplomacie na jiné úrovni, kterými jsou zapsaný spolek, centrálně řízená organizace sídlící v „domácím“ prostředí nebo běžná praxe v rámci kulturního oddělení zastupitelského úřadu.

## 1. Zahraniční politika

### 1.1. Úvod do kontextu

Pro orientaci v problematice je potřeba zasadit zahraniční kulturní instituty (dále KI) do kontextu. KI fungují jako subjekty, které jsou zřizovány státními orgány a jsou spravovány za jistými účely.

Evropské státy, které jsou členy Evropské unie (dále EU), se ocitají na velkém hracím poli, kde každý stát nese odpovědnost za svoji figurku. Záleží tedy na jednotlivém státě a jeho možnostech, jakou hrací taktiku zvolí a jak silná bude jeho role. Jinými slovy, jakou zvolí zahraniční politiku, která se ovšem musí řídit dle pravidel zahraniční politiky EU. Struktura organizace zahraniční politiky EU je velmi obsáhlá a čítá několik desítek dokumentů. Základní stavební kámen společné zahraniční politiky tvoří Společná zahraniční a bezpečnostní politika, přesněji definována v tzv. Maastrichtské smlouvě<sup>2</sup>, která vstoupila v platnost v roce 1993. Dokument Společné zahraniční a bezpečnostní politiky představuje jeden ze tří pilířů (obr. č. 1), který formuje fungování EU.<sup>3</sup>



Obrázek č. 1 (zdroj: autorka)

<sup>2</sup> Maastrichtská smlouva. O Parlamentu. Evropský parlament. [online] [11.3.2020] Dostupné z: <<https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/cs/in-the-past/the-parliament-and-the-treaties/maastricht-treaty>>

<sup>3</sup> Maastrichtská smlouva [online] Dostupné z: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=LEGISSUM:xy0026>>

Obsah Společné zahraniční a bezpečnostní politiky byl posléze rozvíjen a upravován dalšími smlouvami, významněji Lisabonskou smlouvou, která vstoupila v platnost roku 2009, a kterou se zásadně reformovala struktura institucí pro vnější vztahy.<sup>4</sup> V tomto dokumentu lze nalézt definované cíle jako jsou zachování míru, upevňování mezinárodní bezpečnosti, posilování mezinárodní spolupráce a rozvoje, upevňování demokracie a zásad právního státu a prosazování lidských práv a základních svobod.<sup>5</sup> Tyto cíle slouží jako základ, podle kterého se jednotlivé státy řídí a k němuž si dosazují svoje vlastní postupy a strategie. Jako příklad jedné konkrétní národní strategie lze prezentovat koncepci zahraniční politiky České republiky, kterou tvoří tři globální cíle. Prvním cílem je bezpečnost a prosperita, druhým udržitelný rozvoj a třetím lidská důstojnost včetně lidských práv.<sup>6</sup> Vedle globálních cílů jsou definovány dva národní cíle, které představují službu občanům a šíření dobrého jména České republiky.<sup>7</sup> V popisu koncepce je také kladen důraz na kulturu. Kultura je popsána jako nástroj, který: „ [...] dává ČR nezaměnitelnou tvář v rámci mezinárodního společenství. Představuje přirozený nástroj k vytváření čitelného obrazu hodnot, k nimž se ČR hlásí. [...] Aktivní kulturní politika v zahraničí navíc přispívá k vytváření a posilování vazeb, které dalece přesahují oblast kulturní výměny.“<sup>8</sup>

Zařazení kulturní politiky do strategie zahraniční politiky (obr. č. 2) lze vysledovat jako narůstající fenomén v kontextu evropských států, který dokládá tvrzení bývalé europoslankyně Marietje Schaake v dokumentu Report on the cultural dimensions of the EU's external actions z roku 2011, kde uvádí:

„Culture should be a vital and horizontally integrated element among the broad spectrum of external policies which make up the EU's foreign policy: from the EU's trade relations to its enlargement and neighbourhood policy, to its development cooperation policy and its common foreign and security policy. Culture equally has economic value: Europe's cultural industries contribute to European

---

<sup>4</sup> Zahraniční a bezpečnostní politika. Euroskop. [online] [cit. 11.3.2020] Dostupné z: <<https://www.euroskop.cz/8916/sekce/zahranicni-a-bezpecnostni-politika/>>

<sup>5</sup> Lisabonská smlouva. Official Journal of the European Union [online] [cit. 15.2.2020] Dostupné z: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/treaty/lis/sign>>

<sup>6</sup> Ministerstvo zahraničních věcí ČR. Koncepce zahraniční politiky ČR [online] [cit. 11.3.2020]. s. 3 Dostupné z: <[https://www.mzv.cz/file/1565920/Koncepce\\_zahranicni\\_politiky\\_CR.pdf](https://www.mzv.cz/file/1565920/Koncepce_zahranicni_politiky_CR.pdf)>

<sup>7</sup> Tamtéž, s. 10

<sup>8</sup> Tamtéž, s. 11

entrepreneurship, innovation and business and the EU's diverse cultural landscape makes it the most attractive global tourist destination in the world. A vibrant cultural climate makes living in the EU attractive for businesses and people alike."<sup>9</sup>



Obrázek č. 2 (zdroj: autorka)

Vnímání kultury jako zdroj ekonomické hodnoty nepopírá její vlastní hodnotu. Je zapotřebí chápat spojitost kultury s ekonomikou jako fungující symbiózu. Kulturní manažer Martin Cikánek kritizuje percepci umění a kultury pouze jako éterickou složku, odsuzuje jejich vyjmutí z ekonomických mechanismů a tvrdí, že kultura i umění jsou pevně zakořeněné a lze na ně nazírat ekonomickým pohledem.<sup>10</sup>

## 1.2. Měkká vs. tvrdá moc státu

*Moc je jako počasí. Každý na něm závisí, všichni o něm mluví, ale málokdo mu rozumí.*<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Report on the cultural dimensions of the EU's external actions (2011) [online] [cit. 15.2.2020] Dostupné z: <<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?reference=A7-2011-0112&type=REPORT&language=EN&redirect>>

<sup>10</sup> NEKOLNÝ, Bohumil. Paradigmata moderní kulturní politiky. V Praze: Institut umění - Divadelní ústav, 2014. ISBN 978-80-7008-317-8. s.74

<sup>11</sup> FLANDEROVÁ, Linda (2013) Soft power: mít či nemít? Ústav mezinárodních vztahů Praha. [online] [cit. 12.3.2020] Dostupné z: <<https://www.iir.cz/article/soft-power-mit-ci-nemit>>

Moc figuruje v lidském společenství již od samého počátku lidské existence a ve všech formách sociální interakce lze najít prostor k uplatňování moci.<sup>12</sup> Pro účely této práce lze moc rozdělit do dvou kategorií.

První kategorie zobrazuje moc v rámci člověka jakožto individuálního jedince, který užívá moc ke svým osobním záměrům. Německý sociolog a ekonom Max Weber definuje moc individuálního jedince jako: „The probability that one actor within a social relationship will be in a position to carry out his own will despite resistance, regardless of the basis on which the probability rests.“<sup>13</sup> Taková moc se považuje za přirozenou a funguje jako součást lidského kapitálu, která se předává v genetické informaci a tím umožňuje generacím se dále vyvíjet. Zároveň v lidském uskupení panuje obdiv a úcta k jedincům, kteří určitou mocí disponují.<sup>14</sup>

Je potřeba si uvědomit, že moc se vždy nachází v nějakém kontextu a je neoddelitelná od sociálních vztahů. V politickém prostředí funguje systém nepatrně odlišně, jelikož aktéři politických vztahů disponují nejen vlastní individuální mocí, ale také jsou k výkonu své funkce zmocněni.<sup>15</sup> Tímto chápáním moci je definována druhá kategorie, která se vztahuje na fungování moci v rámci politických sfér. Politika skýtá prostor pro názorovou pluralitu a zároveň vytváří systém a strukturu uspořádání lidského společenství. Aby takový systém a struktura mohly fungovat při veškeré lidské rozmanitosti, musí panovat určitý řád ve všech rovinách politické sféry. Americký politolog Henry Kissinger uvádí, že „řád světa či světový pořádek označuje způsob, jak daný region nebo daná civilizace chápe spravedlivé uspořádání a rozdělení moci, o němž se má za to, že by mohlo fungovat na celém světě.“<sup>16</sup> Mezinárodní pořádek pak představuje praktické užití takového řádu ve světě, který napomáhá mocenské rovnováze. Státy využívají různé prostředky zahraniční politiky k zajištění či destabilizaci takové mocenské rovnováhy.

Jedním nástrojem zahraniční politiky je kulturní politika, kterou označuje americký politolog a teoretik mezinárodních vztahů Joseph Nye jako složku tzv. měkké moci

---

<sup>12</sup> HUBÁČEK, Lukáš (2013) Skryté aspekty moci v soudobých organizacích. Bakalářská práce. s. 14

<sup>13</sup> HEISKALA, Risto. (2001). Theorizing power: Weber, Parsons, Foucault and neostructuralism. Social Science Information Sur Les Sciences Sociales - SOC SCI INFORM. 40. S. 242

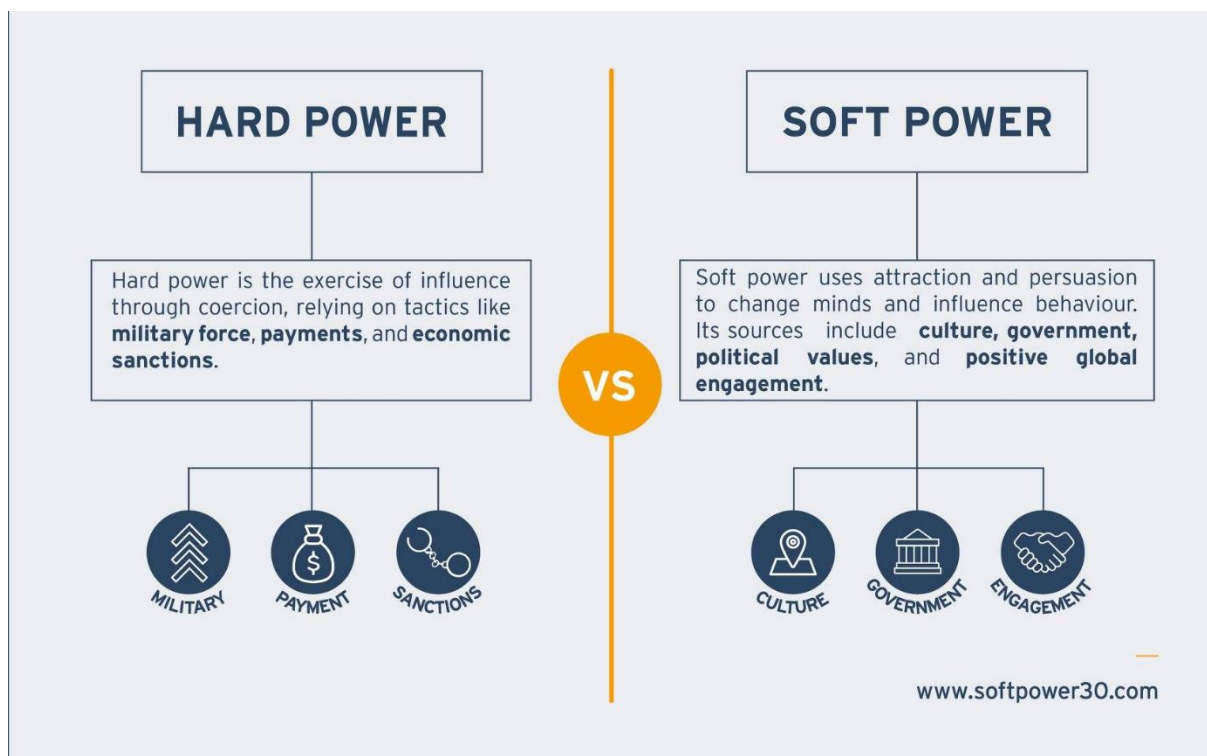
<sup>14</sup> HUBÁČEK, Lukáš (2013) Skryté aspekty moci v soudobých organizacích. Bakalářská práce. S. 22

<sup>15</sup> Tamtéž, s. 16

<sup>16</sup> KISSINGER, Henry. Uspořádání světa: státní zájmy, konflikty a mocenská rovnováha. Přeložil Martin POKORNÝ. Praha: Prostor, 2016. Obzor (Prostor). ISBN 978-80-7260-335-0. s. 20



(soft power).<sup>17</sup> Měkká moc jsou nehmatatelné a nepřímé vlivy působící na aktéry v rámci mezinárodních vztahů, které napomáhají plánovaným výsledkům. Mezi její hlavní zdroje patří kultura daného státu (což obsahuje vedle uměleckých projevů také komunikační způsoby, životní styl, ideologie a tradice), politická hodnota a zahraniční politika.<sup>18</sup> Vedle měkké moci Nye definuje tzv. tvrdou moc (hard power), která je založena na donucovacích prostředcích, kterým odpovídají vojenské a ekonomické nástroje (obr. č. 3.).



Obrázek č. 3 (zdroj: [softpower30.com](http://softpower30.com))

Tvrdá moc má oproti měkké moci výhodu, že je státem lépe kontrolovatelná, ovladatelná a relativně měřitelná, ovšem dle Nye je měkká moc na vzestupu právě proto, že se klade příliš velký důraz na využití tvrdé síly. Měkká moc za podpory rozvoje komunikačních technologických kanálů v sobě skrývá ohromný potenciál. Měkká a tvrdá moc vedle sebe neexistují odděleně, ale navzájem se ovlivňují.

<sup>17</sup> TOMALOVÁ, Eliška. Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2008. ISBN 978-80-86506-73-9. s.14

<sup>18</sup> NYE, Joseph S. (2011) The future of power. New York: Public Affairs, c2011. ISBN 978-1-61039-069-9. s.84

Hospodářský růst může zlepšovat atraktivitu státu na mezinárodním poli a naopak jeho úpadek může otvírat prostor pro krizi v otázkách národní identity a hodnoty. Ze vzájemné pozitivní interakce měkké a tvrdé moci vzešel další termín, který Nye nazývá chytrou mocí (smart power).<sup>19</sup> Chytrou moc definuje jako schopnost kombinovat měkkou a tvrdou moc tak, aby společně vytvářely vyváženou funkční strategii zahraniční politiky státu.<sup>20</sup> Teorie Nye vzbuzuje velký ohlas v politických debatách a nevyhýbá se ani kritice, která uvádí několik připomínek. Pro účely této práce je potřeba zmínit dvě hlavní. Jedna z připomínek je, že tato teorie vychází z americké situace a je tudíž aplikovatelná pouze na americké prostředí. Samotný autor teorie ovšem prezentuje příklady užití měkké moci již v dřívějších dobách na jiném území. Jako příklad Nye uvádí působení Francie a její aplikaci měkké moci již od sedmnáctého století. Druhou výtkou konceptu měkké moci je nadsazené postavení a chápání umění a kultury. Odpověď na tuto výtku je uvedena opět přímo v textu Nyeho, jenž upozorňuje na nepochopení měkké moci. Nepochopení spočívá ve vnímání kultury pouze jako zdroj uměleckých aktivit a životního stylu, což pak způsobuje degradaci konceptu měkké síly.<sup>21</sup> V kontextu Nyeho je totiž kultura vnímána především jako prostředek, kterým se dosáhne stanovených cílů země. Je to tedy nástroj, jímž skupina A ovlivňuje skupinu B tak, aby skupina B činila kroky ve prospěch cílů a strategie skupiny A. Zároveň skupina B činí tyto kroky v přesvědčení, že její motivace je vnitřní a že skupina A skupinu B pouze inspiruje. Oproti tomu v tvrdé síle skupina A skupinu B nevede, ale vyloženě tlačí (anglický termín „push“) za užití prostředků tvrdé síly. Uvádí se, že měkká síla je účinnější pro menší státy (ekonomicky i politicky), které by se tvrdou silou neměly šanci reprezentovat na mezinárodním poli, tudíž měkkou mocí se mohou lépe zviditelnit.<sup>22</sup>

Zajímavostí v konceptu měkké moci je iniciativa společnosti Portland, která nabízí orgánům státní správy konzultace v oblasti strategie komunikace. Vedle poskytování konzultační služby také organizuje projekt softpower30<sup>23</sup>, jenž propaguje myšlenku měkké moci a pravidelně aktualizuje žebříček úspěšnosti

---

<sup>19</sup> NYE, Joseph S. (2011) The future of power. New York: Public Affairs, c2011. ISBN 978-1-61039-069-9. s.23

<sup>20</sup> Tamtéž, s. 23

<sup>21</sup> Tamtéž, s. 84

<sup>22</sup> Report 2019 Softpower30 [online] [cit. 10.3.2020] s. 26 Dostupné z: <<https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>>

<sup>23</sup> Softpower30 [online] Dostupné z: <<https://softpower30.com>>

států ve využití měkké moci. Na webových stránkách společnosti je možno u jednotlivých zemí nalézt údaje o úspěšnosti v různých kategoriích měkké síly, dále popis silných a slabých stránek, doporučení ke zlepšení, popřípadě lze využít možnost komparace měkké moci dvou zemí. Celková sumarizace za rok 2019 ukazuje, že na první příčce se pohybuje Francouzská republika (dále Francie), na druhé Spojené království Velké Británie a Severního Irska, na třetí Spolková republika Německo (dále Německo), Česká republika se nachází na 24. místě a na posledním 30. místě se nachází Ruská federace.<sup>24</sup> V reportu (2019) je uvedeno, že za posledních 5 let měření zůstává prvních 10 míst v rukou stejných států, pouze pořadí se poměrně významně mění. Žebříček zemí byl vytvořen na základě objektivních a subjektivních dat. Objektivní data jsou měřena v 6 oblastech: kultura, edukace, podnikání, angažovanost v diplomacii, technologická vyspělost a její užití, státní orgány a jejich efektivnost práce (anglicky Culture, Education, Enterprise, Engagement, Digital, Government).<sup>25</sup> Subjektivní data byla získána od 12 500 respondentů z celkem 25 zemí.<sup>26</sup> Otázkou však zůstává, jakým způsobem jsou dostupná data validní, jelikož dle již zmíněných teorií je měkká moc těžce uchopitelný pojem a je tedy obtížně měřitelná.<sup>27</sup>

### **1.3. Veřejná diplomacie**

Rozdělení moci na měkkou a tvrdou vybízí k další otázce. Jak lze měkkou moc uplatňovat v reálném světě mezinárodních vztahů? Jedním z nástrojů měkké moci je veřejná diplomacie (dále VD), která je oproti měkké moci konkrétní a hmatatelná, tudíž se dá obsahově uchopit a organizovat.<sup>28</sup> Záleží na konkrétních státech, jakou strategii zvolí a jakým způsobem se budou profilovat.

---

<sup>24</sup> Softpower30 [online] Dostupné z: <<https://softpower30.com>>

<sup>25</sup> Report 2019 Softpower30 [online] [cit. 10.3.2020] s. 26 Dostupné z: <<https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>>

<sup>26</sup> Tamtéž, s. 29

<sup>27</sup> TOMALOVÁ, Eliška. Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2008. ISBN 978-80-86506-73-9. s. 15

<sup>28</sup> TOMALOVÁ, Eliška. Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2008. ISBN 978-80-86506-73-9. s. 15

Kořeny diplomacie sahají do hluboké historie k počátkům národů a prvních států, které šířily panovnickovo dobré jméno, státní zájmy a cíle.<sup>29</sup> V průběhu historie se diplomacie vyvíjela a přizpůsobovala aktuální době a jejím prostředkům. Za největší pokrok klasické diplomatické praxe se označuje Francie v 17. a 18. století, která disponovala propracovaným a organizovaným systémem s důrazem na diskrétnost státních informací.<sup>30</sup> Tento „tajnůstkářský“ model byl ovšem ve 20. století zpochybněn a nahrazen veřejnou diplomacií.<sup>31</sup> S ohledem na dlouhodobé působení diplomatické praxe není divu, že definic veřejné diplomacie bylo doposud napsáno mnoho.

Dle teoretiků byl termín veřejná diplomacie (anglicky public diplomacy) poprvé zpopularizován americkým diplomatem Edmundem Guillonem v polovině 60. let 20. století, který veřejnou diplomacii definuje jako: „[...] the efforts of governments of one state to influence public or elite opinion of another state for the purpose of persuading these foreign publics to regard favourably its policies, ideals and ideas.“<sup>32</sup> Tuto definici dále rozvíjí teorie amerického profesora mezinárodních vztahů Minnesotské univerzity Paula Sharpa, který VD vysvětluje jako proces, který napomáhá vést a utvářet vztahy s *lidmi* v cílené zemi, zároveň tento proces funguje recipročně a klade si za cíl vzbudit zájem o hodnoty reprezentované země.<sup>33</sup> Sharp specifikuje slovo *lidé*, jež pro něj představuje definovanou cílovou skupinu, které se uzpůsobuje patřičná komunikace. Komunikace se tedy nesoustředí plošně na všechny obyvatele dané země, ale pouze na specifickou skupinu, například na euroskeptiky nebo odpůrce Severoatlantické aliance.

V 90. letech 20. století se již mluví o tzv. nové veřejné diplomacii<sup>34</sup>, které odpovídá nová situace mezinárodního prostředí. Po studené válce vzniká mnoho menších

---

<sup>29</sup> PETERKOVÁ, Jana (2011) Veřejná diplomacie v proměnách času. Ústav mezinárodních vztahů Praha [online] [cit. 10.3.2020] Dostupné z: <<https://www.iir.cz/article/verejna-diplomacie-v-promenach-casu>>

<sup>30</sup> MELISSEN, Jan, ed. The new public diplomacy: soft power in international relations. New York: Palgrave Macmillan, 2005. Studies in diplomacy and international relations. s.3

<sup>31</sup> JÖNSSON, Christer (2005) The essence of diplomacy. Palgrave Macmillan

<sup>32</sup> CONSTANTINOU, Costas M. a James DER DERIAN. Sustainable diplomacies. New York: Palgrave Macmillan, 2010. Studies in diplomacy and international relations. ISBN 9780230241893. s.58

<sup>33</sup> A group blog by students at London Metropolitan University (2016) Defining Public Diplomacy: A critique of Paul Sharp's definition. [online] [cit. 12.3.2020] Dostupné z: <<https://pdgc2015a.wordpress.com/2016/02/23/defining-public-diplomacy-a-critique-of-paul-sharps-definition/>>

<sup>34</sup> MELISSEN, Jan, ed. The new public diplomacy: soft power in international relations. New York: Palgrave Macmillan, 2005. Studies in diplomacy and international relations.

států, které nahrazují některé velké mocnosti, jež se do té doby dělily o mezinárodní komunikaci. Nově vzniklé státy začínají hledat vlastní roli a komunikační strategii veřejné diplomacie. Vedle nových národních subjektů existují i nadnárodní aliance a uskupení, které situaci mění, jelikož vytváří vazby pouze mezi některými státy. Například v roce 1991 vznikla Visegrádská skupina (V4), která sdružuje Česko, Polsko, Maďarsko a Slovensko. V4 se podílí na společných iniciativách podporující vzájemnou spolupráci a disponuje vlastním finančním obnosem. Česká politoložka Jana Peterková uvádí, že nová VD má za cíl vytvářet pozitivní obraz o konkrétním státě, o jeho hodnotách a aktivitách. K dosažení tohoto cíle je využita otevřenější komunikace, na níž se podílí jak státní, tak i soukromé subjekty.<sup>35</sup> Na veřejné diplomacii se tedy podílí vedle státních subjektů také soukromí aktéři, což můžou být subjekty od nevládních organizací, soukromých společností, diaspory občanů až po jednotlivé občany. V poslední době se dostávají na scénu také subnárodní aktéři, kteří svými aktivitami komunikují na jiné rovině a jsou tak aktivními činiteli VD. Subnárodními aktéry jsou například regiony nebo města. Pro demonstraci takové komunikace lze jmenovat projekty Evropské Unie Evropské hlavní město kultury a Kulturní dědictví EU. Tyto projekty mají za cíl finančně podpořit zvolené místo a umožnit mu vytvoření své vlastní identity, která je pak reprezentována v evropském kontextu.

V mnohých textech se uvádí jako zlomový bod diplomacie teroristický útok 11. září roku 2001, který otevřel debatu o potřebě uzpůsobení veřejné diplomacie aktuální světové situaci.<sup>36</sup> Tomu odpovídá také podoba nové VD, která se oproti tradiční VD liší. Hlavním rozdílem je struktura vztahu, která u nové VD vychází ze sítě spolupráce (network model) a je tedy méně postavena na tradičním státocentrickém hierarchickém modelu.<sup>37</sup> Dalším významným rozdílem je časový úsek trvání vztahů, který je u nové VD v dlouhodobém horizontu, zato u tradiční VD je krátkého charakteru.

Text české politoložky působící na Institutu mezinárodních studií Karlovy Univerzity Elišky Tomalové popisuje definici politologa a zakladatele European

---

<sup>35</sup> PETERKOVÁ, Jana. Veřejná diplomacie. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008. ISBN 978-80-7380-125-0. s. 13

<sup>36</sup> MELISSEN, Jan, ed. The new public diplomacy: soft power in international relations. New York: Palgrave Macmillan, 2005. Studies in diplomacy and international relations. s. 28

<sup>37</sup> Tamtéž, s. 35

Council on Foreign Relations Marka Leonarda, který novou VD vnímá jako postupný vývoj mezi poskytovatelem a příjemcem.<sup>38</sup> Tento vývoj se odehrává v dlouhodobém časovém horizontu a závisí na vzájemné důvěře mezi aktéry. Leonard rozpracoval koncept, který obsahuje čtyři fáze VD<sup>39</sup>:

Fáze 1 - seznámení se zemí poskytovatele

Fáze 2 - posilování zájmu u cílové skupiny (snaha sdílet pohled na globální témata ze stejného úhlu pohledu)

Fáze 3 - utváření vazby mezi cílovou skupinou a zemí poskytovatele

Fáze 4 - ovlivňování cílové skupiny (snaha přimět k investicím, ke kooperativnímu přístupu)

Leonard také rozděluje VD do tří kategorií dle předmětu činnosti na vojenskou/politickou, ekonomickou a společenskou/kulturní. Téma této práce, tedy kulturní instituty, spadá do kategorie společenské/kulturní diplomacie, které je věnován prostor v následující kapitole.

---

<sup>38</sup> TOMALOVÁ, Eliška. Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2008. ISBN 978-80-86506-73-9. s.17

<sup>39</sup> Tamtéž, s. 17

## 2. Kulturní diplomacie

### 2.1. Kulturní rozmanitost

*Ztratíme-li kulturu, zbude nám prázdná skořápka civilizace zbavená identity a na cestě k zhroucení.<sup>40</sup> (Filozof a spisovatel Roger Scruton)*

Kulturní rozmanitost se ve 20. století v demokratických společnostech transformovala z fáze problému do fáze kulturního bohatství lidstva.<sup>41</sup> Tento nový pohled přispívá k podpoře odlišné kultury a vzájemné spolupráci a soužití na jednom území. Vedle oficiálních základních dokumentů garantující práva etnických menšin (například Rámcová úmluva o ochraně národnostních menšin Evropské rady<sup>42</sup>), existuje spousta iniciativ, které přispívají ke vzájemné kulturní výměně. Jedné z těchto iniciativ slouží také národní kulturní instituty (centra), kterým je věnována tato práce, a které jsou národním ostrůvkem v „kulturně odlišném moři“. Scruton chápe kulturu jako součást jednotlivých národů, která sebou nese historický pocit sounáležitosti určité komunity, ale zároveň zachovává univerzalitu lidských hodnot. „Zachovávání a předávání kultury je podmínkou přežití civilizace, která je kulturou tvořena.“<sup>43</sup> Scruton vybízí k péči o kulturu, jelikož jejím prostřednictvím se nabízí možnost spolupráce na základě společně srozumitelných symbolů a také lze dosáhnout vzhledu do smyslu věcí. V neposlední řadě uvádí, že kultura vychází z etického a estetického úsudku, který smiřuje myšlenkové rozdíly.

V demokraticky pokročilejších zemích EU (jako je třeba Dánsko, Finsko, Švédsko a další převážně severské země) lze vyzorovat tendenci k rovnosti členů různých národů v kulturně-sociální otázce. Kulturní politika severských přijímajících zemí se snaží nastavit podmínky tak, aby se člen odlišné kultury cítil být patřičně přijat.

---

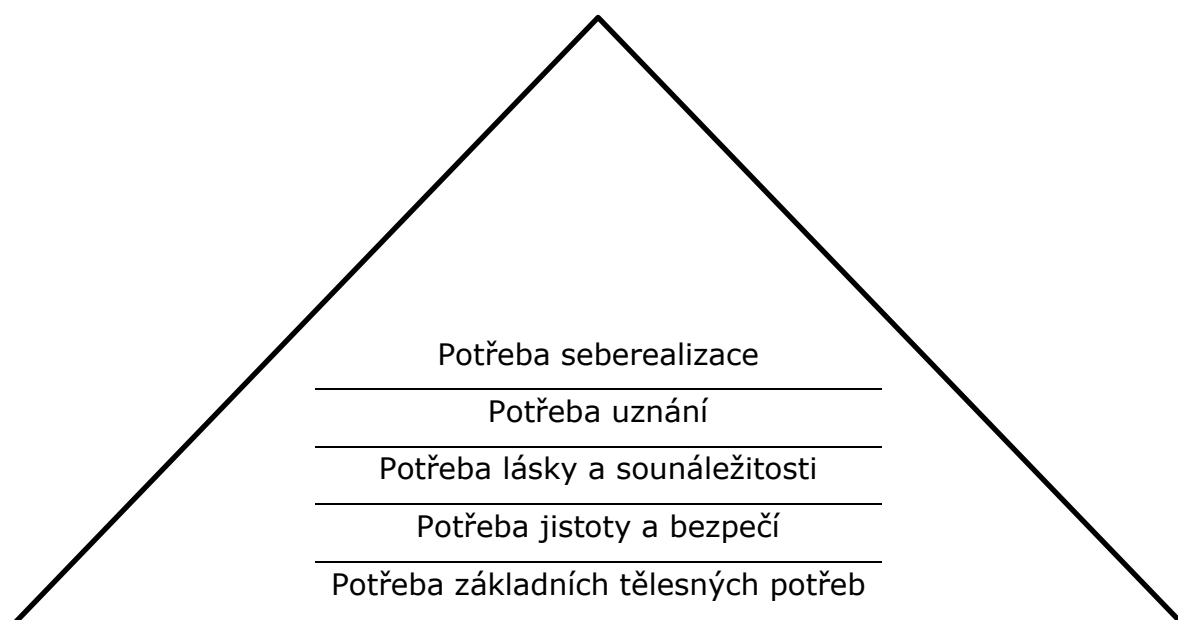
<sup>40</sup> KURAS, Benjamin (2012) Proč hájit vrcholnou kulturu Západu. Česká pozice. Lidovky.[online] [cit. 12.3.2020] Dostupné z: <[https://ceskapozice.lidovky.cz/recenze/proc-hajit-vrcholnou-kulturu-zapadu.A121205\\_095337\\_pozice\\_86358](https://ceskapozice.lidovky.cz/recenze/proc-hajit-vrcholnou-kulturu-zapadu.A121205_095337_pozice_86358)>

<sup>41</sup> HLAVIČKOVÁ, Zora a Nicolas MASLOWSKI, ed. (2005) Nacionalismus v současných dějinách střední Evropy: od mobilizace k identitě: střeoevropské studie v sociálních vědách. Praha: CES, 2005. Střeoevropské studie v sociálních vědách. ISBN 80-239-4456-8. s.14

<sup>42</sup> Vláda ČR. Rámcová úmluva o ochraně národnostních menšin (2005) [online] [cit. 12.3.2020] Dostupné z: <<https://www.vlada.cz/cz/ppov/rnm/dokumenty/mezinarodni-dokumenty/ramcova-umluva-o-ochrane-narodnostnich-mensin-6912/>>

<sup>43</sup> NEKOLNÝ, Bohumil. Paradigmata moderní kulturní politiky. V Praze: Institut umění - Divadelní ústav, 2014. ISBN 978-80-7008-317-8. s.14

Výhodou otevřené náruče států je jednodušší začlenění nově příchozích členů jiných národů do stávající společnosti, ale zároveň v tomto procesu nastává nebezpečí zanedbání péče o původní obyvatele, kteří jsou v oné zemi „doma“. Maslowova pyramida potřeb (1954), která je tvořena pěti základními lidskými potřebami, uvádí potřebu spolupatříčnosti (potřeba lásky a sounáležitosti) na třetím z pěti stupňů (viz obr. č. 4).<sup>44</sup> Sounáležitost v tomto kontextu symbolizuje pocit, že člověk někam patří a může se odehrávat na několika rovinách, od rodinné až po národní. Proto je důležité také z řad politických snah pečovat o pocit sounáležitosti původních obyvatel a vytvářet tak podmínky pro pocit spolupatříčnosti.



(Obrázek č. 4: zdroj autorka)

Americký politolog a kulturolog Daniel Bell definuje kulturu jako „závaznou věrnost vědomí, zakotvenou ve společných dějinách a tradici, v příbuznosti a etnickém původu, v náboženství a státní příslušnosti, která vytváří (skutečnou či fiktivní) emocionální spřízněnost mezi jednotlivci, a tím je sjednocuje.“<sup>45</sup> Současný trend multikulturality, transkulturality a dalších termínů spojených s výskytem více kultur na jednom místě musí být vyvažován, aby se původní obyvatelstvo ve své

<sup>44</sup> ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR. Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy : 13. vydání. Přeložil Martin ŠIKÝŘ. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5258-7. s. 223

<sup>45</sup> NEKOLNÝ, Bohumil. Paradigmata moderní kulturní politiky. V Praze: Institut umění - Divadelní ústav, 2014. ISBN 978-80-7008-317-8. s. 22



identitě neztrácelo a nebylo tak snáze ovlivňováno populistickými hnutími. Řád světa, který určitá země vnímá jako spravedlivě funkční systém, který by mohl fungovat na celém světě, se při takové multikulturalitě hůře hledá. Americký politolog Henry Kissinger uvádí: „Existence houfu entit bez jakýchkoli historických či hodnotových vazeb (vyjma těch negativních), které se v principu definují krajní mezí svého potenciálu, skoro jistě povede ke konfliktu, a nikoli k řádu.“<sup>46</sup> Je potřeba upřesnit, že péčí o kulturu původního obyvatelstva není myšlena podpora radikálního nacionalismu a podobných konstruktů, naopak tato péče přispívá původnímu obyvatelstvu jako národnímu etniku, kterému tím dává pocit sounáležitosti a ukotvuje tak národní identitu.

Přehlížení odlišnosti národů a přílišná snaha o rovnost různých kultur situaci neřeší. Nabízí se otázka, zda je taková rovnost vůbec možná a realizovatelná. Dle teorie německého filozofa Johanna Gottfrieda Herdera je lidstvo tvořeno z národů a kultur, které se vzájemně od sebe odlišují a právě tato odlišnost vytváří potřebnou hodnotu.<sup>47</sup> Jednotná národní homogenita v EU zatím není aktuální, i když lze pozorovat určitou podobnost (například velkých metropolí), která bude vlivem globalizace nejspíše dále sílit. Na trend multikulturality také reaguje nacionalistické cítění, které se v některých zemích probouzí. Takové cítění pak může utvářet nebezpečné podhoubí, které již lidstvo zažilo ve velmi kruté podobě ve 20. století. Zajímavý pohled na problematiku přináší také úvaha Ernesta Gellnera, sociálního antropologa a filozofa, který uvádí, že to nejsou národy, které tvoří kulturu, ale jsou to právě kultury, které stanovují národy. Kultura v mezinárodním prostředí se jeví jako těžko uchopitelný pojem. O to těžší je její pochopení, o co je omezenější hmatatelnost a měřitelnost dopadu kultury. Situaci neprospívá ani fakt, že samotné kulturní organizace se o zmapování a měření socio-kulturních dopadů oproti jiným sektorům tolik nesnaží. Důvodem je omezenost jak finanční, tak i časová a personální. Důležitým faktorem v této oblasti je komunikace a jedním způsobem, jak kulturu a kulturní rozmanitosti komunikovat veřejně je kulturní diplomacie.

---

<sup>46</sup> KISSINGER, Henry. *Uspořádání světa: státní zájmy, konflikty a mocenská rovnováha*. Přeložil Martin POKORNÝ. Praha: Prostor, 2016. *Obzor (Prostor)*. ISBN 978-80-7260-335-0. s. 20

<sup>47</sup> GELLNER, Ernest André. *Nacionalismus*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2003. ISBN 80-7325-023-3. s. 87

## 2.2. Definice a obsah kulturní diplomacie

Česká politoložka Eliška Tomalová definuje kulturní diplomacii (dále KD) jako jednu složku zahraniční kulturní politiky, která si klade za cíl prezentaci kulturních odvětví zahraničnímu publiku různými formami, které jsou podrobněji zmiňovány dále v textu. KD existuje vedle druhé složky zahraniční kulturní politiky, která spočívá v bilaterální a multilaterální diplomacii. Složka bilaterální a multilaterální diplomacie reprezentuje tradiční diplomacii, jelikož využívá tradiční diplomatické prostředky. Těmi jsou mezistátní spolupráce, dohody a oficiální dokumenty, které vznikají v kruhu diplomatů a pověřených zástupců. Obě tyto složky zahraniční kulturní politiky spolu kooperují a dle Tomalové vytváří jeden kulturní model, který bývá také nahrazován slovním spojením kulturní spolupráce nebo kulturní dialog.<sup>48</sup>

Obě složky zahraniční kulturní politiky, tedy kulturní diplomacie a tradiční diplomacie, vytvářejí jeden celek, i když v péči o kulturní model využívají jiné prostředky. KD využívá formu šíření a propagaci, kdežto tradiční diplomacie (dále TD) se zabývá jeho ochranou a obranou. Rozdíl mezi KD a TD lze lépe pozorovat při detailnějším rozboru, mezi kým komunikace kulturní politiky probíhá, tedy role aktérů a příjemců.<sup>49</sup>

### Aktéři kulturní diplomacie:

- a) Rozhodovatelé, kteří utvářejí a definují základní směřování kulturní politiky. Mezi ně patří ministři, premiér, prezident. V případě ČR tuto roli zastupuje vláda, prezident, Ministerstvo zahraničních věcí a Ministerstvo kultury.
- b) Operátoři, kteří fungují jako centrálně řízené agentury, které vykonávají práci vždy ve specializovaném odvětví. V ČR například CzechTourism.
- c) Pracoviště v zahraničí, která šíří kulturu přímo v hostitelské zemi. Jsou jimi kulturní instituty, kulturní oddělení zastupitelského úřadu, popřípadě kombinace obojího ve spolupráci s aktivitami škol a vědeckých a výzkumných pracovišť v zahraničí. V případě ČR jsou to Česká centra ve spolupráci s velvyslanectvími ČR.
- d) Aktéři zahraničního rozhlasového nebo televizního vysílání, které je určeno zahraničnímu publiku. Tato oblast je finančně poměrně náročná a čelí pestré

---

<sup>48</sup> NEKOLNÝ, Bohumil. Paradigmata moderní kulturní politiky. V Praze: Institut umění - Divadelní ústav, 2014. ISBN 978-80-7008-317-8. s. 61

<sup>49</sup> Tamtéž, s.63

konkurenci v oblasti médií. Roli těchto aktérů plní například vysílání britské stanice BBC World Service nebo česká stanice Radio Prague International.

e) Aktéři domácí dimenze kulturní diplomacie, což je domácí publikum, které je informováno o kulturních aktivitách, kterými se země prezentuje v zahraničí. Tato oblast funguje od devadesátých let, je tedy v KD relativně čerstvou praxí. V ČR je to například Ústředí Českých center, které komunikuje s občany ČR.

f) Krajské spolky, které svými aktivitami velmi přirozeně šíří kulturní povědomí v cílené zemi. Například dva české krajské spolky působící ve Finsku, kterými jsou spolek Bohemia a Finsko-česká společnost.

#### Příjemci kulturní diplomacie:

- a) Zahraniční veřejnost
- b) Krajané v zahraničí
- c) Domácí publikum

#### Aktéři tradiční diplomacie:

- a) Rozhodovatelé, kteří utvářejí a definují základní směrování kulturní politiky. Mezi ně patří ministři, premiér, prezident. V případě ČR tuto roli zastupuje vláda, prezident, Ministerstvo zahraničních věcí a Ministerstvo kultury.
- b) Diplomaté a oficiální zástupci daného státu pověřeni jednáním na bilaterální a multilaterální úrovni.

#### Příjemci tradiční diplomacie:

- a) Diplomaté a oficiální zástupci daného státu pověřeni jednáním na bilaterální a multilaterální úrovni.

Oblast činnosti TD se tedy odehrává v uzavřeném kruhu osob odborně vzdělaných k výkonu v odpovídající oblasti. Jistý vliv na jednání TD mohou mít zástupci profesních organizací, popřípadě odborníci a výrazné osobnosti daného oboru, ale je potřeba zdůraznit, že tento vliv je nepřímý. Zato oblast činnosti KD disponuje pestrou škálou aktivit pro širokou veřejnost, která je detailněji představena v další kapitole.

## **2.3. Druhy činností kulturní diplomacie**

Činnosti KD narušují od TD nejsou určeny specifickému okruhu příjemců i aktérů, ale jsou adresovány široké veřejnosti. Oblast činností a cílů je velmi rozsáhlá a různorodá. Projevuje se v oblastech kulturní a umělecké spolupráce, která si klade za cíl propojit umělecké kruhy na obou stranách a zajistit organizaci kulturních událostí v hostitelské zemi. Dále se projevuje v oblastech výuky v zahraničí, vnější jazykové politiky, zahraniční vzdělávací politiky, univerzitní a vzdělávací spolupráce a zahraniční audiovizuální politiky. Následně jsou představeny základní druhy činností KD.

### **2.3.1. Výměna umělců a osob z kulturního života**

Je vybrána osobnost, které je zprostředkován pobyt v jiné zemi, kde je pověřena prezentovat vedle své profese také obraz země, kterou je vysílána. Tato aktivita bývá většinou doprovázena médii a obě zúčastněné strany se snaží o co největší propagaci. Vedle oficiálních komunikačních kanálů a reklamy existuje také individuální aktivita a komunikace vybrané osobnosti, která prostřednictvím médií a sociálních sítí patřičně šíří obraz své země. Šíření přímo vybranou osobností působí přirozeněji, jelikož nejde o cílenou propagovanou diplomatickou zprávu, nýbrž o umění (nebo jiný hodnotný předmět výměny) jako takové, které je ve středu zájmu osobnosti. Prezentované umění v cílové zemi úzce spolupracuje s reklamou, která je mnohým umělcům a osobnostem cizí, avšak pro cílové publikum a management nepostradatelná. Francouzský umělec Jean Dubuffet v knize *Dusivá kultura*, poměrně skepticky ale pravdivě, definuje celý takový řetězec: „Publikum, zcela indoktrinováno kulturním sborem (označení pro oficiální pozice kulturních pracovníků, pozn. aut.), jemuž se podařilo vytvořit v mezinárodním měřítku dokonalý monopol na prezentaci a šíření umělecké produkce, se už nijak nesnaží nahradit ideu hodnoty [...] představou osobní náklonosti, založené pouze a jedině na vlastním rozmaru.“<sup>50</sup> Kulturní sbor na obou národních stranách usiluje o co největší návštěvnost a dopad celého pobytu oné osobnosti. Cílem celé události je reprezentace vzájemného dialogu mezi zeměmi a demonstrace vřelých vztahů. Některé země disponují speciálními organizacemi, které se zabývají přijímáním zahraničních umělců, například CulturesFrance ve

---

<sup>50</sup> DUBUFFET, Jean (1998) *Dusivá kultura*. Herrmann a synové. nestránkováno

Francii nebo VisitingArts ve Velké Británii. V EU, ale i po celém světě, vzniká rozsáhlá síť organizací, které pomáhají zprostředkovávat výměnné pobyty, například Resartis, Residency Unlimited, On the move, Cité internationale a mnoho dalších. V evropském kontextu jsou pravidelně vypisovány granty a poskytovány dotace na rezidenční pobyty umělců.

### **2.3.2. Zahraníční vysílání**

V současné době technologické vyspělosti se informace šíří v řádu minut, čemuž se přizpůsobil i trh médií, který občanům zprávy zprostředkovává. Pojem zahraniční vysílání zahrnuje rozhlasové i televizní vysílání určené zahraničním posluchačům.<sup>51</sup> Mezi hlavní aktéry patří státy se silným vlivem, které pomocí mediálního prostoru komunikují svoji vlastní zahraniční politiku. Materiálem zahraničního vysílání je vedle myšlenky a informace také jazyk, a proto také rozšířenost vysílání vychází z atraktivity daného jazyka. Atraktivnější a rozšířenější jazyky jako je například angličtina, francouzština nebo němčina mají větší pole působnosti oproti jazykům menších států jako je třeba čeština nebo litevština.

V EU je 24 oficiálních úředních jazyků, které si jsou rovny. Cílem EU je zajistit takovou výuku jazyků, aby byl občan EU schopen komunikovat ve své mateřtině a dvou dalších jazycích.<sup>52</sup> Snahu vnímat jazyky rovnocenně narušuje praktická stránka komunikace, kterou řeší tzv. lingua franca, což je zprostředkující jazyk umožňující komunikaci mluvčím rozdílných mateřských jazyků. Zprostředkující jazyk se také nazývá jako pracovní jazyk (working language).<sup>53</sup> Tento pracovní jazyk nebo-li lingua franca, v současné době angličtina, se odráží také v zahraničním vysílání, které lze slyšet nejvíce v angličtině a dále v jazykových mutacích rozšířenějších jazyků. Pro demonstraci je uvedena současná situace v rozhlasovém vysílání. Vedle angličtiny bývá na seznamu mezinárodních rádií uvedena nejčastěji němčina, francouzština, španělština a ruština. Počet jazykových mutací se liší stanici od stanice, například Radio Prague International disponuje informacemi (texty, audio) v šesti jazycích, rumunská stanice Radio

---

<sup>51</sup> TOMALOVÁ, Eliška. Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2008. ISBN 978-80-86506-73-9. s.17 s. 26

<sup>52</sup> EU. Jazyky EU. [online] [cit. 2.3.2020] Dostupné z: <[https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-languages\\_cs](https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-languages_cs)>

<sup>53</sup> COGO, Alessia & JENKINS, Jennifer (2010). English as a Lingua Franca in Europe. A mismatch between policy and practice. European Journal of Language Policy. 2. 271-294. 10.3828/ejlp.2010.16.

Romania International ve 13 jazycích a bulharský mezinárodní portál Radio Bulgaria v 10 jazycích. Pro srovnání evropského kontextu je zmíněn Čínský rozhlas pro zahraničí, který nabízí informace ve 45 jazycích.<sup>54</sup>

Je zřejmé, že provozování vícejazyčného zahraničního vysílání je velmi nákladná činnost vyžadující profesionály na poli všech nabízených jazyků. Mezi nejvýznamnější zahraniční vysílání v EU se řadí anglická BBC World Service nebo francouzská France 24. Zahraniční vysílání menších států velkým platformám nekonkurují, spíše se zaměřuje na informovanost krajanů v zahraničí.<sup>55</sup>

Do audiovizuálních aktivit patří také vývoz kinematografických děl.<sup>56</sup> V některých případech je zřízen speciální orgán, který se zabývá pouze propagací a vývozem audiovizuálních děl.

### **2.3.3. Podpora vzdělávacích zařízení daného státu v zahraničí**

Školní zařízení je zřízeno vysílací zemí, ale jelikož jde o velmi nákladnou činnost, často školy v hostitelské zemi spolupracují s tamějšími organizacemi a zajišťují si tak vícezdrojové financování z řad sponzorů, dotací a platby školného. Osnovy a náplň školních aktivit se řídí dle vysílací země, která školy zřizuje převážně pro krajanské příslušníky vysílací země, kteří v zemi pobývají. Původně vznikla školní zařízení v zahraničí pro krajany, ovšem není výjimkou, že školu navštěvují také žáci a studenti hostitelské země.<sup>57</sup> Důvodem může být sympatie k jazyku a kultuře, rodinné kořeny, popřípadě následující univerzitní studium v zemi zřizující školu. Atestace získaná v těchto školách je validní a opravňuje ke studiu na vyšším stupni vzdělání v obou zemích. Jak již bylo zmíněno, správa školního zařízení na cizím území je velmi nákladnou a náročnou činností, proto si tuto službu mohou dovolit pouze některé země.

V České republice nalezneme 19 zahraničních škol, které mají platné povolení k plnění povinné školní docházky na území ČR (dle dat aktualizovaných v prosinci

---

<sup>54</sup> Čínský rozhlas pro zahraničí (CRI) [online] [cit. 2.3.2020]  
<<http://czech.cri.cn/270/2009/06/30/1s91861.htm>>

<sup>55</sup> TOMALOVÁ, Eliška. Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2008. ISBN 978-80-86506-73-9. s. 26

<sup>56</sup> Tamtéž, s. 27

<sup>57</sup> Tamtéž, s. 26

roku 2019).<sup>58</sup> Z toho se 13 škol nachází v Praze. Anglická, francouzská a americká škola by ve výčtu škol nebyla překvapením, za zmínku stojí existence bulharské školy v Praze. Dále záleží již více na vedení školy, v jakém jazyce žáky nebo studenty povede. Jestli zvolí výuku a výuku reálií pouze v jazyce vysílacího státu, nebo se zaměří na bilingvní programy zastřešující jak jazyk vysílací země, tak také jazyk země aktuálního pobytu. Pokud se vyučuje pouze v jazyce vysílací země, nabízí se pak otázka, do jaké míry je užitečné vytváření takové národní odnože vymezující se vůči kultuře a jazyku země, ve které se aktuálně nachází.

Na základních a středních školách, které jsou zapsány v rejstříku škol a školních zařízení je základním jazykem čeština, ale Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy může vyučování v jiném jazyce povolit nebo udělit výjimku.<sup>59</sup>

V případě České republiky mají národnostní menšiny právo na vzdělávání ve vlastním jazyce, které je deklarováno v Listině základních práv a svobod a v Zákoně o právech členů národnostních menšin (Zákon č. 273/2001 Sb.). Dále je ve Školském zákoně jasně definováno právo etnických menšin (tedy těch, které jsou oficiálně uznané jako etnické menšiny) na vzdělání v mateřském jazyce.<sup>60</sup> Zřizování školských zařízení za účelem vzdělávání určité etnické menšiny záleží na počtu jejich příslušníků, více informací o detailnějších podmínkách lze nalézt ve Školském zákoně. Naopak Češi v zahraničí využívají tzv. České školy, které jsou pověřeny Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT) k zajištění vzdělávání občanům ČR v zahraničí. V současné době existuje ve světě 13 Českých škol.<sup>61</sup>

#### **2.3.4. Podpora překladu**

Podpora překladu je velmi nenásilnou formou kulturní diplomacie. Spočívá ve snaze překládat díla určitého státu do jazyka státu, který tato díla přijímá. Buď se

---

<sup>58</sup> MŠMT. Seznam zahraničních škol s platným povolením plnění povinné školní docházky na území České republiky [on-line] [2.3.2020] Dostupné z: <<http://www.msmt.cz/vzdelavani/zakladni-vzdelavani/seznam-zahranicnich-skol-s-vydany-m-povolenim-k-plneni-1-1>>

<sup>59</sup> Úřad vlády ČR. Zpráva o situaci národnostních menšin v České republice za rok 2018 [online] [cit. 8. 4. 2020] s. 19 Dostupné z: <<https://www.vlada.cz/assets/ppov/rnm/dokumenty/dokumenty-rady/Zprava-o-situaci-narodnostnich-mensin-v-Ceske-republice-za-rok-2018.pdf>>

<sup>60</sup> Školský zákon 561/2004 Sb. [online] [cit. 2.3.2020] Dostupné z: <<http://zakony.centrum.cz/skolsky-zakon/cast-1-paragraf-14>>

<sup>61</sup> MŠMT. Seznam poskytovatelů vzdělávání v zahraničí [online] [cit. 2.3.2020] <<http://www.msmt.cz/vzdelavani/zakladni-vzdelavani/seznam-poskytovatelu-vzdelavani-v-zahranici-s-nimiz-je>>

může jednat o literaturu současného dění, čímž se zprostředkovává aktuální stav literární scény, popřípadě se může zpětně podporovat překlad starších děl. Tuto kompetenci často vykonávají zahraniční kulturní instituty nebo specializovaná literární centra konkrétně určená k výkonu této činnosti. Následná demonstrace nabízí pohled na fungování v České republice, kde podporu překladu v zahraničí zajišťuje České literární centrum a Česká centra. České literární centrum je zřizované a financované Ministerstvem kultury. Mezi činnosti patří prezentace české literatury na světových knižních festivalech a veletrzích, vypisování literárních soutěží a v neposlední řadě organizace literárních residencí pro zahraniční překladatele a bohemisty.<sup>62</sup> Česká centra v rámci svého obecného fungování pomáhají českým umělcům a institucím navázat spolupráci se zahraničními významnými institucemi, organizují rezidenční a tvůrčí pobyty, zajišťují účast na mezinárodních festivalech a mapují příležitosti k prosazení českých umělců.<sup>63</sup> Při pohledu na náplň práce Českých center a Českého literárního centra je patrné, že se tyto oblasti aktivit překrývají a v praxi spolu systematicky kooperují. Nabízí se otázka, jestli je nutností zřizovat a financovat dvě organizace zabývající se propagací české literatury. V teoretické rovině se lze zamýšlet a klást si otázku, zda by nebylo vhodné založit také České divadelní centrum, České malířské centrum a další samostatné organizace specializující se pouze na jednu specifickou oblast.

V roce 2017 Institut Umění - Divadelní ústav zřídil českou proexportní hudební kancelář Czech Music Office, jejímž cílem je vedle dílčích cílů právě propagace české hudební scény v zahraničí.<sup>64</sup> Tato iniciativa byla inspirována zahraničními státy a odpovídá kritériím kulturní politiky Ministerstva kultury, které ji také finančně podporuje.<sup>65</sup> Pokud tedy existují organizace zabývající se propagací pouze některé části umění, je nasnadě přesněji vymezit cíle Českého centra, které se může dále soustředit na organizaci pouze nepokrytých oblastí.

---

<sup>62</sup> Koncepce Českého literárního centra 2017-2022. [online] [cit. 16.4.2020] Dostupné z: <<https://www.czechlit.cz/cz/ceske-literarni-centrum/koncepce-2017-2022/>>

<sup>63</sup> Česká centra. O nás. [online] [cit. 17.4.2020] Dostupné z: <<http://www.czechcentres.cz/o-nas/hodnota/umeni/>>

<sup>64</sup> Institut Umění - Divadelní ústav (2017) Institut umění – Divadelní ústav (IDU) zřizuje proexportní hudební kancelář. Pro její řízení byl vybrán Márton Náray. [online] [cit. 3.4.2020] Dostupné z: <<https://www.idu.cz/cs/o-nas/pro-media/563-czech-music-office-zahajuje-cinnost>>

<sup>65</sup> Tamtéž



Reprezentace české literární scény v zahraničí není výjimkou a také zahraniční literární kruhy disponují specifickými organizacemi. Například německá organizace Traduki si klade za cíl spojovat jihovýchodní země Evropy s německým jazykem, proto také systematicky podporuje právě tuto oblast překladu. Národní snahu jednotlivých států podporují i evropské programy jako je program Kreativní Evropa, který vypisuje výzvu na podporu projektů v oblasti literárního překladu. Obecně se dá shrnout, že cílem překladů je podpora kulturní a jazykové rozmanitosti a následný překlad do jazyka, který zajistí nadnárodní oběh a propagaci onoho díla. Tím se tedy zvětšuje okruh čtenářů a nenásilnou formou se šíří také národní odkaz. Na druhou stranu je potřeba si uvědomit, že častým jazykem, do kterého se v současnosti překládá z jiných jazyků je jazyk anglický, čímž vzniká určitá závislost. Tudiž také aktuální role překladu má dvě strany mince. Jednou stranou je rozšíření okruhu čtenářů a zpřístupnění díla široké veřejnosti, na druhou stranu se tím rozměňuje ona jazyková různorodost, o kterou EU usiluje.

### **2.3.5. Akademické výměny**

Výměna studentů, pedagogů a vědců se může jevit jako těžce uchopitelná investice do kulturní diplomacie. Pojmem akademické výměny je míněno financování pobytu za účelem vzájemného poznání a „naladění se“ na podobnou přátelskou vlnu, která má v budoucnu přinést pozitivní postoj vůči danému státu a dle nejlepších scénářů také vyústit ve vzájemnou spolupráci a pracovní příležitosti.

Začátek diplomatické výměny lze zaznamenat v USA od roku 1946 v rámci Fulbrightovy nadace, kdy tato nadace zvala evropské studenty, které vychovala v hodnotách vycházejících z americké kultury a diplomacie. Tito svěřenci dále po návratu měli šířit americké hodnoty a kulturu. Proto stále přetrvává jedna z podmínek participace, jenž stanovuje, že po absolvování studijního programu v USA musí následovat pobyt po dobu dvou let v domácí zemi.<sup>66</sup>

V EU je jedním ze známých projektů ERASMUS+, který vedle tradičních studijních cílů motivuje mladé lidi a studenty k účasti na evropské demokratické

---

<sup>66</sup> Fulbrightova nadace. Základní informace. [online] [cit. 3.3.2020]  
Dostupné z: <<https://www.fulbright.cz/stipendia/zakladni-informace/>>

společnosti.<sup>67</sup> Tato zkušenost často podnítl zájem o fungování evropského kontextu a zažehne jiskru vděčnosti a sounáležitosti v rámci EU.

### **2.3.6. Krajské spolky**

Krajané jsou autentickými nositeli kulturní tradice dané země. Ministerstva zahraničních věcí si toho jsou vědoma a krajské snahy podporují také finančně. Například webové stránky českého Ministerstva zahraničních věcí (dále MZV) zveřejňují a pravidelně aktualizují adresář spolků působící v zahraničních zemích a také tabulku finančních darů, které MZV krajským spolkům poskytuje. Za rok 2019 byly uděleny dary v celkové výši 21 milionů Kč.<sup>68</sup> Vedle finanční podpory jednotlivých spolků jsou krajané podporováni i nefinančními gesty státních orgánů. Taková gesta mají za cíl motivovat, povzbudit práci krajanů a ocenit úspěšnou reprezentaci v zahraničí. Například MZV od roku 1997 uděluje nefinanční cenu Gratias Agit, kterou obdrží krajané, jenž svým životem pozitivně reprezentují českou zemi v zahraničí. Cílovou skupinu krajských činností představují hlavně krajané a není kladen důraz, aby se aktivita prezentovala i mimo krajskou komunitu. Tento fakt je důležitým rozdílem oproti kulturním institutům, které se vedle poskytování podpory krajanům specializují na prezentaci kultury především obyvatelstvu hostující země.

### **2.3.7. Kulturní instituty**

Kulturní instituty jsou situovány v hostitelské zemi a soustředí se na reprezentaci kultury a hodnot svého státu. Instituty vedle podpory krajanů cílí na obyvatele hostitelské země a při veškeré činnosti jednají dle pokynů svého zřizovatele, tedy většinou dle ministerstva kultury či zahraničních věcí. Kulturní instituty nejsou samozřejmostí, jsou zakládány na základě sociálních, ekonomických a kulturních faktorů daných zemí. Instituty mohou nést také jiné názvy jako je centrum (České centrum), kulturní fórum (Rakouské kulturní fórum) nebo nadace (Hellenic

---

<sup>67</sup> ERASMUS+ Co je program Erasmus+? [online] [cit. 3.3.2020] Dostupné z: [https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/about\\_cs](https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/about_cs)

<sup>68</sup> Ministerstvo zahraničních věcí. Peněžní dary krajským spolkům v roce 2019 [online] [cit. 3.3.2020] Dostupné z:

[https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni\\_vztahy/krajane/financni\\_podpora/penezni\\_dary\\_do\\_zahranici/penezni\\_dary\\_krajanskym\\_spolkum\\_v\\_roce\\_2.html](https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/krajane/financni_podpora/penezni_dary_do_zahranici/penezni_dary_krajanskym_spolkum_v_roce_2.html)

Foundation for Culture). Nejvíce ovšem převažuje označení institut, proto je i v této práci užíváno označení kulturní institut.

### 3. Kulturní instituty

Kulturní instituty (dále KI) jsou jedním z nástrojů kulturní diplomacie a nejsou samozřejmou praxí evropských států. Záleží na mnoha faktorech, které určují vznik KI.

Kulturní instituty působící jako samostatná kulturní centra jsou umístěny do zahraniční země, kde jsou spravovány orgány veřejné správy vysílající země. Rozvržení investic do oblasti KD se liší dle priorit dané země. Velikost státu není určující, daleko významnější je politická vůle, která určuje výši finančních prostředků vynaložených na šíření kulturní diplomacie.<sup>69</sup> Kulturní diplomacii v podobě KI tedy praktikují jak malé, tak i velké státy a nabízí se více možností, jak mohou KI existovat. Profesor istanbulské univerzity Serhan Ada, který působí jako člen turecké rady pro kulturní rozmanitost UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), vymezil tři modely fungování KI v rámci kulturní diplomacie:<sup>70</sup>

- a) Přímá vládní kontrola - zde je představena praxe Francie a jejich institutů, které přímo podléhají danému systému a jsou tak v jasném hierarchickém postavení. Ředitelé institutů tak musí dramaturgií odpovídat jednotnému schématu.
- b) Nevládní agentura - jako příklad je uvedena organizace Velké Británie s názvem British Council, která byla zřízena chartou Royal Charter jako charita, tudíž je méně spojována přímo s vládními institucemi a má více humanistický podtón, i když už je aktuálně financována Ministerstvem zahraničí UK. Ředitelé jednotlivých center disponují určitou nezávislostí v řízení a vytváření obsahu jednotlivých poboček. Do této kategorie patří také například Finsko a Irsko, jenž preferují rozhodování o otázkách kultury bez politických vlivů.<sup>71</sup>
- c) Smíšený model - ocitá se mezi prvním a druhým modelem. Jako příklad je představena nizozemská organizace DutchCulture, kterou financují tři

---

<sup>69</sup> TOMALOVÁ, Eliška. Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2008. ISBN 978-80-86506-73-9. s. 29

<sup>70</sup> DRAGIĆEVIĆ-ŠEŠIĆ, Milena (2017) Cultural Diplomacy: Arts, festival, geopolitics. Kapitola Cultural Diplomacy: From showcase to intercultural dialogue s. 52

<sup>71</sup> MATARASSO, François a Charles LANDRY. Hledání rovnováhy: 21 strategických dilemat v kulturní politice. Přeložil Michaela ŠEBESTOVÁ. Brno: Barrister & Principal, 2015. Kultura & arts management. ISBN 978-80-7485-047-9. s. 32

ministerstva - Ministerstvo školství, kultury a vědy, Ministerstvo zahraničních věcí a Ministerstvo vnitra. Dále čerpá dotace z rozpočtu Evropské komise a ze spolupráce se soukromými partnery.<sup>72</sup> Tento koncept poskytuje relativní volnost při plánování a řízení, ale přesto je potřeba sestavit národní plán, který schvaluje parlament.<sup>73</sup>

Tyto tři modely slouží jako základní představa možné struktury. V dnešní době převládá model smíšený, kde vedle vládní správy figuruje také řada soukromých subjektů, kteří spolu spolupracují a vytvářejí tak propojenou síť KD, ovšem pod státní kontrolou.

Vedle soukromých a národních subjektů se KD odehrává také ve větším nadnárodním měřítku, kde jsou jednotlivé národní snahy spojeny do většího celku. Tento celek pak disponuje širšími zdroji v oblasti financí, personálu, kontaktů a dalších podstatných aspektů k šíření kultury. V EU takový celek představuje sdružení kulturních institutů pod názvem European Union National Institutes for Culture (EUNIC), který vznikl v roce 2006 a aktuálně (k datu 20.3.2020) čítá 36 členů z 27 evropských zemí. Další ucelenou kulturní spoluprací představuje skupina Visegrádské 4, která slučuje země Česko, Slovensko, Maďarsko a Polsko. Politolog a teoretik Jan Melissen vnímá kulturní instituty jako nevládní hlasy v mezinárodních vztazích, které svými aktivitami nepřímo budují důvěru v reprezentovaný stát.<sup>74</sup> Je na místě se zeptat, zda vůbec může v tržním hospodářství existovat vztah, kdy jedna strana podporuje druhou stranu bez nároku na zpětnou vazbu. V souvislosti s touto problematikou se možná vybaví staré známé přísloví „Koho chleba jíš, toho píseň zpívej“. V případě kulturních institutů je situace poměrně jasná, jelikož jsou spravovány za konkrétním účelem. Je tedy logické, že státní správa vyžaduje určitou zpětnou kontrolu nad aktivitami KI.

---

<sup>72</sup> DutchCulture [online] [cit. 20.3.2020] Dostupné z: <<https://dutchculture.nl/en/partners>>

<sup>73</sup> MATARASSO, François a Charles LANDRY. Hledání rovnováhy: 21 strategických dilemat v kulturní politice. Přeložil Michaela ŠEBESTOVÁ. Brno: Barrister & Principal, 2015. Kultura & arts management. ISBN 978-80-7485-047-9. s. 33

<sup>74</sup> MELISSEN, Jan, ed. The new public diplomacy: soft power in international relations. New York: Palgrave Macmillan, 2005. Studies in diplomacy and international relations. s. 22

### 3.1. Historické okénko kulturních institutů

Současné 21. století vnímá kulturní instituty jako běžný aspekt KD, ale kdy a kde první instituty vznikly? Jádrem odpovědi je ukryto v 19. století, kdy jsou zaznamenány první významnější ucelené tendence. Členění profesora z Aristotelovy univerzity George Paschalidise demonstruje historii KI, kterou rozčlenil do 4 kategorií v časové posloupnosti<sup>75</sup>:

#### a) Kulturní nacionalismus (1870 - 1914)

Za první krok v šíření národní kultury se obecně považuje kolonialismus, na kterém se země Velké Británie, Francie, Itálie a Německa aktivně podílely. Paschalidis ovšem tuto myšlenku upřesňuje a uvádí, že hlavními aktéry v první fázi byla Itálie, Francie a Německo, které jako první státy systematicky šířily vlastní jazyk a kulturu v zahraničních oblastech.<sup>76</sup> Tyto země spojoval také fakt, že měly více emigrantů, kterým bylo potřeba zajistit péči. Přístup k tomuto úkolu je ovšem rozdělil na dvě skupiny. Německo s Itálií zvolily cestu šíření a poskytování kultury i jazyka převážně pro členy svého národa, a tudíž byly více vázány na místa, která obývali jejich krajané v zahraničí. Německo soustředilo svou energii hlavně na německy mluvící země v zemích východní a jihovýchodní Evropy a Itálie začala budovat své italské odnože na místech největšího výskytu Italů, tedy v nejvýraznějších oblastech mezinárodního obchodu Středozemního moře. Tím se jednání Německa a Itálie odlišovalo od Francie, která poskytovala jazykové vzdělání i ostatním národnostem. To může mít za následek také to, že vznikalo poměrně značné množství francouzských poboček zprostředkujících výuku francouzštiny, které přetrvávají dodnes. Francie tehdy měla poměrně těžkou roli, jelikož se zotavovala po prohrané Prusko-francouzské válce a snažila se utužovat svoje postavení ve světě.<sup>77</sup>

O to těžší postavení tyto národní snahy měly, o co menší byla podpora ze strany státu. Většina iniciativ totiž spočívala v silách dobrovolníků, spolků, klubů a dalších aktérů.<sup>78</sup> Rané kompatibilnější snahy vyústily v samotný akt založení institutů.

---

<sup>75</sup> PASCHALIDIS, Gregory (2009): Exporting national culture: histories of Cultural Institutes abroad, *International Journal of Cultural Policy*, 15:3, 275-289

<sup>76</sup> Tamtéž s. 277

<sup>77</sup> Tamtéž s. 278

<sup>78</sup> Tamtéž, s. 279

První taková organizace vznikla roku 1883 pod názvem Alliance française a specializovala se na zprostředkování jazyka a kultury (na kterou navázaly Francouzské instituty, o kterých bude více pojednáno dále v textu), posléze následovalo založení italského institutu Società Dante Alighieri roku 1889. Německé snahy vyústily roku 1881 nejdříve v asociaci škol tzv. All-German School Association<sup>79</sup>, která usilovala o zachování německé kultury pro emigranty. Tuto iniciativu později v roce 1925 převzala Německá akademie, na kterou roku 1951 navázala podoba aktuálního německého kulturního institutu pod názvem Goethe Institut.

#### b) Kulturní propaganda (1914 - 1945)

Druhá vývojová fáze byla poznamenána dvěma světovými válkami, které značně zamíchaly postavením států na mapě a také podobou šíření kulturní diplomacie. V tomto období boje bylo zapotřebí stmelit a sjednotit jednotlivé národní síly. Kulturní instituty se začaly považovat za potencionální nástroje použitelné k propagaci národních myšlenek a názorů. Pro potřebu této propagace vznikalo v meziválečném čase více státem financovaných institucí.<sup>80</sup> Kulturní diplomacie byla komunikována formou kulturní propagandy. Co ostatně termín propaganda značí a jak se vymezuje? Termín propaganda odpovídá procesu, kdy se aktéři na jedné straně snaží přesvědčit aktéry na druhé straně, aby se chovali a jednali dle aktérů na straně první.<sup>81</sup> V dnešní době je termín propaganda vnímán velmi negativně, otázkou však zůstává, jak nebo do jaké míry se liší propaganda od v dnešní době známého a nejen zahraniční politikou velmi užívaného termínu Public Relations (PR). PR je anglický výraz, který se překládá do češtiny jako vztah s veřejností. PR patří mezi sociálněkomunikační aktivitu (kam se řadí mj. také propaganda) a záměrem je vytváření a udržování pozitivních vztahů, které napomáhají vzájemné důvěře.<sup>82</sup> Hlavním rozdílem, který lze z odborných publikací vyčíst je, že PR je oproti propagandě etické.<sup>83</sup>

---

<sup>79</sup> Tamtéž, s. 277

<sup>80</sup> tamtéž, s. 280

<sup>81</sup> FTOREK, Jozef. Manipulace a propaganda: na pozadí současné informační války. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0605-9. nečíslováno

<sup>82</sup> SVOBODA, Václav. Public relations moderně a účinně. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2866-7. s. 16 + 17

<sup>83</sup> FTOREK, Jozef. Manipulace a propaganda: na pozadí současné informační války. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0605-9. nečíslováno

V rámci propagace národních myšlenek a kultury, ať se jedná o propagandu či PR, vznikají další kulturní instituty. V roce 1910 vzniká první Francouzský institut, který vzápětí vytvoří hustou síť kulturních institutů, které jsou zakládány především ve velkých evropských zemích.<sup>84</sup>

Německo přistupuje po porážce v první světové válce ke kulturní diplomacii již výrazně zodpovědněji než v prvním období kulturního nacionalismu. Zřizuje státní orgány a podporuje soukromé instituce spravující zahraniční záležitosti. Tyto instituce se stále soustředily převážně na šíření jazyka mezi německy mluvící emigranty, až teprve v roce 1941 Adolf Hitler oficiálně pověřuje instituce, aby šířily němčinu jako světový jazyk.<sup>85</sup>

Situace v Itálii se ocitá na podobné rovině jako v Německu. Benito Mussolini nařizuje, aby kulturní instituty v zahraničí propagovaly obraz nové Itálie. Kulturní instituty využívá k šíření fašistické propagandy, sjednocuje emigranty a zároveň tak vytváří potřebné národní cítění jak v Itálii, tak za hranicemi.

#### c) Kulturní diplomacie (1945 - 1989)

Toto období dalo vznik mnohým organizacím, které měly za cíl udržení míru, jelikož po skončení druhé světové války nebylo jasné, zda některé státy plánovaly onen slíbený mír dodržet. V roce 1945 byla podepsána mezinárodní Charta Organizace Spojených Národů (OSN), dále v roce 1949 Severoatlantická organizace (NATO). V odvětví kultury vzniká stěžejní organizace United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), která svým obsahem odráží zkušenost válek a klade si za cíl udržovat mezinárodní mír na poli edukace, vědy a kultury. UNESCO usiluje o prezentaci kultury, která nespočívá pouze v úzkém elitním kruhu, ale naopak podporuje rozvoj kulturních oblastí, které doposud neměly tolik možností a příležitostí se rozvíjet. Jeden nástroj, jak kulturní diverzifikaci komunikovat, poskytuje již zmíněná kulturní diplomacie, která se díky tehdejší situaci značně rozvíjí a profiluje spolu s rozvojem veřejné diplomacie obecně.<sup>86</sup>

#### d) Kulturní kapitalismus (1989 - doposud)

---

<sup>84</sup> PASCHALIDIS, Gregory (2009): Exporting national culture: histories of Cultural Institutes abroad, *International Journal of Cultural Policy*, 15:3, s. 280

<sup>85</sup> PASCHALIDIS, Gregory (2009): Exporting national culture: histories of Cultural Institutes abroad, *International Journal of Cultural Policy*, 15:3, s. 281

<sup>86</sup> PASCHALIDIS, Gregory (2009): Exporting national culture: histories of Cultural Institutes abroad, *International Journal of Cultural Policy*, 15:3, s. 283



Rokem 1989 a skončením studené války dostalo uspořádání světa novou podobu. Z velkých územních celků vznikla řada nových států, které dnes zastávají vlastní roli v mezinárodním prostředí. Pro řadu států bývalého sovětského bloku nastalo v 90. letech zcela unikátní období, jež zaplavila euforie z čerstvě nabyté svobody, ale také určitá nezkušenost, jak s nezávislostí naložit. Státy si postupem času vytvořily vlastní strategii kulturní diplomacie. Některé státy v současnosti disponují vlastními zahraničními instituty, některé státy zahraniční KI nezřizují a jejich funkci pak zastávají zastupitelské úřady, popřípadě pak volí jinou formu kulturní diplomacie. Současná KD se odehrává v podmínkách kapitalismu, proto i samotné KI se přizpůsobují trhu.

Jak je patrné z názvu konkrétních kategorií, vývoj kulturních institutů vždy souvisel s aktuální společenskou situací. Lze ovšem shrnout, že KI zastávají především povinnost reprezentovat hodnoty a identitu konkrétního státu prostřednictvím kultury, jazyka a umění. Forma komunikace s veřejností se proměňovala také v závislosti na technologických možnostech, které byly dostupné. V současné době EU se na mezinárodní scéně pohybuje 27 zemí, přičemž každá země KD nějakým způsobem provozuje. Mezi hlavní poslání KI dnes patří výuka jazyků a reprezentace kulturních hodnot dané země. Výuka jazyků je závislá na poptávce nabízeného jazyka, například španělština, němčina nebo italština má daleko rozvinutější základnu výuky jazyků při kulturních institutech oproti institutům maďarským nebo rumunským, u kterých je výuka jazyka spíše okrajovou záležitostí vzhledem k poptávce.

### **3.2. Kulturní instituty jako obraz národní identity**

Aby kulturní instituty, potažmo země obecně, věděly, co reprezentují, musí mít ucelenou představu o své národní identitě. Jinými slovy, aby měly co nabízet, musí nejdříve vědět co, tedy jaký produkt, nabízí. Ale je vůbec možné definovat, co vlastně představuje pojem národní identita? Jak se od sebe liší národní identita Čecha a Japonce, nebo Čecha a Poláka žijícího v oblasti Těšínska? Pro pořádek je potřeba začít od základní otázky - co je národ?

V odborných textech nelze najít jednotnou univerzální definici termínu národ, ale existuje mnoho teorií, které se tento pojem snaží objasnit. Situaci dále komplikuje

fakt, že lze jen stěží odlišit pojmy národ a etnikum, jelikož se vzájemně prolínají. Etnikum je definováno jako skupina lidí, jenž disponuje společnými znaky, kterými jsou identifikační znak či jméno, mýtus společného původu, sdílení historických vzpomínek a tradic, sdílení alespoň jednoho společného kulturního prvku a vazba na určité území či vlast.<sup>87</sup> Evropské prostředí zastává názor, že se národy vyprofilovaly z příslušných etnik, které si takový svůj vlastní národ vytvořily.<sup>88</sup> Vysokoškolský pedagog Univerzity Karlovy Jan Průcha v knize Interkulturní psychologie uvádí definici národa jako: „Osobité a uvědomělé kulturní a politické společenství, na jehož utváření mají největší vliv společné dějiny a společné území.“<sup>89</sup> Tuto definici doplňují tři kritéria:

1. Kritérium kultury: do této kategorie patří spisovný jazyk, náboženství a společné dějiny.
2. Kritérium politické existence: to znamená, že národy disponují svým vlastním státem, popřípadě nezávislým postavením v jiném státě.
3. Kritérium psychologické: jedinci daného národa sdílejí povědomí o jednotném společenství a vědomě se hlásí k jednomu národu.<sup>90</sup>

Tato tři kritéria udržují stabilní národ. Jakmile existuje skupina lidí, jejíž jedno kritérium zaostává nebo úplně chybí, narušuje se celá stabilita celku a takovou skupinu lze těžko považovat za národ. Dějiny nabízí řadu příkladů, kde byla určitá kritéria oslabena a to způsobilo a dodnes působí nekonečný boj o vlastní národní nezávislost. Jako příklad v Evropě poslouží současná situace na Korsice nebo Katalánci ve Španělsku bojující o autonomii.<sup>91</sup> Obě tato etnika usilují o nezávislost bez značného úspěchu. Je potřeba dodat, že všechna kritéria definice národa, která jsou výše zmíněna, musí být uznána i jedinci (ostatními státy) mimo dané etnikum či národ.<sup>92</sup> Musí tedy projít mezinárodněprávním uznáním státu, které blíže definuje Montevidejská úmluva.<sup>93</sup>

---

<sup>87</sup> ČENĚK, Jiří, Josef SMOLÍK a Zdeňka VYKOUKALOVÁ. Interkulturní psychologie: vybrané kapitoly. Praha: Grada, 2016. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5414-7. s. 242

<sup>88</sup> PRŮCHA, J. (2007) Interkulturní psychologie. Portál s. 53

<sup>89</sup> Tamtéž, s. 53

<sup>90</sup> Tamtéž, s. 54

<sup>91</sup> ŠMÍD, J. (2006). Korsikou otráslly čtyři výbuchy. IRozhlas [online] Dostupné z:

<[https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/korsikou-otrasly-ctyri-vybuchy\\_200608051922\\_vianous](https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/korsikou-otrasly-ctyri-vybuchy_200608051922_vianous)>

<sup>92</sup> ČENĚK, Jiří, Josef SMOLÍK a Zdeňka VYKOUKALOVÁ. Interkulturní psychologie: vybrané kapitoly. Praha: Grada, 2016. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5414-7. s. 242

<sup>93</sup> TRÁVNÍČKOVÁ, Z. (2012) O státnosti a uznání státu v mezinárodním právu [online] [cit. 27.3.2020]

Slovní spojení národní identity se může jevit nezvykle, ve skutečnosti je to často diskutovaný fenomén a figuruje jako jedno z nejvýznamnějších témat v sociálních vědách.<sup>94</sup> Hledání identity evokuje kapitoly z vývojové psychologie člověka jako jedince, ale i národy potřebují svoji vlastní identitu, aby mohly obstát na mezinárodním poli, jelikož národní identita funguje jako „ [...] síla, která udržuje národní stát v celku.”<sup>95</sup> Debaty o národní identitě se stávají aktuálním tématem tím více, čím více se svět globalizuje.

Hledání národní identity není novodobým fenoménem, konkrétní počátek jevu národní identity nabízí více úhlů pohledu. Například podle Gellnera je národní identita vybudovaným konstruktem průmyslové společnosti.<sup>96</sup> V opozici tomuto názoru stojí teorie Johna Keana, která za počátek považuje přirozené hledání národní identity v období po pádu Franské říše.<sup>97</sup> Velmi názorným příkladem takového hledání identity na území dnešní Evropy je 18. a 19. století, ve kterých probíhalo národní obrození jednotlivých států. Toto národní obrození pomáhalo státům definovat jejich vlastní hodnotu a podstatu, ze které mnohé národy dodnes čerpají.

Současná Evropa je vystavena poměrně komplikovanému a náročnému úkolu. EU je útvar sjednocující více národů do jednoho celku, ale zároveň usiluje o udržení autenticity jednotlivých národů. K tomu se EU zavazuje v Základní listině práv Evropské Unie, kde je kladen důraz na jednotlivce, jemuž je poskytováno občanství Unie, ale zároveň Unie dbá na „[...] respektování rozmanitosti kultur a tradic národů Evropy [a] národní identity členských států [...]”<sup>98</sup> Evropské státy se s definováním vlastní národní identity potýkají od svého vzniku a každý stát se s touto problematikou vypořádává jinak. Etnolog a vysokoškolský profesor Univerzity Karlovy Leoš Šatava uvádí, že evropské území se ohledně otázky národního vědomí a etnicity dělí vertikálně na dvě části, na západ a na východ. Přičemž východ v této teorii představuje území od Německa dále na východ.

---

Dostupné z: <<https://www.iir.cz/article/o-statnosti-a-uznani-statu-v-mezinarodnim-pravu>>

<sup>94</sup> VLACHOVÁ, Klára, Blanka ŘEHÁKOVÁ (2004) „Národ, národní identita a národní hrdost v Evropě.“ *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 40 (4): 489–508. ISSN 0038-0288. s. 489

<sup>95</sup> tamtéž, s. 490

<sup>96</sup> GELLNER, Ernest André. *Nacionalismus*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2003. ISBN 80-7325-023-3. s. 25

<sup>97</sup> VLACHOVÁ, Klára, Blanka ŘEHÁKOVÁ (2004) „Národ, národní identita a národní hrdost v Evropě.“ *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 40 (4): 489–508. ISSN 0038-0288. s. 490

<sup>98</sup> EU. Listina základních práv Evropské Unie Dostupné z:

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0389:0403:CS:PDF>

Západní pojetí je spojené se státem a tedy vnímá obyvatele jako občana konkrétního státu. To znamená, že například Francouz je každý občan žijící na území Francie, ať mluví jakýmkoliv jazykem. Oproti tomu východní Evropa staví národní cítění na základě užívání konkrétního jazyka. Tedy hlavním znakem etnicity východu je jazyk.<sup>99</sup>

Tendenci tohoto dělení lze v EU poměrně přesně sledovat. Západní státy, například Švédsko nebo Dánsko (v minulých letech také Francie a Německo), jsou v přijímání nových občanů oproti východu benevolentnější. Tomu odpovídá skutečnost, že k získání švédského občanství není potřeba prokázat znalost švédského jazyka.<sup>100</sup> Toto západní pojetí funguje jako součást národního kulturního bohatství, na kterém staví svoji zahraniční politiku.<sup>101</sup>

Evropská mobilita vzbuzuje v mnohých zemích nejistotu a znovu otvírá otázky smyslu národní identity. Leoš Šatava uvádí dvě koncepce, kterými lze na problematiku národní identity nahlížet. Koncepce první: Buď - anebo, která spočívá v dualistickém vidění představy národa, kdy jedinec patří do jedné etnické společenosti, anebo do jiné. Žádná třetí možnost se nenabízí. Druhá koncepce: Nejen - ale, nabízí liberálnější pohled, který se snaží propojit všechna etnika do jednoho celistvého útvaru. Aktivita druhé koncepce má vyústit v kulturně bohatší společnost a vytvářet tak kulturní diverzitu, ze které čerpají všechna etnika. Ovšem je nutno podotknout, že v rámci kulturní diverzifikace dochází k transformaci, ve které se jeví jako přízpusobivější menšinová kultura.<sup>102</sup> Antropolog Ugo Fabietti představuje teorii etnické fenomenologie, která upozorňuje na to, že forma chování určité etnické skupiny se může proměňovat v závislosti na tom, s jakými etniky se střetává a co je cílem setkání.<sup>103</sup> To odráží politickou sílu etnicity, která působí ve více rovinách. V mikro rovině, což představuje běžný život individuálních občanů. Ve střední rovině, která se

---

<sup>99</sup> Uchem jehly (2017). Leoš Šatava. [online] [30.3.2020] Dostupné z:

<<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10314156487-uchem-jehly/217562216200006/>>

<sup>100</sup> Migrationsverket. How to apply for Swedish citizenship [online] [cit.29.3.2020]

Dostupné z: <https://www.migrationsverket.se/English/Private-individuals/Becoming-a-Swedish-citizen/Citizenship-for-adults/How-to-apply.html>

<sup>101</sup> MATARASSO, François a LANDRY, Charles. Hledání rovnováhy: 21 strategických dilemat v kulturní politice. Přeložil Michaela ŠEBESTOVÁ. Brno: Barrister & Principal, 2015. Kultura & arts management. ISBN 978-80-7485-047-9. s. 40

<sup>102</sup> HLAVIČKOVÁ, Zora a Nicolas MASLOWSKI, ed. Nacionalismus v současných dějinách střední Evropy: od mobilizace k identitě: středoevropské studie v sociálních vědách. Praha: CES, 2005. Středoevropské studie v sociálních vědách. ISBN 80-239-4456-8. s. 17

<sup>103</sup> MESCOLI, E. a GSIR, S. (2015) Maintaining national culture abroad Countries of origin, culture and diaspora. INTERACT Research Report 2015/10. s. 25

projevuje aktivitami skupin a makro rovině, která se odehrává na národním a mezinárodním poli.

Kulturní instituty jako obraz národní identity mají komplikovanou roli, jelikož jimi reprezentovaná kultura v zahraničí by měla korelovat s národní identitou a zahraniční politikou. Nabízí se otázka, zda se na mezinárodním poli reprezentuje skutečná národní identita, či spíše uměle vytvořená oficiální identita splňující cíle země. V jakém stavu se Evropa nachází odráží dílo Entropa (plastika) českého umělce Davida Černého, které bylo umístěno na budově Rady Evropy v Bruselu v roce 2009, tedy v roce českého předsednictví EU. Dílo znázorňuje národní identitu každého státu EU pomocí ustáleného stereotypu. Umělec Černý své dílo komentuje: „Groteskní nadsázka a mystifikace patří ke znakům české kultury a vytváření falešných identit je jednou ze strategií současného umění.“ Národy jsou prezentovány očima umělce Davida Černého, ale je patrné, že použil relativně známé atributy, které odpovídají zavedeným stereotypům. Toto kontroverzní dílo, které bylo oficiálně prezentováno, představuje českou povahu, která vyniká humorem a cynismem, což také dokazuje televizní hlasování o největšího Čecha v roce 2005, ve kterém se v neoficiálním žebříčku umístila na prvním místě smyšlená postava Járy Cimrmana.<sup>104</sup> Zároveň dílo Černého vzbudilo velkou vlnu nevole a pobouření, muselo být částečně zakryto a posléze odstraněno. Celý projekt se uskutečnil díky podvodu, původně totiž mělo na díle spolupracovat celkem 27 evropských umělců. Ve skutečnosti byla evropská jména smyšlená a jako hlavní umělec vystupoval David Černý.

Zůstává otázkou, co vzbudilo největší pobouření. Zda-li skutečnost, že celá akce vznikla podvodem, nebo přímo dílo odkazující na zavedené národní stereotypy, nebo snad exekuce díla v samotném centru (srdci) EU. Je ovšem jisté, že bez podvodu by toto dílo nikdy neuspělo, což také odkazuje na to, jaká kultura je vybírána k reprezentaci zemí. Na tomto příkladu je demonstrován komplexní pohled na problematiku, kterou kulturní instituty řeší ve svém každodenním provozu. Musí totiž vybírat umění, jež odpovídá hodnotám a identitě národa, patřičně reprezentuje zemi, je zároveň hodnotné umělecky a také osobnost umělce

---

<sup>104</sup> ŠŤASTNÝ, ONDŘEJ (2005) Největší Čech: Jára Cimrman. iDNES.cz [online] [cit. 5.3.2020]  
Dostupné z: <[https://www.idnes.cz/kultura/aktuality/nejvetsti-cech-jara-cimrman.A050201\\_211139\\_domaci\\_sas](https://www.idnes.cz/kultura/aktuality/nejvetsti-cech-jara-cimrman.A050201_211139_domaci_sas)>

je pro diplomatickou sféru vyhovující. Dále se k těmto kritériím připojuje praktická stránka věci, tedy detaily fyzického provedení a finanční náročnost.

### **3.3. Nation branding**

Tržní ekonomika kapitalismu proměnila formu kulturní diplomacie, která se trhu přizpůsobila a vznikl tak nový fenomén nation branding, o kterém pojednává tato kapitola.

Nation branding je poměrně nová praxe se základem v teorii marketingu a v komerční sféře. Pochopení výkladu si žádá přesnější vysvětlení překladu anglického názvu nation branding a zasazení tohoto termínu do byznysové roviny. Slovo nation, česky národ, které profesor Ying z Brunel Business School v Londýně definuje jako širokou skupinu lidí stejné rasy a jazyka<sup>105</sup> se v literatuře často setkává také s termínem country brand. Country, česky země, Ying vysvětluje jako území, které obývá určitý národ.<sup>106</sup> Slovo branding nebo brand, česky značka, je marketingový termín, který je popisován jako „název, znak, symbol, design nebo kombinace těchto elementů, jejichž hlavním účelem je identifikace produktu od určité firmy a jejich odlišení od produktů konkurenčních firem.“<sup>107</sup> Značka nemá být vnímána pouze jako vizuální obraz, ale má být nositelem určitého významu a hodnoty. Prostřednictvím značky tedy můžeme se spotřebiteli navázat vztah založený na vzájemné důvěře.

Stejně tak jako lidé vnímají značku různých produktů z běžného konzumního života, tak také státy usilují o vytvoření své vlastní národní značky nebo-li nation branding, který se do češtiny překládá jako značka státu nebo značka země.<sup>108</sup> V této práci se pracuje s termínem značka státu, který je vnímám jako ekvivalent termínu nation branding.

Otcem koncepce státu jako značky je britský konzultant Simon Anholt, který jej poprvé použil v roce 1996.<sup>109</sup> Od té doby se tomuto termínu dostává více pozornosti jak v publikovaných textech, tak v praxi. Nejspíše tomu také přispívá

---

<sup>105</sup> YING, Fan (2005) Branding the nation: What is being branded? S. 5

<sup>106</sup> tamtéž, S. 5

<sup>107</sup> KARLÍČEK, Miroslav. Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5. S. 125

<sup>108</sup> PLESNÍKOVÁ, Martina (2019) Nation branding jako instrument veřejné diplomacie. S. 45  
Bakalářská práce. Univerzita Karlova

<sup>109</sup> tamtéž, S. 17

globalizace světa, která v jednotlivých státech probouzí potřebu se odlišit a národně identifikovat či profilovat. Stejná potřeba hledání identity platí v rámci EU, která ve své unitárnosti vytváří postranní efekt, který země nabádá k hledání vlastní národní identity a upevňuje tak individuální národní cítění.

Lidské vnímání nových podnětů je kognitivní proces a funguje na principu schématu, který jsme si vytvořili při dřívějších podnětech. Celý tento psychologický proces probíhá automaticky a nevědomě.<sup>110</sup> Lidé preferují podněty, které potvrzují jejich již zavedená schémata.<sup>111</sup> Vnímání jednotlivých zemí funguje na stejném principu. Nevědomě si o určité zemi vytváříme názor, který se později přetaví ve stereotyp. V obecném mínění vnímáme stereotypy jako negativní jevy, ale z výše popsaného psychologického procesu vyplývá, že tento jev je nezbytný a užitečný pro lepší vnímání a systematizaci světa. Stereotypy tedy nemusí mít pouze pejorativní význam, naopak mohou být využity ku prospěchu věci. Přesně o to se snaží iniciativa nation branding, která usiluje o vytvoření pozitivního obrazu země, jenž je prezentován v mezinárodním prostředí. Země se tedy snaží o cílené vytvoření onoho stereotypu, tedy značky státu, avšak pozitivního. Tomalová ve svém textu uvádí Anholtův šestiúhelník, který aktivizuje hlavní nástroje značky státu (obr. č. 5).<sup>112</sup>



Obrázek č. 5 (zdroj: Tomalová, s. 23)

<sup>110</sup> KARLÍČEK, Miroslav. Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5. S. 126

<sup>111</sup> MACHOVCOVÁ, Kateřina. (2018) Stereotypy a předsudky jako myšlenkové chyby. *Metodický portál: Články* [online] [cit. 7.3.2020]. Dostupné z: <<https://clanky.rvp.cz/clanek/c/g/21736/STEREOTYPY-A-PREDSUDKY-JAKO-MYSLENKOVE-CHYBY.html>>. ISSN 1802-4785.

<sup>112</sup> TOMALOVÁ, Eliška. Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2008. ISBN 978-80-86506-73-9. S. 23

Na obrázku č. 5 je zobrazeno 6 nástrojů, které utváří tzv. competitive identity (konkurenční identitu), což je značka státu, která reprezentuje zemi v konkurenci ostatních států. Mezi 6 nástrojů patří:

- a) Lidé - to, jak jsou vnímáni obyvatelé a celkový lidský kapitál daného území.
- b) Kultura - zahrnuje všechnu kulturu státu - masovou, lidovou i vyšší.
- c) Turistika - tato oblast je utvářena nejviditelněji. V poslední době je v rámci turismu na vzestupu také národní gastronomie. Turisté dle výzkumu United Nations World Tourism Organization (UNWTO) vynaloží více než třetinu svých výdajů právě na jídlo a lokální gastronomické speciality.<sup>113</sup> Toho si jsou státy vědomy, a proto soustředí svoji pozornost na propagaci tradičních národních jídel. Vznikají nová jídla jako je třeba lotyšská specialita s názvem Knapas, která odkazuje na španělské tapas, ale s lotyšskými surovinami. Není pak překvapením, že se restaurace s touto specialitou nachází právě v centru města, kde láká především turisty.
- d) Obchodní značka – tento nástroj má kořeny v tzv. country of origin effect (COO effect). COO effect vychází ze značek daného státu, které spotřebitelé ve světě nějakým způsobem vnímají. Tyto značky jsou dále nositeli celkového obrazu země a podněcují spotřebitele ke koupi dalších potenciálních produktů. Yi Cai z americké univerzity Georgia ve své diplomové práci došel k závěru, že tento vztah funguje oboustranně. Jako příklad uvádí situaci, ve které spotřebitelé preferují německá auta vzhledem k celkové technologické vyspělosti Německa.<sup>114</sup> Některé značky tohoto vzájemného vztahu využívají a v logu nebo na produktech zobrazují národní vlajku. Jako příklad lze uvést švédskou značku zaměřující se na outdoorové vybavení a oblečení Fjällräven, která má na svých produktech vedle loga našitou také švédskou vlajku. Toto outdoorové vybavení kvalitou odpovídá nehostinným podmínkám skandinávské přírody a mezi zákazníky vzbuzuje určitou prestiž, čemuž odpovídají i poměrně vysoké ceny, za které jsou zákazníci ochotni produkty kupovat. Asi si lze stěží představit, že by existovaly značkové kalhoty s mongolskou vlajkou.

---

<sup>113</sup> STRUGAR, T. (2017) Cultral Diplomacy. Arts, Festivals and Geopolitics. Gastronomy as a Tool in Cultural Diplomacy and Nation branding of Serbia. S. 242

<sup>114</sup> YI, Cai (2002) Country-of-origin effects on consumers' willingness to buy foreign products: an experiment in consumer decision. Diplomová práce. S. 9 [online] [cit.8.3.2020] Dostupné z: [https://getd.libs.uga.edu/pdfs/cai\\_yi\\_200208\\_ms.pdf](https://getd.libs.uga.edu/pdfs/cai_yi_200208_ms.pdf)



- e) Politika - vnitropolitická situace daného státu a to, jakým způsobem stát tuto situaci komunikuje navenek. Například otázku homosexuality lze poměrně snadno vyjádřit svým postavením vůči aktivitě Pride Parade. V rámci ČR je tento pochod znám pod názvem Prague Pride. Tím, že země tento pochod podporuje, vysílá své názorové postavení vůči této problematice do zahraničních zemí.
- f) Investice - to, jak je stát vnímaný ostatními obyvateli jiných států a jak velkou ambici mají ostatní státy do daného státu investovat. Například Francie v posledních letech řeší problém nezaměstnanosti mladých Francouzů ve Francii tak, že je láká pracovat v České republice. To znamená, že se Francii vyplatí investovat určité prostředky do České republiky a tím podpoří také českou ekonomiku. Na této činnosti spolupracuje francouzské velvyslanectví v Praze se státní francouzskou agenturou Pôle emploi, se kterou Francouze do České republiky aktivně a cíleně přivádějí.<sup>115</sup>

Nation branding nabízí velkou škálu aktivit a činností, na kterých lze obraz nebo-li image země stavět. Britský expert teorie značky Wally Olins vytvořil nejen teoretický základ v podobě četných zajímavých publikací, ale především uvedl tuto teorii do praxe. Vedle komerčních značek jako je Volkswagen, Renault a Repsol pracoval pro státní organizace jako je britská Metropolitní policie (anglicky Metropolitan Police) nebo Národní bytová federace (anglicky National Housing Federation). Olins se také podílel na formování praktik v oblasti značky státu. Spoluutvářel značku státu zemím jako je Velká Británie (pod názvem Cool Britannia v roce 1994), Polsko (v roce 2002) a další.<sup>116</sup> Olins uvádí, že práce na značce státu je velmi odlišná od práce na komerční značce a jen těžko lze značku státu patřičně řídit, jelikož sám „produkt“ je těžko uchopitelný a mnohdy není jasné, co a kdo přesně značku tvoří a řídí. Za státní značku není zodpovědný jeden člověk nebo tým, jak tomu bývá u komerční značky. Mezi vykonavatele státní značky patří státní sektor, soukromý sektor, dále zahraniční investoři a turistické organizace. Nevýhodou je, že aktéři ze státní sféry jsou ve výkonu funkce pouze po dobu kratšího časového úseku. A jak již bylo zmíněno v textu, kulturní diplomacie vyžaduje dlouhodobou kontinuální práci. Ve Velké Británii se

---

<sup>115</sup> Qui sommes nous? Czechemploi.fr [online] [cit. 8.3.2020] Dostupné z: <<https://www.czechemploi.fr/fr/qui-sommes-nous/>>

<sup>116</sup> HOUT, Marco van. (2006) Getting Emotional With... Wally Olins. [online] [cit.9.3.2020] Dostupné z: <<http://www.design-emotion.com/2006/04/07/getting-emotional-with-wally-olins/>>

debatovalo, kdo by měl strategii značky státu vést, zda by měla tato kompetence patřit státnímu aparátu, či soukromému sektoru. Na obrázku č. 6 jsou uvedeny základní rozdíly mezi značkou státu (Nation brand) a značkou komerční (Product brand).

	<i>Nation brand</i>	<i>Product brand</i>
Offer	Nothing on offer	A product or service on offer
Attributes	Difficult to define	Well defined
Benefits	Purely emotional	Functional and emotional
Image	Complicated, various, vague	Simple, clear
Associations	Secondary, numerous and diverse	Primary and secondary, relatively fewer and more specific
Purpose	To promote national image?	To help sales and develop relationships
Ownership	Unclear, multiple stakeholders	Sole owner
Audience	Diverse, hard to define	Targeted segment

Obrázek č. 6<sup>117</sup>

Na obrázku lze pozorovat, že nabídka (offer) a vlastnosti (attributes) značky státu jsou oproti značce produktu těžko uchopitelné a definovatelné. Benefits (benefits) jsou u značky státu pouze emocionálního rázu, oproti tomu značka produktu se vedle emocionálního benefitu pyšní i funkčním benefitem, který pomáhá řešit nebo předcházet potenciálním problémům vztahujícím se ke spotřebě produktu. Například značka Vaseline disponuje jasným funkčním benefitem, jelikož je spotřebiteli vnímána jako značka, která léčí a předchází dermatologické problémy.<sup>118</sup> Dále lze z údajů vyčíst, že obraz (image) státu je proměnlivý a komplikovaný oproti značce produktu, která je jasná. Značka produktu je někým patentována a tedy vlastněna (ownership), a proto užívání značky podléhá zákonům a porušení se dá právně vymáhat. Zato užívání značky státu je k dispozici pro všechny, stát nemá žádný patent, žádnou kontrolu a špatné zacházení se dá těžce vymáhat. Nevýhodou značky státu je, že země má pouze jedno jméno a nelze s tím tolik variovat jako u jmen produktů. I když například Velká Británie v

<sup>117</sup> YING, Fan (2005) Branding the nation: What is being branded? Brunel Business School, Brunel University. s. 7

<sup>118</sup> KELLER, Kevin Lane. Strategické řízení značky. Praha: Grada, 2007. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-1481-3. s.663

90. letech svou státní značku vedla pod názvem Cool Britannia.<sup>119</sup> Další položkou v seznamu jsou asociace (associations), tedy krátká slovní spojení, která se lidem vybaví, když se řekne název značky. U značky státu se jeví velmi rozdílně, proto se musí budovat tzv. sekundárními asociacemi, které vznikají, když asociace primární jsou nějakým způsobem nedostačující. U sekundárních asociací tedy dochází k cílenému přenosu reakcí z jiných objektů a následnému dotváření oněch primárních asociací.<sup>120</sup> Oblast účelu a záměru (purpose) se pohybuje na tenkém ledě. U značky produktu je cíl jasně definovaný a měřitelný, povětšinou usiluje o ekonomický zisk, který lze jednoduše vyčíslit. Ovšem co je cílem u značky země? Pozitivní obraz u obyvatel ostatních zemí? Počet turistů? Prestiž na mezinárodním poli? A jakým způsobem tyto cíle budeme měřit? U těchto otázek zůstávají odpovědi nejednoznačné. Stejně nejasnou odpověď nabízí i poslední řádek seznamu, který popisuje cílovou skupinu. U značky produktu lze definovat cílovou skupinu na začátku marketingové strategie a můžeme tedy využívat výhody tzv. cíleného marketingu.<sup>121</sup> Cílený marketing spočívá v rozdělení spotřebitelů na trhu dle určitých kritérií do segmentů, kterým je dále uzpůsobena konkrétní strategie. Oproti tomu značku státu nelze zaměřit pouze na cílovou skupinu, proto převládá tzv. hromadný marketing, který se jedním produktem snaží zavděčit všem.<sup>122</sup> Otec marketingu Philip Kotler uvádí: „Nebude žádný trh pro produkty, které se trochu líbí všem, ale jen pro produkty, které se někomu líbí hodně.“<sup>123</sup>

Co tedy utváří názor a náhled na danou zemi? Dle Yina<sup>124</sup> je tvořen:

- a) osobní zkušeností z návštěvy dané země
- b) vzděláním a konkrétní znalostí
- c) užitím produktů pocházejících z dané země
- d) obrazem dané země, který je znám z médií
- e) stereotypy

---

<sup>119</sup> YING, Fan (2005) Branding the nation: What is being branded? Brunel Business School, Brunel University s. 7

<sup>120</sup> KELLER, Kevin Lane. Strategické řízení značky. Praha: Grada, 2007. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-1481-3. s. 374

<sup>121</sup> KARLÍČEK, Miroslav. Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5. s. 104

<sup>122</sup> tamtéž, s. 104

<sup>123</sup> KARLÍČEK, Miroslav. Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5. s. 104

<sup>124</sup> YING, Fan (2005) Branding the nation: What is being branded? Brunel Business School, Brunel University s. 11

Z uvedených bodů vyplývá, o co všechno se značka státu opírá a o co všechno musí být v rámci pozitivního obrazu (image) postaráno.

Branding se nemusí týkat pouze jednotlivých států, náleží mu místo v rovině subnárodních aktérů (jako jsou regiony či města) a také nadnárodních uskupení (jako je EU, V4). Diskuze ohledně vnímání státu jako produktu, které se dá chápat v byznysové a obchodní rovině nabízí více pohledů na problematiku. Tomalová v textu uvádí teorii islandského generálního konzula v New Yorku Hlynura Gudjonssona<sup>125</sup>, který dle přístupu ke státu jako ke značce klasifikuje 3 skupiny příjemců: absolutisty, rojalisty a umírněné. Už z názvu je patrné, jaké názory tyto skupiny budou zastávat. Absolutisté vnímají národ (zemi) jako značku, se kterou může být nakládáno jako s firmou a podléhá tak marketingovým strategiím známým z komerčního prostředí. Příkladem je Velká Británie a její kampaň Cool Britannia v 90. letech 20. století, která dodnes vzbuzuje debaty, do jaké míry byla tato kampaň úspěšná. Rojalisté zastávají přesně opačné stanovisko. Věří, že stát má vyšší postavení, které nelze měřit a zařadit podle logiky trhu. Představitelem rojalistů je Francie, která je přesvědčena, že stát má vyšší poslání v podobě kultury, hodnoty a své vlastní tradice. Na půli cesty těchto dvou protipólů se nachází skupina umírněných, která vnímá stát jako objekt, se kterým může být vládou a zastupiteli národa jednáno tak, aby patřičně reprezentoval hlas a obraz občanů dané země. Tudíž pro umírněné nepřevládá ani jeden pohled. Za příklad skupiny umírněných lze považovat Itálii, která se nepropaguje kampaní pomocí jednotné značky, zato se v mezinárodním prostředí prezentuje poměrně jednotně a nenásilně.

Téma nation brandingů či značky státu je velmi mladý jev, který patrně prověří až čas. Doposud nebyl shromážděn dostatek poznatků a informací, které by opravňovaly vyvodit definitivní závěry. O to složitější je pak pozorování dopadu takových kampaní, když značka státu stojí na tolika na sobě nepřímo závislých aspektech. Jak již bylo několikrát zmíněno, kulturní diplomacie vyžaduje dlouhodobé budování a rozhodně není otázkou krátkého časového úseku.

Vedle oficiálních zahraničních praktik je patrná společenská tendence někam patřit. Aby lidé něco poznali a přijali, musí to nejprve pojmenovat nebo

---

<sup>125</sup> TOMALOVÁ, Eliška. Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2008. ISBN 978-80-86506-73-9. s. 24

označkovat. To také pomáhá vysvětlit, proč tolik míst, ať už to jsou regiony, města či obce poptávají jednotný funkční vizuál. Probíhají veřejné soutěže, kde se vybírá to nejlepší a nejužitečnější logo. Logo vyjadřuje označkování skupiny lidí, které spojuje místo působení, dále sjednocuje patrioty onoho místa a zároveň jasně komunikuje navenek svou identitu. Profesionální agentura Agionet zabývající se vytvářením loga jej definuje jako grafický symbol, který působí také jako součást značky a představuje vizuální zkratku, díky které si lidé onu značku lépe zapamatují a věří jí.<sup>126</sup> Internetový portál Czech Design publikoval článek Martina Maryšky o 5 úspěšných funkčních logách, ve kterém je zmíněno logo Prahy, Ostravy, Mělníka, Nymburku a také malé obce o 300 obyvatelích Zvěrkovice.<sup>127</sup> Z toho vyplývá, že určitá marketingová tendence vytvářet z místa značku je aktuální a už to není pouze otázkou velkých měst. Marketing a branding začíná prostupovat mnoha veřejnými oblastmi, ať už se jedná o kulturu nebo o politické dění a kulturní instituty zastávají funkci zprostředkovatele, který komunikuje značku státu v zahraničních kruzích.<sup>128</sup>

### **3.4. Výskyt kulturních institutů v EU**

Přístup k diplomatické praxi se může v různých státech lišit, proto se také kulturní diplomacie odehrává v několika modelech, kterými jsou: samostatný kulturní institut, oddělení velvyslanectví a centrální organizace.

Prvním modelem jsou samostatné kulturní instituty, které mohou nést také jiné názvy, jak již bylo zmíněno dříve v textu. Celkem 18 z 27 států EU zřizuje samostatné kulturní instituty, které jsou umístěny do zahraniční cílové země. Hlavními společnými rysy takových kulturních institutů je zprostředkování národní kultury v cílové zemi, navázání vzájemného dlouhodobého vztahu a kulturního dialogu a v neposlední řadě také poskytování výuky jazyka. Uvedené instituty v tabulce jsou řazeny abecedně dle zemí a u každého institutu je uveden

---

<sup>126</sup> Agionet. Logo a jeho význam. [online] [cit.28.3.2020] Dostupné z: <<https://www.agionet.cz/grafika-webdesign/logo-a-jeho-vyznam>>

<sup>127</sup> MARYŠKA, M. (2018) Mělník, Nymburk i Ostrava. 5 českých měst, která mají funkční a silná loga. [online] [cit. 12.3.2020] Dostupné z: <<https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/melnik-nymburk-i-ostrava-5-ceskych-mest-ktera-maji-funkcni-a-silna-loga>>

<sup>128</sup> FISCHER, P. (2018) Martin Cikánek: České kulturní politice chybí odvaha. Český rozhlas Vltava. Vizitka. [online] Dostupné z: <<https://vltava.rozhlas.cz/martin-cikane-k-ceske-kulturni-politice-chybi-odvaha-6704760>>

mezinárodní název, počet institutů ve světě a kdo institut zřizuje. Výjimkou je Polsko, které zřizuje dva typy kulturních institutů.

	Země	Název institutu	Počet zřízených institutů ve světě	Kdo institut zřizuje
1	Belgie	Bureau Wallonie-Bruxelles	2 (centres culturelles)	Constitution belge
2	Bulharsko	Bulgarian Cultural Institute	11	Ministerstvo kultury
3	Česká republika	Czech Centres	25	Ministerstvo zahraničních věcí
4	Dánsko	Danish Cultural Institut	6	Ministerstvo kultury
5	Estonsko	Estonian Institute	2	Ministerstvo kultury
6	Finsko	Finnish Cultural Institute	17	Ministerstvo školství a kultury
7	Francie	Institut français	98	Ministerstvo pro Evropu a zahraniční věci a Ministerstvo kultury
8	Itálie	Istituto Italiano di Cultura Praga	85	Ministerstvo zahraničních věcí a spolupráce
9	Maďarsko	Hungarian Cultural Centre	25	Ministerstvo zahraničních věcí a obchodu
10	Německo	Goethe-Institut Prag	157	Federální Ministerstvo zahraničních věcí
11	Polsko	Polish Institute	24	Ministerstvo zahraničních věcí
12	Portugalsko	Instituto Camões	?	Ministerstvo zahraničních věcí
13	Rakousko	Österreichisches Kulturforum Prag	30	Ministerstvo zahraničních věcí
14	Rumunsko	Institutul Cultural Român	20	Ministerstvo zahraničních věcí
15	Řecko	Hellenic Foundation for Culture	10	Ministerstvo zahraničních věcí
16	Slovensko	Slovak Institute	8	Ministerstvo zahraničních věcí
17	Slovinsko	Slovenian Culture and Information Centre in Austria (SKICA)	2 (Berlín + Vídeň)	Ministerstvo kultury a Ministerstvo zahraničních věcí

	Země	Název institutu	Počet zřízených institutů ve světě	Kdo institut zřizuje
18	Španělsko	Instituto Cervantes Praga	86	Ministerstvo zahraničních věcí a spolupráce

Tabulka vznikla na základě zdrojů, které jsou dostupné ve zveřejněných dokumentech na webových stránkách institucí a příbuzných organizací. Názvy ministerstev v tabulce nejsou přesným překladem, ale svojí náplní plní roli uvedených ministerstev, tedy kultury a zahraničních věcí.

Z poskytnutých informací lze vyčíst, že převládá název institut, který používá ve svém označení 12 zemí (Bulharsko, Dánsko, Estonsko, Finsko, Francie, Itálie, Německo, Polsko, Portugalsko, Rumunsko, Slovensko, Španělsko). Název centrum je obsažen v názvech 3 zemí (Česko, Maďarsko a Slovinsko), dále se objevuje jednou název nadace (Řecko), jednou kulturní fórum (Rakousko) a Belgie používá název bureau, v překladu kancelář. Dále z tabulky vyplývá, že 4 instituty (Bulharsko, Dánsko, Estonsko, Finsko) zřizuje příslušné ministerstvo kultury, 11 institutů (Česko, Itálie, Maďarsko, Německo, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Řecko, Slovensko, Španělsko) je zřizováno ministerstvem zahraničních věcí, 2 instituty (Francie, Slovinsko) zřizují obě dvě ministerstva - ministerstvo kultury a ministerstvo zahraničních věcí a belgický institut je zaštiťován belgickou ústavou (Constitution belge).

Z evropských institutů je nejrozšířenější německý, který má celkem 157 poboček, na druhém místě se nachází Francie s 98 instituty. Pro upřesnění je potřeba uvést, že Francie poskytuje jazykové vzdělávání také prostřednictvím organizací Alliance française, kterými se práce nezabývá, jelikož figurují jako jiný právní subjekt a tudíž jsou v odlišné kategorii. Třetí místo připadá Španělsku s 86 pobočkami a těsné čtvrté místo obsadila Itálie s 85 pobočkami. Pro zajímavost stojí za zmínku porovnání počtu poboček s Čínou, která disponuje 480 kulturními instituty na 6 kontinentech.<sup>129</sup>

Pokud stát samostatným institutem nedisponuje, pak nastává druhý model fungování kulturní diplomacie, kdy kulturní agendu spravuje státní zastupitelský

<sup>129</sup> CONFUCIUS INSTITUTES WORLDWIDE [online]. UCLA Confucius Institute. [cit. 1.4.2020]  
Dostupné z: <<https://www.confucius.ucla.edu/about-us/confucius-institutes-worldwide>>

úřad v dané zemi. Pokud země klade na kulturu důraz a má k dispozici dostatečné prostředky, vysílá do zahraničí specializovanou osobu, která na zastupitelském úřadě vykonává funkci správy kulturní agendy. Taková osoba se nazývá kulturní attaché nebo také kulturní přidělenec.<sup>130</sup> Mnoho zemí ovšem takovými finančními ani personálními prostředky nedisponuje, popřípadě to není jejich prioritou. V praxi to velmi často znamená, že kulturní složku má na starosti příslušný diplomat, který ji vykonává vedle tradiční diplomatické a konzulární činnosti. Druhý model praktikují 4 země EU: Chorvatsko, Kypr, Lotyšsko a Lucembursko. Kulturní agenda těchto zemí neposkytuje propracovaný systém a kultura vystupuje pouze jako jedna ze složek diplomatických událostí. Tak tomu bylo například v lednu 2020, kdy chorvatské velvyslanectví pořádalo v Praze v Obecním domě kulturní večer chorvatského souboru LADO u příležitosti chorvatského předsednictví Rady EU.<sup>131</sup> Z výčtu 4 zemí je důležité doplnit fungování Lotyšska, které z řady vyčnívá, jelikož v některých zemích zřizuje Lotyšská kulturní centra, která fungují jako rozšířené aktivity kulturních přidělců na velvyslanectví v cílové zemi.<sup>132</sup> Disponují prostory a činnostmi, které částečně a v menším měřítku odpovídají obsahu kulturních institutů. V tomto modelu se většina kulturních aktivit odehrává v diplomatické atmosféře, což pokud se tak děje v domech velvyslanectví, vyžaduje, aby návštěvník svou návštěvu předem nahlásil a domluvil. Takové domlouvání je poměrně nepraktické a nepohodlné. Častým publikem v tomto modelu je právě diplomatický sbor ostatních velvyslanectví. Na druhou stranu se však velvyslanectví může podílet a zapojovat se do organizování kulturních aktivit ve větším měřítku spolu s dalšími institucemi v místě působení.

Třetím a zároveň posledním modelem, který pokrývá kulturní diplomacii, jsou centrální organizace, kterými disponuje doposud nejmenovaných 5 zemí a Polsko. V tomto výčtu se opět objevuje Polsko, které tvoří výjimku, jelikož zřizuje dva samostatně fungující modely kulturní diplomacie (samostatný kulturní institut pod

---

<sup>130</sup> Hodnosti a funkce diplomatů. Ministerstvo zahraničních věcí. [online]. [cit. 1.4.2021] Dostupné z: <[https://www.mzv.cz/jnp/cz/o\\_ministerstvu/organizacni\\_struktura/hodnosti\\_a\\_funkce\\_diplomatu\\_objasneni.html](https://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/organizacni_struktura/hodnosti_a_funkce_diplomatu_objasneni.html)>

<sup>131</sup> Vystoupení souboru Lado v Obecním domě v Praze. Velvyslanectví Chorvatské republiky v České republice [online] [cit. 1.4.2020] Dostupné z: <<http://cz.mvep.hr/cz/zpravy/vystoupen%C3%AD-souboru-lado-v-obecn%C3%ADm-dom%C3%AD-v-praze,59662.html>>

<sup>132</sup> Lotyšské kulturní centrum (2019) [online] [cit. 1.4.2020]. Dostupné z: <<https://www.mfa.gov.lv/cz/prague/velvyslanectvi/kulturni-centrum>>



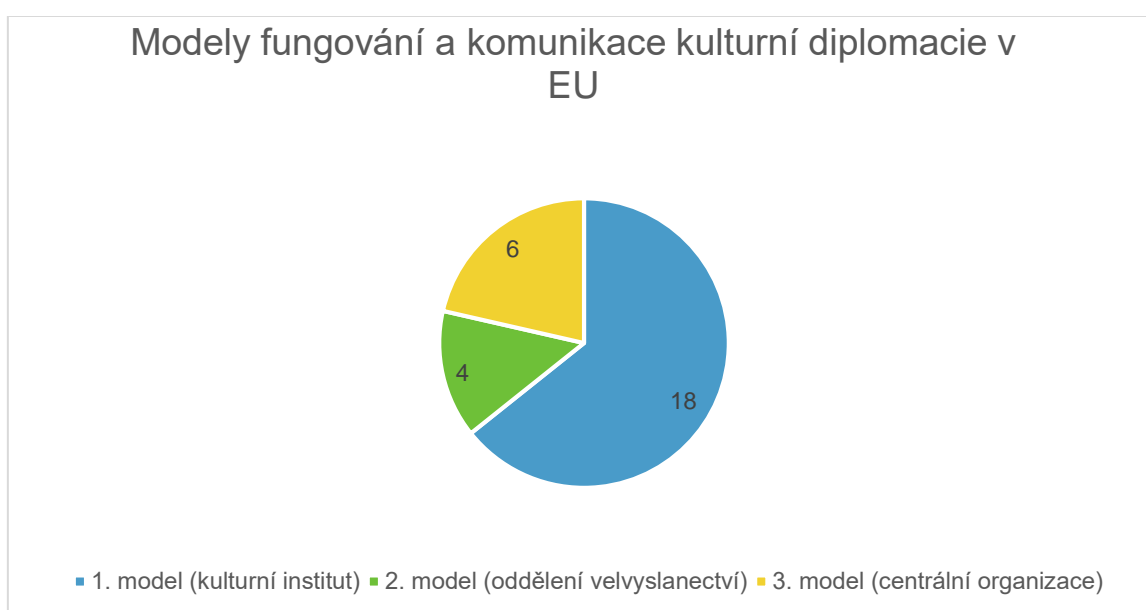
názvem Polský institut a centrální organizaci pod názvem Institut Adama Mickiewicze). Centrální organizace dodává podporu a informace státním zastupitelstvím v zahraničí a celkově přebírá za mezinárodní kulturní spolupráci zodpovědnost. Jedná se o země: Irsko (Culture Ireland), Litva (Lithuanian Culture Institute), Malta (Arts Council of Malta), Nizozemsko (Dutch Culture), Polsko (Institut Adama Mickiewicze) a Švédsko (Swedish Institute). Centrála figuruje na mezinárodním poli jako oficiální zastupitel reprezentace národní kultury a je zřizována příslušným ministerstvem. Do náplně práce patří spolupráce s ostatními kulturními organizacemi, zprostředkování kontaktů a poskytování grantů umožňující vzájemnou spolupráci. Hlavním rozdílem je to, že takové centrum sídlí v domácí metropoli, což může přinášet mnoho výhod oproti kulturním institutům a oddělením velvyslanectví, které jsou situované v zahraničí. Mezi výhody lze zařadit znalost domácího trhu, znalost domácího kulturního prostředí, rozšířená síť kontaktů, personální úspora (jelikož v těchto organizacích mají jednotliví pracovníci rozdělené konkrétní části světa). Zajímavostí je, že pět z šesti centrálních organizací jsou zřizovány ministerstvy zaměřující se na kulturní oblasti. Culture Ireland v Irsku zřizuje Ministerstvo kultury, dědictví a Gaeltachtu (The Department of Culture, Heritage and the Gaeltacht), Lithuanian Culture Institute v Litvě zřizuje Ministerstvo kultury (Ministry of Culture), Arts Council Malta zřizuje Ministerstvo spravedlnosti, kultury a vnitra (Ministry for Justice, Culture and Local Government), nizozemská organizace DutchCulture je zřizována kombinací Ministerstva školství, kulturních záležitostí a vědy (Dutch Ministry of Education, Cultural Affairs and Science) s Ministerstvem zahraničních věcí (Dutch Ministry of Foreign Affairs), polský Institut Adama Mickiewicze zřizuje Ministerstvo kultury (Minister of Culture and National Heritage), pouze švédský institut Swedish Institute zřizuje Ministerstvo zahraničních věcí (Ministry of Foreign Affairs). Poslání a vize takových centrálních organizací odpovídá poslání a vizi kulturních institutů v zahraničí pouze s menším dosahem jazykového vzdělávání. Pro demonstraci fungování třetího modelu poslouží organizace Lithuanian Culture Institute, která si klade za cíl propagovat litevskou kulturu v zahraničí a vytvářet povědomí ve světě prostřednictvím kultury.<sup>133</sup> Mezi její cíle patří: „To promote Lithuania through culture, to increase the international scope of the cultural field,

---

<sup>133</sup>THE LITHUANIAN CULTURE INSTITUTE [online] [cit. 1.4. 2020] Dostupné z: <<https://english.lithuanianculture.lt/about-us/>>

to contribute to foreign policy strands and to the formation of cultural diplomacy, to promote dialogue and mutual trust, to strengthen the creative and cultural industries, to promote translations, to advance global Lithuanian artists, to ensure accurate communications."<sup>134</sup> Celkem je v týmu organizace 16 pracovníků k pokrytí šíření litevské kultury ve světě.<sup>135</sup> Dá se konstatovat, že centrální organizace je velmi podobná kulturním institutům v zahraničí, jak svým právním založením, tak také náplní činnosti. Liší se místem působnosti a strukturou fungování v oblasti managementu.

Současný stav kulturní diplomacie zemí EU lze znázornit následujícím grafem.



Z grafu lze vyčíst, že 18 zemí EU zřizuje vlastní kulturní institut v zahraničí (1. model), 6 zemí disponuje centrální organizací (3. model, včetně Polska) a 4 země mají kulturní oddělení při velvyslanectví. Celkem se lze dopočítat 28 zemí, jelikož se Polsko objevuje jak v prvním, tak ve třetím modelu.

Lze shrnout, že centrální organizace zřizuje ministerstvo kultury, zatímco samostatné kulturní instituty v zahraničí jsou zřizovány ministerstvem zahraničních věcí a kulturní oddělení velvyslanectví ze své podstaty působí pod ministerstvem zahraničních věcí.

<sup>134</sup> Tamtéž

<sup>135</sup> THE LITHUANIAN CULTURE INSTITUTE [online] [cit. 1.4. 2020] Dostupné z: <<https://english.lithuanianculture.lt/contacts/team/>>

V evropském prostředí je kulturní diplomacie na vzestupu, po konci studené války vzniklo mnoho kulturních institutů a stále jich přibývá (např. Slovinský kulturní institut). Zakládání či naopak rušení kulturních institutů vždy koresponduje se zahraniční politikou jednotlivých zemí. Správa kulturních institutů je finančně náročný proces, a proto musí také jejich umístění odrážet možnosti uplatnění a poptávky v cílové zemi.

## 4. Zahraniční kulturní instituty v Praze

### 4.1. Kulturní kontext Prahy

Město Praha je hlavním a největším městem České republiky, ve kterém žije 1 324 277 obyvatel (k 31.12.2019).<sup>136</sup> V kontextu EU se řadí mezi vyspělé oblasti s bohatou kulturou a historií, disponuje výkonnou regionální ekonomikou a také výhodnou geografickou polohou jak v ČR, tak v EU.<sup>137</sup> Od roku 1992 je centrum Prahy zapsáno na seznamu kulturního dědictví UNESCO a pravidelně se zapojuje do evropských projektů různých uměleckých zaměření jako je například Evropské hlavní město kultury (2000) nebo Kreativní město literatury (2014). Také je členem mezinárodních organizací, které posilují kulturní, politickou i ekonomickou složku působení a prospívají celkovému obrazu města v zahraničí.<sup>138</sup>

Strategický plán hlavního města Prahy z roku 2016 si klade otázku: „Jaká je Praha v roce 2030?“. V odpovědích nalezneme 5 hlavních cílů a kvalit, kterými bude Praha v budoucnu disponovat v mezinárodním prostředí. Jsou jimi:<sup>139</sup>

- a) Prosperita - myšlena hlavně v oblastech inovativního přístupu k investorům, podnikatelům a školství.
- b) Občanská společnost - spolupráce a zapojení obyvatel do dění ve městě, vytváření komunity a následné posílení jejich aktivit.
- c) Autenticita města - synergie turismu a kultury, cíl zařadit se mezi jedno z nejkulturnějších měst EU, které ovšem pulzuje kulturou „zevnitř“, tedy kultura se netýká pouze úzké elitní skupiny, ale plošně všech obyvatel.
- d) Sociální soudržnost - sjednocení obyvatelstva, tedy všech sociálních skupin, národností, generací, zamezení vzniku sociálních a etnických ghett.
- e) Krása města - důraz na kvalitu architektury a urbanistický celek Prahy.

---

<sup>136</sup> Český statistický úřad (2019)[online][cit. 3.4.2020] Dostupné z: <<https://www.czso.cz/csu/xa/1-xa>>

<sup>137</sup> Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy. Strategický plán [online] [cit. 3.4.2020] Dostupné z: <[http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/ris/aktualizovana\\_ris\\_hmp.pdf](http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/ris/aktualizovana_ris_hmp.pdf)>

<sup>138</sup> Mezinárodními organizacemi jsou: EUROCITIES, POLIS, IRE, European Mozart Ways a Liga historických měst. Více informací: Členství hlavního města Prahy v mezinárodních organizacích [online] [zahranicnivztahy.praha.eu](http://zahranicnivztahy.praha.eu). [cit. 3.4.2020] Dostupné z: <[http://zahranicnivztahy.praha.eu/jnp/cz/clenstvi\\_v\\_mezinarodnich\\_organizacich/index.xhtml](http://zahranicnivztahy.praha.eu/jnp/cz/clenstvi_v_mezinarodnich_organizacich/index.xhtml)>

<sup>139</sup> Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy. Strategický plán hl. m. Prahy (2016) [online] [cit. 3.4.2020] Dostupný z: <[http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/SP/STRATEGICKY\\_PLAN\\_HLAVNIHO\\_MESTA\\_PRAHY\\_AKTUALIZACE\\_2016.pdf](http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/SP/STRATEGICKY_PLAN_HLAVNIHO_MESTA_PRAHY_AKTUALIZACE_2016.pdf)>

Praha se postupem času stala živou multikulturní komunitou a mnoho z cílených bodů z roku 2016 se jeví pozitivně a probíhá. Pro účel této práce je důležité zdůraznit především čtvrtý cíl, kterým je zajištění sociální soudržnosti všech obyvatel města, tedy také soudržnost různých národnostních skupin žijících v Praze. V dnešním globálním světě a ve velké míře migrace to představuje náročnou výzvu, se kterou se potýká mnoho míst v EU. Aktuálně pracuje v České republice více než 12% cizinců, z nichž převažují občané třetích zemí nad občany z EU. Nejvíce cizinců pochází z Ukrajiny, Slovenska, Vietnamu, dále také z Ruska, Polska, Bulharska a Rumunska.<sup>140</sup> Celkem v České republice k 31.12.2018 působí 548 429 cizinců (v kategorii Pobyt nad 12 měsíců), z toho 205 595 lidí se nachází v Praze, což je nejvíce ze všech regionů.<sup>141</sup> Z toho vyplývá, že se Praha potýká s velkou národní diverzitou. Jedním nástrojem, jak zajistit poklidné soužití různých národností na jednom místě, je právě kultura. Pojetí kultury jakožto nástroje k integraci rozdílných kultur vychází z pohledu evropské kulturní strategie, která zastává názor, že kultura a umění jsou dostupné pro všechny bez rozdílu a dokáží přesahovat jak sociální, politické, tak kulturní hranice.<sup>142</sup>

Kultura a umění ovšem nemusí být pouze pozitivním jevem a nemusí poskytovat pouze stmelující charakter. Profesorka Eilean Hooper Greenhill z University of Leicester uvádí, že:

„Culture is not an autonomous realm of words, things, beliefs and values. It is not an objective body of facts to be transmitted to passive receivers. It is lived and experienced; it is about producing representations, creating versions, taking a position, and arguing a point of view.“<sup>143</sup>

Je na místě se zeptat, jak tedy Praha vnímá roli kultury? Dle Koncepce kulturní politiky hl. m. Prahy 2017 - 2021 pojetí kultury odpovídá třem pohledům.<sup>144</sup> Prvním pohledem je kultura, která působí autonomně a představuje kulturu jako

---

<sup>140</sup> Český statistický úřad. Více než 12 % zaměstnanosti v Česku tvoří cizinci (2020) [online] [cit. 5.4.2020] Dostupné z: <<https://www.czso.cz/csu/czso/vice-nez-12-zamestnanosti-v-cesku-tvori-cizinci>>

<sup>141</sup> Český statistický úřad. Cizinci v České republice 2019. [online] [cit 5.4.2020] Dostupné z: <<https://www.czso.cz/documents/10180/91605941/29002719.pdf/74e31838-8cfa-4e93-9aed-4771e13683a8?version=1.0>>

<sup>142</sup> KAWASHIMA, N. (2006) Audience Development and social inclusion in Britain. International Journal of Cultural Policy, Vol. 12, No. 1. [online] [cit. 6.4.2020] s. 64

<sup>143</sup> Tamtéž, s. 66

<sup>144</sup> Koncepce kulturní politiky hl. m. Prahy 2017 – 2021. [online] [cit.6.4.2020] Dostupné z: <[http://kultura.praha.eu/public/6e/a7/f1/2485343\\_790106\\_Koncepce\\_kulturni\\_politiky\\_HMP\\_2017\\_2021.pdf](http://kultura.praha.eu/public/6e/a7/f1/2485343_790106_Koncepce_kulturni_politiky_HMP_2017_2021.pdf)> (nečíslováno)

svébytnou hodnotu. Nelze ji nijak měřit, kritériem zůstává „excellence“ samotné kultury. Druhý pohled uvádí kulturu jako ekonomický faktor a usiluje o růst ekonomického kapitálu města, který se dá měřit. Mezi kritéria ekonomického růstu patří například poměr nákladů a příjmů, růst obratu a objemu napojených souvisejících služeb nebo růst návštěvníků města a proměna jejich sociálního a ekonomického postoje. Třetí pohled vnímá kulturu jako nástroj sociální změny, který vytváří sociální kapitál města. Jedná se tedy o důraz na kulturu v každodenním procesu. Tento třetí pohled usiluje o vytvoření sociální soudržnosti města, o využití kultury k péči o komunitní lokální identitu a s tím související pocit bezpečí. Sociální kapitál města se dá měřit například mírou sociální soudržnosti a odpovědnosti, mírou kriminality či pocitu bezpečí.

Dále koncepce hl. m. Prahy uvádí 3 cíle kulturní politiky, jimiž jsou<sup>145</sup>:

- A) Špičková kvalita umění a kulturní nabídky - důraz na kvalitu kulturního dění.
- B) Funkční centrum a saturované okraje - cíl zprostředkovávat kulturu po celé Praze (ne pouze v kulturním centru - tedy v Praze 1).
- C) Kvalita veřejného prostoru - propojení historického, kulturního a přírodního aspektu města s důrazem na praktičnost a vytvoření platformy umožňující občanskou interakci.

Definované cíle nejsou v dokumentu rozebírány podrobněji a nejsou popsány konkrétní kroky ke splnění navržených cílů a vizí. Koncepci komentoval tehdejší radní města Jan Wolf tak, že byla záměrně napsána ve velmi obecných tvrzeních, aby neotvírala kontroverzní témata.<sup>146</sup>

Již bylo uvedeno, jaké jsou vize a cíle Prahy. Dále se nabízí otázka, kdo se na těchto bodech a celkově na vytváření bohatého kulturního programu podílí? Vedle samotných obyvatel ve městě působí také kulturní subjekty, které jsou děleny do kategorií podle toho, jakým způsobem vznikly a jak jsou podporovány a dotovány. Orientačně se tyto subjekty dají rozdělit do 6 kategorií<sup>147</sup>:

---

<sup>145</sup> Koncepce kulturní politiky hl. m. Prahy 2017 – 2021. [online] [cit.6.4.2020] Dostupné z: [http://kultura.praha.eu/public/6e/a7/f1/2485343\\_790106\\_Koncepce\\_kulturni\\_politiky\\_HMP\\_2017\\_2021.pdf](http://kultura.praha.eu/public/6e/a7/f1/2485343_790106_Koncepce_kulturni_politiky_HMP_2017_2021.pdf) (nečíslováno)

<sup>146</sup> RESLOVÁ, M. (2017). Koncepce kulturní politiky Prahy je spíš předvolební program, grantovou revoluci asi nezpůsobí. Hospodářské noviny. [online]. [cit. 6.4.2020]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-65772220-praha-koncepce-kulturni-politika-wolf-pecha-novotny>

<sup>147</sup> Koncepce Kulturní politiky HMP (2005-2006) [online] [cit. 6.4.2020] Dostupné z: [http://praha.eu/public/2c/95/25/494157\\_62687\\_Koncepce\\_kulturni\\_politiky\\_HMP.pdf](http://praha.eu/public/2c/95/25/494157_62687_Koncepce_kulturni_politiky_HMP.pdf) s. 29

- A) Kulturní subjekty zřízené či založené městem
- B) Kulturní subjekty zřízené či založené státem
- C) Kulturní subjekty městem ani státem nezřízené
- D) Soukromé ziskové subjekty poskytující kulturní službu
- E) Zahraniční kulturní instituce
- F) Umělci a skupiny umělců

Všechny tyto kulturní subjekty působí na jedné umělecké scéně a vytváří tak zdravé a potřebné konkurenční prostředí. Oficiální záštitu kulturního dění v Praze poskytuje Ministerstvo kultury, které svými aktivitami formuje a vytváří podmínky pro úspěšné plnění koncepce a stanovených plánů.

Celkové výdaje Ministerstva kultury (dále MK), tedy běžné a kapitálové výdaje, v roce 2019 tvořily 15,1 mld. Kč, běžné výdaje představovaly 12,9 mld. Kč.<sup>148</sup> Výdaje MK na kulturu od roku 2014 rostou. Běžné veřejné výdaje na kulturu na území hlavního města Prahy v roce 2015 dosahovaly 4,4 mld. Kč, na nichž se podílela ministerstva (Ministerstvo kultury, Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy a Ministerstvo zemědělství), Státní fond kultury, Státní fond kinematografie, hlavní město Praha a 57 městských částí Prahy.<sup>149</sup> Celkem kultura v roce 2015 vykazovala 2,4% z celkového rozpočtu města.<sup>150</sup>

Péči o kulturní rozmanitost na území České republiky zajišťuje kromě samospráv a dalších subjektů také Ministerstvo kultury a plán Státní kulturní politika na léta 2015 - 2020, schválený v roce 2016. Státní plán zahrnuje také podporu kulturních aktivit národnostních menšin včetně šíření informací v jazycích národnostních menšin. V roce 2019 tyto aktivity financoval částkou 31 milionů Kč.<sup>151</sup> Je potřeba připomenout, že pojmem národnostní menšiny se myslí pouze specifické menšiny, které jsou oficiálně uznány, což v českém prostředí jsou: běloruská, bulharská, chorvatská, maďarská, německá, polská, romská, rusínská, ruská, řecká, slovenská, srbská, ukrajinská, vietnamská a židovská komunita.<sup>152</sup> Všechny

---

<sup>148</sup> Výroční zpráva Ministerstva kultury ČR s. 43 [online] [cit.5.4.2020] Dostupné z: [https://www.mkcr.cz/doc/dokumenty\\_file/schvaleny-rozpocet-2019-kapitolni-sesit-714.pdf](https://www.mkcr.cz/doc/dokumenty_file/schvaleny-rozpocet-2019-kapitolni-sesit-714.pdf) s. 18

<sup>149</sup> Financování kultury díl 3. (2105) Kreativní Praha [online] [cit. 6.4.2020]. Dostupné z: [http://kreativnipraha.eu/uploads/assets/ke-stazeni/01\\_FINAL\\_dil3\\_Financovani\\_kultury.pdf](http://kreativnipraha.eu/uploads/assets/ke-stazeni/01_FINAL_dil3_Financovani_kultury.pdf) s. 29

<sup>150</sup> Tamtéž, s. 29

<sup>151</sup> Tamtéž, s. 43

<sup>152</sup> Národnostní menšiny. Vláda České republiky. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/pracovni-a-poradni-organy-vlady/rnm/mensiny/narodnostni-mensiny-15935/>

zahraniční kulturní instituty však mohou být v Praze podpořeny na základě jejich účasti v grantovém nebo dotačním řízení, pokud úspěšně splní potřebná kritéria.

Praha byla vždy městem, kde spolu po dlouhou dobu žilo více národností pohromadě a musela se tedy i v minulosti potýkat s řešením multikulturních otázek. Aktuálně se tématu multikulturního soužití věnuje Multikulturní centrum Praha, z.s. (zapsaný spolek), které od roku 1999 mapuje situaci v Praze a které multikulturní společnost vnímá jako to, že „všichni lidé bez ohledu na náboženství, barvu kůže, sociální status nebo odlišnou kulturu jsou si rovni, mají lidská práva a neměli by být hodnoceni a kádrováni na základě pouhé příslušnosti k té či oné skupině.“<sup>153</sup> Vedle Multikulturního centra v Praze působí také Dům národnostních služeb, který byl založen za účelem podpory národnostních menšin na území hl. m. Prahy.<sup>154</sup>

Koncepce hl. m. Prahy 2017 - 2021 neusiluje o rozvíjení multikulturního prostředí přímo ve městě, spíše se soustředí na budování značky Prahy, která uspěje v globálním měřítku svou unikátností a lokální specifičností. Jinými slovy je více kladen důraz na export Prahy jako značky, než na vytváření multikulturních nebo národnostních projektů přímo v Praze. Na druhou stranu přítomnost zahraničních kulturních institutů a jejich aktivní participace v kulturním pražském prostředí dokazuje multikulturní a proevropský postoj Prahy. Kulturní instituty se tak mohou podílet na událostech významných českých kulturních aktérů.

Vedle oficiálních kulturně-společenských subjektů, které se tématu multikulturního soužití věnují, existuje také mnoho iniciativ fungujících na dobrovolnické bázi.

#### **4.2. Počet cizinců žijících v Praze**

Prahu jako multikulturní město dokazuje také fakt, že cizinců každým rokem přibývá. V roce 1996 v Praze žilo 61 203 cizinců, v roce 2016 tomu už bylo 184 265 a v minulém roce se jejich oficiální počet navýšil až na již dříve zmíněných

---

<sup>153</sup> Multikulturní centrum Praha, z.s. Výroční zpráva za rok 2018.[online][cit. 7.4.2020]. Dostupné z: <[https://aa.ecn.cz/img\\_upload/67ff55e37c179829cc177283d43f105c/mkc\\_vz\\_2018\\_komplet\\_final\\_web.pdf](https://aa.ecn.cz/img_upload/67ff55e37c179829cc177283d43f105c/mkc_vz_2018_komplet_final_web.pdf)> s. 3

<sup>154</sup> Dům národnostních menšin. Výroční zpráva za rok 2018 [online] [cit. 8.4.2020] Dostupné z: <<http://www.dnm-praha.eu/file/rV4/DNM-digi-vyrocka-audit-2018.pdf>>



205 595 cizinců, přičemž nejvíce cizinců žije v Praze 4, 5 a 9.<sup>155</sup> Nejčastější národností pobývajících v Praze jsou národnosti: ukrajinská, slovenská, ruská, vietnamská a polská.<sup>156</sup> K uvedeným počtům cizinců je potřeba přidat také počet cizinců, kteří v Praze pracují nebo pobývají nelegálně. V roce 2018 inspekce odhalila 4600 případů, ale kolik případů nebylo odhaleno, zůstává velkým otazníkem.<sup>157</sup> Multikulturní prostředí Prahy musí být náležitě opečováváno, aby se předcházelo potencionálním konfliktům, které mohou nastat neznalostí a vzájemným nepochopením.

Cizinci jsou častým publikem kulturních akcí, které pořádají zahraniční kulturní instituty. Některé instituty mají v náplni své činnosti péči o krajany jako je tomu například v rumunském či maďarském případě, některé instituty se výrazněji vymezují jako například francouzský či rakouský institut, které cílí primárně na obyvatele v cílové oblasti.

### **4.3. Zmapování kulturních institutů v Praze**

Oblast zahraniční kulturní diplomacie se stále vyvíjí a dá se říci, že každá země hledá svůj vlastní funkční model (samostatný kulturní institut, oddělení velvyslanectví, centrální organizace), který musí také zapadat do kontextu dané lokality.

Tato část se zabývá již konkrétní reprezentací kulturní diplomacie v lokalitě Prahy. Následující graf ukazuje, že se v Praze nachází 11 kulturních institutů evropských zemí, zbylých 15 zemí svoji kulturní diplomacii praktikuje jinými modely (Česká republika je v tomto kontextu vynechána).

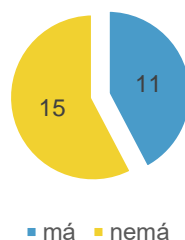
---

<sup>155</sup> Český statistický úřad. Cizinci v České republice. [online] [cit. 5.4.2020] Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/91605941/29002719.pdf/74e31838-8cfa-4e93-9aed-4771e13683a8?version=1.0> s. 43

<sup>156</sup> Tamtéž, s. 45

<sup>157</sup> iDNES.cz (2019) Přibylo opět lidí zaměstnaných na černo. Jsou to hlavně cizinci z Ukrajiny [online] [cit. 7.4.2020] Dostupné z: <[https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/pribylo-nelegalniho-zamestnavani-a-to-hlavne-u-cizincu.A190706\\_083928\\_ekonomika\\_lre](https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/pribylo-nelegalniho-zamestnavani-a-to-hlavne-u-cizincu.A190706_083928_ekonomika_lre)>

## Kolik zemí má vlastní zahraniční kulturní institut v Praze?



Pro detailnější přehled slouží tabulka dále v textu. Tabulka zobrazuje 26 zemí EU řazených abecedně (Česká republika je v tomto kontextu opět vynechána), u kterých uvádí, zda disponují vlastním kulturním institutem v Praze a pokud takovým institutem země nedisponují, pak specifikuje, kdo jeho roli vykonává. Práce stále vychází z již definovaných modelů fungování kulturní diplomacie, jimiž jsou samostatný kulturní institut, oddělení velvyslanectví a centrální organizace.

	Země	Kulturní institut v Praze? ANO / NE	Pokud NE v Praze - kdo roli institutů vykonává?
1	Belgie	NE (zrušen 2018)	Velvyslanectví + Flanders, State of the Art
2	Bulharsko	ANO: Bulharský institut	-
3	Dánsko	NE	Velvyslanectví + Skandinávský dům
4	Estonsko	NE	Velvyslanectví
5	Finsko	NE	Velvyslanectví + Skandinávský dům
6	Francie	ANO: Francouzský institut	-
7	Chorvatsko	NE	Velvyslanectví
8	Irsko	NE	Velvyslanectví za pomoci Culture Ireland
9	Itálie	ANO: Istituto Italiano di Cultura Praga	-
10	Kypr	NE	Velvyslanectví

	Země	Kulturní institut v Praze? ANO / NE	Pokud NE v Praze - kdo roli institutů vykonává?
11	Litva	NE	Velvyslanectví za pomoci Lithuanian Culture Institute
12	Lotyšsko	NE	Latvian Cultural Centre jako součást velvyslanectví
13	Lucembursko	NE	Velvyslanectví
14	Maďarsko	ANO: Balassiho institut	-
15	Malta	NE	Velvyslanectví + Arts Council Malta
16	Německo	ANO: Goethe institut	-
17	Nizozemsko	NE	Velvyslanectví + DutchCulture
18	Polsko	ANO: Polský institut	-
19	Portugalsko	ANO: Instituto Camões	-
20	Rakousko	ANO: Rakouské kulturní fórum	-
21	Rumunsko	ANO: Rumunský kulturní institut v Praze	-
22	Řecko	NE	Velvyslanectví
23	Slovensko	ANO: Slovenský inštitút	-
24	Slovinsko	NE	Velvyslanectví
25	Španělsko	ANO: Instituto Cervantes Praga	-
26	Švédsko	NE	Velvyslanectví + Skandinávský dům + Swedish Institute

Pokud země kulturní institut v Praze nezřizuje, nastává druhý model fungování. Roli institutu přebírá příslušné oddělení velvyslanectví v Praze, které tak kulturu propaguje vedle dalších diplomatických služeb. Obecně je snaha tuto základní kulturní agendu podporovat i dalšími aktivitami. Například Velvyslanectví Lotyšské

republiky v Praze rozšířilo své kulturní oddělení a provozuje Lotyšské kulturní centrum, které při velvyslanectví realizuje kulturní aktivity. Poskytuje možnost zapůjčení lotyšských knih, CD a disponuje prostorem pro umělecké aktivity. Jak již bylo dříve zmíněno, veškeré kulturní aktivity se pohybují v diplomatické sféře, což návštěvníkovi snižuje komfort kulturní participace.

Třetí fungující model v Praze představuje Irsko, Litva, Malta, Nizozemsko a Švédsko, což jsou země, které mají vlastní centrální organizaci (Irsko - Culture Ireland, Litva - Lithuanian Culture Institute, Malta - Arts Council Malta, Nizozemsko - DutchCulture a Švédsko - Swedish Institute), která svému velvyslanectví v Praze zprostředkovává potřebné informace k šíření kulturní diplomacie a podílí se na organizaci kulturních projektů v Praze. Polsko v tomto kontextu není zmíněno, jelikož v Praze zřizuje vlastní Polský institut, který zde kulturní diplomacii vykonává.

Specifickým jevem, který by se dal označit za čtvrtý fungující model v Praze, je Skandinávský dům. Skandinávský dům reprezentuje kulturu zemí evropského severu (Dánsko, Estonsko, Finsko, Island, Lotyšsko, Litva, Norsko, Švédsko), prohlubuje česko-severské kulturní vztahy a zprostředkovává informace o severské kultuře. Specifikum tohoto modelu spočívá ve formě právnické osoby, kterou je v tomto případě zapsaný spolek. Fungování Skandinávského domu je detailněji popsáno dále v textu.

V následující části práce je jednotlivě představeno 11 evropských kulturních institutů, které působí v Praze. Text je členěn v abecedním pořadí dle států, u každého zahraničního kulturního institutu jsou uvedeny základní informace a dále také srovnání, kolik cizinců příslušné národnosti se nachází jak v ČR, tak v Praze. Tato data jsou čerpána z dokumentu Cizinci v České republice 2019<sup>158</sup> (Český statistický úřad) a z dokumentu Cizinci jako zdroj pracovní síly pro Prahu 2019<sup>159</sup>

---

<sup>158</sup> Cizinci v České republice (2019). Český statistický úřad. [online] [cit. 12.4.2020] Dostupné z: <<https://www.czso.cz/documents/10180/91605941/29002719.pdf/74e31838-8cfa-4e93-9aed-4771e13683a8?version=1.0>> s. 48

<sup>159</sup> Cizinci jako zdroj pracovní síly pro Prahu (2019). Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy. [online] [cit. 12.4.] Dostupné z:

(Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy). Všechny další informace jsou sesbírány z veřejných oficiálních zdrojů jednotlivých institutů. U počtu konaných akcí za rok 2019 nelze zjistit, do jaké míry se instituty do realizace projektů zapojily.

#### **4.3.1. Bulharský kulturní institut**

Bulharský institut v Praze působí již od roku 1948 a je pověřen k činnosti bulharským Ministerstvem kultury. Sídlí v ulici Klimentská 6 v Praze 1 a disponuje dvěma výstavními sály, v jednom sálu je také klavírní křídlo využívané na koncerty. Personální zázemí institutu je poměrně skromné, o provoz se dělí pozice ředitele, vedoucího finančního oddělení a funkce programového manažera. V roce 2019 proběhlo 50 akcí dle záznamů uvedených na webových stránkách.

V České republice je celkem 15 593 cizinců z Bulharska, z toho 4782 působí v Praze a trvale se zde nachází 1 813 Bulharů.

#### **4.3.2. Institut Français - Francouzský institut (dále IFP)**

Vedle francouzského institutu působí v České republice také další francouzská kulturní centra, která nesou název Francouzské aliance (Alliance Française, dále AF) a působí v 6 českých městech (Brno, Ostrava, Plzeň, České Budějovice, Liberec, Pardubice). Francouzská kulturní diplomacie je poměrně komplikovaná a k pochopení nynější situace působení IFP je zapotřebí krátkého historického exkurzu.

AF a IFP mají společnou historickou linii, která se váže k roku 1886, kdy byla v Praze zřízena první AF na ulici Štěpánská 35 (IFP zde sídlí doposud). Česko-francouzské vztahy byly velmi vřelé a silné se vzájemným zájmem o kulturu. Po první světové válce vznikl při Sorbonně v Paříži Ústav slovanských studií, který zároveň inicioval myšlenku vytvoření francouzské vědecké instituce v Praze, a proto v roce 1920 došlo k založení Francouzského institutu Ernesta Denise. Tento institut sdílel budovu s dříve vzniklou aliancí, sloužil jako odnož pařížské Sorbonny a také jako kulturní centrum poskytující kulturní i jazykové vzdělávání. Činnost kulturního institutu a aliance byla velmi podobná a obě organizace velmi úzce

---

<[http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/analyzy/Obyvatelstvo/analyza\\_cizinci\\_2.pdf](http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/analyzy/Obyvatelstvo/analyza_cizinci_2.pdf)>  
s. 11

spolupracovaly. Přes obtížnou situaci druhé světové války a nepříznivých společenských tlaků udržely IFP i aliance provoz až do roku 1951, kdy byly nuceny své pobočky uzavřít. Po pádu komunistického režimu se aliance i institut znovu otevřely a spolu s kulturním oddělením velvyslanectví tvořily složku kulturní diplomacie v zahraničí.

Ve francouzské kulturní diplomacii je zásadní role státu, kterému podléhá široká kulturní síť. Zahraniční kulturní diplomacii řídí Ministerstvo pro evropské a zahraniční záležitosti (Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères), jehož nařízení vykonává odbor pro zahraniční kulturní politiku (Direction générale de la mondialisation, du développement et des partenariats, DGM) a Ministerstvo kultury (Ministère de la Culture). Menší vahou se také angažuje Ministerstvo vysokého školství, výzkumu a inovace (Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation). Francouzské školství v zahraničí pak řídí Agentura pro francouzskou výuku v zahraničí (Agence pour l'enseignement français à l'étranger, AEFÉ). Zahraniční výkon kulturní diplomacie spočíval v rukou tří aktérů - aliance, institutu a kulturního oddělení při velvyslanectví. Toto spojení bylo častým terčem kritiky a debaty, jenž vyvrcholily v rozsáhlou reformu za vedení Bernarda Kouchnera, která spočívala v zavedení lepší kooperace zahraničních aktérů. Od roku 2010 došlo ke sloučení kulturních center pod názvem Institut Français, který funguje jako veřejná instituce pro industriální a obchodní záležitosti (Établissement public à caractère industriel et commercial, EPIC). Cílem institutu je zaštiťovat veškeré aktivity zahraniční kulturní diplomacie a sloužit jako národní značka Francie.

Základním rozdílem mezi aliancí a institutem jsou okolnosti vzniku. Aliance vznikají v privátní sféře díky frankofonním nadšencům, kteří musí dostat povolení ke vzniku od centrální aliance v Paříži, ale dále se řídí dle zákonů daného státu a celé spektrum aktivit je organizováno povětšinou lokálními pracovníky.<sup>160</sup> Oproti tomu IFP je centrálním vládním orgánem kulturní sítě v zahraničí a má za cíl sjednotit francouzskou kulturní reprezentaci v zahraničí. K dosažení cíle velmi úzce spolupracoval IFP s francouzským velvyslanectvím. Tato spolupráce vyústila 1. ledna 2012 ve sloučení Oddělení pro kulturu a spolupráci francouzského

---

<sup>160</sup> SIMBARTLOVÁ, A. (2013) Alliance française a Institut Français: spolupráce či konkurence? Příklad České republiky. Bakalářská práce. Univerzita Karlova. s. 12

velvyslanectví v Praze s IFP.<sup>161</sup> Ředitel institutu má tedy na starosti vedení institutu a zároveň vykonává kulturní agendu v ČR.<sup>162</sup> Vzájemná provázanost personálu umožňuje prostřednictvím velvyslanectví delegovat úkoly a ovlivňovat IFP přímo francouzským ministerstvem zahraničí. IFP je tedy organizace, která podléhá státu, který tak má přímou kontrolu.<sup>163</sup>

Kulturní institut v Praze (Institut Français Prague) v dnešní podobě vznikl v roce 1993 a sídlí na ulici Štěpánská 35 v Praze 1. Disponuje rozsáhlými prostory jako je kinosál (203 sedadel), Galerie 35 (130 m<sup>2</sup>), učební prostory a kanceláře, konferenční sál (206 m<sup>2</sup>) a kavárna. Celkem zde pracuje 32 lidí a v roce 2019 se díky IFP konalo 157 kulturních akcí.<sup>164</sup>

V České republice je celkem 4 164 cizinců z Francie, z toho 2 913 působí v Praze a trvale se zde nachází 630 Francouzů.

### **4.3.3. Istituto Italiano di Cultura Praga - Italský kulturní institut**

Italský kulturní institut sídlí na adrese Šporkova 14 v Praze 1 v rozsáhlém komplexu ze 16. stol., který byl roku 1942 předán italskému státu. Nejdříve v tomto komplexu existoval tzv. Italský dům, který se později přeměnil na Italský kulturní institut. Institut v Praze působí od roku 1922 (otevřen byl o rok později) a zřizuje jej italské Ministerstvo zahraničních věcí a spolupráce. V současnosti pracuje v institutu 5 pracovníků, agenda je rozdělena na: ředitelství, administrativu, sekretariát, kulturní akce a hudební akce. Mimo kulturní akce se v prostředí institutu konají jazykové kurzy pod vedením 8 lektorů a také je nabízena možnost vykonat certifikovanou zkoušku z italského jazyka.

Rozsáhlý komplex nabízí prostor knihovny, barokní kaple s klavírním křídlem, dále je k dispozici výstavní sál, vnitřní koridor s možností výstav a konferenční místnost. V roce 2019 proběhlo dle archivu uvedeného na webových stránkách institutu 85 událostí, na kterých se kulturní institut podílel. Jsou uvedeny akce malých formátů

---

<sup>161</sup> Velvyslanectví v Praze. Oddělení pro kulturu a spolupráci [online] [cit.10.4.2020] Dostupné z: <<https://cz.ambafrance.org/Oddeleni-pro-kulturu-a-spolupraci>>

<sup>162</sup> SIMBARTLOVÁ, A. (2013) Alliance francaise a Institut Français: spolupráce či konkurence? Případ České republiky. Bakalářská práce. Univerzita Karlova. s. 28

<sup>163</sup> Mulcahy, Kevin (2017) Public Culture, Cultural Identity, Cultural Policy. Palgrave Macmillan US. ISBN 978-1-137-43543-9. s. 57

<sup>164</sup> Francouzský institut. Naše prostory. [online] [cit.10.4.2020] Dostupné z: <<https://pronajem.ifp.cz/cz>>

od ochutnávek vína a jídla nebo komunitního česko-italského setkání až po významné pražské kulturní události jako je Jazz Spring Praha 2019 nebo Quadriennale 2019.

V České republice je celkem 5 268 cizinců z Itálie, z toho 2 994 působí v Praze a trvale se zde nachází 833 Italů.

#### **4.3.4. Balassiho institut - Maďarský kulturní institut**

Maďarský institut má za cíl šířit a popularizovat maďarskou kulturu v Praze, ale zároveň zprostředkovává kulturu Maďarů žijících v zahraničí Maďarům žijícím v Maďarsku. Institut je centrální rozpočtová organizace, kterou zřizuje Ministerstvo zahraničních věcí a obchodu. Kořeny institutu sahají do roku 1953, kdy byl v Praze institut prvně otevřen. Na webových stránkách institutu je uvedeno 99 akcí za rok 2019, na kterých se podílelo 7 pracovníků institutu. Institut sídlí v centru města v ulici Rytířská 25/963 v Praze 1, disponuje prostorem kina Béla s klavírním křídlem a také knihovnou. Institut úzce spolupracuje s Domem Maďarů, který byl založen s podporou maďarské vlády roku 2011, jeho cílem je propojit maďarské komunity v tuzemsku i zahraničí. Dům Maďarů sídlí v Budapešti a pravidelně pražskou pobočku institutu podporuje.<sup>165</sup>

V České republice je celkem 6 645 cizinců z Maďarska, z toho 2 646 působí v Praze a trvale se zde nachází 337 Maďarů.

#### **4.3.5. Goethe institut - Německý kulturní institut**

Goethe institut je zřizován německým Ministerstvem zahraničních věcí, sídlí v Praze od roku 1990 a pražská pobočka zároveň funguje jako centrální bod regionálního pověření, který koordinuje aktivity také na Slovensku, v Polsku, Maďarsku, Slovinsku, Litvě, Lotyšsku a Estonsku. Goethe institut se věnuje kulturní sféře a také poskytuje jazykové vzdělávání s možností jazykových zkoušek. Celkem se na provozu institutu podílí 64 pracovníků (3 ve vedení, 11 ve správě, 6 ve vzdělávacích projektech, 7 v programovém oddělení, 4 v oddělení informací a knihovny, 4 v oddělení jazykových kurzů, 25 lektorů a 4 pracovníci v programu Jugend Debattiert). Za rok 2019 se díky jejich aktivitě uskutečnilo 152 událostí. Institut sídlí na adrese Masarykovo nábřeží 32 v Praze 1 v secesní budově,

---

<sup>165</sup> Dům Maďarů <<https://bgazrt.hu/magyarsag-haza/>>



kteřá se nachází ve vlastnictví českého státu a disponuje prostory: velký sál, foyer, knihovna, kavárna a učebny k výuce jazyků.

V České republice je celkem 21 267 cizinců z Německa, z toho 4 047 působí v Praze a trvale se zde nachází 1 151 Němců.

#### **4.3.6. Polský institut**

Polsko jako jediná ze zemí EU má dva oddělené typy institutů. Jedním typem je Institut Adama Mickiewicze (dále IAM) se sídlem ve Varšavě, který byl založen v roce 2000 a které zřizuje Ministerstvo kultury a národního dědictví. Druhým typem je síť polských institutů v zahraničí, kterou zřizuje Ministerstvo zahraničních věcí a která ve světě oficiálně funguje již od roku 1939.<sup>166</sup> V Praze byl Polský institut založen v roce 1990 a navázal tak na poslání kulturního oddělení Velvyslanectví Polské republiky 20. let 20. stol. Od roku 1994 pak fungují kulturní instituty pod jednotným jménem, a to Polský institut.

Náplně činností obou institutů si jsou velmi blízké. IAM si klade za cíl posílit značku polské kultury s důrazem na sílu a originalitu polského obrazu (image) v mezinárodních uměleckých kruzích, ale také v širším okruhu, dále upevnit a posílit roli Polska v mezinárodní spolupráci s dalšími kulturními institucemi a v neposlední řadě je kladen důraz na šíření a propagaci polské kultury v okolních zemích, která má za úkol inspirovat tamější kreativní profesionály.<sup>167</sup> Dokument představující strategii zahraniční politiky pojednává o síti polských kulturních institutů a uvádí její hlavní cíle. Velký důraz je kladen na zprostředkování polské historie a kultury do jazyka, který má být srozumitelný publiku po celém světě.<sup>168</sup> Zároveň má síť institutů odpovídat měnícím se ekonomickým, společenským a demografickým faktorům.

Nabízí se otázka, proč v polském prostředí tyto dva typy kulturních institutů existují, popřípadě proč má každý typ jiného zřizovatele. O tom, že toto rozdělení je náročné na spolupráci a jednotné vystupování svědčí také vyjádření polského ministra zahraničních věcí Jaceka Czaputowicze, který podepsal s Ministerstvem kultury a národního dědictví smlouvu o lepší koordinaci Polských institutů.<sup>169</sup>

---

<sup>166</sup> První polský institut byl založen v Budapešti v roce 1934, ale oficiálně otevřen až v roce 1939. STRAKA, Daniel (2019) Veřejná diplomacie Polska a její proměny. Diplomová práce. Univerzita Karlova. s. 59

<sup>167</sup> tamtéž, s. 59

<sup>168</sup> tamtéž, s. 61

<sup>169</sup> tamtéž, s. 62

V Praze tedy působí Polský kulturní institut, který s IAM spolupracuje a společně se podílí na produkci různých kulturních událostí. Polský institut v Praze vede pracovní tým 8 pracovníků, nachází se v centru města v Praze 1 na adrese Malé náměstí 1. Celkem ve svých programových brožurách uvádí 113 kulturních událostí v roce 2019.<sup>170</sup> Institut v Praze nemá vlastní prostory, pouze knihovnu a učebny k výuce polštiny.

V České republice je celkem 21 279 cizinců z Polska, z toho 3 506 působí v Praze a trvale se zde nachází 1 229 Poláků.

#### **4.3.7. Instituto Camões - Portugalský institut**

Portugalský institut byl zřízen portugalským Ministerstvem zahraničí a vznikl díky dohodě a spolupráci Univerzity Karlovy a Institutu Camões Portugal. V Praze působí od roku 1994 a nachází se v Praze 1 na adrese Josefská 6. Tento institut se soustředí na oblast jazykového a kulturního vzdělávání a má za cíl šířit rozmanitost portugalsky mluvících zemí (zejména Portugalska, Brazílie, Angoly a Mozambiku). Převažujícím jazykovým zaměřením vyčnívá z řady institutů v Praze, ale tento způsob konání se dá vysvětlit významnou koloniální historií Portugalska. Informace o personálu a prostorech bohužel nejsou dostupné. Za rok 2019 se uskutečnilo za úsilí portugalského institutu 47 akcí. Zajímavostí je působící kapela Camões House Band, která vznikla v roce 2015 při institutu a skládá se z českých i zahraničních hudebníků žijících v Praze.

V České republice je celkem 651 cizinců z Portugalska, z toho 316 působí v Praze a trvale se zde nachází 55 Portugalců.

#### **4.3.8. Rakouské kulturní fórum**

Je potřeba od sebe odlišovat kulturní fórum a rakouský institut (Österreich Institut). Zatímco rakouské instituty se soustředí pouze na zprostředkování výuky jazyka, tedy rakouské němčiny, kulturní fórum si klade za cíl reprezentovat kulturní obraz země a slouží tak k výkonu kulturní diplomacie. Celkem Rakousko zřizuje 30 kulturních fór, pokud takovým fórem země nedisponuje, pak je

---

<sup>170</sup> Programové brožury Polského institutu [online] [cit. 8.4.2020] Dostupné z: <https://issuu.com/polskyinstitutvpraze?fbclid=IwAR1LW0gzcOrajv5OMAHnzocJYr8G0gX9mOLofFefeFbrnEi5hRKi2F2MEFE>

příslušným ambasádám či generálním konzulátům udělen roční rozpočet na kulturní reprezentaci.<sup>171</sup>

V Praze působí Rakouské kulturní fórum od roku 1993 na adrese Jungmannovo náměstí 18 v budově františkánského kláštera při kostele Panny Marie Sněžné v Praze 1. Tyto prostory vlastní od roku 1996, k dispozici jsou výstavní galerie, koncertní sál, přednáškový sál s klavírním křídlem a knihovna. Za rok 2019 bylo zorganizováno 333 akcí, přičemž kulturní chod zajišťuje 7 pracovníků. V zahraniční kulturní politice Rakouska je uvedeno, že kulturní fóra fungují na bázi decentralizovaného modelu, kde jsou kulturní programy vytvářené nezávisle na ústředí, ovšem je také uvedeno, že veškeré kulturní programy a plány jsou předkládány ke kontrole centrále organizace a musí být vždy schváleny.<sup>172</sup>

V České republice je celkem 3 644 cizinců z Rakouska, z toho 730 působí v Praze a trvale se zde nachází 255 Rakušanů.

#### **4.3.9. Rumunský institut**

V roce 2003 se rumunské Ministerstvo zahraničních věcí ve spolupráci s Kulturním institutem v Bukurešti (ICR) usneslo na posílení zahraničních kulturních institutů ve světě a od té doby ve světě vzniklo 20 poboček. Rumunský institut v Praze byl založen v roce 2004 a nachází se v ulici Nerudova 256/5 v Praze 1 v budově rumunské ambasády a nedisponuje tedy svým vlastním prostorem. Personál institutu je (spolu se Slovenským institutem) nejmenší ze všech evropských institutů působících v Praze, jelikož dle dostupných informací, jej řídí pouze jeden zaměstnanec, jeho ředitel. Podle toho se také odvíjí i kulturní program, který za rok 2019 čítal pouze 12 událostí, což je nejméně ze všech kulturních institutů. Kulturní institut zprostředkovává a šíří rumunskou kulturu mezi obyvatele Čech a zároveň poskytuje péči o národní identitu Rumunů žijících v ČR.

Ředitelé jednotlivých kulturních institutů v zahraničí jsou do své funkce jmenováni ústředím institutů v Bukurešti, které závisí na schválení Ministerstva zahraničních věcí.<sup>173</sup>

---

<sup>171</sup> International Cultural Policy Concept 2015-2018. BMEIA. [online] [cit. 9.4.2020] Dostupné z: [https://www.bmeia.gv.at/fileadmin/user\\_upload/Zentrale/Kultur/Aufmacher/International\\_Cultural\\_Policy\\_Concept\\_2015-2018.pdf](https://www.bmeia.gv.at/fileadmin/user_upload/Zentrale/Kultur/Aufmacher/International_Cultural_Policy_Concept_2015-2018.pdf)

<sup>172</sup> tamtéž

<sup>173</sup> ANDREESCU, I. (2009) From the "Castle" to the "Agora": Romanian Cultural Institutes Abroad in the Making of National Culture. Diplomová práce. s. 31

V České republice je celkem 14 684 cizinců z Rumunska, z toho 4 177 působí v Praze a trvale se zde nachází 960 Rumunů.

#### **4.3.10. Slovenský institut**

Vztah se Slovenskem je oproti jiným národům specifický, jelikož je vázán společnou historií a jazyky, které jsou vzájemně velmi srozumitelné občanům obou zemí.

Slovenský institut v Praze byl založen v roce 1994 rozhodnutím slovenského Ministerstva zahraničních věcí. Od roku 2016 pak institut sídlí v centru Prahy na Náměstí republiky 3 v Praze 1, kde má k dispozici prostory galerie, knihovny a informačního centra.

Na webových stránkách je uvedena pouze jedna konkrétní funkce a to ta ředitelova, kde působí hudebník Vladimír Valovič. Celkem za rok 2019 se podařilo zorganizovat 95 akcí.

Ředitel institutu je jmenován a odvoláván přímo ministrem zahraničních věcí, který mu zároveň na dobu funkce uděluje diplomatickou hodnost, kterou po skončení funkce ředitele odevzdává zpět.<sup>174</sup>

V České republice je celkem 116 817 cizinců ze Slovenska, z toho 31 594 působí v Praze a trvale se zde nachází 11 020 Slováků.

#### **4.3.11. Instituto Cervantes Praga**

Institut byl otevřen v Praze v roce 2005 na adrese Na Rybníčku 536/6 v Praze 2, tudíž jako jediný zahraniční kulturní institut nesídlí v Praze 1. Je oficiální institucí Španělského království, kterou zřídilo španělské Ministerstvo zahraničních věcí a spolupráce. Španělština je velmi rozšířený jazyk, čemuž odpovídá také výuka a s ní související certifikované zkoušky a vzdělávání lektorů španělštiny. Kultura je vnímána jako doplňková činnost institutu a slouží převážně pro studenty španělského jazyka.<sup>175</sup> Institut může ke své činnosti využívat prostory kinosálu, výstavního sálu, víceúčelového podkrovního prostoru a patnácti učeben. Chod

---

<sup>174</sup> HARTON, Adam (2019) Slovenský institut jako nástroj kulturní diplomacie. Bakalářská práce. Janáčkova akademie múzických umění v Brně s. 43

<sup>175</sup> STAVENÍKOVÁ, Lucie (2014) Kulturní diplomacie mezi Českou republikou a Španělským královstvím. Diplomová práce. Masarykova univerzita. s. 42 Dostupné z: <[https://is.muni.cz/th/u2hft/Lucie\\_Stavenikova\\_zaverecna\\_prace\\_2014.pdf](https://is.muni.cz/th/u2hft/Lucie_Stavenikova_zaverecna_prace_2014.pdf)>

institutu zajišťuje celkem 13 pracovníků, kteří se v roce 2019 organizačně podíleli na 61 akcích. Plán činnosti institutu schvaluje Administrativní rada, která je složena mj. ze zástupců Ministerstva kultury a Zahraničních věcí.<sup>176</sup>

V České republice je celkem 1 670 cizinců ze Španělska, z toho 985 působí v Praze a trvale se zde nachází 209 Španělů.

#### **4.4. Jiné modely kulturní diplomacie**

Jak již bylo dříve popsáno, ne všechny země volí model kulturního institutu. V části práce jsou pro ilustraci představeny tři další modely provozování zahraniční kulturní diplomacie.

##### **4.4.1. Skandinávský dům jako unikát**

Skandinávský dům je unikátním jevem, který dokazuje, že zahraniční kulturní diplomacie nemusí být vždy řízená a organizovaná přímo svou zemí a může vzniknout přirozenou formou díky iniciativě zapálených a schopných jedinců. Skandinávský dům (dále SD) se svou činností pohybuje na stejném poli jako zahraniční kulturní instituty, i když má odlišnou právní formu.

SD je zapsaný spolek a funguje jako samostatná nezávislá organizace, která při realizaci své činnosti úzce spolupracuje s velvyslanectvími severských zemí v Praze a s dalšími zahraničními kulturními institucemi. Svým fungováním a vizí působí jako zahraniční kulturní institut<sup>177</sup>, pouze jeho personál se skládá ze severských nadšenců a nikoliv ze státem pověřených pracovníků. Tento model se jeví jako velmi funkční a autentický, jelikož je provozován z nadšení, a ne z povinnosti. Skandinávský dům není závislý na státních orgánech a má tedy volnost při vytváření kulturního programu. Zároveň je činnost profesionální s důrazem na kvalitu, jelikož ji zajišťují odborníci na všechny severské země. Nevýhodou je nejistota fungování (provozu) z právního a finančního pohledu a také určitá nejistota severských států nad (ne)možností kontroly činnosti.

Skandinávský dům původně vznikl vedle Skandinávské jazykové školy v roce 2003, kdy jej založila dánská cestovní kancelář CoDan Agentura. Na začátku roku

---

<sup>176</sup> tamtéž, s. 38

<sup>177</sup> Kdo jsme. Skandinávský dům.[online] [cit. 13.4.2020] Dostupné z: <http://www.skandinavskydum.cz/kdo-jsme/>

2005 převzali kulturní aktivity studenti a absolventi severských jazyků Filozofické fakulty Univerzity Karlovy, postupem času se organizace přetransformovala v kulturně-vzdělávací a společenské centrum a na konci roku 2005 se organizace zcela osamostatnila. Skandinávská jazyková škola jakožto samostatný právní subjekt úzce se Skandinávským domem spolupracuje.

V současné době v týmu Skandinávského domu pracuje 16 pracovníků a tři externisté, kteří v roce 2019 zorganizovali 58 akcí. Skandinávský dům sídlí na ulici Dejvická 3 v Praze 6, kde se nachází také knihovna se severskou literaturou.

#### **4.4.2. Centrální agentura DutchCulture**

Vedle zahraničního kulturního institutu existuje také model, kdy země disponuje centrální kulturní organizací, která má na starosti šíření kulturní diplomacie. Mnohdy zásobuje kulturní oddělení při velvyslanectví podněty a informacemi a také zprostředkovává kontakty k realizování kulturního šíření, ale mnohdy při realizaci kulturních událostí jedná sama za sebe. Jako příklad takového úspěšného fungování je vybráno Nizozemsko a jeho nizozemská centrální organizace DutchCulture.

DutchCulture financuje Ministerstvo školství, kultury a vědy (Dutch Ministry of Education, Cultural Affairs and Science) a Ministerstvo zahraničních věcí (Dutch Ministry of Foreign Affairs), pro evropské záležitosti pak dostává finance od Evropské komise (European Commission) a Ministerstva vnitra (Dutch Ministry of Internal Affairs). Funguje jako kontaktní bod pro kulturní sféru jak pro samotné Nizozemsko, tak také pro zahraniční státy. Spolupracuje s umělci, s organizacemi i s vládními institucemi a v neposlední řadě poskytuje konzultaci v oblasti evropských grantů. Sídlí v Amsterdamu a v současné době zaměstnává 40 pracovníků, kteří zastávají vždy specializovanou oblast kulturního působení. Pro oblast České republiky (popřípadě jí podobnou) žádného specializovaného pracovníka nemá. I přesto se však DutchCulture v Praze podílela na 75 kulturních akcích.

V České republice je celkem 3 254 cizinců z Nizozemska, z toho 935 působí v Praze a trvale se zde nachází 197 Nizozemců.

### **4.4.3. Kulturní oddělení velvyslanectví**

Jako příklad realizování kulturní diplomacie prostřednictvím oddělení kultury, popřípadě příslušným oddělením v rámci velvyslanectví v Praze, je vybráno Lotyšské kulturní centrum v Praze.

Lotyšské kulturní centrum, fungující při velvyslanectví, vzniklo v roce 1998 a sídlí na adrese Hradešínská 3 v Praze 10. Za rok 2019 se dle událostí na Facebooku zorganizovalo 9 událostí. Centrum disponuje knihovnou, informacemi o kultuře a významných událostech Lotyšska. Centrum disponuje prostorem pouze při velvyslanectví, tudíž i návštěvy kulturního centra musí být dopředu hlášeny a podléhají veškerým bezpečnostním kontrolám. Velvyslanectví vede velvyslankyně, která má k dispozici dalších 5 pracovníků. Pracovník, který zastává funkci kulturního pracovníka, zastává také další funkce jako je asistentka a tlumočnice.<sup>178</sup> V České republice je celkem 571 cizinců z Lotyšska, z toho 276 působí v Praze a trvale se zde nachází 63 Lotyšů.

### **4.5. Spolupráce v rámci EU National Institutes for Culture (EUNIC)**

Zahraniční kulturní instituty v Praze spolu kooperují a vytváří mnoho společných projektů, na kterých každý svým dílem prezentuje svoji vlastní kulturu. K takové spolupráci slouží EU National Institutes for Culture, což je organizace, která sdružuje kulturní instituty a další orgány zabývající se kulturními aktivitami v EU. Iniciativa spolupráce zahraničních kulturních institutů vznikla již v roce 1997 v Bruselu, kdy byla uzavřena organizace pod názvem Consortium of the National Institutes of the European Countries in Belgium (CICEB), která sdružovala tamějších 7 institutů.<sup>179</sup> Organizace byla úspěšná a postupně se rozrůstala, až se v roce 2006 z CICEB stala organizace EUNIC Brussels, která doposud funguje jako platforma a základna ke kooperaci kulturních institutů v EU. Tato platforma byla detailněji projednána na ustavující schůzi EUNIC, která se konala v roce 2006 v

---

<sup>178</sup> Pracovníci velvyslanectví Lotyšské republiky. [online] [cit.15.4.2020] Dostupné z: <<https://www.mfa.gov.lv/cz/prague/velvyslanectvi/diplomaticky-personal>>

<sup>179</sup> BATORA, Jozef a Monika MOKRE. Culture and external relations: Europe and beyond. Burlington, VT: Ashgate, c2011. ISBN 1409411176. s. 166

Praze, kde byly schváleny strategie a cíle.<sup>180</sup> Členství v síti EUNIC přináší: „Posílení prestiže [...] v mezinárodních projektech, získání a výměnu odborných informací a zkušeností či možnosti čerpání fondů v této síti.“<sup>181</sup>

Cíle EUNIC jsou<sup>182</sup>:

- A) Vytvořit síť kulturních institutů, aby byla rozvíjena kulturní diverzita, a posílit mezinárodní dialog uvnitř i vně EU.
- B) Působit jako partner Evropské komise a dalších orgánů EU a podílet se na kulturní politice EU.
- C) Obhajovat kulturní hodnoty k lepšímu vzájemnému dialogu a usilovat o silnější nezávislé postavení kulturního sektoru obecně.
- D) Provést společný výzkum pro pochopení široké kulturní diverzity v EU a její lepší využití.
- E) Vytvořit platformu pro sdílení informací, zkušeností a „know how“.

V současné době je do sítě EUNIC zapojeno 36 členů a svoji základnu má v centru EU, v Bruselu. V rámci organizace existují také tzv. klastry (clusters), což jsou uskupení uvnitř EUNICu, které mohou členové vytvářet k účinnější kooperaci a organizování událostí. Pro vytvoření takového klastru se musí spojit alespoň 3 členové, kteří musí splnit určitá kritéria. Klastry pak slouží ke kooperaci v konkrétní lokalitě. V Praze působí klastr Praha, který čítá 21 členů (včetně Českých center)<sup>183</sup>: Österreichisches Kulturforum Prag, Bureau Wallonie-Bruxelles à Prague, Bulgarian Cultural Institute, Institut Français, Goethe-Institut Prag, Hungarian Cultural Centre, Istituto Italiano di Cultura Praga, Instituto Camões, Institutul Cultural Român, Polish Institute, Slovak Institute, Instituto Cervantes Praga, British Council Czech Republic, Embassy of Belgium/Flemish Representation, Czech Centres, Embassy of Estonia, Embassy of Latvia/Latvian Cultural Centre, Embassy of Lithuania, Embassy of the Netherlands, Embassy of Slovenia, Representation of the European Commission (observer - pozorovatel), Embassy of Norway.

---

<sup>180</sup> tamtéž, s. 166

<sup>181</sup> Czech centres [online] [cit.16.4.2020] <<http://www.czechcentres.cz/o-nas/eunic/>>

<sup>182</sup> EUNIC stanovy [online] [cit.15.4.2020] Dostupné z: <[https://uploads-ssl.webflow.com/580cd32ba6f74f8a0e214914/5c5db5d7cd394bdf03d3078c\\_Statute%20ENG%20-%20June%202016%20\(Website\)\\_new.pdf](https://uploads-ssl.webflow.com/580cd32ba6f74f8a0e214914/5c5db5d7cd394bdf03d3078c_Statute%20ENG%20-%20June%202016%20(Website)_new.pdf)>

<sup>183</sup> Prague cluster <<https://www.eunicglobal.eu/clusters>>



V rámci EUNIC Praha klastrů vznikají projekty jako je Evropská noc literatury, Evropský den jazyků, EUNIC Library: Read Europe a mnoho dalších, vždy záleží na aktivitě jednotlivých klastrů. Dá se říci, že tato kooperace vypadá podobně jako fungování v EU, kdy silnější instituty s dlouholetou existencí jsou oporou těm nově vzniklým, jak v rovině zkušeností, tak i v rovině finanční.

## Závěr

Tato práce přináší detailnější pohled na fungování kulturních institutů jak v kontextu EU, tak především v kontextu hl. m. Prahy.

Z práce vyplývá, že celkem 18 z 27 zemí EU zřizuje své vlastní kulturní instituty působící v zahraničí. Z toho 4 instituty zřizuje příslušné ministerstvo kultury, 11 institutů příslušné ministerstvo zahraničních věcí, 2 instituty jsou zřizovány kombinací ministerstva kultury a zahraničních věcí a 1 institut je zřizován belgickou ústavou. Zbylých 9 zemí praktikuje jiný model kulturní diplomacie, kterými jsou oddělení při velvyslanectví a centrální organizace sídlící v tuzemsku. V Praze se nachází celkem 11 kulturních institutů (Bulharsko, Francie, Itálie, Maďarsko, Německo, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Slovensko, Španělsko), které jsou zřizovány ministerstvem zahraničních věcí, až na Bulharsko, které pověřuje bulharské Ministerstvo kultury a Francii, která je spravována jak francouzským Ministerstvem kultury, tak také Ministerstvem zahraničních věcí. Pokud stát nedisponuje samostatným kulturním institutem v Praze, kulturní diplomacii mají na starost příslušná velvyslanectví nebo centrální kulturní organizace, které se soustředí na geografickou oblast Prahy. Unikátním jevem na poli kulturní diplomacie je velmi funkční model Skandinávského domu, který v Praze působí jako zapsaný spolek. Skandinávský dům sdružuje více zemí do jednoho spolku a stojí za povšimnutí, že ani jeden z obsažených států v Praze nezřizuje separátní kulturní institut.

Všechny kulturní instituty v Praze (také v EU) fungují jako součást zahraniční kulturní politiky, čemuž odpovídá také náplň činnosti, která reprezentuje politické cíle a vize konkrétní země. Kulturní instituty v rámci kulturní diplomacie komunikují politické snahy prostřednictvím umění a kultury. To může vzbuzovat dojem, že se jedná pouze o kulturně činné organizace, ale jak je demonstrováno v práci, opak může být pravdou.

Kulturní instituty jsou součástí měkké moci, která působí nepřímo a jakoby mimochodem, ve skutečnosti však koná uvědoměle a s jasnými strategickými cíli. Kultura je ve strategiích státních subjektů vnímána jako nástroj, který pomáhá společensko-ekonomické situaci a podporuje šíření státních myšlenek a image státu. Nedá se říci, že se politické snahy skrývají „za uměním a kulturou“, lépe je

použít vyjádření „vedle umění a kultury“. Umění a kultura totiž mohou být hodnotami samy o sobě a zároveň mohou být využity k propagaci státních vizí a cílů.

Ostatně o takovou symbiózu se snaží kulturní instituty. Jelikož je jejich zřizovatelem státní orgán, nárokuje si jejich činnost určitým způsobem monitorovat či kontrolovat. Kulturní strategie jednotlivých institutů, která je schvalována nebo utvářena státními orgány, zapadá do kontextu celkové zahraniční politiky státu. Posléze se do kulturní strategie dosazují umělecké a kulturní projekty, aby „vyhovovaly“ situaci. Proto nesouhlasím s tvrzením Melissena: „kulturní instituty reprezentují nevládní hlas v mezinárodních vztazích.“ Toto tvrzení považuji za nepravdivé, zavádějící a iluzorní. Kulturní instituty reprezentují vládní hlas a jsou jeho účinným nástrojem, který dále šíří potřebný obraz státu odpovídající kulturou a uměním. Tvrzení, že se jedná o nestátní a nevládní instituty, vnímám jako záměrně utvořená hesla, která poškozují jejich „charakter“.

Šíření kultury a jazyka je samo o sobě velmi přínosná aktivita a představuje základní náplň činnosti všech kulturních institutů. Ovšem kdybychom se ptali, proč se prezentuje právě konkrétní kultura a umění, spletitou cestou bychom došli až k jádru zahraniční politiky, která vyplývá z boje o vlastní postavení v evropském (světovém) řádu.

Kulturní instituty tedy slouží své zahraniční politice a svými aktivitami vytvářejí potřebný obraz (image) státu. Některé státy užívají k utváření image státu praxi nation branding a prostřednictvím jasné komunikace vytvářejí potřebné asociace. Asociace zahrnují také asociace v rovině kultury a samotného umění, a proto se často setkáváme s omezenými počty uměleckých jmen, která se propagují a vytváří tak stálý obraz (image) státu. Taková propagace záměrně vytváří stereotyp, který se lépe šíří, jelikož je konzistentní a v mnoha případech „ověřený časem“, tudíž se eliminuje riziko nezájmu a nepovšimnutí. Na druhou stranu ale tento přístup oslabuje příležitost prezentovat opravdu aktuální kulturní a umělecké dění.

Kulturní instituty fungující jako vládní hlas v mezinárodním prostředí dále dokazuje úzká spolupráce s vlastním zastupitelským úřadem a kooperace s velvyslanectvími ostatních zemí jakožto zastupiteli kulturní diplomacie. Projekty se odehrávají v jednom organizačním kruhu, kde se nachází diplomaté spolu s kulturními referenty

a pracovníky kulturních institutů, kteří také prošli určitým diplomatickým výcvikem. Také organizace EUNIC se skládá z členů jak kulturních institutů, tak jednotlivých velvyslanectví. Z toho vyplývá sofistikovaná provázanost zahraniční politiky se složkou kultury a umění.

Jako jeden z cílů kulturních institutů je udržení a rozvíjení kulturní diverzity. Jak již bylo zmíněno v textu a je zcela evidentní z běžného života, globalizace je všudypřítomný jev, se kterým se lidstvo vyrovnává. Přístupy k jiným kulturám se liší od razantního odmítnutí až k otevřené náruči adorující multikulturalismus. Je potřeba zdůraznit, že evropský postoj multikulturní společnosti nezbavuje jednotlivé kultury (v něm obsažené) nerovnosti. Francouzský antropolog Jean-Loup Amselle vysvětluje: „Some cultures hold the power of naming other cultures, which in their turn only have the role of being nominated.”<sup>184</sup> Kulturní diplomacie a spolu s ní také kulturní instituty představují minci, která má dvě strany. Jedna strana usiluje o respekt a podporu kulturní diverzity, zatímco druhá strana má za cíl kontrolovat a monitorovat situaci, aby stát neztratil své postavení a byl aktivním účastníkem mezinárodního dění. Tyto dvě strany jsou nerozdělitelné a je potřeba si takovou provázanost uvědomovat.

Na druhou stranu je nutno nezapomínat na rozvoj občanů, kteří navštěvují akce kulturních institutů. Díky kulturním institutům totiž dochází k možnosti poznávání odlišné kultury a rozvíjení osobnosti jednotlivců v běžném životě. Kulturní instituty tak mohou přispět k osobnímu růstu svých návštěvníků, a to je nezanedbatelný prvek.

Za poměrně krátkou dobu existence si kulturní instituty vydobily své vlastní místo jako plnohodnotná součást zahraniční politiky. Vzhledem k stále se vyvíjející globalizaci je předvídatelné, že poslání kulturních institutů bude i nadále růst a bude potřebným spojovacím článkem v mezinárodních vztazích mezi státy. Kultura a umění na mezinárodním poli budou vždy doprovázeny politickými vlivy, pouze zůstává otázkou, do jaké míry se tyto politické vlivy budou maskovat a do jaké míry jim bude kultura a umění sloužit.

---

<sup>184</sup> MESCOLI, E. a GSIR, S. (2015) Maintaining national culture abroad Countries of origin, culture and diaspora. INTERACT Research Report 2015/10. S. 24

## Seznam použité literatury

### Knihy:

ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR. Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy : 13. vydání. Přeložil Martin ŠIKÝŘ. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5258-7.

BATORA, Jozef a Monika MOKRE. Culture and external relations: Europe and beyond. Burlington, VT: Ashgate, c2011. ISBN 1409411176.

CONSTANTINOU, Costas M. a James DER DERIAN. Sustainable diplomacies. New York: Palgrave Macmillan, 2010. Studies in diplomacy and international relations. ISBN 9780230241893.

ČENĚK, Jiří, Josef SMOLÍK a Zdeňka VYKOUKALOVÁ. Interkulturní psychologie: vybrané kapitoly. Praha: Grada, 2016. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5414-7.

DRAGIĆEVIĆ-ŠEŠIĆ, Milena (2017) Cultural Diplomacy: Arts, festival, geopolitics. Kapitola Cultural Diplomacy: From showcase to intercultural dialogue

DUBUFFET, Jean (1998) Dusivá kultura. Herrmann a synové.

FTOREK, Jozef. Manipulace a propaganda: na pozadí současné informační války. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0605-9. nečíslováno

GELLNER, Ernest André. Nacionalismus. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2003. ISBN 80-7325-023-3.

HLAVIČKOVÁ, Zora a Nicolas MASLOWSKI, ed. Nacionalismus v současných dějinách střední Evropy: od mobilizace k identitě: středoevropské studie v sociálních vědách. Praha: CES, 2005. Středoevropské studie v sociálních vědách. ISBN 80-239-4456-8.

KARLÍČEK, Miroslav. Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5.

KELLER, Kevin Lane. Strategické řízení značky. Praha: Grada, 2007. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-1481-3.

KISSINGER, Henry. Uspořádání světa: státní zájmy, konflikty a mocenská rovnováha. Přeložil Martin POKORNÝ. Praha: Prostor, 2016. Obzor (Prostor). ISBN 978-80-7260-335-0.

LINDEROVÁ, Ivica, Petr SCHOLZ a Michal MUNDUCH. Úvod do metodiky výzkumu. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2016. ISBN 978-80-88064-23-7.

MATARASSO, François a LANDRY, Charles. Hledání rovnováhy: 21 strategických dilemat v kulturní politice. Přeložil Michaela ŠEBESTOVÁ. Brno: Barrister & Principal, 2015. Kultura & arts management. ISBN 978-80-7485-047-9.

MELISSEN, Jan, ed. The new public diplomacy: soft power in international relations. New York: Palgrave Macmillan, 2005. Studies in diplomacy and international relations.

MULCAHY, Kevin (2017) Public Culture, Cultural Identity, Cultural Policy. Palgrave Macmillan US. ISBN 978-1-137-43543-9.

NEKOLNÝ, Bohumil. Paradigmata moderní kulturní politiky. V Praze: Institut umění - Divadelní ústav, 2014. ISBN 978-80-7008-317-8.

NYE, Joseph S. (2011) The future of power. New York: Public Affairs, c2011. ISBN 978-1-61039-069-9

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

PRŮCHA, J. (2007) Interkulturní psychologie. Portál

STRUGAR, T. (2017) Cultral Diplomacy. Arts, Festivals and Geopolitics. Gastronomy as a Tool in Cultural Diplomacy and Nation branding of Serbia.

SVOBODA, Václav. Public relations moderně a účinně. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2866-7.

TOMALOVÁ, Eliška. Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2008. ISBN 978-80-86506-73-9.

### **Internetové články a dokumenty:**

Agionet. Logo a jeho význam. [online] [cit.28.3.2020] Dostupné z: <<https://www.agionet.cz/grafika-webdesign/logo-a-jeho-vyznam>>

ANDREESCU, I. (2009) From the "Castle" to the "Agora": Romanian Cultural Institutes Abroad in the Making of National Culture. Diplomová práce.

BÁRTA, Denis (2014) Čestný host Maďarsko. [online][cit. 8.4.2020] Dostupné z: <<https://adoc.tips/estny-host-maarsko.html>>

Cizinci jako zdroj pracovní síly pro Prahu (2019). Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy. [online] [cit. 12.4.] Dostupné z: <[http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/analyzy/Obyvatelstvo/analyza\\_cizinci\\_2.pdf](http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/analyzy/Obyvatelstvo/analyza_cizinci_2.pdf)>

Cizinci v České republice (2019). Český statistický úřad. [online] [cit. 12.4.2020] Dostupné z: <<https://www.czso.cz/documents/10180/91605941/29002719.pdf/74e31838-8cfa-4e93-9aed-4771e13683a8?version=1.0>>

COGO, Alessia & JENKINS, Jennifer (2010). English as a Lingua Franca in Europe. A mismatch between policy and practice. European Journal of Language Policy. 2. 271-294. 10.3828/ejlp.2010.16.

CONFUCIUS INSTITUTES WORLDWIDE [online]. UCLA Confucius Institute. [cit. 1.4.2020] Dostupné z: <<https://www.confucius.ucla.edu/about-us/confucius-institutes-worldwide>>

Česká centra. O nás. [online] [cit. 17.4.2020] Dostupné z: <<http://www.czechcentres.cz/o-nas/hodnota/umeni/>>

Český statistický úřad. Cizinci v České republice 2019. [online] [cit. 5.4.2020] Dostupné z: <<https://www.czso.cz/documents/10180/91605941/29002719.pdf/74e31838-8cfa-4e93-9aed-4771e13683a8?version=1.0>>

Český statistický úřad. Cizinci v České republice 2019. [online] [cit. 5.4.2020] Dostupné z: <<https://www.czso.cz/documents/10180/91605941/29002719.pdf/74e31838-8cfa-4e93-9aed-4771e13683a8?version=1.0>>

Český statistický úřad. Více než 12 % zaměstnanosti v Česku tvoří cizinci (2020) [online] [cit. 5.4.2020] Dostupné z: <<https://www.czso.cz/csu/czso/vice-nez-12-zamestnanosti-v-cesku-tvori-cizinci>>

Čínský rozhlas pro zahraničí (CRI) [online] [cit. 2.3.2020] <<http://czech.cri.cn/270/2009/06/30/1s91861.htm>>

Členství hlavního města Prahy v mezinárodních organizacích [online] <[zahranicnivztahy.praha.eu](http://zahranicnivztahy.praha.eu)>. [cit. 3.4.2020] Dostupné z: <[http://zahranicnivztahy.praha.eu/jnp/cz/clenstvi\\_v\\_mezinarodnich\\_organizacich/index.xhtml](http://zahranicnivztahy.praha.eu/jnp/cz/clenstvi_v_mezinarodnich_organizacich/index.xhtml)>

Dűm Madárű. Magyarság Házű [online] [cit. 15.4.2020] Dostupné z: <<https://bgazrt.hu/magyarsag-haza/>>

DutchCulture [online] [cit. 20.3.2020] Dostupné z: <<https://dutchculture.nl/en/partners>>

ERASMUS+ Co je program Erasmus+? [online] [cit. 3.3.2020] Dostupné z: <[https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/about\\_cs](https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/about_cs)>

EUNIC global clusters <<https://www.eunicglobal.eu/clusters>>

EU. Jazyky EU. [online] [cit. 2.3.2020] Dostupné z: <[https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-languages\\_cs](https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-languages_cs)>

FLANDEROVÁ, Linda (2013) Soft power: mít či nemít? Ústav mezinárodních vztahů Praha. [online] [cit. 12.3.2020] Dostupné z: <<https://www.iir.cz/article/soft-power-mit-ci-nemit>>

Financování kultury díl 3. (2105) Kreativní Praha [online] [cit. 6.4.2020]. Dostupné z: <[http://kreativnipraha.eu/uploads/assets/ke-stazeni/01\\_FINAL\\_dil3\\_Financovani\\_kultury.pdf](http://kreativnipraha.eu/uploads/assets/ke-stazeni/01_FINAL_dil3_Financovani_kultury.pdf)>

Fischer, P. (2018) Martin Cikánek: České kulturní politice chybí odvaha. Český rozhlas Vltava. Vizitka. [online] Dostupné z: <<https://vltava.rozhlas.cz/martin-cikanek-ceske-kulturni-politice-chybi-odvaha-6704760>>

Francouzské velvyslanectví v Praze. Oddělení pro kulturu a spolupráci [online] [cit.10.4.2020] Dostupné z: <<https://cz.ambafrance.org/Oddeleni-pro-kulturu-a-spolupraci>>

Francouzský institut. Naše prostory. [online] [cit.10.4.2020] Dostupné z: <<https://pronajem.ifp.cz/cz>>

Fulbrightova nadace. Základní informace. [online] [cit. 3.3.2020] Dostupné z: <<https://www.fulbright.cz/stipendia/zakladni-informace/>>

Group blog by students at London Metropolitan University (2016) Defining Public Diplomacy: A critique of Paul Sharp's definition. [online] [cit. 12.3.2020] Dostupné z: <<https://pdgc2015a.wordpress.com/2016/02/23/defining-public-diplomacy-a-critique-of-paul-sharps-definition/>>

HARTON, Adam (2019) Slovenský institut jako nástroj kulturní diplomacie. Bakalářská práce. Janáčkova akademie múzických umění v Brně  
HEISKALA, Risto (2001). Theorizing power: Weber, Parsons, Foucault and neostructuralism. Social Science Information Sur Les Sciences Sociales - SOC SCI INFORM. 40.

Hodnosti a funkce diplomatů. Ministerstvo zahraničních věcí. [online]. [cit. 1.4.202] Dostupné z: <[https://www.mzv.cz/jnp/cz/o\\_ministerstvu/organizacni\\_struktura/hodnosti\\_a\\_funkce\\_diplomatu\\_objasneni.html](https://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/organizacni_struktura/hodnosti_a_funkce_diplomatu_objasneni.html)>

HOUT, Marco van (2006) Getting Emotional With... Wally Olins. [online] [cit.9.3.2020] Dostupné z: <<http://www.design-emotion.com/2006/04/07/getting-emotional-with-wally-olins/>>

HUBÁČEK, Lukáš (2013) Skryté aspekty moci v soudobých organizacích. Bakalářská práce.

iDNES.cz (2019) Přibylo opět lidí zaměstnaných na černo. Jsou to hlavně cizinci z Ukrajiny [online] [cit. 7.4.2020] Dostupné z: <[https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/pribylo-nelegalniho-zamestnavani-a-to-hlavne-u-cizincu.A190706\\_083928\\_ekonomika\\_lre](https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/pribylo-nelegalniho-zamestnavani-a-to-hlavne-u-cizincu.A190706_083928_ekonomika_lre)>



Institut Umění - Divadelní ústav (2017) Institut umění – Divadelní ústav (IDU) zřizuje proexportní hudební kancelář. Pro její řízení byl vybrán Márton Náray. [online] [cit. 3.4.2020] Dostupné z: <<https://www.idu.cz/cs/o-nas/pro-media/563-czech-music-office-zahajuje-cinnost>>

JÖNSSON, Christer (2005) The essence of diplomacy. Palgrave Macmillan

KAWASHIMA, N. (2006) Audience Development and social inclusion in Britain. International Journal of Cultural Policy, Vol. 12, No. 1. [online] [cit. 6.4.2020]

KURAS, Benjamin (2012) Proč hájit vrcholnou kulturu Západu. Česká pozice. Lidovky.[online] [cit. 12.3.2020] Dostupné z: <[https://ceskapozice.lidovky.cz/recenze/proc-hajit-vrcholnou-kulturu-zapadu.A121205\\_095337\\_pozice\\_86358](https://ceskapozice.lidovky.cz/recenze/proc-hajit-vrcholnou-kulturu-zapadu.A121205_095337_pozice_86358)>

Lotyšské kulturní centrum (2019) [online] [cit. 1.4.2020]. Dostupné z: <<https://www.mfa.gov.lv/cz/prague/velvyslanectvi/kulturni-centrum>>

Maastrichtská smlouva. O Parlamentu. Evropský parlament. [online] [11.3.2020] Dostupné z: <<https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/cs/in-the-past/the-parliament-and-the-treaties/maastricht-treaty>>

MACHOVCOVÁ, Kateřina. Stereotypy a předsudky jako myšlenkové chyby. *Metodický portál: Články* [online]. 16. 10. 2018, [cit. 7.3.2020]. Dostupné z: <<https://clanky.rvp.cz/clanek/c/g/21736/STEREOTYPY-A-PREDSUDKY-JAKO-MYSLENKOVE-CHYBY.html>>. ISSN 1802-4785.

MARYŠKA, M. (2018) Mělník, Nymburk i Ostrava. 5 českých měst, která mají funkční a silná loga. [online] [cit. 12.3.2020] Dostupné z: <<https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/melnik-nymburk-i-ostrava-5-ceskych-mest-ktera-maji-funkcni-a-silna-loga>>

MESCOLI, E. a GSIR, S. (2015) Maintaining national culture abroad Countries of origin, culture and diaspora. INTERACT Research Report 2015/10.

Migrationsverket. How to apply for Swedish citizenship [online] [cit.29.3.2020] Dostupné z: <https://www.migrationsverket.se/English/Private-individuals/Becoming-a-Swedish-citizen/Citizenship-for-adults/How-to-apply.html>

Ministerstvo zahraničních věcí. Peněžní dary krajanským spolkům v roce 2019 [online] [cit. 3.3.2020] Dostupné z: <[https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni\\_vztahy/krajane/financni\\_podpora/penezni\\_dary\\_do\\_zahranici/penezni\\_dary\\_krajanskym\\_spolkum\\_v\\_roce\\_2.html](https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/krajane/financni_podpora/penezni_dary_do_zahranici/penezni_dary_krajanskym_spolkum_v_roce_2.html)>

MŠMT. Seznam poskytovatelů vzdělávání v zahraničí [online] [cit. 2.3.2020] <<http://www.msmt.cz/vzdelavani/zakladni-vzdelavani/seznam-poskytovateluvzdelavani-v-zahranici-s-nimiz-je>>

MŠMT. Seznam zahraničních škol s platným povolením plnění povinné školní docházky na území České republiky [on-line] [2.3.2020] Dostupné z:

<<http://www.msmt.cz/vzdelavani/zakladni-vzdelavani/seznam-zahranicnich-skol-s-vydanym-povolenim-k-plneni-1-1>>

Multikulturní centrum Praha, z.s Výroční zpráva za rok 2018.[online][cit. 7.4.2020]. Dostupné z:

<[https://aa.ecn.cz/img\\_upload/67ff55e37c179829cc177283d43f105c/mkc\\_vz\\_2018\\_komplet\\_final\\_web.pdf](https://aa.ecn.cz/img_upload/67ff55e37c179829cc177283d43f105c/mkc_vz_2018_komplet_final_web.pdf)>

Národnostní menšiny. Vláda České republiky. [online] [cit. 6.4.2020] Dostupné z: <<https://www.vlada.cz/cz/pracovni-a-poradni-organy-vlady/rnm/mensiny/narodnostni-mensiny-15935/>>

PASCHALIDIS, Gregory (2009): Exporting national culture: histories of Cultural Institutes abroad, International Journal of Cultural Policy, 15:3.

PLESNÍKOVÁ, Martina (2019) Nation branding jako instrument veřejné diplomacie. Bakalářská práce. Univerzita Karlova

Programové brožury. Polský institut v Praze. [online] [cit. 8.4.2020] Dostupné z: <<https://issuu.com/polskyinstitutvpraze?fbclid=IwAR1LW0gzcOrajv5OMAHnzocJYr8G0gX9mOLofFefeFbrnEi5hRKi2F2MEFE>>

Qui sommes nous? Czechemloi.fr [online] [cit. 8.3.2020] Dostupné z: <<https://www.czechemploi.fr/fr/qui-sommes-nous-/>>

Report 2019 Softpower30 [online] [cit. 10.3.2020] s. 26 Dostupné z: <<https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>>

RESLOVÁ, M. (2017). Koncepce kulturní politiky Prahy je spíš předvolební program, grantovou revoluci asi nezpůsobí. Hospodářské noviny. [online]. [cit. 6.4.2020]. Dostupné z: <<https://archiv.ihned.cz/c1-65772220-praha-koncepce-kulturni-politika-wolf-pecha-novotny>>

Skandinávský dům. Kdo jsme [online] [cit. 13.4.2020] Dostupné z: <<http://www.skandinavskydum.cz/kdo-jsme/>>

SIMBARTLOVÁ, Anna (2013) Alliance française a Institut Français: spolupráce či konkurence? Příklad České republiky. Bakalářská práce. Univerzita Karlova.

STRAKA, Daniel (2019) Veřejná diplomacie Polska a její proměny. Diplomová práce. Univerzita Karlova.

Školský zákon 561/2004 Sb. [online] [cit. 2.3.2020] Dostupné z: <<http://zakony.centrum.cz/skolsky-zakon/cast-1-paragraf-14>>

ŠMÍD, J. (2006). Korsikou otřásly čtyři výbuchy. IRozhlas [online] Dostupné z: <[https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/korsikou-otrasly-ctyri-vybuchy\\_200608051922\\_vjanous](https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/korsikou-otrasly-ctyri-vybuchy_200608051922_vjanous)>

ŠŤASTNÝ, Ondřej (2005) Největší Čech: Jára Cimrman. iDNES.cz [online] [cit. 5.3.2020]

Dostupné z: <[https://www.idnes.cz/kultura/aktuality/nejvetsi-cech-jara-cimrman.A050201\\_211139\\_domaci\\_sas](https://www.idnes.cz/kultura/aktuality/nejvetsi-cech-jara-cimrman.A050201_211139_domaci_sas)>

THE LITHUANIAN CULTURE INSTITUTE website [online] [cit. 1.4. 2020] Dostupné z: <<https://english.lithuanianculture.lt/contacts/team/>>

TRÁVNÍČKOVÁ, Z. (2012) O státnosti a uznání státu v mezinárodním právu [online] [cit. 27.3.2020] <<https://www.iir.cz/article/o-statnosti-a-uznani-statu-v-mezinarodnim-pravu>>

Uchem jehly (2017). Leoš Šatava. [online] [30.3.2020] Dostupné z: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10314156487-uchem-jehly/217562216200006/>>

Úřad Vlady ČR. Zpráva o situaci národnostních menšin v České republice za rok 2018 [online] [cit. 8. 4 .2020] s. 19 Dostupné z: <<https://www.vlada.cz/assets/ppov/rnm/dokumenty/dokumenty-rady/Zprava-o-situaci-narodnostnich-mensin-v-Ceske-republice-za-rok-2018.pdf>>

Velvyslanectví Chorvatské republiky v České republice. Vystoupení souboru Lado v Obecním domě v Praze. [online] [cit.1.4.2020] Dostupné z: <<http://cz.mvep.hr/cz/zpravy/vystoupen%C3%AD-souboru-lado-v-obecn%C3%ADm-domě-v-praze,59662.html>>

VLACHOVÁ, Klára, Blanka ŘEHÁKOVÁ (2004) „Národ, národní identita a národní hrdost v Evropě.“ *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 40 (4): 489–508. ISSN 0038-0288.

YI, Cai (2002) Country-of-origin effects on consumers' willingness to buy foreign products: an experiment in consumer decision. Diplomová práce. S. 9 [online] [cit.8.3.2020] Dostupné z: <[https://getd.libs.uga.edu/pdfs/cai\\_yi\\_200208\\_ms.pdf](https://getd.libs.uga.edu/pdfs/cai_yi_200208_ms.pdf)>

YIN, Fan (2005) Branding the nation: What is being branded? Brunel Business School, Brunel University

### **Výroční zprávy, zprávy o činnosti, koncepce, stanovy:**

EU. Listina základních práv Evropské Unie [online] Dostupné z: <<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0389:0403:CS:PDF>>

EUNIC stanovy [online] [cit. 15.4.2020] Dostupné z: <[https://uploads-ssl.webflow.com/580cd32ba6f74f8a0e214914/5c5db5d7cd394bdf03d3078c\\_State%20ENG%20-%20June%202016%20\(Website\)\\_new.pdf](https://uploads-ssl.webflow.com/580cd32ba6f74f8a0e214914/5c5db5d7cd394bdf03d3078c_State%20ENG%20-%20June%202016%20(Website)_new.pdf)>

Dům národnostních menšin. Výroční zpráva za rok 2018 [online] [cit. 8.4.2020]  
Dostupné z: <<http://www.dnm-praha.eu/file/rV4/DNM-digi-vyrocka-audit-2018.pdf>>

Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy. Strategický plán hl. m. Prahy (2016) [online] [cit. 3.4.2020] Dostupný z:  
<[http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/SP/STRATEGICKY\\_PLAN\\_HLAVNIHO\\_MESTA\\_PRAHY\\_AKTUALIZACE\\_2016.pdf](http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/SP/STRATEGICKY_PLAN_HLAVNIHO_MESTA_PRAHY_AKTUALIZACE_2016.pdf)>

Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy. Strategický plán [online] [cit. 3.4.2020] Dostupné z:  
<[http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/ris/aktualizovana\\_ris\\_hmp.pdf](http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/ris/aktualizovana_ris_hmp.pdf)>

International Cultural Policy Concept 2015-2018. BMEIA. [online] [cit. 9.4.2020] Dostupné z:  
<[https://www.bmeia.gv.at/fileadmin/user\\_upload/Zentrale/Kultur/Aufmacher/International\\_Cultural\\_Policy\\_Concept\\_2015-2018.pdf](https://www.bmeia.gv.at/fileadmin/user_upload/Zentrale/Kultur/Aufmacher/International_Cultural_Policy_Concept_2015-2018.pdf)>

Koncepce Českého literárního centra 2017-2022.  
<<https://www.czechlit.cz/cz/ceske-literarni-centrum/koncepce-2017-2022/>>  
Koncepce kulturní politiky hl. m. Prahy 2017 – 2021. [online] [cit.6.4.2020] Dostupné z:  
<[http://kultura.praha.eu/public/6e/a7/f1/2485343\\_790106\\_Koncepce\\_kulturni\\_politiky\\_HMP\\_2017\\_2021.pdf](http://kultura.praha.eu/public/6e/a7/f1/2485343_790106_Koncepce_kulturni_politiky_HMP_2017_2021.pdf)> (nečíslováno)

Koncepce kulturní politiky HMP (2005-2006) [online] [cit. 6.4.2020] Dostupné z:  
<[http://praha.eu/public/2c/95/25/494157\\_62687\\_Koncepce\\_kulturni\\_politiky\\_HMP.pdf](http://praha.eu/public/2c/95/25/494157_62687_Koncepce_kulturni_politiky_HMP.pdf)>

Koncepce zahraniční politiky ČR. Ministerstvo zahraničních věcí ČR. [online] [cit. 15.2.2020] Dostupné z:  
<[https://www.mzv.cz/file/1565920/Koncepce\\_zahranicni\\_politiky\\_CR.pdf](https://www.mzv.cz/file/1565920/Koncepce_zahranicni_politiky_CR.pdf)>

Lisabonská smlouva. Official Journal of the European Union[online] [cit. 15.2.2020] Dostupné z: <<https://eur-lex.europa.eu/eli/treaty/lis/sign>>

Maastrichtská smlouva [online] Dostupné z: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=LEGISSUM:xy0026>>

Ministerstvo kultury ČR Výroční zpráva s. 43 Dostupné z:  
<[https://www.mkcr.cz/doc/dokumenty\\_file/schvaleny-rozpocet-2019-kapitolni-sesit-714.pdf](https://www.mkcr.cz/doc/dokumenty_file/schvaleny-rozpocet-2019-kapitolni-sesit-714.pdf)>

Ministerstvo zahraničních věcí ČR. Koncepce zahraniční politiky ČR [online] [cit. 11.3.2020]. Dostupné z:  
<[https://www.mzv.cz/file/1565920/Koncepce\\_zahranicni\\_politiky\\_CR.pdf](https://www.mzv.cz/file/1565920/Koncepce_zahranicni_politiky_CR.pdf)>

Report on the cultural dimensions of the EU's external actions (2011) [online] [cit. 15.2.2020] Dostupné z: <<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?reference=A7-2011-0112&type=REPORT&language=EN&redirect>>

Vláda ČR. Rámcová úmluva o ochraně národnostních menšin (2005) [online] [cit. 12.3.2020] Dostupné z: <<https://www.vlada.cz/cz/ppov/rnm/dokumenty/mezinarodni-dokumenty/ramcova-umluva-o-ochrane-narodnostnich-mensin-6912/>>

Zahraniční a bezpečnostní politika. Euroskop. [online] [cit. 11.3.2020] Dostupné z: <<https://www.euroskop.cz/8916/sekce/zahranicni-a-bezpecnostni-politika/>>

Zahraniční a bezpečnostní politika. Euroskop. [online] [cit. 11.3.2020] Dostupné z: <<https://www.euroskop.cz/8916/sekce/zahranicni-a-bezpecnostni-politika/>>