

Jak (nie) komunikować się strategicznie, czyli Republika Czeska i komunikacja strategiczna



Lenka Dušková

asystentka projektu, Prague Security Studies Institute

Na temat komunikacji strategicznej zwracano w ostatnich latach coraz więcej uwagi, zarówno na poziomie międzynarodowym, jak i w samej Republice Czeskiej. Co oznacza to pojęcie? Termin ten odnosi się do planowanych, skoordynowanych działań komunikacyjnych, które mają służyć wspieraniu głównych, zazwyczaj długoterminowych, celów i interesów danego podmiotu, np. państwa, spółki handlowej czy organizacji non-profit.

Można jednak spotkać się też z poglądami, że komunikacja strategiczna to przede wszystkim komunikacja zewnętrzna (de facto nowa nazwa public relations)¹. Centralną ideą komunikacji strategicznej jest jednak integracja działań komunikacyjnych, należy więc postrzegać ją również na innych poziomach. Celem tego opracowania jest dostarczenie podstawowych informacji na temat dotychczasowego wykorzystywania komunikacji strategicznej przez instytucje państwowe Republiki Czeskiej. Państwowa komunikacja strategiczna obejmuje zarówno komunikację zewnętrzną (wobec innych krajów), jak i wewnętrzną — skierowaną do własnych obywateli oraz odbywającą się pomiędzy poszczególnymi instytucjami administracji publicznej.

Próby stosowania strategicznego podejścia do komunikacji pojawiały się w Republice Czeskiej już w przeszłości. Można na przykład wspomnieć o komunikacji rządowej związanej z przystąpieniem Republiki Czeskiej do Unii Europejskiej² oraz tak zwanej strefy Schengen³, kampanii dotyczącej możliwego rozmieszczenia amerykańskich jednostek obrony przeciwrakietowej na czeskim terytorium⁴ oraz o kampanii Ministerstwa Transportu „Nie myślisz, zapłacisz!”, której celem było obniżenie liczby wypadków na drogach⁵. Kampanie te nie stanowiły jednak kompleksowej i skoordynowanej komunikacji państwowej, a jedynie ograniczone w czasie działania komunikacyjne, za które odpowiedzialne były poszczególne ministerstwa.

Obecna debata na temat komunikacji strategicznej w Republice Czeskiej została wywołana pogorszeniem się sytuacji bezpieczeństwa po aneksji Krymu przez Rosję w 2014 r. Kampanie dezinformacyjne prowadzone przeciwko Republice Czeskiej przez podmioty państwowe oraz niepaństwowe doprowadziły do tego, że w Audycie bezpieczeństwa narodowego Republiki Czeskiej z 2016 r. wyszczególniono komunikację strategiczną, jako ważny instrument, który może służyć obronie państwa przeciwko nowym zagrożeniom bezpieczeństwa⁶.

¹ Hallahan K., Holtzhausen D., van Ruler B., Verčič D., Sriramesh K., Defining Strategic Communication, „International Journal of Strategic Communication”, (2007), 1: 1, 3-35, s. 20; Action Plan on Strategic Communication, European Union, Ref. Ares(2015)2608242 – 22/06/2015 (<http://archive.eap-csf.eu/assets/files/Action%20Plan.pdf>).

² Kampan o vstupu do Evropské unie a nevládní organizace, Radiožurnál (<https://radiozurnal.rozhlas.cz/kampan-o-vstupu-do-evropske-unie-a-nevladni-organizace-6338642>); Shrnutí koncepce informování o evropských záležitostech v ČR, Euroskop (http://www.euroskop.cz/gallery/3/1156-koncepce_shrnuti.pdf).

³ Tři zelené na semaforu vysvětlí Evropu bez hranic, iDnes.cz (https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/tri-zelene-na-semaforu-vysvetli-evropu-bez-hranic.A070717_130909_domaci_hos).

⁴ Vlášním mluvčím pro radar se stane Tomáš Klvaňa, Úřad vlády České republiky (<https://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/vladnim-mluvcim-pro-radar-se-stane-tomasklvana-23010/>).

⁵ Kampan Nemyslíš – zaplatíš byla úspěšná a bude pokračovat, iROZHLAS.cz (https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kampan-nemyslis---zaplatis-byla-uspesna-a-bude-pokracovat-_201005051623_irafaelova).

⁶ Audit národní bezpečnosti, Ministerstvo vnitra České republiky (<https://www.vlada.cz/assets/media-centrum/aktualne/Audit-narodni-bezpecnosti-20161201.pdf>).

Fakt, że nawet instytucje związane z obszarem bezpieczeństwa (tradycyjnie postrzegane jako podmioty „zamknięte”), jak na przykład Armia Republiki Czeskiej⁷, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych⁸ oraz Informacyjna Służba Bezpieczeństwa⁹, zaczęły komunikować się ze społeczeństwem bardziej intensywnie, obrazuje znaczącą zmianę w podejściu do komunikacji państwowej. Dostrzeżono, że właściwie zaplanowana komunikacja strategiczna może być pomocna w budowaniu zaufania obywateli do instytucji państwowych, a tym samym wzmocnieniu ogólnej odporności Republiki Czeskiej.

Można stwierdzić, że aktualnie w Republice Czeskiej istnieje już świadomość znaczenia państwowej komunikacji strategicznej, ale wysiłki w celu jej wdrażania ograniczają się do pojedynczych osób lub odizolowanych zespołów. Problem ten widoczny jest zwłaszcza w organach związanych z obszarem bezpieczeństwa,

którym często brakuje dostatecznego zaplecza technicznego oraz wsparcia politycznego w celu efektywnej realizacji zadań komunikacyjnych. Przepływ informacji między poszczególnymi resortami ministerstw jest zatem nadal nieskoordynowany, co uniemożliwia państwu mówienie jednym głosem. Odpowiedzią na to rozdrobnienie mogłoby być utworzenie ponadresortowego organu przy Urzędzie Rządu, który byłby odpowiedzialny za komunikację strategiczną i planowanie długoterminowych działań komunikacyjnych, zgodnych ze strategicznymi celami państwa. Istnienie tego organu ułatwiłoby także przezwyciężenie innego problemu, którym jest wykorzystywanie potencjału poszczególnych ministerstw do prezentacji własnej polityki. To właśnie zdolność do oddzielenia komunikacji instytucjonalnej i politycznej stanowi gwarancję zachowania spójności informacji nawet przy zmianie przywództwa politycznego.

⁷ Social media resortu obrany: armáda mění po osmi letech způsob komunikace, Czeffence.cz (<https://www.czdefence.cz/clanek/social-media-resortu-obrany-armada-meni-po-osmi-letech-zpusob-komunikace>).

⁸ Nový šéf Chovancova centra: Vyvracení lži je jen dvacetina naší práce, politiku nekomentujeme, Aktuálně.cz (https://zpravy.aktualne.cz/domaci/novy-sef-chovancova-centra-vyvraceni-lzi-je-jen-dvacetina-na-si-prace-politiku-nekomentujeme_Aktualne.cz).

⁹ BIS má oficiální účet na Twitteru, Bezpečnostní informační služba (<https://www.bis.cz/aktuality/bis-ma-oficialni-ucet-na-twitteru-d24e941b.html>).

Tekst jest częścią projektu „Strategic communication: A comparison of Czech and Polish perspectives” wspieranego przez Forum Czesko-Polskie przy Ministerstwie Spraw Zagranicznych Republiki Czeskiej. Projekt jest realizowany we współpracy Centrum Analiz Propagandy i Dezinformacji (CAPD) i Prague Security Studies Institute (PSSI).