

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA MEDZINÁRODNÝCH VZŤAHOV

Evidenčné číslo: 105002/B/2014/3711788907

KULTÚRNA DIPLOMACIA NA PRÍKLADE
SLOVENSKÉHO DOMU NA LOH LONDÝN
2012

Bakalárska práca

2014

Marek Rybár

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA MEDZINÁRODNÝCH VZŤAHOV

KULTÚRNA DIPLOMACIA NA PRÍKLADE
SLOVENSKÉHO DOMU NA LOH LONDÝN
2012

Bakalárska práca

Študijný program: 6221 7 00 - Medzinárodné ekonomické vzťahy

Študijný odbor: 3.3.17 Medzinárodné ekonomické vzťahy

Školiace pracovisko: Katedra medzinárodných ekonomických vzťahov
a hospodárskej diplomacie

Vedúci záverečnej práce: Ing. Michal Polgár

2014

Marek Rybár

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu „Kultúrna diplomacia na príklade Slovenského domu na LOH Londýn 2012“ som vypracoval samostatne a že som uviedol všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....

podpis študenta

Pod'akovanie

Rád by som sa pod'akoval Ing. Michalovi Polgárovi za trpezlivosť, cenné pripomienky a užitočné rady pri vypracovaní záverečnej práce „Kultúrna diplomacia na príklade Slovenského domu na LOH Londýn 2012“.

ABSTRAKT

RYBÁR, Marek: „*Kultúrna diplomacia na príklade Slovenského domu na LOH Londýn 2012*“. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Fakulta medzinárodných vzťahov; Katedra medzinárodných vzťahov a hospodárskej diplomacie. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Michal Polgár. – Bratislava: FMV EU, 2014, 45 s.

Cieľom záverečnej práce je definovať kultúrnu diplomáciu, jej ciele, nástroje a aktérov. V praktickej časti hodnotí Slovenský dom na LOH Londýn 2012, skúma či išlo o nástroj kultúrnej diplomacie a do akej miery prispel k plneniu cieľov slovenskej kultúrnej diplomacie.

Práca je rozdelená do troch kapitol a obsahuje jednu tabuľku. Prvá kapitola je rozdelená do dvoch podkapitol. Prvá je venovaná charakteristike pojmu kultúrnej diplomacie, priblíženiu jej historického vývoja s poukázaním na dôležité medzníky, ktoré dosiahla. Následne sa venujeme aktérom, ktorí túto formu diplomacie vykonávajú a analyzujeme, aké nástroje majú v dispozícii. V druhej podkapitole sa venujeme priblíženiu vývoja moderných olympijských hier, na čo nadviažeme rozanalyzovaním olympijských hier v Londýne, kde budeme zvýšenú pozornosť venovať olympijským domom. Kapitulu uzatvára všeobecná charakteristika Slovenského olympijského domu, na ktorú nadväzuje hĺbková analýza v tretej kapitole.

V ďalšej časti sa charakterizujú okrem hlavného aj parciálne ciele, ktoré sme si stanovili na zabezpečenie čo najlepšieho naplnenia hlavného cieľa. Následne vymedzujeme metodiku, ktorú sme použili tak pri zostavovaní teórie, ako aj pri analýze v praktickej časti.

Záverečná kapitola sa zaoberá analýzou využitých nástrojov kultúrnej diplomacie v Slovenskom olympijskom dome v Londýne. Po všeobecnej charakteristike použitých nástrojov sme spracovali SWOT analýzu za účelom zostavenia čo najdetailnejšej, ale zároveň čo najprehľadnejšej analýzy.

Výsledkom riešenia danej problematiky je formulácia odporúčaní, ktoré trendy treba pri prezentácii Slovenska na olympiádach zachovať, a ktoré by naopak bolo treba pozmeniť, respektíve doplniť.

Kľúčové slová: kultúrna diplomacia, nástroje, aktéri, olympijské hry, olympijský dom

ABSTRACT

RYBÁR, Marek: „*Cultural Diplomacy - Case of the Slovak House during the London Summer Olympics 2012*“. – The Economic University in Bratislava. Faculty of International Relations; Department of International Economic Relations and Economic Diplomacy. – Tutor: Ing. Michal Polgár. – Bratislava: FMV EU, 2014, 45 p.

Objective of the thesis is to define cultural diplomacy, its objectives, instruments and actors. In the practical part it evaluates Slovak house for London 2012 Olympic Games, examines whether it was a tool of cultural diplomacy and to what extent it contributed to the goals of Slovak cultural diplomacy.

The work is divided into three chapters and consists of one table. The first chapter is divided into two subheads. The first is devoted to the characterization of the concept of cultural diplomacy, explanation of its historical development and outlining important milestones that were achieved when using it. Subsequently, we concentrate on the actors who are performing this form of diplomacy and we are analyzing which tools they can use to reach the settled goals. The second subhead is concentrating on the development of the modern Olympic Games what will be followed with the analysis of the London Olympics, in which we will pay extra attention to the national Olympic Houses. The chapter will conclude with the general characteristics of our Slovak Olympic House, which will be followed with an in-depth analysis in the third chapter.

The next section describes not only the main objective but also the partial ones that were set to ensure the best possible fulfillment of the main objective. Then we mentioned the methodology that we used not only when compiling theory but as well as in the analysis of the practical part.

The final chapter deals with the analysis using the tools of cultural diplomacy in the Slovak Olympic house in London. After the general characteristics of the tools that were used there we decided complete a SWOT analysis in order to ensure that we will have the most detailed, but at the same time the clearest analysis possible.

The solution of the issue is completed with set of recommendations that need to be maintained in the presentation of Slovakia during the Olympics, and then on the contrary there are some that should be somehow modified or added.

Key words: cultural diplomacy , tools , actors , Olympic Games , Olympic House

Obsah

Úvod.....	7
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	9
1.1 Kultúrna diplomacia.....	9
1.1.1 Základné koncepty	9
1.1.2 Historický vývoj	11
1.1.3 Aktéri kultúrnej diplomacie	15
1.1.4 Funkcie a nástroje kultúrnej diplomacie	17
1.2 Olympijské hry.....	21
1.2.1 História olympijských hier.....	21
1.2.2 LOH Londýn 2012.....	22
1.2.3 Olympijské domy na LOH 2012 v Londýne	24
1.2.4 Vybrané olympijské domy.....	24
1.2.5 Slovenský olympijský dom.....	25
2 Cieľ práce, metodika a metódy skúmania.....	27
2.1 Cieľ práce.....	27
2.2 Metodika práce a metódy skúmania.....	28
3 Výsledky práce a diskusia.....	31
3.1 Použité nástroje	31
3.1.1 Slovenský dom.....	31
3.1.2 Slovak Meeting Point.....	33
3.1.3 This is Slovakia.....	33
3.2 Pohľad do reality	34
3.3 SWOT analýza Slovenského olympijského domu	35
3.3.1 Silné a slabé stránky Slovenského domu	35
3.3.2 Príležitosti a hrozby Slovenského domu.....	36
3.3.3 Odporúčania pre Slovenský dom	38
Záver	42
Použitá literatúra	44

Úvod

Kultúra odjakživa tvorila dôležitú časť medzinárodných vzťahov. Je to najmä preto, že výmena kultúrnych hodnôt pomáhala lepšie rozvinúť styky medzi krajinami. Kultúrna diplomacia, ako jeden z nástrojov tzv. „soft power“, tvorí v súčasnosti organickú súčasť diplomacie a zahraničnej politiky štátov. Je moderným, často využívaným nástrojom na prezentáciu štátu v zahraničí. Slúži na budovanie imidžu a vo veľa prípadoch aj vlastnej identity štátov s cieľom zviditeľnenia sa v dynamickom systéme medzinárodných vzťahov. Vhodné využívanie nástrojov kultúrnej diplomacie môže pomôcť zvýšiť atraktivitu štátu či už pre investorov alebo potenciálnych návštevníkov.

Pri štúdiu literatúry so zameraním na diplomaciu sme prišli k záveru, že práve forme kultúrnej diplomacie sa na Slovensku neprikladá taký význam, ako by si zasluhovala a je len veľmi málo autorov, ktorí sa venujú jej hlbšiemu skúmaniu. Porovnaním so zahraničím vidíme, že témou sa zaoberá široké spektrum autorov z celého sveta a výskum je posunutý na úplne inú úroveň. Názorným príkladom uvedomenia si dôležitosti danej formy diplomacie dokazuje vytvorenie Inštitútu kultúrnej diplomacie v roku 1999 so sídlom v Berlíne. Práve jeho úlohou je detailná analýza kultúrnej diplomacie spolu so vzdelávaním mladých ľudí a organizáciou medzinárodných konferencií. Tento inštitút patrí k najväčším nezávislým európskym organizátorom medzinárodných výmen, či už kultúrnych, študentských a iných. Podľa nášho názoru je nutné zmeniť aktuálne smerovanie Slovenskej republiky v oblasti kultúrnej diplomacie, o ktorej je potrebné hovoriť a pracovať na tom, aby sa dostala do povedomia ľudí. Prispieť k danej zmene by sme chceli aj touto prácou, ktorej cieľom je analyzovať využitie nástrojov kultúrnej diplomacie na príklade Slovenského olympijského domu v Londýne. Tomuto cieľu sme prispôsobili aj štruktúru práce. V prvej kapitole najprv vymedzujeme pojem kultúrnej diplomacie, hľadáme a charakterizujeme nástroje, pomocou ktorých sa každý jednotlivec môže podieľať na jej realizácii. Analýza histórie kultúrnej diplomacie nám totiž dokazuje, že jej použitím dokážu dosiahnuť neuveriteľné veci aj jednotlivci a nie vždy je úspech nutne podmienený množstvom peňazí, respektíve ekonomickou silou štátu. Uvedené skutočnosti by mohli byť impulzom aj pre Slovenskú republiku, malú krajinu s obmedzenými finančnými možnosťami, ktorá by správnym výberom nástrojov mohla dosiahnuť zvýšenie povedomia o Slovensku a využiť potenciál, ktorý sa v nej ukrýva. Fungovanie uvedených skutočností sa budeme snažiť demonštrovať na Slovenskom olympijskom dome v Londýne. Z tohto dôvodu považujeme za dôležité zaoberať sa aj

touto problematikou, ktorej venujeme druhú časť úvodnej kapitoly. V tejto podkapitole si stručne priblížime vývoj moderných olympijských hier a zameriame sa na charakteristiku Olympiády v Londýne. Podkapitolu rozdelíme do dvoch častí. Prvá sa bude venovať všeobecnému vymedzeniu a zvýrazneniu určitých špecifik, ktoré dosiahla práve táto olympiáda a v druhej časti rozoberieme problematiku olympijských domov a koncepcie ich riadenia, zameriame sa na špecifiká jednotlivých domov a pomocou indukcie vymedzíme prevládajúce všeobecné znaky. V druhej kapitole sa zameriame na vymedzenie hlavného a čiastkových cieľov, ako aj vysvetlenie metód a postupov, ktoré sme zvolili na dosiahnutie stanovených cieľov či už v teoretickej alebo praktickej časti záverečnej práce. Tretia kapitola sa zaoberá Slovenským olympijským domom z pohľadu kultúrnej diplomacie. Na analýzu Slovenského olympijského domu sme zvolili SWOT analýzu, ako základnú situačnú analýzu vychádzajúcu z externého a interného prostredia. Na základe hodnotenia pôsobenia Slovenského olympijského domu založeného na komparácii názorov odbornej a laickej verejnosti načrtneme príležitosti a hrozby ovplyvňujúce úspešnosť danej misie z externého prostredia. Rozoberieme silné a slabé stránky ako výsledok vnútornej sily a sformujeme odporúčania, respektíve možnosti do budúcnosti.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

V tejto kapitole sa budeme venovať bližšej charakteristike kultúrnej diplomacie s tým, že si postupne rozoberieme všetky aspekty, ktoré s ňou súvisia. V prvom rade je potrebné objasniť podstatu kultúrnej diplomacie, ako ju definujú a vnímajú rôzni autori, ktorí sa tejto problematike dlhodobo venujú. Pre hlbšie poznanie problematiky je potrebné oboznámiť sa so všeobecnou definíciou, ale aj spoznať historický vývoj tejto disciplíny. V priebehu histórie sa menilo vnímanie kultúrnej diplomacie, jej dôležitosť, respektíve jej využívanie v diplomatických stykoch medzi krajinami. Neoddeliteľnou súčasťou, hybnou silou sú aktéri, ktorí túto diplomáciu realizujú a nástroje, ktoré pri jej vykonávaní majú k dispozícii za účelom dosiahnutia svojho cieľa. Ďalšou oblasťou, ktorou sa budeme v rámci tejto kapitoly zaoberať sú olympijské hry. Ich charakteristiku začneme krátkym prehľadom modernej histórie, vymedzením najpodstatnejších udalostí z olympiády v Londýne spolu s charakteristikou olympijských domov, ktoré sa „spájajú s týmto podujatím už celé desaťročia.“¹

1.1 Kultúrna diplomacia

1.1.1 Základné koncepty

Po hĺbkovej analýze viacerých publikácií sme dospeli k názoru, že pojem kultúrna diplomacia je charakterizovaný najmä v zahraničnej literatúre. Definície väčšiny autorov sa navzájom zhodujú v hlavnej myšlienke, čo je možné chápať pod pojmom kultúrna diplomacia, odlišujú sa len v špecifikácii vymedzujúcej, prostredníctvom čoho je možné ju šíriť a za akým účelom. Lucian Jora vo svojej práci „*New Practices and Trends in Cultural Diplomacy*“ definuje kultúrnu diplomáciu ako špecifickú formu diplomacie, ktorá je verejnou komunikáciou zahraničnej politiky a používa na to metódy z rôznych sociálnych sfér. Okrem tejto definície však uvádza aj špecifickú podmienku, že kultúrnu diplomáciu môžeme chápať ako formu „diplomacie“ v jej striktnom vymedzení len vtedy, ak je riadená štátom a má inštitucionálny charakter.² Marta Osojnik pristúpila k definícii kultúrnej diplomacie rozdelením pojmu na dve časti a ich samotné definovanie, čo podľa autorky umožňuje lepšie pochopiť vzájomné prepojenie týchto dvoch pojmov. Na

¹ Slovenský dom je v Londýne našou výkladnou skriňou. In: *Športky.sk* [online] [cit. 18.03.2014]. Dostupné na internete: <http://sportky.topky.sk/c/90891/>.

² JORA, L. *New Practises And Trends In Cultural Diplomacy*. . [s.l.]: [s.n.], 2013. Originálny text: „...but it is normally accepted as kind of “Diplomacy” in the strict meaning of the term as far as it remains bounded by governance and keeps its instrumental nature.“

definovanie kultúry použila definíciu Texas A&M University, ktorá kultúru definuje ako „*kumulatívny vklad vedomostí, skúseností, hodnôt, postojov, významov, hierarchie, náboženstva, vnímania času, rolí, priestorových vzťahov, predstáv o vesmíre a materiálnych objektov a bohatstva získaného skupinou ľudí v priebehu generácií prostredníctvom individuálnych a kolektívnych snáh.*“³ Na definovanie diplomacie používa definíciu z American Heritage Dictionary. Diplomacia je „*umenie alebo prax vykonávania medzinárodných vzťahov, ako pri vyjednávaní o spojeníctve, zmluvách a dohodách, [zároveň je to] takt a zručnosť pri jednaní s ľuďmi.*“⁴ Po definovaní týchto pojmov pristúpila k definovaniu kultúrnej diplomacie. „Kultúrna diplomacia nemá nič spoločné s diplomaciou, ktorá sa používa pri vysvetľovaní vzťahov medzi diplomatmi a politickými predstaviteľmi, ale skôr vychádza z toho, že vysvetľuje rôzne spôsoby kultúrnej výmeny, keď sa snažia napríklad vyjednávať o zmluvách, vytvoriť aliance, alebo dosiahnuť lepšie porozumenie.“⁵ Cynthia P. Schneider vo svojej práci *Cultural Diplomacy for the 21st Century: Empowering Local Voices* podotýka, že klasická definícia Milтона Cummingsa by mala byť aktualizovaná o nové „osvedčené postupy“ dnešného sveta 24/7 komunikácie a sociálnych médií.⁶ Jednou z najkomplexnejších definícií, ktorú sme pri našom skúmaní našli, je definícia Inštitútu pre kultúrnu diplomáciu (Institute for Cultural Diplomacy), kde ju Dr. Emil Constantinescu, prezident akadémie, definuje „ako súbor akcií, ktoré sú založené na výmene nápadov, hodnôt, tradícií a iných kultúrnych aspektov, respektíve identity za účelom upevnenia vzťahov, zlepšenia socio-kultúrnej spolupráce alebo prezentovania národných záujmov.“⁷ Pre účely našej práce budeme chápať kultúrnu diplomáciu v tej najkomplexnejšej forme a budeme vychádzať práve z definície Dr. Emila Constantinescu.

Lucian Jora vo svojej práci upozorňuje na dve chybné interpretácie respektíve prepojenia kultúrnej diplomacie s kultúrnou propagandou a s brandingom. Je tam však zásadný rozdiel. Propagandou sa totiž stáva len v tom prípade ak prezentovanie kultúry

³ OSOJNIK, M. Cultural Diplomacy and the European Union: Key Characters and Historical Development. . [cit. 11.01.2013]. Dostupné na internete: <http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/cd-eu.pdf>.

⁴ OSOJNIK, M. Cultural Diplomacy and the European Union: Key Characters and Historical Development [online]. [cit. 11.01.2013]. Dostupné na internete: <http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/cd-eu.pdf>. In: <<http://www.answers.com/topic/diplomacy>>

⁵ OSOJNIK, M. Cultural Diplomacy and the European Union: Key Characters and Historical Development [online]. [cit. 11.01.2013]. Dostupné na internete: <http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/cd-eu.pdf>.

⁶ Cynthia P. Schneider: Cultural Diplomacy for the 21st Century: Empowering Local Voices. In: [cit. 31.10.2013]. Dostupné na internete: http://www.huffingtonpost.com/cynthia-p-schneider/cultural-diplomacy_b_1290487.html.

⁷ culturaldiplomacy.org | About Cultural Diplomacy | Institute for Cultural Diplomacy. In: [cit. 31.10.2013]. Dostupné na internete: http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy.

slúži na dosiahnutie určitých politických cieľov. V prípade brandingu ide o to, že Branding, na rozdiel od kultúrnej diplomacie, ktorá sa snaží prezentovať krajinu komplexne a z viacerých aspektov, rozčleňuje (schematize) krajinu, aby vytvoril lukratívny produkt pre komerčné účely.⁸

Ako sme spomenuli v úvode kultúrna diplomacia je súčasťou mäkkej moci (*soft power*) štátu. Autorom tejto koncepcie je profesor Harvard Kennedy School Joseph Nye, ktorý hovorí, že mäkká moc štátu spočíva v troch základných zdrojoch a to sú jeho kultúra, jeho politické hodnoty a jeho zahraničná politika.⁹ Výhodou tohto konceptu je, že štát má šancu skôr dosiahnuť to, čo si stanovil, než keby zvolil formu nátlaku či použil moc peňazí. Je to preto, že tento koncept tak ako aj kultúrna diplomacia spočíva v tom, že sa snaží vzbudiť záujem a vzájomné porozumenie, čo následne uľahčuje presadzovanie svojich záujmov.

Ako môžeme vidieť jedná sa o komplexný pojem, ktorý v sebe zahŕňa množstvo prvkov a preto je dôležité si ich zosumarizovať, aby sme na niečo nezabudli. Kultúrna diplomacia je teda určitá forma diplomacie, ktorá nie je záväzne len v rukách štátov a často sú za jej organizáciu zodpovední občania, respektíve rôzne združenia. Jej hlavnou náplňou, tak ako vyplýva z názvu, je kultúra, čo v praxi znamená využívať všetko, čo nám kultúra ponúka na nadviazanie kontaktov, respektíve ich udržiavanie bez potreby použitia sily.

Preto je prekvapivé, a potvrdzuje to aj Sofia Kitsou, keď vo svojej publikácii napísala, že „kultúrna diplomacia, predstavuje jednu formu diplomacie, ktorá doteraz nebola plne využitá pri zlepšovaní diplomatických vzťahov aj napriek tomu, že by mohla slúžiť ako „linking bridge“ pre ich zlepšenie. Tvrdí, že bola podceňovaná, ak nie dokonca až zanedbaná.“¹⁰ Bolo to preto, že z historického hľadiska štáty radšej preferovali nástroje mocenského charakteru, lebo mali pocit, že tak rýchlejšie docielia čo potrebujú. Čiastočná zmena nastala počas vojny.

1.1.2 Historický vývoj

Milan Kurutz vo svojej práci Kultúrna dimenzia diplomacie tvrdí, že „vznik kultúrnej diplomacie je vo veľkej miere súčasťou zmien v diplomacii vyvolaných novými tendenciami v medzinárodných vzťahoch. [navyše] v druhej polovici 20. storočia sa čoraz

⁸ JORA, New Practises And Trends In Cultural Diplomacy.

⁹ APPEL RONIT et al. An Important but Neglected Tool in Promoting Israel's Public Image. . [s.l.]: [s.n.], 2008.

¹⁰ KITSOU, S. The Power of Culture in Diplomacy: The case of U.S. Cultural diplomacy in France and Germany. . [cit. 03.10.2011]. Dostupné na internete: http://www.exchangediplomacy.com/wp-content/uploads/2011/10/3.-Sofia-Kitsou_The-Power-of-Culture-in-Diplomacy-The-Case-of-U.S.-Cultural-Diplomacy-in-France-and-Germany.pdf.

viac dostáva do popredia potreba obracať sa na verejnosť, [a] získať [si] ju pre tie či oné kroky zahraničnej politiky.“¹¹ Nie je to však úplne tak, moderná kultúrna diplomacia, sa začala vyvíjať už na prelome 19. a 20. storočia. Vznikli dva rôzne prúdy, ktoré sa navzájom odlišovali názorom na zapojenosť štátu v procese jej formovania.

Priekopníkom v Európe sa stalo Francúzsko. Ako prvý sa začal venovať prezentácii zahraničia ich súkromný sektor. Jedným z najznámejších projektov je *Alliance Française*, ktorá bola založená v roku 1883. Jej hlavným cieľom bolo prezentovať zahraničiu francúzsky jazyk a kultúru. Ako jednu z najperspektívnejších krajín pre realizáciu svojich záujmov videli Spojené štáty americké, preto sa tam rozhodli expandovať a do roku 1900 vybudovali pobočky v ôsmich amerických mestách (San Francisco, Boston, Los Angeles, Texas, Chicago, Denver, Brooklyn a New York). Tento počet sa následne v priebehu 14 rokov rozrástol o ďalších 150 pobočiek. To, že toto rozhodnutie bolo správne, dokladuje aj viac ako 25 000 členov, ktorých v USA získali do 1904. K prepojeniu s verejným sektorom prišlo v 1910, keď boli na Ministerstve zahraničia vytvorené Úrad pre školy (Bureau for Schools) a Francúzske nadácie v zahraničí (French Foundations Abroad), ktoré mali za úlohu šírenie jazyka a literatúry.

Ďalšou európskou krajinou, ktorá vytvorila špeciálnu divíziu pre kultúrne záležitosti na svojom ministerstve zahraničia bolo Nemecko v roku 1921. Už v predvojnovom období však vláda aktívne podporovala vytváranie nemeckých škôl a knižníc a okrem toho poskytovala pomocnú ruku aj pri vytváraní systému verejného vzdelávania v Číne, Japonsku, Južnej Afrike a v Turecku. Podobný vývoj ako vo Francúzsku môžeme zaznamenať aj vo Veľkej Británii, kde bol v roku 1926 vytvorený British Institute a až následne v roku 1935 so vznikom British Council došlo k prepojeniu s vládou. Tak ako sme už skôr spomenuli toto prepojenie je nepriame, čiže British Council má byť ako prienik štátnych a súkromných záujmov. To, že v tejto činnosti nezaostával ani Sovietsky zväz, dokazuje vytvorenie Celo-únie, spoločenstva pre kultúrne styky so zahraničím (VOKS) už v roku 1925 ako nástroj svojej zahraničnej politiky. Vývoj v USA je mierne odlišný od európskeho modelu.

Je to spôsobené diferencovaným vnímaním pozície štátu pri prezentácii kultúry krajiny. My Európania sme historicky ochotnejší rešpektovať moc a preto nám neprekáža prepojenie tejto oblasti na štát. V USA je to vnímané prevažne negatívne. Ide najmä

¹¹ KURUTZ, M. 2007. Kultúrna dimenzia diplomacie. In: *Zahraničná politika a diplomacia Slovenskej republiky v kontexte európskej integrácie*. p. 63

o obavy kultúrnych predstaviteľov, že by to mohlo byť vnímané ako propaganda respektíve nechcú, aby boli ich vystúpenia používané na politické účely. V súkromnom sektore sa snaha o prezentáciu Ameriky rozbehla v roku 1867 vznikom Smithsonian Institution, ktorý sa stal oficiálnym centrom pre výmenu literatúry a vládnych dokumentov. Pri prezentácii sa začal používať pojem „*Americanization*,“¹² ako synonymum priemyselného pokroku. Počas prvej svetovej vojny nastala radikálna zmena, keď boli vytvorené dve štátne organizácie Komisia pre verejné informácie a komisia Creel, ale vďaka zvyšovaniu nedôvery a podozreniam z propagandy Kongres pristúpil k ich zatvoreniu. Aj v USA začali šíriť svoju kultúru najmä prostredníctvom podpory zahraničných výmen a budovania škôl v zahraničí. Priekupníkom v tejto oblasti bola Rockefeller Foundation, ktorá vybudovala sieť škôl v Číne. Pre zlepšenie koordinácie a spolupráce medzi jednotlivými súkromnými inštitúciami boli zriadené Inštitút pre medzinárodné vzdelávanie v 1919 a Divízia pre kultúrne vzťahy v 1938. Druhá menovaná sa snažila o koordináciu aktivít a stanovenie stratégie, na ktorej formovaní sa podieľali poradenské komisie zložené zo zástupcov súkromných inštitúcií. Ich predstava bola taká, že vláda poskytne kapitál, ale nebude sa podieľať na riadení. Počas druhej svetovej vojny a studenej vojny sa význam kultúrnej diplomacie pre štát ešte zvýšil a začali ju používať na vojenské účely ako jeden z nástrojov ovplyvňovania verejnej mienky (reinkarnácia komisie Creel). V 1943 došlo k vytvoreniu kultúrnych atašé v 1946 sa pre zmenu podieľali na vytvorení UNESCO a kultúrnu diplomáciu využili aj pri implementácii Maršalovho plánu.¹³ Aj napriek skepticizmu Kongresu o úspešnosti kultúrnej diplomacie bola masívne využívaná aj v priebehu Studenej vojny.

Bola to jedna zo sfér, kde mohli medzi sebou súperiť tieto dva bloky. Išlo o to, že práve kultúra umožnila západnému bloku, samozrejme najmä USA, svojím prostredníctvom prezentovať hodnoty slobody, otvorenosti a politického progresu ľuďom zo Sovietskeho bloku. András Szántó, ktorý v tom čase vyrastal v Budapešti a tiež bol naplno očarený americkou a západnou kultúrou, hovorí, že až neskôr zistil, že to, že sa k nim dostali takéto diela, nebola náhoda, ale zámer USIA (Americká Informačná Agentúra), ktorá do šírenia rôznych kultúrnych podujatí investovala peniaze. Ako ďalej píše vo svojej práci, hlavným zámerom bolo, aby sa tento blok, keď sa začne otvárať

¹² Pojem bol prvýkrát použitý na Paris Universal Exposition vo Francúzsku v 1867

¹³ Cultural Diplomacy in Historical Perspective— From 19th Century World's Fairs to the Cold War. In: [cit. 05.03.2014]. Dostupné na internete: http://www.cceae.umontreal.ca/IMG/pdf/10_Round_Table_2.pdf.

ekonomicky a politicky, podvedome nasmeroval smerom na západ.¹⁴ Potom, ako padol Berlínsky múr, nastáva od roku 1994 opäť prudký úpadok, čo sa prejaví aj v USIA, ktorej činnosť je utlmená a má výrazne znížené príspevky do rozpočtu, čo viedlo k jej úplnému zrušeniu v 1999 a rozdeleniu niektorých z jej funkcií iným organizáciám. András Szántó to vysvetlil vo svojej práci výrokom Francisa Fukuyama „teraz, keď už skončila Studená vojna, oblasť debát o ideológiách je uzavretá, a západná liberálna demokracia zvíťazila. Už neexistuje potreba získavať si nikoho srdcia a mysle.“¹⁵ Bolo to však predčasné vyhlásenie a unáhlený krok.

Vďaka udalostiam z 11. septembra 2001 zistili, že existujú krajiny, ktoré treba brať na vedomie respektíve, ku ktorým treba pristúpiť nanovo, ale s použitím diferencovaných nástrojov. Ďalší problém sa objavil s rastúcim Antiamerikanizmom, ktorý poškodil dovtedy pozitívny obraz USA. Bol spôsobený najmä zlou politikou Georga W. Busha, ktorý schválil aj niektoré opatrenia, ktoré vzbudzovali pohoršenie v očiach ostatných štátov. Antiamerikanizmus dosiahol v Európe svoj vrchol potom, ako USA vstúpilo do vojny s Irakom. Všetky tieto kroky viedli k naštrbeniu nadštandardných vzťahov s odvekými spojencami ako Francúzsko a Nemecko. Opäť sa vynorila otázka dôležitosti kultúrnej diplomacie, lebo si uvedomili, že nemajú inú možnosť ako to napraviť a vylepšiť si svoj negatívny obraz.

Pre názornejšiu demonštráciu z teoretického hľadiska rozoberanej podstaty a významu kultúrnej diplomacie, sme vybrali niekoľko kultúrnych udalostí, ktoré dokázali zmeniť situáciu, ktorá sa z politického hľadiska zdala nemenná. Názorným príkladom boli americkí „jazz ambassadors“, ktorí reprezentovali americkú kultúru v celom svete od Kaira až po koncerty v Sovietskom zväze. Boli všade veľmi vrúčne prijatí, lebo prezentovali kultúru svojimi očami aj s problémami, ktoré sa v nej nachádzali a otvorene spievali aj o kritike politiky. Ďalej udalosťou, ktorá zmiernila napätie medzi USA a Čínou bola „pingpongová diplomacia“ v 1971, keď v apríli, na pozvanie čínskych hráčov, prekročili hranice Američania prvýkrát od roku 1949. Táto udalosť predchádzala slávnej Nixonovej návšteve Pekingu v 1972. Významným sa stalo aj pristátie len 18 ročného Mathiasa Rusta na Červenom námestí v máji 1987. Mathias bol zo Západného Nemecka a rozhodol sa, že z Fínska preletí neozbrojený do Moskvy, aby vytvoril „imaginárny most“

¹⁴ SZÁNTÓ, A. Cultural Diplomacy. In: . Dostupné na internete: <http://textus.diplomacy.edu/textusBin/BViewers/oview/culturaldiplomacy/oview.asp?FilterTopic=%2F38142>

¹⁵ SZÁNTÓ, Cultural Diplomacy [online]. . Dostupné na internete: <http://textus.diplomacy.edu/textusBin/BViewers/oview/culturaldiplomacy/oview.asp?FilterTopic=%2F38142>

cez Železnú oponu. Dva mesiace po tomto lete podpísali ruskí a americkí predstavitelia **dohodu o zákaze nukleárnych rakiet stredného doletu v Európe**. Len dva roky od tejto udalosti vzbudila pozornosť „Baltická reťaz.“ Bol to prejav vzájomnej solidarity a zároveň pripomienka 50. výročia Molotov-Ribbentrop pakt, ktorý baltské štáty zaradil pod vplyv Sovietskej zväzu. Výsledky sa dostavili už o necelý rok Michajl Gorbačov podpísal dokument, ktorým zrušil platnosť Molotov-Ribbentrop pakt a navyše Litva sa stala prvou republikou, ktorá vyhlásila nezávislosť od Sovietskeho zväzu. Po páde opony sa to však ani zďaleka nekončí.

Asi najznámejším prejavom fungovania kultúrnej diplomacie je projekt medzinárodnej vesmírnej stanice ISS¹⁶, ktorá dokázala spojiť vesmírne agentúry zo 16 krajín sveta. Projekt bol zaujímavý už od začiatku, lebo modul Zarya bol financovaný Američanmi, ale postavený v Rusku. Sila masy sa prejavila aj v 2003, keď združenie Ženy v mieri (Women in Peace) zorganizovali v Libérii mesačný protest za mier, ktorého sa zúčastnili tisícky žien z rôznych spoločenských vrstiev, s rôznym vierovyznaním, vekom a spoločenským postavením. Práve táto udalosť prinútila prezidenta Charlesa Taylora zúčastniť sa mierových rokovaní v Ghane. Na priebeh rokovania medzi prezidentom a rebelmi „dohliadala“ aj skupinka žien vyslaných z Libérie. Vo svojom boji za mier používali nátlak na obe strany až do momentu podpísania mierovej dohody. Okrem toho, že pomohli k mieru v Libérii, pomohli zlepšiť vzťahy medzi jednotlivými vrstvami spoločnosti, čím si v 2011 vyslúžili Nobelovu cenu za mier. Ďalšou zaujímavou iniciatívou je projekt Battery Dance Company Dancing to Connect, ktorého hlavným cieľom je zbližovať mladých ľudí z oboch strán konfliktu, aby sa prostredníctvom rôznych workshopov podporovali teambuilding a rozvoj kreativity. Do projektu je aktuálne zapojených 26 krajín a za najväčší úspech sa považuje rok 2011, keď sa podarilo spolu spojiť Izraelov a Palestínčanov.¹⁷ Toto je len malé percento akcií, ktoré nám mohli ukázať silu, ktorú môže mať kultúrna diplomacia. Ako sme mali šancu sledovať výsledný efekt záleží od sily osobnosti, ktorá túto diplomaciu vykonáva.

1.1.3 Aktéri kultúrnej diplomacie

To ako je realizovaná kultúrna diplomacia v jednotlivých krajinách záleží na viacerých faktoroch, ako sú napríklad tradície zahraničnej politiky, vzťahy/prepojenie

¹⁶ Projekt sa začal 20 novembra 1998 a jej vybudovanie bolo politicky najkomplexnejším vesmírno-výskumným programom histórie. Momentálne má permanentnú osádku 6 astronautov, ktorí sa venujú výskumu v oblasti života na zemi a skúmaniu vesmíru.

¹⁷ ICD - Academy for cultural diplomacy | Historical Acts of Cultural Diplomacy. In: [cit. 05.03.2014]. Dostupné na internete: http://www.culturaldiplomacy.org/academy/index.php?en_historical-acts-of-cd.

kultúry a štátu resp. politika medzirezortných vzťahov. Riadenie prostredníctvom **kultúrnych inštitútov** je najpoužívanější forma vo väčšine členských štátov EÚ. Existujú dve rôzne formy, ktoré sa od seba odlišujú svojím prepojením so štátom. To znamená, že buď sú **bezprostredne riadené štátom**, alebo sú **verejnoprávnymi inštitúciami**, v ktorých je vplyv štátu sprostredkovaný.

Prvý model sa používa napríklad vo Francúzsku, Rakúsku, v Slovenskej republike, Českej republike a Maďarsku. No aj v rámci týchto krajín existujú určité rozdiely týkajúce sa predovšetkým druhu ministerstva, do kompetencie ktorého patria tieto inštitúty. Vo Francúzsku kultúrnu diplomáciu a jej inštitúcie riadi ministerstvo kultúry v koordinácii s ministerstvom zahraničných vecí, zatiaľ čo v Slovenskej republike, Rakúsku, a v Českej republike spadá táto sféra do kompetencie ministerstiev zahraničných vecí. V prípade Maďarska patrí táto oblasť do pôsobnosti ministerstva školstva a kultúry.

Typickými predstaviteľmi druhej kategórie sú British Council a Goetheho inštitút, ale aj medzi nimi existujú určité rozdiely, čo sa týka formy vplyvu štátu. British Council je neziskovou organizáciou, ktorá funguje mimo štátnej správy, čo pokrýva aj diplomatické misie, ale na druhú stranu je financovaný zo zdrojov britského ministerstva zahraničných vecí. Goetheho inštitút, taktiež pôsobí ako neziskové združenie mimo štruktúr ministerstva zahraničných vecí. Ministerstvo zahraničných vecí môže v určitých momentoch ovplyvňovať túto inštitúciu. Prvou sférou vplyvu je skutočnosť, že správna rada môže byť menovaná len s jeho súhlasom a navyše má aj právo na základe politických dôvodov požiadať inštitút o realizáciu alebo zrušenie určitých podujatí.¹⁸ V konečnom dôsledku nezáleží ani tak na modeli riadenia inštitútov ako skôr na tom, či inštitúty fungujú naplno a plnia si svoju funkciu.

Najdôležitejším článkom kultúrnej diplomacie zabezpečujúcim funkčnosť celého systému z pohľadu jej aktérov (kultúrnych inštitútov) sú ľudia, či sa jedná o umelcov, vedcov, učiteľov, alebo mladých ľudí a študentov. Práve oni sú totiž tí, ktorí prezentujú kultúru štátu v zahraničí prostredníctvom rôznych nástrojov, ktorými disponuje táto forma diplomacie. „Výhodou kultúrnych programov je skutočnosť, že sú realizované bežnými občanmi a nie vládnymi predstaviteľmi. Verejnosť je skôr ochotná akceptovať, či osvojiť si názory umelcov, aj keď by nesúhlasila s politickým riadením štátu, z ktorého umelci pochádzajú. Umelci sú považovaní za predstaviteľov bežnej spoločnosti a nie za reprezentantov vlády, čo môže dopomôcť k lepšiemu spoznaniu danej krajiny

¹⁸ KURUCZ, Kultúrna dimenzia diplomacie. s.67-68

prostredníctvom jej kultúry.“¹⁹ Kultúrne programy sú jedným z možných nástrojov, ktoré má kultúrna diplomacia k dispozícii.

1.1.4 Funkcie a nástroje kultúrnej diplomacie

Po preštudovaní prác viacerých autorov môžeme konštatovať, že autori rozdeľujú nástroje kultúrnej diplomacie do určitých skupín. Podkladom pre spracovanie tejto témy nám bolo rozdelenie Erika Pajtinku, ktorý sa zaoberá touto problematikou vo svojej práci *Diplomatické misie a ich funkcie v podmienkach globalizácie*²⁰ a za hlavné skupiny nástrojov považuje podporu šírenia národnej kultúry, podporu šírenia jazyka, politicko-legislatívnu funkciu a podporu krajanskej komunity.

Prvou skupinou nástrojov je **podpora šírenia národnej kultúry**, ktorá v sebe zahŕňa dva typy činností a to informačno-propagačné a organizačno-asistenčné. Podstata informačno-propagačnej činnosti spočíva v tom, že diplomati sú priamo poverení šírením a propagáciou kultúrnych hodnôt. Naopak, ako už z názvu vyplýva, v prípade organizačno-asistenčnej činnosti sú diplomati len „manažérmi“ kultúrnych aktivít, čo v praxi znamená, že poskytujú pomoc a podporu subjektom, ktoré šíria kultúru. Ďalšou dôležitou skupinou sú nástroje na **podporu šírenia jazyka**. Tak ako v predchádzajúcom prípade aj tu rozlišujeme priamy a nepriamy model podpory rozvoja tejto aktivity. K priamym nástrojom patrí organizovanie jazykových kurzov pre občanov prijímajúceho štátu priamo ambasádou. Nepriamou cestou je poskytovanie podpory a pomoci miestnym vzdelávacím inštitúciám, najmä školám, na ktorých sa príslušný jazyk vyučuje, a to či už vo forme sprostredkovania lektorov, alebo pomoci a asistencii pri zabezpečovaní učebných pomôcok. Ďalšou skupinou sú nástroje vyplývajúce z **politicko-legislatívnej funkcie**. Táto funkcia v sebe zahŕňa participáciu diplomatických zástupcov na príprave a prerokovávaní medzinárodných zmlúv a dohôd upravujúcich rozličné aspekty kultúrnych vzťahov medzi štátmi. Okrem aktívnej participácie vykonávajú aj potrebný dohľad nad dodržiavaním týchto zmlúv a dohôd. Pri výkone svojej funkcie nesmú zabúdať ani na **podporovanie krajanskej komunity**. Diplomati majú niekoľko možností, ako môžu upevňovať vzťahy s komunitou, buď sa zúčastňujú na nimi organizovaných akciách, alebo sú koordinátormi poskytovania finančnej pomoci. Pomoc sa rozvíja v dvoch smeroch. Na jednej strane poskytovanie relevantných informácií o možnostiach jej čerpania a následne kontrola a dohľad nad jej čerpaním.

¹⁹ APPEL RONIT et al., An Important but Neglected Tool in Promoting Israel's Public Image. s.16

²⁰ PAJTINKA, R. 2011. Diplomatické misie a ich funkcie v podmienkach globalizácie. In: *Diplomacia v ére globalizácie.*, p. 51-52.

Funkciou kultúrnej diplomacie je snaha vytvoriť porozumenie, ktoré zborí stereotypy a zmení prístup jednotlivých krajín.²¹ Aby sme však bolo možné dosiahnuť potrebné ciele, je potrebné ju rozvíjať formou obojstrannej komunikácie. Čo v praxi znamená, že by nemala byť využívaná len na prezentovanie imidžu a hodnôt vlastnej krajiny, ale aj na získavanie informácií o ostatných krajinách, ktoré by umožnili lepšie pochopiť ich kultúru, hodnoty a imidž. Práve k tomuto účelu sú vhodným nástrojom kultúrne programy, ktoré sa, ako sme už spomenuli skôr, zameriavajú na rôzne oblasti. Podrobnejšiemu deleniu týchto programov sa venuje aj Ronit Appel so svojimi spoluautormi, ktorí pokladajú práve vzdelávanie za tú najdôležitejšiu súčasť kultúrnej výmeny. Mnohé krajiny preto zapracovali do svojich študijných plánov predmety, ktoré študentov bližšie oboznamujú s rozdielmi existujúcimi vo svete pre lepšie pochopenie kultúry a zmýšľania ľudí iných krajín.

Ďalším veľmi často využívaným prostriedkom sú výmenné programy rôzneho charakteru, ktoré umožňujú študentom stráviť určitú časť svojho štúdia v zahraničí. Dôležitosť takýchto pobytov si uvedomuje aj EÚ, čo dokazuje aj snaha v prvom rade zvýšiť počet študentov, ktorí takúto výmenu absolvujú a taktiež rozšíriť ponúkané možnosti. Preto došlo v roku 2014 k prepracovaniu programu ERASMUS a predstaveniu nového programu ERASMUS +. Podstatnou zmenou oproti predošlému nastaveniu je umožnenie študentom vycestovať do zahraničia raz vrámci každého stupňa štúdia a nie len raz za celé štúdium, ako to platilo doteraz. Výhodou zahraničných pobytov, podľa mojej osobnej skúsenosti, je predovšetkým priamy kontakt s ľuďmi, ich kultúrou, zvykmi, osobitosťami. Práve zdieľanie toho bežného života, spoločné prežívanie problémov a radostí, ktoré sa v oficiálnych správach nenachádzajú, umožní človeku preniknúť hlbšie do tajov kultúry a lepšie spoznať ľudí, ktorí tam žijú. Je to zároveň dobrá investícia do budúcnosti, pretože poznanie krajiny, jej ľudí a kultúry, tiež vytvorená pozitívna väzba, množstvo kontaktov predstavuje určitú konkurenčnú výhodu. Ak sa z nás raz stanú významné osobnosti či už u nás doma, alebo na medzinárodnom poli, s veľkou pravdepodobnosťou budeme lepšie chápať a dokážeme účinnejšie komunikovať s krajinou, ktorú poznáme, a v ktorej už máme vytvorené aj určité zázemie.²²

²¹ OSOJNIK, Cultural Diplomacy and the European Union: Key Characters and Historical Development [online]. [cit. 11.01.2013]. Dostupné na internete: <http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/cd-eu.pdf>. Originálny text: „...the ability to produce understanding (among those who form the EU) that goes beyond stereotyped images and to mould perceptions in a favorable way...“

²² APPEL RONIT et al., An Important but Neglected Tool in Promoting Israel's Public Image.

Demonštrovať náš záujem o určitú krajinu a jej obyvateľov môžeme aj tak, že sa naučíme jej jazyk. To, že poznáme jazyk toho ktorého štátu, nám umožňuje ho spoznať z úplne iného pohľadu a výrazne komplexnejšie. Ľudia sú k nám viac otvorení, milší a s radosťou nám poodhalia detailnejšie aj iné aspekty svojho života, ktoré bývajú za iných okolností skryté. Okrem tohto sa medzi nami skôr vytvoria vzájomné väzby a rýchlejšie si môžeme vybudovať vzájomnú dôveru. Dôležitosť ovládania cudzích jazykov si uvedomoval aj George W. Bush, keď povedal, že “Učenie sa jazyka...je určité gesto. Je to prejav záujmu. Je to naozaj jedinečná možnosť, ako sa k niekomu priblížiť a povedať, že mi na vás záleží. Chceme, aby ste vedeli, že ma zaujíma nie len to, ako rozprávate, ale aj ako žijete.”²³ Môžem to potvrdiť aj z vlastných skúseností, lebo som pracoval so zahraničnými študentmi, ktorí študovali na našej univerzite a všetci sme si nesmierne vážili, ak sa snažili rozprávať po slovensky a bolo na nich vidieť, že naozaj majú záujem sa ten jazyk naučiť. Aj vďaka tomu sa medzi nami vytvorila pevnejšia väzba a boli sme k sebe otvorenejší. Podobná situácia nastala aj vtedy, keď som prišiel do Španielska a dokázal som sa s nimi rozprávať v ich rodnom jazyku. Pomohlo to k prelomeniu ľadov a k utuženiu a zintenzívneniu našich vzťahov.

Sir Anthony Parsons, významný britský diplomat, posunul využitie znalosti nejakého cudzieho jazyka navyše aj do ekonomickej roviny. Povedal „je nad slnko jasnejšie, že ak ovládame niečiu reč, sme oboznámený s jeho literatúrou, poznáme a obdivujeme jeho krajinu, mestá, umenie a ľudí, budeme inštinktívne preferovať, za predpokladu rovnocennosti ostatných faktorov, kúpu produktov od neho než od iného menej známeho zdroja. [Navyše] v prípade, že s ním súhlasíme, budeme ho aktívne podporovať respektíve, v prípade nesúhlasu sa bude snažiť o zmiernenie trestu.”²⁴ Nie sú to však len záujmy štátov, ktoré môže kultúrna diplomacia ovplyvniť. Dokáže pritiahnuť pozornosť významných hráčov na medzinárodnom poli, ktorí sa nedajú zastihnúť inou formou diplomacie, ako sú napríklad podnikatelia a investori. Spoznanie krajiny môže viesť k rozhodnutiu o investovaní v danej krajine. Samozrejme nejde len o samotné rozhodnutie investovať. Poznanie krajiny má oveľa hlbší význam pre efektívnosť investície, dĺžku a úspešnosť podnikania v danej krajine. Prieskum trhu, poznanie jeho

²³ APPEL RONIT et al., An Important but Neglected Tool in Promoting Israel's Public Image, IN: Committee for Economic Development, op. cit., p. 16

²⁴ KITSOU, The Power of Culture in Diplomacy: The case of U.S. Cultural diplomacy in France and Germany [online]. [cit. 03.10.2011]. Dostupné na internete: http://www.exchangediplomacy.com/wp-content/uploads/2011/10/3.-Sofia-Kitsou_The-Power-of-Culture-in-Diplomacy-The-Case-of-U.S.-Cultural-Diplomacy-in-France-and-Germany.pdf, IN: Anthony Parsons as quoted in Martin Davidson, “#e British Council in China: cultural relations between the UK and China,” <http://www.britishcouncil>.

špecifik a preferencii vrátane tých kultúrnych, umožňuje zvoliť vhodnú stratégiu rozvoja podnikania, ktorá za predpokladu prospešnosti pre obe strany, vedie k možnému úspechu zahraničného investora, podnikateľa na trhu tej ktorej krajiny.

Pre skutočné spoznanie krajiny, nepostačuje pochopenie kultúrnych rozmerov, ale vyžaduje sa aj oboznámenie sa s právom a právnym systémom. To umožní vyhodnotiť vzniknuté prípady, problémy, či rozpory z pohľadu právneho systému danej krajiny a nie na základe svojho právneho systému. Čo môže v konečnom dôsledku dopomôcť k zvýšeniu dôvery v očiach ostatných štátov a zároveň to môžeme považovať za nákladovo efektívnejší spôsob konania a spoločensky zodpovednejší spôsob správania sa. Na druhú stranu môže poznanie právneho systému a politických smerovaní viesť k snahe o zmeny v určitom štáte, ak nie je možné súhlasiť s jeho politikou. Predovšetkým ide o snahu šíriť demokraciu. Treba si však uvedomiť, že tento proces môže fungovať len vtedy, ak je prispôsobený politickému a kultúrnemu fungovaniu tej, ktorej krajiny a spĺňa lokálne potreby respektíve záujmy. Na demonštráciu použila Cynthia P. Schneider výrok afganského ministra pre vyššie vzdelanie, ktorý povedal na konferencii o prestavbe Afganistanu na Univerzite v Goergetowne. „Ak naozaj chcete podporovať demokraciu a bojovať proti terorizmu pošlite nám 25 000 anglických učiteľov.“ Angličtina je totiž jazykom príležitostí, vedy a technik, práva, medicíny, podnikania, literatúry a poskytuje všeobecný kľúč na pochopenie iných kultúr.²⁵

Nový fenomén, s ktorým je potrebné sa vysporiadať je multilateralizmus čo znamená, že pre úspešnú kultúrnu diplomáciu v globálnom merítku je potrebné zintenzívniť interkultúrny dialóg, ktorý v sebe zahŕňa aj zvýšenú mieru vzájomnej interakcie. V modernej dobe by tomu mohli napomôcť moderné komunikačné prostriedky. Vďaka nim dokážeme rýchlejšie a efektívnejšie komunikovať so zahraničím, respektíve sa dokážeme presnejšie zamerať na cieľovú skupinu, ktorú chceme jej prostredníctvom osloviť, respektíve na ktorú chceme určitým spôsobom vplývať. Oproti minulosti treba zmeniť aj spôsob vykonávania kultúrnej diplomacie. Lucia Jora na záver svojej práce *New Practises And Trends In Cultural Diplomacy* sformulovala nové prístupy ku kultúrnym vzťahom, ktoré zahŕňajú niekoľko trendov: od podujatí k projektom, od bilateralizmu k multilateralizmu, od prezentácie ku kooperácii, od produktov k procesu, od jednostranného k obojstrannému, od hovorenia k počúvaniu, od sebaaprezentovania

²⁵ Cynthia P. Schneider: Cultural Diplomacy for the 21st Century: Empowering Local Voices [online]. [cit. 31.10.2013]. Dostupné na internete: http://www.huffingtonpost.com/cynthia-p-schneider/cultural-diplomacy_b_1290487.html.

k prezentovaniu hodnôt a nakoniec, hlavné smerovanie, od predávania imidžu ku jeho komunikovaniu prostredníctvom kultúrnych hodnôt a postojov. Treba sa však pozrieť na to, či a ako sú tieto široké možnosti, ktoré nám kultúrna diplomacia poskytuje, naozaj využívané v praxi zahraničnej politiky jednotlivých štátov. Lebo ako tvrdí Milan Kurucz „kultúrna interakcia tvorí jeden zo základných pilierov ľudského pokroku a humanizmu. Uzavretosť a izolácia vedú k spomaľovaniu vo vývoji a napokon i k celkovému zaostávaniu.“²⁶ Na demonštráciu sme si vybrali Slovenský dom na LOH v Londýne. Predtým než sa dostaneme k jeho detailnej analýze oboznámime sa s olympijskými hrami a s konceptom národných domov na tomto podujatí.

1.2 Olympijské hry

Táto kapitola sa bude zaoberať všeobecnou analýzou objektu skúmania. Predtým, než sa dostaneme k LOH 2012 v Londýne, je potrebné oboznámiť sa vo všeobecnosti s touto udalosťou celosvetového významu. Kedy vznikli moderné olympijské hry, kto za tým stál, a aké dôležité míľniky môžeme nájsť v ich evolúcii. Osobitnú pozornosť by sme chceli venovať aj priblíženiu si olympijských domov, ktoré boli zriadené v Londýne, čo nám poslúži ako doplnenie ku komparácii.

1.2.1 História olympijských hier

V priebehu histórie bolo množstvo snáh o obnovenie antických olympijských hier, ale podarilo sa to až Pierovi de Coubertinovi, ktorý mal okrem zánietenia aj sieť kontaktov. Jeho dlhodobé snaženie vyvrcholilo v 1894, keď bol založený Medzinárodný olympijský výbor, ktorý sa rozhodol v roku 1896 zorganizovať prvé moderné hry symbolicky v Aténach. Hry zaznamenali obrovský úspech a tradícia pokračuje dodnes s výnimkou troch hier, ktoré boli zrušené z dôvodu vojen.

Postupom času dochádza k niektorým revolučným zmenám. Jednou z najdôležitejších zmien bolo, že ženám sa povolila účasť v dvoch športových disciplínach (tenis a golf) už na nasledujúcej Olympiáde, ktorá sa konala v Paríži v 1900. Ich postavenie sa postupne vylepšovalo a stále si získavali väčší rešpekt. Olympijské hry sa postupne rozširovali nielen čo do počtu športovcov, ale aj druhov športu. Reakciou na rastúcu popularitu zimných športov bolo ich zaradenie do programu prostredníctvom vytvorenia zimnej varianty olympijských hier. Prvé svojho druhu sa konali v roku 1924 v Chamonix vo Francúzsku a predstavovali akýsi test záujmu verejnosti o takúto formu

²⁶ KURUCZ, Kultúrna dimenzia diplomacie, str. 63

hier. Treba však dodať, že titul prvých zimných olympijských hier im bol udelený až následne, lebo pôvodne boli organizované len ako Medzinárodný týždeň zimných športov. Ďalšou zaujímavosťou je, že do roku 1992 sa tak letné ako zimné olympijské hry organizovali súčasne v jednom roku, kedy došlo k stanoveniu dvojročnej rotácie.²⁷ Okrem rozširovania sa menil aj prístup k športovcom.

V 1932 v Los Angeles organizátori olympijských hier reagovali na sťažnosti, že bývanie športovcov v hoteloch je finančne náročné. Preto bola otvorená prvá olympijská dedina, ktorá však bola určená výlučne pre mužských športovcov. Športovkyne jednak kvôli vtedajšiemu nastaveniu spoločnosti, ale aj kvôli ich vyššiemu komfortu, museli naďalej byť ubytované v hoteloch. Táto situácia sa zmenila až v 1956, keď bola otvorená prvá zmiešaná olympijská dedina.²⁸ Potom, čo sme si v skratke priblížili vývoj spolu s významnými medzníkmi, môžeme sa presunúť do Londýna.

1.2.2 LOH Londýn 2012

Organizáciou XXX. ročníka bol symbolicky tretíkrát v modernej histórii poverený Londýn. Predtým sa mu dostalo tejto pocty v roku 1908 pri piatych a v roku 1948 pri pätnástych hrách. Londýn je zároveň prvým mestom v histórii, ktorému sa podarilo trikrát poraziť konkurenciu pri voľbe miesta pre usporiadanie hier. Naposledy musel bojovať spolu s Madridom, Moskvou, New Yorkom a Parížom. Pričom Paríž bol na začiatku považovaný za najväčšieho favorita, lebo sa o organizáciu uchádzal už po tretíkrát za sebou. Nakoniec sa to aj potvrdilo a o organizátorovi sa rozhodovalo vo štvrtom kole hlasovaním práve medzi týmito dvomi mestami a Londýnu sa podarilo získať o štyri hlasy viac a zvíťazil v pomere 54 ku 50. Poďme sa teraz pozrieť, v čom boli tieto hry výnimočné.

Ako určite mnohí zaznamenali, Londýn použil zaujímavú koncepciu, keďže vytvoril tri hlavné zóny, kde sa odohrávala väčšina športových podujatí. Centrom bola zóna Olympic Park, ktorá bola celá nanovo vybudovaná v oblasti Stratford, v severovýchodnej časti Londýna, kde sa okrem dominánt v podobe Olympijského štadióna a Aquatic centra nachádzala aj Olympijská dedina, ktorá sa po skončení stala novou obytňou štvrťou a pozoruhodným je fakt, že až polovica bytov bola zaradená do kategórie sociálnych bytov. Zvyšné dve zóny, tak centrálna ako riečna, využili už

²⁷ The Modern Olympic Games. . 2007. Dostupné na internete: http://www.olympic.org/Documents/Reports/EN/en_report_668.pdf.

²⁸ The First-Ever Olympic Village Was Built in Los Angeles | History | Departures Columns. In: *KCET* [online] [cit. 14.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.kcet.org/socal/departures/columns/history/the-first-ever-olympic-village-was-built-in-los-angeles.html>.

existujúce športoviská, ktoré boli upravené pre potreby olympiády. Za tento nezvyčajný koncept bol Londýn ocenený už v čase svojej kandidatúry, kedy získal cenu Juana Antonia Smarancha za najinovatívnejší športový projekt.²⁹ Hry však neboli unikátne len po infraštruktúrnej stránke.

Tak ako pred štyrmi rokmi v Pekingu aj v Londýne sa zúčastnili športovci zo všetkých 204 Národných olympijských výborov (NOV), ale čo je dôležitejšie, tak každý z výborov vyslal jednu ženskú reprezentantku a vo výpravách 35 výborov dokonca ženy prevažovali. Toto všetko viedlo k ich rekordnej účasti, keď tvorili 44% zo zúčastnených športovcov. Snahu o rodovú rovnosť podčiarkuje aj fakt, že toto boli historicky prvé hry, kde ženy súťažili vo všetkých športoch, keďže bol do programu zaradený aj ženský box. Keď už sme sa dostali k otázke olympijských športov, tak je potrebné poznamenať, že došlo aj k ďalším zmenám a to vyradeniu baseballu a softballu a preto sa súťažilo len v 26 športoch. V 302 disciplínach sa z aspoň jednej medaily tešilo 85 výprav a 7 z nich získalo medailu vôbec po prvýkrát (Bahrajn, Botswana, Cyprus, Čierna Hora, Gabon, Grenada a Guatemala)³⁰. Túto udalosť sme si však nevybrali kvôli športovým výsledkom a ani kvôli architektúre, ale kvôli tomu, že ide o významnú udalosť, ktorá sa teší celosvetovej pozornosti.

Výnimkou neboli ani tieto hry, ktoré vďaka kombinácii tradičných a internetových médií podľa správy Medzinárodného výboru³¹, mohlo sledovať až 4,8 miliardy obyvateľov na celom svete. V správe sa ďalej uvádza, že podľa NBC sa hry stali v USA najsledovanejším programom histórie. Tieto čísla sa podarilo dosiahnuť vďaka tomu, že Medzinárodný olympijský výbor prvýkrát v histórii ponúkol priame prenosy aj prostredníctvom svojho kanálu na YouTube. Navyše dĺžka celkového vysielania sa takmer zdvojnásobila (100 000 h) v porovnaní so 61 000 hodinami odvysielanými z Olympiády v Pekingu.

Pre účely prezentácie krajiny sú však dôležití aj návštevníci a priami účastníci hier. Na oficiálnej stránke olympijského hnutia sa uvádza, že bolo vykonaných až 20 miliónov

²⁹ LUBOMÍR SOUČEK. Športoviská a ďalšie Olympijské stavby v Londýne. In: *Who is Who* [online]. Slovenský olympijský výbor, 2012. Dostupné na internete: <http://www.olympic.sk/userfiles/files/Publikacie/who-is-who-slovakia-londyn-2012-39982.pdf>.

³⁰ London 2012 facts & figures. Dostupné na internete: http://www.olympic.org/Documents/Reference_documents/Factsheets/London-2012-Fact-Sheet-in-track-FINAL-qc-V3-One-year-on-qc.pdf.

³¹ London 2012 facts & figures [online]. Dostupné na internete: http://www.olympic.org/Documents/Reference_documents/Factsheets/London-2012-Fact-Sheet-in-track-FINAL-qc-V3-One-year-on-qc.pdf.

prehliadkových jázd mestom a podľa oficiálnej správy štatistického úradu³² navštívilo Londýn za účelom hier 420 000 turistov a ďalších 170 000 bolo takých, ktorých primárnym cieľom návštevy Londýna nebola olympiáda, ale kúpili si lístok len na nejakú konkrétnu udalosť. Táto skupina turistov je rovnako dôležitá a venuje sa im zvýšená pozornosť a krajiny si prostredníctvom hier takto budujú či vylepšujú svoj imidž v povedomí širokej verejnosti a snažia sa o prilákanie nových turistov.

1.2.3 Olympijské domy na LOH 2012 v Londýne

Olympijské domy predstavujú ďalšiu možnosť, ako sa jednotlivé krajiny môžu zviditeľniť. Keďže nie sú povinnou „súčasťou“ výpravy, vzniká tu priestor na určitý konkurenčný boj medzi jednotlivými krajinami, napr. pri voľbe čo najlukratívnejšej adresy z dôvodu prestíže. Inak tomu nebolo ani v prípade Londýna, kde bolo podľa slov Zanine Adams³³ spolu otvorených 45 takýchto domov. Vo všeobecnosti fungujú dve rôzne koncepcie, ako krajiny k týmto domom pristupujú. Jedna, menšinová, je taká, že národný dom je priestor na oddych pre športovcov a členov realizačného tímu a príležitostne sa tam konajú prezentácie pre pozvaných hostí, čiže dom je pre verejnosť uzavretý. Druhou používanjšou koncepciou využitia olympijských domov je, že domy sú plne dostupné širokej verejnosti, ktorú sa snažia prilákať organizáciou rôznych koncertov či rôznych veľkolepých party.

1.2.4 Vybrané olympijské domy

V Londýne možno so vzniknutých olympijských domov zaradiť do prvej koncepcie prístupu k ich funkčnosti zaradiť Gruzínsko a Japonsko. Okrem nich môžeme do tejto skupiny zaradiť aj USA, lebo okrem pozvaných hostí mali do domu vstup len ľudia s platným americkým pasom, čiže ani tu nebol dom prístupný širokej verejnosti.

Tendencia spájať národy bola prezentovaná výnimočným projektom nazvaným ako Africký dom, ktorý bol otvorený v Kingstonských záhradách. Unikátnosť spočívala v tom, že pod hlavičkou Asociácie národných olympijských výborov Afriky po prvýkrát spojil dohromady všetkých 53 národných olympijských výborov za účelom spoločnej prezentácie toho najlepšieho z ich kultúry a športu. Naopak, ak to porovnáme s Holandským domom zistíme, že v jeho prípade je situácia zase iná.

³² OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS Overseas Travel and Tourism, August 2012. Dostupné na internete: http://www.ons.gov.uk/ons/dcp171778_282767.pdf.

³³ Člen organizácie London & Partners, ktorá pomáhala národným Olympijským výberom s hľadaním priestorov a poskytovala im kontakty na eventové agentúry

Holandský dom bol totižto vybudovaný v štýle Heineken House už od Olympiády v Barcelone, ktorá sa tam konala v 1992, kde sa tento projekt rozbehol ako jeden zo stánkov. Postupne naberal na popularitu a v súčasnosti tvorí už neoddeliteľnú súčasť prezentácie Holandska. Nápad Heineken House však nevznikol iba pre účely hier, ale tak ako povedal pre the Guardian Ranomi Kromowidjojo „[tieto domy] sú nesmierne populárne v celom Holandsku, a preto ak už sme na Olympiáde určite to treba zažiť.“³⁴ Klasickému modelu prezentácie sa ešte mierne vymykali Rusko, Brazília a Kórea.

Tieto krajiny využili svoje domy aj na prezentáciu nadchádzajúcich olympijských hier, ktoré sa budú u nich konať. Najmasívnejšiu prezentáciu spustilo Rusko, ktoré pre tento účel vytvorilo v Kensington Gardens špeciálny Sochi Park pavilion, kde si návštevníci mohli vychutnať rôzne interaktívne prehliadky a zúčastniť sa vystúpení slávnych ruských krasokorčuliarov na štadióne vybudovanom priamo pre tento účel. Aké znaky teda v súčasnosti v sebe zahŕňajú tieto národné olympijské domy?

Aktuálne trendy sú také, že olympijské domy sa snažia byť čím najbližšie k verejnosti, a preto sú im plne k dispozícii, lebo si plne uvedomujú potenciál verejnosti. Svoj imidž budujú na základe tradície, snažia sa spájať národy pre dosiahnutie spoločného cieľa. Ako fungoval Slovenský olympijský dom?

1.2.5 Slovenský olympijský dom

Slovenský dom³⁵ v Londýne použil špecifickú koncepciu, lebo bol prvýkrát v histórii rozdelený na dve časti. Jedna, ktorá mala sídlo doslova v „srdci Londýna“ v slávnom Institute of Directors³⁶, nebola prístupná verejnosti a konali sa tam akcie iba pre pozvaných hostí. Druhá, ktorá bola nazvaná aj ako „Slovak Meeting Point“, sídlila v neďalekom Sport Cafe a bola plne dostupná verejnosti. Vybudovanie zóny pre verejnosť nemá u nás dlhú tradíciu. Po prvýkrát bola predstavená pred dvoma rokmi na Olympiáde vo Vencouveri, kde zožala veľký úspech nie len v očiach verejnosti, ale pozitívne bola hodnotená aj zahraničnými médiami.³⁷ To, či sa nám aj tento krát podarilo naplno využiť

³⁴ DAVIES, L., ADDLEY, E. Olympic hospitality houses open doors for patriots and promoters. In: *The Guardian* [online]. 2012. [cit. 18.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.theguardian.com/sport/2012/aug/07/olympic-hospitality-houses-patriots-promoters>.

³⁵ Slovensko otvorilo svoj prvý Slovenský dom na Olympiáde v Nagane v 1998, ktorý však v tom čase nebol prístupný verejnosti. In: <<http://sportky.topky.sk/c/90891/slovensky-dom-je-v-londyne-nasou-vykladnou-skrinou>>

³⁶ Budova sa nachádza na 116 Pall Mall a bola postavená v 1828 a podľa slov Andrew Main Wilsona v Londýne patrí k jedným z najslávnejších budov danej doby. In: <http://www.eventmagazine.co.uk/Olympic_Houses/article/1106541/Institute-Directors-HQ-will-Slovak-Olympic-House/>

³⁷ Slovenský dom je v Londýne našou výkladnou skriňou [online]. [cit. 18.03.2014]. Dostupné na internete: <http://sportky.topky.sk/c/90891/>.

ponúknuté možnosti si bližšie rozoberieme v tretej kapitole vo výsledkoch práce. Obsah tretej kapitoly závisí od stanoveného hlavného cieľa, doplneného parciálnymi cieľmi, pričom štruktúra sa odvíja od zvolených metód skúmania. Vymedzeniu cieľov práce, metodiky a metód skúmania je venovaná druhá kapitola.

2 Cieľ práce, metodika a metódy skúmania

Po preštudovaní a zhrnutí teoretických východísk k danej problematike sme zadefinovali k hlavnému cieľu práce parciálne ciele, napĺňaním ktorých budeme schopní splniť stanovený cieľ práce. Pre naplnenie stanovených cieľov je potrebné vymedziť metodiku a špecifikovať metódy skúmania. Kapitola obsahuje ako teoretické vymedzenie metodológie a metód, ktoré sme použili pri vypracovaní teoretického základu práce, tak vymedzenie podstaty vybranej metódy, ktorou je SWOT analýza využitá na analýzu Slovenského domu vo výsledkoch práce.

2.1 Cieľ práce

Cieľom bakalárskej práce je definovať kultúrnu diplomaciu, jej ciele, nástroje a aktérov. V praktickej časti hodnotí Slovenský dom na LOH Londýn 2012, skúma, či išlo o nástroj kultúrnej diplomacie a do akej miery prispel k plneniu cieľov slovenskej kultúrnej diplomacie.

Na splnenie tohto základného cieľa sme si určili parciálne ciele pre teoretickú ako aj praktickú časť, ktorých postupné napĺňanie nás bude viesť k splneniu základného cieľa stanoveného pre celú záverečnú prácu.

Parciálne ciele pre teoretickú časť záverečnej práce:

- vymedzenie problematiky týkajúcej sa diplomacie,
- preskúmanie teoretických poznatkov z oblasti diplomacie so zameraním sa na kultúrnu diplomaciu,
- charakterizovanie cieľ, nástroje a aktérov na úrovni súčasného stavu riešenej problematiky doma a v zahraničí.

Parciálne ciele pre praktickú časť záverečnej práce:

- zhodnotenie Slovenského domu na LOH Londýn 2012 z pohľadu kultúrnej demokracie,
- analýza použitých nástrojov,
- komparácia názorov odbornej verejnosti týkajúce sa pôsobenia Slovenského domu na LOH Londýn 2012 a napĺňania cieľov pôsobeniu,
- formulácia príležitostí a ohrození, ako výstupu externej analýzy pôsobenia Slovenského domu na LOH Londýn 2012,

- formulácia silných a slabých stránok Slovenského domu na LOH Londýn 2012 vychádzajúc z internej analýzy,
- vymedzenie odporúčaní pre budúce využívanie daného nástroja kultúrnej diplomacie v nadväznosti na vypracovanú situačnú SWOT analýzu.

2.2 Metodika práce a metódy skúmania

Na vypracovanie teórie sme použili metódu analýzy literatúry, ktorá umožní vyselektovať potrebné poznatky pre zvolenú problematiku. Pomocou komparácie domácej a zahraničnej literatúry sme sa snažili získať čo najpresnejší obraz o skúmanom objekte. Pri výbere dôležitých historických medzníkov, ktoré sa podarilo dosiahnuť kultúrnej diplomacii, sme sa z množstva možností snažili vyselektovať tie, ktoré by čo najlepšie dokázali charakterizovať silu kultúrnej diplomacie. Pri vypracovaní charakteristiky nášho domu v praktickej časti sme použili metódu prieskumu a metódu tlačových správ agentúr, ktoré sa na jeho organizácii podieľali, ďalej sme použili analýzu domácich a zahraničných médií, ktoré sa problematike národných domov počas Olympiády venovali. Použitím indukcie sme sa následne snažili získať čo najadekvátnejšie podklady pre vypracovanie SWOT analýzy Slovenského domu, vďaka ktorej je najlepšie možné popísať a zhodnotiť jeho pôsobenie a prognózovať potrebné zmeny pre budúce smerovanie, aby sme sa vyhli hroziacim rizikám.

SWOT analýza je hodnotiaci model, ktorý sa dá použiť na široké spektrum aktivít, ale najčastejšie sa používa v oblasti podnikania. Slúži na zmapovanie a následné zhodnotenie silných stránok projektu, plánu, či celého podniku, ktoré predstavujú určitú konkurenčnú výhodu, no zároveň mapuje aj slabé stránky, uvedomenie si ktorých poukazuje na smery možného zdokonaľovania sa podniku. Keďže pre podnik je vždy dôležité zohľadňovať pri svojich rozhodnutiach vplyv okolia, SWOT prepája internú s externou analýzou. Odhaľuje príležitosti a možné hrozby, ktorým musí podnik čeliť. Najčastejšie sa používa takzvaná SWOT 2x2, kde silné a slabé stránky predstavujú faktory pôsobiace zvnútra a príležitosti a hrozby sú zase okolnosti, ktoré ovplyvňujú podnik zvonku.

Autori sa nevedia jednoznačne zhodnúť na tom, kto je oficiálnym autorom tohto modelu, lebo nie je vypracovaná žiadna práca, ktorá by presne datovala jej vznik. Niektorí považujú za jedného z otcov SWOT analýzy Alberta S. Humphreyho, ktorý na Stanford Research Institute spolu so svojimi spolupracovníkmi vykonával v rozpätí 1960 a 1970 výskum o nefunkčnosti firemného plánovania. Jedným z výsledkov ich práce bola aj

takzvaná SOFT analýza, ku ktorej dospeli odpoveďami na otázky čo je dobré a zlé na prítomnosti a budúcnosti. Dobré v súčasnosti označili ako *Satisfactory* v budúcnosti ako *Opportunity*, zlé v súčasnosti ako *Fault* a v budúcnosti ako *Threat*. Keď sa k tejto analýze v roku 1984 dostali na konferencii v Zurichu Urick a Orr, tak nahradili písmenko F písmenom W a nazvali to SWOT analýza.³⁸ Podľa štúdií docenta Tima Friesnera³⁹ z Chichesterskej univerzity to však nie je tak úplne pravda, lebo Humphrey je autorom TAM modelu (Team Approach Model), ale nikde v jeho prácach sa neuvádza prepojenie na SWOT analýzu. Na podporu tvrdenia, že sa nedá jednoznačne určiť autor, uvádzam názory mnohých autorov o tom, komu je vytvorenie analýzy pripisované. Jedným z príkladov je aj publikácia Panagiotova z roku 2004, kde je autorstvo prisudzované dvom profesorom Harvard Business School Georgeovi Albertovi Smithovi Jr a C Rolandovi Christiensenovi, ktorí začali rozvíjať túto analýzu v 50 rokoch 20. storočia a postupom času ju rozvinuli do analýzy, ktorú používame v súčasnosti.

Podporovatelia teórie vyzdvihujú jej jednoduchosť a možnosť aplikovať ju na rôzne oblasti každodenného života. Považujú to aj za skvelý nástroj na brainstorming, do ktorého je dobré zapojiť čo najviac ľudí, aby bola analýza čo najdokonalejšia. Odporcovia však kritizujú práve túto jednoduchosť, vďaka ktorej sa vypúšťa veľa podstatných faktorov. Jedným z príkladov sú možnosti a hrozby, ktoré sa hodnotia iba vo vonkajšom prostredí, ale popri tom sa môžu tvoriť aj vo vnútri podniku. Ďalším problémom môže byť nesprávna interpretácia výsledkov, keďže tam chýba stanovenie váh. Dlhší zoznam silných stránok totižto neznamena, že hrozby, ktoré sú minoritné nemôžu byť omnoho vážnejšie.⁴⁰ Terry Hill a Roy Westbrook po preskúmaní viacerých SWOT analýz poukázali navyše na to, že na základe týchto analýz nie je možné jednoznačne určiť, čo je potrebné spraviť v prvom kroku a čo ako nasledujúci krok, pretože sa častokrát rovnaké veci nachádzajú v dvoch protichodných kategóriách, respektíve nemajú tú správnu vypovedaciu hodnotu. V prípade biznis analýzy čierno-biele rozdelenie nie je schopné v sebe dostatočne reflektovať aktuálnu situáciu na trhu. Ďalšími problémami sú predovšetkým subjektivita pri zostavovaní a tiež aj nedostatočná analýza, keďže je založená len na štyroch prvkoch.⁴¹

³⁸ free SWOT analysis template and method, free swot analysis examples. In: [cit. 29.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.businessballs.com/swotanalysisfreetemplate.htm>.

³⁹ History of SWOT Analysis. In: [cit. 28.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.marketingteacher.com/swot/history-of-swot.html>.

⁴⁰ The Disadvantages of Using SWOT Analysis. In: *Small Business - Chron.com* [online] [cit. 29.03.2014]. Dostupné na internete: <http://smallbusiness.chron.com/disadvantages-using-swot-analysis-17835.html>.

⁴¹ Swatting SWOT. In: [cit. 29.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www2.wmin.ac.uk/haberba/SwatSWOT.htm>.

Pre účely našej práce je však táto analýza dostatočná, lebo v našom prípade sa nejedná o analýzu v oblasti podnikania, kde boli objavené jej najväčšie nedokonalosti.

3 Výsledky práce a diskusia

Ako sme už v predchádzajúcich kapitolách preukázali, pojem kultúrnej diplomacie je naozaj široký a zahŕňa v sebe rôznorodé aktivity. Vo všeobecnosti by sme ju podľa nášho názoru mohli definovať ako **diplomaciu od ľudí pre ľudí, ktorá má napomáhať a vďaka bližšiemu kontaktu, prekonávať bariéry**. Problém existencie bariér vidíme hlavne v existencií predsudkov a v nazeraní na ostatných prostredníctvom našej kultúry, čo je navyše živené na politickej scéne s výraznou podporou médií. Práve tomuto aspektu by sa mala venovať dostatočná pozornosť aj pri prezentácii štátu.

V tejto kapitole chceme analyzovať Slovenský olympijský dom aj prostredníctvom tejto optiky. Na dosiahnutie požadovaného výsledku sme rozdelili analýzu na viacero úrovní. Najprv si rozoberieme, ktoré nástroje boli použité vzhľadom na teoretické vymedzenie, následne sa zameriame na kritické porovnanie predolympijských očakávaní s reálnou situáciou a názormi verejnosti. Toto všetko by malo vyústiť do zostavenia prehľadu kladov a záporov a poskytnutiu podnetov na zlepšenie do budúcnosti.

3.1 Použité nástroje

Z dôvodu, ako už bolo spomenuté, že Slovenský olympijský dom bol rozdelený na dve časti, je potrebné ich analyzovať oddelene s prihliadnutím na ich funkciu, ktorú plnili. Najprv si rozoberieme náš hlavný stánok v budove Institute of Directors a následne podrobíme rozboru aj public zónu, ktorá bola zriadená v Sports Caffé. V oboch prípadoch sa pozrieme na správnosť a opodstatnenosť výberu nástrojov. Predtým, ako sa však k tomu dostaneme nemôžeme zabudnúť ešte na jeden dôležitý aspekt, ktorým je poloha, lebo tá, v takomto prípade, dokáže byť dôležitým podporným nástrojom.

Toto si uvedomovali pri výbere aj naši predstavitelia. Podarilo sa im totižto získať naozaj prestížne miesto v centre Londýna, ktoré okrem iného bolo dejiskom slávnostného prípitku hostí kráľovskej svadby Williama a Kate. Na lukratívnosti mu pridáva aj fakt, že toto bolo historicky vôbec prvýkrát, kedy tento dom slúžil na takéto účely. Na základe uvedených skutočností možno konštatovať, že vďaka známej adrese sa nám podarilo vytvoriť veľmi dobrú štartovaciu pozíciu, na ktorej sme mohli ďalej stavať.

3.1.1 Slovenský dom

Ako sme už rozobrali v teórii, kultúrna diplomacia disponuje množstvom rôznorodých nástrojov, ale pre účely propagácie na tejto úrovni sú najúčinnnejšie

predovšetkým rôzne kultúrne programy, prezentácie a tlačové konferencie. Poďme si teda podrobne rozobrať tie, ktoré boli vybrané ako najlepšie na našu prezentáciu. Boli tu organizované rôzne výstavy aj s inovatívnymi riešeniami, ako boli napríklad 3D portréty našich najznámejších športovcov od Jara Šuleka, alebo diela Arpáda Pála, ktoré v sebe kombinujú drevo, vzácne kamene a drahé kovy a sú veľmi populárne aj v zahraničí. Jedno také dielo má vo svojej kolekcii po svojej poslednej návšteve u nás aj britská kráľovná.⁴²

Klasická prezentácia Slovenska ako ideálnej dovolenkovej destinácie spojená s prezentáciou Košíc ako Európskeho hlavného mesta kultúry pre rok 2013 bola ozvláštnená dvoma sprievodnými akciami. Prvá bola pracovné raňajky, kde mali médiá šancu stretnúť sa s predstaviteľmi Agentúry pre cestovný ruch, ktorí ich oboznámili s možnosťami, ktoré im naša krajina ponúka a odpovedali na ich otázky. V podobnom duchu ako pracovné raňajky sa niesli aj takzvané B2B stretnutia, ktoré organizovala naša Agentúra pre cestovný ruch, za účelom prezentácie na úrovni touroperátorov. Prezentácie, ktoré sa organizovali večer boli pre zmenu spojené s následnou ochutnávkou tradičných jedál medzi, ktorými nechýbali bryndzové halušky. Okrem špecialít tam bola zabezpečená pestrá ponuka slovenských pív a prezentácia našich najlepších vín a syrov. Ďalšou skvelou príležitosťou na ochutnávku špecialít boli kuchárske show našich známych šéfkuchárov ako napríklad Marcel Ihnačák a Jozef Klubník. Výhodou bolo aj to, že Marcel Ihnačák mohol byť návštevníkom už známy vďaka svojmu pôsobeniu v reštaurácii Fifteenth Jamieho Olivera, kde zastával funkciu zástupcu šéfkuchára. Okrem klasickej ochutnávky jedál mali prítomní hostia unikátnu možnosť vyskúšať si aj ich samotnú prípravu.⁴³ Chuťové poháriky však ani zďaleka neboli tie jediné, ktoré sme chceli očariť. Kulinárske zážitky boli spestrené kultúrnymi podujatiami.

Atypicky poňatou bola aj módna prehliadka, ktorá prostredníctvom špeciálnej kolekcie, vytvorenej pre tieto účely v sebe skĺbila našu históriu a kultúru. Podľa kritérií Slovenskej asociácie pre cestovný ruch *„mala zahŕňať folklórne, resp. iné typické slovenské prvky tak, aby účastníci z predstavených modelov získali dojem rozmanitosti Slovenska.“*⁴⁴ Na prehliadke boli predstavené modely viacerých slovenských návrhárov. Počas celého trvania Olympiády boli naplánované rôzne koncerty a kultúrne vystúpenia,

⁴² Slovensko v srdci olympiády | Športky.sk. In: [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://sportky.topky.sk/c/92302/slovensko-v-srdci-olympiady>.

⁴³ SACR: This is Slovakia: Britskí novinári nadšení slovenskou kuchyňou a vínami. In: [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.sacr.sk/sacr/novinky/this-is-slovakia-britski-novinari-nadseni-slovenskou-kuchynou-a-vinami/>.

⁴⁴ SACR: This is Slovakia: v Londýne sme s veľkým úspechom predstavili slovenskú módu. In: [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.sacr.sk/sacr/novinky/this-is-slovakia-v-londyne-sme-s-velkym-uspechom-predstavili-slovensku-modu/>.

ktoré mali poukázať na rozmanitosť našej umeleckej tvorby. Folklór reprezentovali naše najznámejšie tanečné súbory Lúčnica a SLUK. Klasickou hudbou spríjemnili návštevu koncerty Slovenského komorného orchestra či nášho nádejného klaviristu Matúša Ferka. Nechýbali ani koncerty Mira Žbirku či iných známych slovenských spevákov. Ako vidíme bola použitá naozaj široká paleta nástrojov, ktorých účelom bolo prezentovať Slovensko s čo najrôznejšej perspektívy. Pred samotným zhrnutím, keďže náš dom mal dve časti, musíme ešte zmapovať aktivity vo „fan zóne“.

3.1.2 Slovak Meeting Point

Ako sme skôr spomínali táto zóna sa nachádzala v Sports Cafe na Haymarket. Už z názvu je zrejmé, že hlavným cieľom bolo združovať fanúšikov a tomu bol náležite prispôsobený interiér, kde sa nachádzala jedna veľká centrálna obrazovka a dvanásť malých obrazoviek, aby si mohli vychutnať výkony našich olympionikov. Samozrejme náležite ho odlišili, aby každý kto ide okolo už z diaľky videl z čím má do činenia, aj tu sa totiž snažili zaujať a spropagovať Slovensko ako ideálne miesto pre návštevu. Vo vnútri sa podávali slovenské špeciality a pivo. Tak ako v hlavnom Slovenskom dome tak aj tu sa odohrávali rôzne kultúrne podujatia. Bol tam však jeden zásadný rozdiel, lebo vo fan zóne prevládali vystúpenia mladých talentovaných umelcov, ktorí mali predstaviť modernú slovenskú umeleckú scénu. Predstavili sa AMC Jazz Trio či cimbalová gényvia Silvajovci. Atmosféru v dome vylepšila svojimi vystúpeniami speváčka Andrea Zimányiová v sprievode gitaristu Juraja Buriana. Slováci naplno využívali celý ponúknutý priestor a svoje vystúpenia vysunuli aj priamo na ulicu, aby dokázali zapojiť čo najviac ľudí. Takouto formou sa predstavili nielen víťazi Slovensko má talent Old School Brothers, ale aj divadlo Slovactors, ktoré navyše prostredníctvom svojich interaktívnych predstavení zapájalo aj divákov.⁴⁵ Kampaň bola rozšírená aj priamo do Londýna.

3.1.3 This is Slovakia

Vďaka historicky prvej spoločnej koordinovanej prezentácii Slovenska sa okrem prezentácii v jednotlivých častiach Slovenského domu podarilo kampaň posunúť ešte o niečo bližšie k návštevníkom a samotným Londýňčanom. Bol totiž predstavený projekt „*This is Slovakia*,“ ktorý mal prostredníctvom reklamy na doubledeckeroch či v metre „*zvýšiť všeobecné povedomie o našej krajine a vzbudiť záujem o Slovensko ako vyspelú*

⁴⁵ SACR: Fanúšikovia vítaní. In: [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.sacr.sk/sacr/novinky/fanusikovia-vitani/>.

a dôveryhodnú krajinu a cieľovú turistickú destináciu.“⁴⁶ Podľa sa však teraz pozrieť na reakcie novinárov a širokej verejnosti či došlo k naplneniu účelu, na ktorý boli zriadené.

3.2 Pohľad do reality

Pre úspech kultúrnej diplomacie, ako sme sa už naučili, nestačí len odprezentovanie sa bez záujmu o spätnú väzbu, bez snahy korigovať a prispôbovať využívané nástroje a citlivo reagovať na vzniknuté situácie, nálady, či potreby. V rámci nášho prieskumu sme vyhládali a zmapovali veľa hodnotení. Niektoré napísali novinári, iné zase široká verejnosť. Z množstva hodnotení sme vybrali reprezentatívne spektrum názorov tak, aby sme na ich základe mohli pripraviť kompletnú analýzu nástrojov a ich výsledkov.

Podľa tlačovej správy Slovenskej agentúry pre cestovný ruch sa nám podarilo upútať pozornosť britských médií, lebo viaceré z nich nás pozitívne hodnotili a skonštatovali, že „*Slovensko je ideálne miesto pre Britov na dovolenku*,“ zisťovali si, aké možnosti Slovensko poskytuje pre zimné športy a wellness pobyty. Zaujímal sa aj o ponuku špecializovaných balíčkov ako napríklad svadobné cesty. Diskutovali aj o tom ako je na tom Slovensko v oblasti ekologickej zodpovednosti podnikateľov v cestovnom ruchu. Podľa vyjadrenia Avril O'Connor z Elixirnews „*Ak máte možnosť pochutnávať si na slovenských červených vínach, nebude vám chýbať ani mužská spoločnosť*,“⁴⁷ možno usudzovať, že tento elixír pravdy zanechal v návštevníkoch pozitívne dojmy a našiel si medzi nimi svojich obdivovateľov.

Našli sa samozrejme aj negatívne reakcie, ktoré však pochádzali najmä od návštevníkov, ktorým sa nepozdávalo, že je táto časť Slovenského domu prístupná len pre pozvaných respektíve, ako píše Ivan Sýkora na svojom blogu⁴⁸ bola „utajená pre verejnosť.“ Zdalo sa mu, že práve vytvorením domu len pre VIP sa úplne stratila tá základná podstata reprezentovať. Navyše dodáva, že aj napriek tomu, že dom mal deklarovanú lukratívnu polohu v centre Londýna, jeho manželke sa ho nepodarilo nájsť. Neprimeraný sa mu zdal vo všeobecnosti aj prenájom takého drahého priestoru v čase krízy, keď sú všetci nútení šetriť všade, kde sa dá. Keď sa zameriame na Slovak Meeting Point zistíme, že aj tam sa názory rôznia.

⁴⁶ SACR [online]. [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.sacr.sk/sacr/novinky/fanusikovia-vitani/>.

⁴⁷ SACR [online]. [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.sacr.sk/sacr/novinky/this-is-slovakia-britski-novinari-nadseni-slovenskou-kuchynou-a-vinami/>.

⁴⁸ Utajený slovenský olympijský dom v Londýne. In: *blog.sme.sk* [online] [cit. 23.03.2014]. Dostupné na internete: <http://ivansykora.blog.sme.sk/c/305082/Utajeny-slovensky-olympijsky-dom-v-Londyne.html>.

Na jednej zo stránok venovanej olympijským hrám LONDON PREPARES⁴⁹ na svojom blogu vychvaľuje dobrú atmosféru a skvelú možnosť sledovať výkony našich športovcov vďaka množstvu obrazoviek, z ktorých ho očarili najmä malé obrazovky integrované na stenách boxov. Náš dom sa mu zdal ako ideálne miesto, kde sa môže prísť dobre najesť skupinka ľudí a pri pive si vychutnať najdôležitejšie okamihy daného olympijského dňa. Iného názoru bol Richard, ktorý mal pocit, že to nebolo nič výnimočné, lebo podľa neho to bol len obyčajný bar a preto nevidel dôvod sa tam znovu vrátiť. Toto však zďaleka nebola tá najnegatívnejšia reakcia, ktorá na adresu fan zóny zaznela. Slováci⁵⁰ boli o dosť kritickejší, lebo po vzhliadnutí ponuky slovenských špecialít netajili sklamanie (strapačky s kyslou kapustou, važecká pochúťka v zemiakovej placke a syrový tanier), čo bolo naozaj málo a navyše ako ďalej napísali, porcie boli malé a navyše studené. Tiež sa im zdalo, že deklarovaná kapacita okolo 1000 miest, bola výrazne nadhodnotená. Ak by naozaj prišlo toľko ľudí, museli by byť nalepení jeden na druhom. Konštatovali, že odchádzali odtiaľ sklamaný. Aký je teda celkový dojem, v čom sme prekvapili, čo naopak sklamalo? Tak na to sa pozrieme v nasledujúcej časti.

3.3 SWOT analýza Slovenského olympijského domu

Na to, aby sme vykonali čo najpodrobnejšiu analýzu získaných údajov a zároveň zabezpečili prehľadnosť prezentovaných zistení rozhodli sme sa pre SWOT analýzu. Ako sme si už v metodike spomínali tento model je rozdelený do dvoch zložiek. Najprv zameriame našu pozornosť na silné a slabé stránky, na ktoré následne nadviaže podkapitola o príležitostiach a hrozbách, ktoré predstavujú akúsi výzvu, či riziko do budúcnosti. Zhodnotenie všetkých týchto faktorov následne budeme prezentovať aj v tabuľkovej forme.

3.3.1 Silné a slabé stránky Slovenského domu

Za jednu z najvýznamnejších kladov považujeme tradíciu budovania olympijského domu od 1998, dôležitým posilňujúcim prvkom bolo vypracovanie spoločnej stratégie. Výrazný plus si získalo aj privilégium, ktoré mali slovenský fanúšikovia v Slovak meeting point (po 22:00 vstup zadarmo). Silným podporným elementom bola lukratívna poloha priamo v centre a samozrejme významnosť samotnej budovy. Pestrosť programu

⁴⁹ 2012 Free Olympic Attractions - Slovakia House Info | London Prepares. In: [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.londonprepares.com/slovak-house#info>.

⁵⁰ Bavme sa hokejom - Hokejová lampáreň. In: [cit. 23.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.bavmesahokejom.sk/lamparen/read.php?f=3&i=205533&t=205533&v=f>.

a prezentovanej kultúry bezpodmienečne prispeli k zvýšeniu kladných dojmov z prezentácie.

Za najvýraznejšiu slabinu nášho hlavného domu naopak považujeme, že bol otvorený iba pozvaným hosťom. Unikátne riešenie v podobe otvorenia dvoch domov so sebou prinieslo ďalšie oslabenia v podobe nárastu objemu nákladov potrebných na prenájom a navyše spôsobila roztrieštenie prezentácie a diskrimináciu Slovak meeting pointu. Z dlhodobého hľadiska vidíme slabinu v riziku nedostatku finančných prostriedkov, ktorý môže ohroziť otvorenie ďalšieho domu. Táto hrozba sa naplno ukázala už teraz počas Olympiády v Soči, kde hrozilo, že sa nám nepodarí otvoriť Olympijský dom, ktorý bol nakoniec otvorený iba vďaka záštite podnikateľa Alexeja Beljajeva, ktorý vlastní Tatravagónku.⁵¹

3.3.2 Príležitosti a hrozby Slovenského domu

Jednoznačnou príležitosťou, ktorú Slovensko musí naplno využívať je v prvom rade výrazná ochota tak umelcov ako aj firiem reprezentovať svoju krajinu. S tým úzko súvisí naša schopnosť sa zomknúť ako národ pri povzbudzovaní našich najlepších športovcov. Okrem týchto faktorov sa ďalej môžeme spoľahnúť aj na popularita rôznych sfér našej kultúry či obľúbenosť našich prírodných krás v zahraničí.

Z analýzy, ktorú sme vypracovali vyplýva, že náš olympijský dom sa bude musieť vysporiadať s viacerými hrozbami. Medzi tie najhlavnejšie patrí rast a posilňovanie konkurencie. S tým úzko súvisí aj hrozba presunu záujmu z dôvodu, že ostatné domy sú prístupné verejnosti. Pri najbližšej Olympiáde v Rio de Janeiro hrozí neuplatniteľnosť našej kultúry, kvôli výrazným odlišnostiam od tej domácej.

⁵¹ OH v Soči: Slovenský dom máme vďaka podnikateľovi, ktorého firmu vyšetruje polícia | oPeniazoch. In: [cit. 29.03.2014]. Dostupné na internete: <http://openiazoch.zoznam.sk/cl/141733/OH-v-Soci-Slovensky-dom-mame-vdaka-podnikatelovi-ktoreho-firmu-vysetruje-policia>.

SWOT analýza

Tabuľka 1: SWOT analýza objektu skúmania: **Slovenský dom v Londýne**

	POMOCNÉ (k dosiahnutiu cieľa)	ŠKODLIVÉ (k dosiahnutiu cieľa)
Vnútročné (atribúty organizácie)	STRENGTHS (silné stránky) • tradícia budovania olympijských domov • zostavenie spoločnej stratégie pre prezentáciu Slovenska • privilegium slovenských fanúšikov v Slovak meeting point • poloha v centre Londýna • významnosť budovy Institute of Directors • pestrosť organizovaných kultúrnych podujatí	WEAKNESSES (slabé stránky) • hlavný dom otvorený iba pre pozvaných hostí • nárast objemu nákladov potrebných na prenájom a chod oboch častí domu • roztrieštenie prezentácie na dve frakcie • diskrimináciu Slovak meeting pointu • hrozba nedostatku finančných prostriedkov v budúcnosti
Vnútročné (atribúty prostredia)	OPPORTUNITIES (príležitosti) • ochota tak umelcov ako aj firiem reprezentovať svoju krajinu • schopnosť národu zomknúť sa pri povzbudzovaní našich najlepších športovcov • popularita rôznych sfér našej kultúry v zahraničí • obľúbenosť našich prírodných krás v zahraničí	THREATS (hrozby) • rast a posilňovanie konkurencie v podobe ďalších olympijských domov • presun záujmu laickej či odbornej verejnosti na iné domy, ktoré sú sprístupnené verejnosti • v Rio de Janeiro hrozba ťažšieho presadenia sa s našou kultúrou

Zdroj: vlastné spracovanie

3.3.3 Odporúčania pre Slovenský dom

Na základe výsledkov SWOT analýzy sme zaznamenali na jednej strane skutočnosti, ktoré boli zrealizované ukážkovo a jednoznačne odporúčame ich zachovanie, ale na druhej strane treba poznamenať, že sa ukázali určité nedostatky, ktoré by bolo vhodné do budúcnosti odstrániť.

Medzi vysoko hodnotené pozitíva, ktoré určite treba preniesť do budúcnosti patrí stanovenie spoločnej stratégie pre spoluprácu pri jednotnej prezentácii Slovenskej republiky v zahraničí. Dôležitosť stanovenia jednotnej dlhodobej stratégie podporoval aj Milan Kurutz, ktorý povedal, že *„existencia stratégie kultúrnej diplomacie je jednou z rozhodujúcich podmienok jej účinnosti. Hlavným východiskom je formulovanie dlhodobých cieľov, ktoré sú ďalej špecifikované tak na regionálne podmienky, ako aj na podmienky jednotlivých krajín.“*⁵² Stratégia určená pre hry slávila úspech aj z pohľadu vybraných nástrojov.

Tak ako sme už skôr konštatovali, kultúrne programy tvoria jeden z najdôležitejších nástrojov propagácie, a to, že sa Slovensku pre účely prezentácie na olympijských hrách podarilo zorganizovať hodnotné a divácky atraktívne kultúrne programy, sa nám potvrdilo vďaka štatistikám, ktoré nám poskytla agentúra KBC⁵³, ktorá sa v Londýne starala o zabezpečenie mediálnej propagácie našich eventov v hlavnom olympijskom dome, k čomu využila svoju širokú sieť kontaktov. Podľa ich štatistík sa podarilo prekonať predpokladanú návštevu o 47%, keď namiesto očakávaných 185 hostí sa zúčastnilo dokonca až 272 hostí. Agentúra navyše zaznamenala množstvo pozitívnych reakcií a zaregistrovala záujem novinárov o organizovanie novinárskych ciest za účelom bližšie spoznať Slovensko. Napriek tomu sme však našli oblasti, ktoré by bolo potrebné do budúcnosti vylepšiť, či zmeniť.

Ako sme už povedali je potrebné uznať, že kompetentní vybrali širokú škálu podujatí, ale myslíme si, že by bolo zaujímavé zaradiť do programu taktiež oboznámenie účastníkov s našou kinematografiou formou malého filmového festivalu. Vďaka tomu by mala slovenská kinematografia šancu spopularizovať sa a získať si nové publikum, poprípade si zabezpečiť účasť na rôznych filmových festivaloch, či dokonca kontrakty s mediálnymi korporáciami, ktoré by mali záujem o jej odvysielanie. Ďalším nástrojom zbližovania národov je jazyk.

⁵² KURUCZ, Kultúrna dimenzia diplomacie str. 69

⁵³ DAVID WILSON Slovak Olympic House 2012 in London - marko.rybar@gmail.com - Gmail [cit. 29.03.2014]. Dostupné na internete: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/144e92cc91c185ba>.

Jazyk sa považuje za jeden zo základných znakov kultúry a z pohľadu kultúrnej diplomacie ide o jeden z ďalších nástrojov pre zblížovanie kultúr. Preto si myslíme, že by jednoznačne nemal chýbať ani v prezentovanej mozaike o Slovensku. Slovenčina síce nie je svetový jazyk, ktorý by ľudia dokázali využiť na území iného štátu, ale napriek tomu by sme uvítali, ak by v Slovenskom dome boli organizované určité kurzy. Mohli by sa robiť buď interaktívnou formou pomocou už spomínaných multilingválnych posedení, kde by sa dala vyšpecifikovať určitá hodina, kedy by sa ľudia mohli naučiť niektoré základné frázy. Takouto formou si totižto dokážu ľudia často zapamätať viac, ako keby sa tomu venovali na kurze, lebo je to v neformálnom štýle a učia sa výrazy, o ktoré oni sami majú záujem. Viacero zahraničných študentov, s ktorými som sa rozprával mi to potvrdilo, že sa viac naučili vďaka tomu, že boli počas svojho štúdia v kontakte so Slováckmi. Netreba však zabúdať ani na tých, ktorí preferujú klasické kurzy, a preto by im mali byť poskytnuté všetky potrebné informácie o ponúkaných kurzoch v ich štáte. Ako sme zaznamenali v SWOT analýze ďalším výrazným nedostatkom bola diskriminácia určitých skupín.

Pri zostavovaní prezentačných aktivít v hlavnom dome sme nevenovali dostatočnú pozornosť mladým ľuďom a študentom. Potreba koncentrovať sa na vzbudenie záujmu o našu krajinu u tejto generácie je veľmi logická. Ide totiž, tak ako sme spomínali, o perspektívnu skupinu, ktorá by mohla slúžiť na utužovanie a zintenzívnenie vzťahov s našou krajinou aj v budúcnosti. Kľúč tkvie v tom, že počas svojho pobytu u nás si vytvárajú určitú sieť kontaktov, ktorú neskôr aktívne využívajú. Ďalšou výhodou mladej generácie je nesporne jej flexibilita a možnosť výraznej mobility v prípade potrieb, lebo nie sú ešte viazaní inými záväzkami. Existuje viacero prostriedkov, ktoré sa dajú pri tom využívať, ako napríklad priblíženie možností stáží v našich podnikoch, respektíve ponuka výmenných pobytov pre študentov. Okrem prezentácií a diskusií by sme vďaka Sports cafe mohli využiť aj čoraz populárnejšiu formu takzvaných multilingválnych kaviarní, ktorých podstata spočíva v tom, že sa stretávajú ľudia z rôznych krajín sveta a môžu sa medzi sebou porozprávať o tom, čo ich zaujíma. Ich výhodou je okrem precvičenia si jazyka získavanie nových kontaktov a informácií, ktoré nás zaujímajú priamo od bežných ľudí. Študenti neboli jedinou zabudnutou skupinou.

Nevyužili sme totižto ani možnosti, ktoré nám ponúkala Paraolympiáda. Žiaľ paraolympiády sú vo všeobecnosti menej prestížne a nelukratívne, čo sa prejavuje útlmom sprievodného programu a iných akcií a nebolo tomu inak ani pri olympijských domoch,

lebo s výnimkou Brazílie, Jamajky a Nemecka krajiny rozhodli o ich zatvorení.⁵⁴ Sme presvedčení, že je škoda, že sme sa v tomto prípade riadili konaním väčšiny, lebo počas Paraolympiády príde nová skupina ľudí, ktorá by rovnako mala byť objektom našej pozornosti a záujmu. Navyše v Londýne bola Paraolympiáda obľúbeným športovým sviatkov a zúčastnilo sa jej množstvo návštevníkov. To znamená, že neuváženým ťahom sme sa pripravili o možnosť osloviť ich a prezentovať im Slovensko ako ideálne miesto na návštevu aj pre ľudí s hendikepom. Okrem nerovnakého prístupu k jednotlivým skupinám obyvateľstva sme si všimli, že nie všetky oblasti kultúry boli prezentované. Je treba skoncovať s myšlienkou vyvolenosti.

To najkľúčovejšie odporúčanie sme si nechali na záver, lebo ho považujeme za zásadné a bolo by dôležité ho do budúcnosti jednoznačne zvážiť a zapracovať. Celý olympijský dom by mal jednoznačne byť otvorený pre verejnosť. Je to preto, že tak ako sme poznamenali skôr v našom ponímaní je kultúrna diplomacia, diplomacia, ktorú realizujú ľudia pre ľudí. Uznávame, že jej nástroje môže využívať aj štát, ktorého úlohou je zároveň jej určitá koordinácia, ale nemalo by dochádzať k obmedzovaniu publika. V prípade prezentácie počas olympiád totižto nejde o cieľnú propagáciu na oslovenie úzkej skupiny. Zvyšovanie návštevnosti respektíve záujmu o našu krajinu neovplyvňujú len novinári, respektíve touroperátori, ale hlavne mienka širokej verejnosti. Tá mala v tomto prípade výrazne oklieštené možnosti. Mali síce šancu stretnúť sa s rôznymi plagátmi respektíve reklamami, ale to nie je to isté ako vidieť tieto veci z blízka respektíve mať možnosť sa porozprávať s ľuďmi s danej krajiny. V public zóne sa na jednej strane zoznámili s našimi mladými nádejnými umelcami, no na druhej strane, ako sme mali šancu zaznamenať, slovenská gastronómia neoslnila a nebola veľmi pestrá a nedá sa povedať, že by vybrané jedlá boli tie najtypickejšie.

Toto sú len niektoré z argumentov, prečo si myslíme, že v budúcnosti by Slovensko malo zvážiť či by nebolo vhodné prehodnotiť účel Olympijského domu. Môžu si samozrejme ponechať v programe organizácie špeciálnych pracovných stretnutí s rôznym sprievodným programom, ale mal by svoje brány otvoriť aj verejnosti, ktorá by tiež mala možnosť zúčastniť sa na prezentáciách respektíve rôznych ochutnávkach. Práve to, aký by bol záujem verejnosti by mohlo touroperátov povzbudiť v tom, aby začali s organizáciou pobytov u nás. Tento aspekt verejnej mienky je podľa nás veľmi dôležitý a v tomto prípade absentoval. Preto je potrebné o týchto problémoch hovoriť, písať, jednoznačne ich

⁵⁴ Olympic National Hospitality Houses by LondonTown.com. In: *LondonTown* [online] [cit. 18.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.londontown.com/London/Olympic-National-Hospitality-Houses>.

pomenovať, aby sa zvýšila možnosť, že dôjde k nejakej zásadnejšej zmene. Tak, ako sme si hovorili na hodine, el Sistema político de la Unión Europea „*my ľudia sme konzervatívne stvorenia, ktoré predtým než niečo vyskúšame, musíme si to „omakať“ a presvedčiť sa, že je to to, čo chceme.*“ Na záver, by som naše tvrdenie podložil aj názorom prezentovaným v článku v The Guardian „*ostatným štátom môže pripadať, že Olympijský dom neprístupný pre verejnosť nesplnil účel, na ktorý bol zriadený.*“⁵⁵

⁵⁵ DAVIES, ADDLEY, Olympic hospitality houses open doors for patriots and promoters [online]. [cit. 18.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.theguardian.com/sport/2012/aug/07/olympic-hospitality-houses-patriots-promoters>.

Záver

Už pred písaním práce sme si naplno uvedomovali, že kultúra je silným nástrojom, lebo aj napriek existencií určitých spoločných znakov, každá je jedinečná. Oblasť, ktorá sa snaží pochopiť tieto rozdiely, aby dokázala vytvoriť porozumenie a spoluprácu medzi národmi je kultúrna diplomacia. Táto forma diplomacie sa napriek svojej vnútornej sile nikde verejne nerozoberá. Preto sme sa rozhodli preskúmať jej náležitosti a odprezentovať ju ako nástroj, ktorý je treba brať do úvahy. Pre čo najkomplexnejšiu analýzu sme okrem teoretického vymedzenia rozpracovali jej aplikáciu na konkrétnom príklade.

V prvej kapitole sme najprv vymedzili pojem kultúrnej diplomacie, s nástrojmi, pomocou ktorých sa môžeme podieľať na jej realizácii. Pre zvýraznenie jej opodstatnenosti bolo dôležité rozpracovanie histórie, kde sme na vybraných historických udalostiach demonštrovali jej účinnosť a opodstatnenosť v medzinárodných vzťahov. Otestovanie teoretických základov sme sa rozhodli realizovať na Slovenskom olympijskom dome v Londýne. Preto sme sa v druhej časti úvodnej kapitoly rozhodli tento fenomén rozobrať detailnejšie. Podkapitolu sme rozdelili na dva bloky v prvom sme sa zaoberali dejinami moderných olympijských hier a v druhom sme si priblížili Olympiádu v Londýne. Olympiádu sme si rozanalyzovali z dvoch hľadísk. Najprv sme pristúpili k všeobecnému vymedzeniu a zvýrazneniu určitých špecifik, ktoré dosiahla práve táto olympiáda a následne sme sa dostali k tej podstatnejšej časti, kde sme sa zaoberali problematiku olympijských domov a koncepciou ich riadenia a prevládajúcimi trendmi. V druhej kapitole sme si vymedzili hlavný a čiastkové ciele, ktoré sme sa následne snažili dosiahnuť stanovením si správnych metód a postupov. Tretia kapitola bola nosnou časťou práce, kde sme pomocou zvolených metód aplikovali nadobudnuté teoretické vedomosti z oblasti kultúrnej diplomacie na praktickom príklade Slovenského olympijského domu. Na overenie reálnosti a dosiahnuteľnosti vymedzených parciálnych cieľov sme zvolili SWOT analýzu, ktorá hodnotí vplyvy vnútorného aj vonkajšieho prostredia na úspešnosť projektu. Uvedomovali sme si určité nedostatky tejto metódy, a preto sme pozorne zvážili a stanovili hierarchické usporiadanie od tých najdôležitejších po tie najmenej dôležité. Vychádzali sme pritom nie len zo subjektívneho pohľadu, ale používali sme vedomosti nadobudnuté z predošlého teoretického výskumu. Pri zostavovaní odporúčaní do budúcnosti sme sa snažili vyzdvihnúť pozitíva, na ktorých treba stavať aj do budúcnosti a stanovení oblastí, ktoré vzhľadom na odporúčania odborníkov i laickej verejnosti

odporúčame zahrnúť, respektíve zmeniť pre účely budúcej prezentácie Slovenska na tejto úrovni.

Na základe vedomostí z teórie a zistených informácií z praxe môžeme konštatovať, že Olympijský dom je jednoznačne jednou z oblastí, kde sa uplatňuje kultúrna diplomacia, lebo ide o priestor, kde sa štáty prostredníctvom kultúrnych programov snažia zaujať čo najširšie spektrum verejnosti, aby spopularizovali svoju krajinu. Po vzhliadnutí nástrojov použitých v Slovenskom dome a ohlasov, ktoré ich využitie vyvolalo sa dá konštatovať, že ciele, s ktorými bol náš dom zriadený sa podarilo naplniť a v prípade hlavného domu dokonca prekročiť vďaka vyššej účasti.

Použitá literatúra

- [1] APPEL RONIT et al. An Important but Neglected Tool in Promoting Israel's Public Image. . [s.l.]: [s.n.], 2008
- [2] DAVID WILSON. *Slovak Olympic House 2012 in London* - marko.rybar@gmail.com - Gmail. [cit. 29.03.2014]. Dostupné na internete: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/144e92cc91c185ba>
- [3] DAVIES, Lizzy, ADDLEY, Esther. Olympic hospitality houses open doors for patriots and promoters. In: *The Guardian* [online]. 2012. [cit. 18.03.2014] ISSN 0261-3077. Dostupné na internete: <http://www.theguardian.com/sport/2012/aug/07/olympic-hospitality-houses-patriots-promoters>
- [4] JORA, Lucian. New Practises And Trends In Cultural Diplomacy. . [s.l.]: [s.n.], 2013
- [5] KITSOU, Sofia. The Power of Culture in Diplomacy: The case of U.S. Cultural diplomacy in France and Germany. . [cit. 03.10.2011]. Dostupné na internete: http://www.exchangediplomacy.com/wp-content/uploads/2011/10/3.-Sofia-Kitsou_The-Power-of-Culture-in-Diplomacy-The-Case-of-U.S.-Cultural-Diplomacy-in-France-and-Germany.pdf
- [6] KURUTZ, M. 2007. Kultúrna dimenzia diplomacie. In: *Zahraničná politika a diplomacia Slovenskej republiky v kontexte európskej integrácie*. Bratislava: vydavateľstvo EKONÓM, 2007. ISBN: 978-80-225-2467-4, p. 62-72
- [7] LUBOMÍR SOUČEK. Športoviská a ďalšie Olympijské stavby v Londýne. In: *Who is Who* [online]. Slovenský olympijský výbor, 2012, s. 269. ISBN 978-80-89460-07-6. Dostupné na internete: <http://www.olympic.sk/userfiles/files/Publikacie/who-is-who-slovakia-londyn-2012-39982.pdf>
- [8] OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS. *Overseas Travel and Tourism, August 2012*. . Dostupné na internete: http://www.ons.gov.uk/ons/dcp171778_282767.pdf
- [9] OSOJNIK, Marta. Cultural Diplomacy and the European Union: Key Characters and Historical Development. . [cit. 11.01.2013]. Dostupné na internete: <http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/cd-eu.pdf>
- [10] PAJTINKA, R. 2011. Diplomatické misie a ich funkcie v podmienkach globalizácie. In: *Diplomacia v ére globalizácie.*, Banská Bystrica: Fakulta

politických vied a medzinárodných vzťahov Univerzity Mateja Bela. 2011. ISBN: 978-80-557-0320-6, p. 45-55

- [11] SZÁNTÓ, András. *Cultural Diplomacy*. In: . Dostupné na internete: <http://textus.diplomacy.edu/textusBin/BViewers/oview/culturaldiplomacy/oview.asp?FilterTopic=%2F38142>
- [12] *2012 Free Olympic Attractions - Slovakia House Info | London Prepares*. In: [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.londonprepares.com/slovak-house#info>
- [13] *Bavme sa hokejom - Hokejová lampáreň*. In: [cit. 23.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.bavmesahokejom.sk/lamparen/read.php?f=3&i=205533&t=205533&v=f>
- [14] *Cultural Diplomacy in Historical Perspective— From 19th Century World's Fairs to the Cold War*. In: [cit. 05.03.2014]. Dostupné na internete: http://www.cceae.umontreal.ca/IMG/pdf/10_Round_Table_2.pdf
- [15] *culturaldiplomacy.org | About Cultural Diplomacy | Institute for Cultural Diplomacy*. In: [cit. 31.10.2013]. Dostupné na internete: http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy
- [16] *Cynthia P. Schneider: Cultural Diplomacy for the 21st Century: Empowering Local Voices*. In: [cit. 31.10.2013]. Dostupné na internete: http://www.huffingtonpost.com/cynthia-p-schneider/cultural-diplomacy_b_1290487.html
- [17] *free SWOT analysis template and method, free swot analysis examples*. In: [cit. 29.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.businessballs.com/swotanalysisfreetemplate.htm>
- [18] *History of SWOT Analysis*. In: [cit. 28.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.marketingteacher.com/swot/history-of-swot.html>
- [19] *ICD - Academy for cultural diplomacy | Historical Acts of Cultural Diplomacy*. In: [cit. 05.03.2014]. Dostupné na internete: http://www.culturaldiplomacy.org/academy/index.php?en_historical-acts-of-cd
- [20] *London 2012 facts & figures*. . Dostupné na internete: http://www.olympic.org/Documents/Reference_documents_Factsheets/London-2012-Fact-Sheet-in-track-FINAL-qc-V3-One-year-on-qc.pdf
- [21] *OH v Soči: Slovenský dom máme vďaka podnikateľovi, ktorého firmu vyšetruje polícia | oPeniazoch*. In: [cit. 29.03.2014]. Dostupné na internete:

<http://openiazoch.zoznam.sk/cl/141733/OH-v-Soci-Slovensky-dom-mame-vdaka-podnikatelovi-ktoreho-firmu-vysetruje-policia>

- [22] *Olympic National Hospitality Houses by LondonTown.com*. In: *LondonTown* [online] [cit. 18.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.londontown.com/London/Olympic-National-Hospitality-Houses>
- [23] *SACR: Fanúšikovia vítaní*. In: [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.sacr.sk/sacr/novinky/fanusikovia-vitani/>
- [24] *SACR: This is Slovakia: Britskí novinári nadšení slovenskou kuchyňou a vínami*. In: [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.sacr.sk/sacr/novinky/this-is-slovakia-britski-novinari-nadseni-slovenskou-kuchynou-a-vinami/>
- [25] *SACR: This is Slovakia: v Londýne sme s veľkým úspechom predstavili slovenskú módu*. In: [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.sacr.sk/sacr/novinky/this-is-slovakia-v-londyne-sme-s-velkym-uspechom-predstavili-slovensku-modu/>
- [26] *Slovensko v srdci olympiády | Športky.sk*. In: [cit. 22.03.2014]. Dostupné na internete: <http://sportky.topky.sk/c/92302/slovensko-v-srdci-olympiady>
- [27] *Slovenský dom je v Londýne našou výkladnou skriňou*. In: *Športky.sk* [online] [cit. 18.03.2014]. Dostupné na internete: <http://sportky.topky.sk/c/90891/>
- [28] *Swatting SWOT*. In: [cit. 29.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www2.wmin.ac.uk/haberba/SwatSWOT.htm>
- [29] *The Disadvantages of Using SWOT Analysis*. In: *Small Business - Chron.com* [online] [cit. 29.03.2014]. Dostupné na internete: <http://smallbusiness.chron.com/disadvantages-using-swot-analysis-17835.html>
- [30] *The First-Ever Olympic Village Was Built in Los Angeles | History | Departures Columns*. In: *KCET* [online] [cit. 14.03.2014]. Dostupné na internete: <http://www.kcet.org/socal/departures/columns/history/the-first-ever-olympic-village-was-built-in-los-angeles.html>
- [31] *The Modern Olympic Games*. . 2007. Dostupné na internete: http://www.olympic.org/Documents/Reports/EN/en_report_668.pdf
- [32] *Utajený slovenský olympijský dom v Londýne*. In: *blog.sme.sk* [online] [cit. 23.03.2014]. Dostupné na internete: <http://ivansykora.blog.sme.sk/c/305082/Utajeny-slovensky-olympijsky-dom-v-Londyne.html>