



Horyzonty Polityki
2(3)/2011

RENATA SZCZEPANIAK

Akademia Ignatianum w Krakowie
Instytut Kulturoznawstwa

Soft power („mięka siła”)
w relacjach międzynarodowych.
Dyplomacja kulturalna –
redefinicja pojęcia (z doświadczeń
kulturoznawcy)

Streszczenie

Współczesne międzynarodowe stosunki kulturalne, międzynarodowa współpraca i wymiana są wynikiem działalności dyplomatycznej. W artykule zajmuję się definicją pojęcia dyplomacji kulturalnej, które to pojawiło się stosunkowo niedawno w polskiej polityce zagranicznej i w obszarze międzynarodowego *public relations*. Dyplomacja kulturalna jest idealnym przykładem tak zwanej „miękkiej siły”, opierającej się na umiejętności przekonywania za pomocą kultury, wartości i idei, w przeciwieństwie do „twardej siły”, która zakłada również działania militarne. Wiele krajów wykorzystuje obecnie „miękką siłę” w promocji swojego wizerunku. Doświadczenie tych krajów pokazuje, iż eksponowanie dziedzictwa narodowego pomaga nie tylko poprawić wizerunek danego państwa, ale i wzmocnić jego pozycję polityczną.

SŁOWA KLUCZOWE

dyplomacja kulturalna, dyplomacja publiczna, „mięka siła” w relacjach międzynarodowych

SOFT POWER IN THE INTERNATIONAL RELATIONS.
REDEFINITION OF THE CONCEPT
OF CULTURAL DIPLOMACY

Summary

Today's international cultural relations, international cooperation and exchanges are the result of diplomatic activities. This paper presents the term of cultural diplomacy, which is quite new in the domain of Polish foreign policy and in the field of international public relations. Cultural diplomacy is the best example of the so-called soft power, i.e. the possibility of communicating, via the conduit of culture, of values and ideas, which is in contrast to hard power, i.e. one that uses military instruments. Culture is in the forefront of many countries' promotional efforts. These countries recognize that showing their cultural heritage provides creating a positive image, thus helping to achieve their political aims.

KEYWORDS

cultural diplomacy, public diplomacy, soft power
in international relations

Kultura, tak jak każdy inny obszar życia społecznego, podlega umiędzynarodowieniu. Współczesne międzynarodowe stosunki kulturalne, międzynarodowa współpraca i wymiana, jak też i konkurencja między państwami, są wynikiem celowej działalności politycznej, działalności dyplomatycznej. W artykule chciałabym zająć się definicją szczególnego obszaru działań międzypaństwowych – tak zwanej dyplomacji kulturalnej. Pojęcie „dyplomacji kulturalnej” (ang. *cultural diplomacy*, niem. *kulturelle Diplomatie*, fr. *diplomatie culturelle*) nie jest nowe – powstało po II wojnie światowej jako kontynuacja dyplomacji tradycyjnej, realizacja zagranicznej polityki kulturalnej (w szczególności ze strony USA¹) – ostatnio jednak następuje jego ewaluacja.

1 „Mimo coraz większego rozpowszechnienia metod dyplomacji publicznej w Europie oraz rosnącego zainteresowania tą dziedziną ze strony teoretyków istnieje dość silna tendencja do utożsamiania jej z polityką Stanów Zjednoczonych i to w rozumieniu negatywnym – międzynarodowej propagandy” – B. Ociepka, *Dyplomacja publiczna jako forma komunikowania międzynarodowego*, [w:] *Dyplomacja publiczna*, red. B. Ociepka, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2008, s. 15-16.

CZYM JEST DYPLOMACJA KULTURALNA? OD DYPLOMACJI TRADYCYJNEJ DO DYPLOMACJI PUBLICZNEJ

Należałoby w tym miejscu przypomnieć tradycyjną definicję działalności dyplomatycznej. Sam termin „dyplomacja” pochodzi od greckiego słowa *diploma*, które oznaczało dwie tabliczki pokryte woskiem, na których zapisywano instrukcje i pełnomocnictwa dla posłów wysyłanych ze specjalnymi misjami. Do powszechnego użycia pojęcie to weszło jednak dopiero w drugiej połowie XVIII wieku. Sama dyplomacja jest terminem wieloznacznym. Pojęciem tym określa się politykę zagraniczną, sztukę prowadzenia rokowań, a także zespół ludzi zatrudnionych w służbie zagranicznej czy talenty dyplomatyczne. Klasyczną dyplomację definiuje się najczęściej jako

oficjalną działalność państwa skierowaną na zewnątrz, realizowaną przez organy państwowe i mającą na celu osiągnięcie założeń jego polityki zagranicznej na drodze prowadzenia rokowań i zawierania umów międzynarodowych².

Tak zdefiniowane pojęcie dyplomacji jest węższe od pojęcia polityki zagranicznej, a dyplomacja jest głównym instrumentem realizacji tej polityki. Jeśli politykę zagraniczną możemy uznać za strategię, dyplomację możemy określić jako jej taktykę. Celem dyplomacji jest nawiązywanie i utrzymywanie pokojowych stosunków z innymi państwami, ochrona interesów i bezpieczeństwa państwa, a także poszukiwanie możliwości współpracy. Działalność dyplomatyczną prowadzi się poprzez prowadzenie negocjacji, wykorzystanie perswazji, szukanie kompromisu, konsultacje, ale również groźby, podstęp czy wywieranie psychologicznej presji³.

Jedną z form działalności dyplomatycznej jest dyplomacja publiczna, która wyróżnia się tym, iż jest skierowana do szerszego grona odbiorców zagranicznych niż dyplomacja klasyczna⁴. Termin

2 *Międzynarodowe stosunki polityczne*, red. M. Pietraś, Wydawnictwo Uniwersytetu M. Curie-Skłodowskiej, Lublin 2007, s. 170.

3 Por. tamże, s. 169-170.

4 Por. B. Ociepka, *Dyplomacja publiczna jako forma komunikowania międzynarodowego*, art. cyt., s. 11.

„dyplomacja publiczna” został po raz pierwszy użyty w 1965 roku przez Edmunda Guilliona, dziekana Fletcher School of Law & Diplomacy w amerykańskim Uniwersytecie Tufts, który definiował ją jako

wpływ, jaki postawy społeczne wywierają na formowanie i realizację polityki zagranicznej. (...) [Dyplomacja publiczna] obejmuje aspekty stosunków międzynarodowych wykraczające poza tradycyjną dyplomację; formowanie przez rząd opinii publicznej w innych krajach; wzajemne oddziaływanie prywatnych grup i interesów w jednym państwie na te w drugim; relacjonowanie wydarzeń zagranicznych i ich wpływu na politykę; komunikowanie pomiędzy tymi, których pracą jest komunikacja, między dyplomatami i korespondentami zagranicznymi; oraz proces międzykulturowej komunikacji⁵.

Jerzy Mikułowski Pomorski zdefiniował dyplomację publiczną jako „dyplomację obywatelską”, która jest „procesem uczestniczenia w procesach międzynarodowych samych obywateli”⁶.

Biorąc pod uwagę to, kto w tym typie komunikacji jest nadawcą i odbiorcą – według Beaty Ociepki – określa się dyplomację publiczną skrótem g2p (*government to people*): rządy do publiczności lub p2p: publiczność do publiczności (*people to people*). W „tradycyjnej” dyplomacji publicznej (g2p) wysiłki są skierowywane na informowanie, wpływanie, przyciąganie społeczeństwa, tak aby uzyskać poparcie dla narodowych celów i polityki zagranicznej. W „nowej” dyplomacji publicznej (p2p) zarówno rządy, osoby prywatne, jak i grupy wpływają bezpośrednio lub pośrednio na opinię publiczną, która wywiera nacisk na politykę zagraniczną drugiego rządu. Nadawcą tak rozumianej dyplomacji publicznej nie są już zatem wyłącznie rządy państw, ale także organizacje pozarządowe i inni uczestnicy stosunków międzynarodowych mający wpływ na wizerunek państwa i społeczeństwa⁷.

5 J. Mikułowski Pomorski, *Międzynarodowość jako płaszczyzna komunikacji*, „Euro-lines” nr 1 (5), styczeń 2005.

6 Tenże, *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, Universitas, Kraków 2006, s. 61.

7 Por. B. Bojarczyk, J. Olchowski, A.W. Ziętek, *Od dominacji kulturowej do soft power. Kultura w promocji państw*, [w:] *Międzynarodowe stosunki kulturalne*.

Jednym z najbardziej istotnych obszarów dyplomacji publicznej jest kultura. Zorganizowaną działalność państwową polegającą na promocji kultury narodowej – jako część oficjalnej polityki zagranicznej – podejmowano już na początku XIX wieku. Doprowadziło to do wykształcenia się nowej formy dyplomacji, dyplomacji kulturalnej. Celem dyplomacji kulturalnej, podobnie jak publicznej, jest kreowanie i zarządzanie wizerunkiem państwa. Dyplomacja kulturalna jest w pewnym sensie także działaniem politycznym, gdyż jej zadaniem jest kompleksowa promocja kraju⁸.

Pojęcie „dyplomacji kulturalnej” – jako oficjalnej działalności dyplomatycznej – pojawiło się po II wojnie światowej. W 1955 roku Anthony Haigh rozróżnił pojęcie „stosunki kulturalne” od pojęcia „dyplomacja kulturalna”. Pojęcie dyplomacji kulturalnej miało według A. Haigha swoje źródło w rozumieniu stosunków kulturalnych jako kontaktów między ludźmi zamieszkującymi różne kraje. Ich sensem było „poznawanie tego, co myśli człowiek w drugim kraju i dlaczego tak myśli”⁹. Dyplomacja kulturalna została przez A. Haigha zdefiniowana jako

poczynania rządów w sferze międzynarodowych stosunków kulturalnych, które tradycyjnie pozostawały domeną inicjatywy prywatnej¹⁰.

Według definicji amerykańskiego politologa Milтона C. Cummingsa – zamieszczonej również na stronie internetowej powstałego w 1999 roku w Berlinie Instytutu Dyplomacji Kulturalnej – dyplomacja kulturalna to

wymiana idei, informacji, wartości, systemów, tradycji, wierzeń i innych aspektów kultury w intencji wzajemnego rozwoju i zrozumienia

Podręcznik akademicki, red. A.W. Ziętek, Wydawnictwo „Poltext”, Warszawa 2010, s. 134.

8 Por. M. Mickiewicz, *Polska dyplomacja kulturalna*, [w:] *Dyplomacja publiczna*, dz. cyt., s. 118.

9 A. Haigh, *Co to jest dyplomacja kulturalna?*, [w:] C. Lewandowski, *Międzynarodowe stosunki kulturalne. Wybór dokumentów i literatury*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001, s. 94-95.

10 Tamże, s. 94-95.

(the exchange of ideas, information, values, systems, traditions, beliefs, and other aspects of culture, with the intention of fostering mutual understanding)¹¹.

Taka forma dyplomacji może dokonywać się na wielu polach, między innymi w obszarze sztuki, sportu, literatury, muzyki, nauki czy ekonomii. Na poziomie oficjalnym dyplomacja kulturalna realizowana może być: po pierwsze, poprzez zawieranie multi- i bilateralnych umów w celu ułatwienia wymiany kulturowej, a po drugie, mogą to być wszelkie działania prowadzone przez personel dyplomatyczny oraz placówki kulturalne mające na celu kreowanie pozytywnego wizerunku państwa za granicą¹².

Tradycyjnie (historycznie) rozumiana działalność dyplomatyczna (jako *government to people*) łączy się często z pojęciem dominacji kulturowej, kulturowej hegemonii. Hegemonia (gr. *hegemonia*) oznacza przewodnictwo, przywództwo. Wiąże się ze zdominowaniem (politycznym, ekonomicznym, kulturalnym) jednego państwa przez inne państwo lub państwa. Włoski filozof i działacz komunistyczny Antonio Gramsci wyróżnił na początku XX wieku dwa typy politycznej kontroli: dominację opartą na przymusie i hegemonię opartą na przyzwoleniu. Analizując działania państw w zakresie promocji swojego wizerunku, można się odwołać do tej zaproponowanej przez A. Gramsciego klasyfikacji. Teoria hegemonii kulturalnej Gramsciego zakładała, że dominująca ideologia

nałożona przez instytucje kulturalne (...) [jest] tak naturalna i „zdroworozsądkowa”, że nawet nie podważamy jej założeń¹³.

11 M.C. Cummings, *Cultural Diplomacy and the United States Government: a Survey*, Center for Arts and Culture 2003, s. 1.

12 Por. *Jakie szanse niesie ze sobą polska prezydencja?*, Małopolskie Regionalne Centrum Informacji Europejskiej, Federacja Regionalnych Związków Gmin i Powiatów RP, Kraków 2009, s. 5.

13 B. Bojarczyk, J. Olchowski, A.W. Ziętek, *Od dominacji kulturowej do soft power*, art. cyt., s. 130-131. Na znaczenie czynników pozapolitycznych w kształtowaniu pozycji państwa zwrócił uwagę również Zbigniew Brzeziński. Potwierdził on rolę kultury, analizując powstanie i upadek mocarstw – np. Rzym utrzymywał władzę dzięki organizacji militarnej i atrakcyjności kulturowej – por. tamże, s. 131.

Dla A. Gramsciego hegemonia kulturalna była czymś więcej niż uzyskaniem dominacji przez przymus. Wiązała się z akceptacją przywództwa moralnego i intelektualnego dominującego państwa.

„Nowa” dyplomacja kulturalna (rozumiana jako *people to people*) jest natomiast bliższa pojęciu „kulturowej dyfuzji”. Pojęcie to według Ewy Nowickiej

oznacza (...) przestrzenne rozchodzenie się lub przenoszenie się elementów kultury (cech, instytucji, wzorów, wątków, tematów, obyczajów) w drodze zapożyczania. Pojęcie dyfuzji może się też czasem odnosić do procesu przenikania treści kulturowych z jednej warstwy czy klasy społecznej do drugiej, z jednej grupy w obrębie szerszej zbiorowości do innej. (...) Dyfuzja jest dziś pojmowana jako zjawisko oczywiste, wynikające z faktu uczenia się kultury (...). Uczenie się może przebiegać zarówno między pokoleniami, jak i między grupami w obrębie zasadniczo jednolitego kulturowo społeczeństwa, a także między przedstawicielami zbiorowości kulturowo odmiennych¹⁴.

Takie podejście do rozumienia dyplomacji kulturalnej zakłada „uczenie się” kultury innego państwa – poprzez „łagodne” działania promocyjne – bez hegemonicznego „narzucania się”.

W polskiej praktyce dyplomatycznej pojęcie dyplomacji kulturalnej pojawiło się stosunkowo niedawno. 5 lipca 2000 roku w Warszawie odbyła się konferencja *Dyplomacja kulturalna* poświęcona

refleksji nad miejscem i rolą kultury w polityce zagranicznej RP oraz dyskusji nad możliwościami współpracy instytucji państwowych i organizacji pozarządowych na rzecz promocji kultury polskiej za granicą i kształtowania obrazu kraju¹⁵.

Ówczesny minister kultury Kazimierz Michał Ujazdowski przedstawił na tym spotkaniu program polskiej dyplomacji kulturalnej, wskazując przy tym, że nie jest to koncepcja zupełnie nowa, jako

14 E. Nowicka, *Świat człowieka – świat kultury. Systematyczny wykład problemów antropologii kulturowej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997, s. 105.

15 AK, *Dyplomacja kulturalna*, „Rzeczpospolita” 03.07.2000, <<http://archiwum.rp.pl/arttykul/284415.html>> (dostęp: 04.09.2011).

że swego rodzaju polityka kulturalna Polski była jedynym sposobem prowadzenia polityki polskiej przez długie lata zaborów oraz w znacznym stopniu w latach PRL¹⁶.

Minister Spraw Zagranicznych Radosław Sikorski w swoim *ex-posé* z 2009 roku podkreślił fakt wprowadzenia „do pracy polskiej służby zagranicznej (...) pojęcia dyplomacji publicznej”¹⁷.

Pojęcie dyplomacji kulturalnej jako promocji wizerunku państwa od kilku lat zyskuje w polskiej polityce zagranicznej na znaczeniu. Na ostatnim Kongresie Kultury Polskiej, który odbył się w Krakowie we wrześniu 2009 roku, przedstawiono raport *O promocji Polski poprzez kulturę*, a w nim postawiono pytanie: „Kto potrzebuje dyplomacji kulturalnej?”. Według autorów raportu,

dotychczasowe metody promocji kultury wyczerpały swoje możliwości kreatywne i osiągnęły pułap skuteczności. We współczesnym świecie nie da się już prowadzić skutecznej dyplomacji czy zagranicznej polityki ekonomicznej bez międzynarodowej wymiany kulturalnej i dyplomacji kulturalnej. Kultura nie jest już wartością dodaną do gospodarki (...). Należy (...) przyjąć za pewnik, iż kultura nie jest, wedle skompromitowanej ideologii, „nadbudową” ekonomii, luksusem, na który pracuje gospodarka – jest poważną i racjonalną dla podatnika szansą na to, aby kraj we wszystkich aspektach swego funkcjonowania w ogóle zaistniał w świecie¹⁸.

„NOWA” DYPLOMACJA KULTURALNA JAKO *SOFT POWER* W RELACJACH MIĘDZYNARODOWYCH

Do najnowszych definicji działalności dyplomatycznej w zakresie kultury wprowadza się stworzony kilka lat temu termin *soft power* („miękkiej siły”). Autorem tego pojęcia jest amerykański politolog

16 K.M. Ujazdowski, *Program jest – potrzebne środki*, „Rzeczpospolita” 22.07.2000, <<http://archiwum.rp.pl/arttykul/288331.html>> (dostęp: 04.09.2011).

17 *Informacja Ministra Spraw Zagranicznych Pana Radosława Sikorskiego dotycząca zadań polskiej polityki zagranicznej w 2009 roku*, <www.msz.gov.pl/Exposse,2009,27480.html> (dostęp: 04.09.2011).

18 *Kongres Kultury Polskiej. Raport o promocji Polski przez kulturę*, <<http://www.kongreskultury.pl>> (dostęp: 04.09.2011).

Joseph Nye, który przeciwstawił „twardą siłę” militarną i polityczną Stanów Zjednoczonych „miękkiej sile” oddziaływania Unii Europejskiej na świat zewnętrzny. „Mięka siła” miała być tu siłą oddziaływania państwa opierającą się na perswazji, zachęcie i przykładzie¹⁹. Dyplomacja kulturalna, definiowana przez M.C. Cummingsa jako wymiana idei, informacji, sztuki i innych aspektów kultury pomiędzy narodami w atmosferze sprzyjającej wzajemnemu zrozumieniu, jest zatem idealnym przykładem takiej *soft power*, opierającej się na umiejętności przekonywania przez kulturę, wartości i idee (w przeciwieństwie do *hard power*, która wykorzystuje w dyplomacji „twarde” działania militarne). Skoro na istotę dyplomacji kulturalnej składa się dzielenie się wypracowanymi przez państwa aspektami kultury w intencji wzajemnego rozwoju i zrozumienia, jest ona formą komunikacji jak najbardziej przyjemną i pożądaną dla obu stron i dlatego może być jednym z najbardziej efektywnych narzędzi dyplomatycznych.

Według B. Ociepki pojęcie „miękkiej siły” w badaniach nad stosunkami międzynarodowymi pojawiło się wraz z zakończeniem zimnej wojny, rozpadnięciem się układu bipolarnego, rozwojem nowych technologii wykorzystywanych w komunikowaniu społecznym (ale także w prowadzeniu wojen) oraz wraz z uznaniem organizacji niepaństwowych (*non-state*), w tym także pozarządowych, za aktorów stosunków międzynarodowych²⁰.

Zjawisku „miękkiej siły” poświęca się obecnie coraz więcej uwagi zarówno w teorii, jak i w praktyce stosunków międzynarodowych. „Miękką siłę” wykorzystuje się do budowania wizerunku państwa, wzmocnienia jego wiarygodności i atrakcyjności. Wprawdzie „łagodna” dyplomacja stosowana jest w relacjach międzynarodowych

19 Por. J.S. Nye, Jr., *The Paradox of American Power*, Oxford University Press 2002, s. 8-9. Joseph S. Nye jest także autorem książki *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004), która ukazała się w Polsce w 2007 r. pod tytułem *Jak osiągnąć sukces w polityce światowej – perswazyjne środki oddziaływania politycznego (kultura, propaganda, dyplomacja)*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

20 Por. B. Ociepka, „Mięka siła” w stosunkach międzynarodowych, [w:] *Historia – polityka – dyplomacja. Studia z nauk społecznych i humanistycznych. Księga pamiątkowa dedykowana Profesorowi Marianowi S. Wolańskiemu w siedemdziesiątą rocznicę urodzin*, red. M. Mróz, E. Stadtmuller, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2010, s. 406.

od ich początków, to jednak obecne zainteresowanie tematem wynika ze zmian politycznych i społecznych,

ale także z rosnącej fascynacji takimi dziedzinami jak marketing polityczny i *public relations*, które zdają się oferować proste do zastosowania narzędzia, przynoszące szybko oczekiwane efekty w polityce, także międzynarodowej²¹.

DYPLOMACJA KULTURALNA JAKO KSZTAŁTOWANIE POZYCJI KULTUROWEJ PAŃSTWA

W dyplomacji coraz częściej wykorzystuje się działania, które wpisują się w szeroko rozumianą dyplomację kulturalną. Promowanie własnej kultury pomaga bowiem w kształtowaniu pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku, który jest również jednym z wyznaczników potencjału ekonomicznego. Budowana przy wykorzystaniu *soft power* „marka” państwa, jego atrakcyjność kulturowa przyczyniają się do wzrostu jego pozycji międzynarodowej, wzmacniając jego *hard power* (wartości polityczne, geopolityczne, wojskowe). Pozytywne postrzeganie danego państwa (i jego kultury) zwiększa stopień akceptacji jego poczynań w środowisku międzynarodowym. Według autorów wydanego w 2010 roku podręcznika akademickiego *Międzynarodowe stosunki kulturalne*,

kultura staje się dzisiaj towarem eksportowym, a w wielu przypadkach obrót dobrami kultury jest dla gospodarki państwa źródłem ogromnych zysków (np. dla Stanów Zjednoczonych takim źródłem jest eksport produkcji audiowizualnej – filmów, seriali, muzyki, gier komputerowych). To zjawisko utowarowienia dotyczy głównie kultury masowej, ale wymiernych profitów dostarcza także promowanie i wykorzystywanie swojej atrakcyjności kulturowej, bazującej na bogatym dziedzictwie kulturowym, organizowaniu wielkich imprez kulturalnych. (...) Ponieważ turystyka kulturalna stanowi coraz dynamiczniej rozwijającą się gałąź gospodarki, rośnie także konkurencja, jeśli chodzi o promowanie własnej kultury, własnych symbolicznych kodów historycznych kulturowych. Eksport kultury

21 Tamże, s. 407.

pomaga umacniać pozycję międzynarodową państwa, budzi zainteresowanie nim, dzięki czemu przyciąga turystów i kapitał²².

W wypadku państw „starej” Unii Europejskiej, jak Wielka Brytania, Francja czy Niemcy, stosowanie instrumentów kulturowych do umacniania swojej pozycji międzynarodowej ma długą tradycję. Te państwa mają ugruntowany potencjał kulturowy, wysoki poziom rozpoznawalności i duże aspiracje do odgrywania roli liderów kulturalnych i cywilizacyjnych. W przypadku Wielkiej Brytanii i Francji rozległość i trwałość wpływów kulturowych warunkowana jest w niemałym stopniu dziedzictwem kolonialnym²³. W Niemczech dyplomacja kulturalna funkcjonowała i funkcjonuje równoległe z silnie rozwijającą się promocją gospodarczą (dyplomacja gospodarcza). Dyplomację w tym przypadku zaczyna się postrzegać jako działalność koordynującą wysiłki w różnych dziedzinach zgodnie z założeniami dyplomacji publicznej²⁴.

Dyplomacją kulturalną jako jedną z najważniejszych obecnie form działalności dyplomatycznej zainteresowała się również Komisja Europejska. Na posiedzeniu plenarnym 12 maja 2011 roku podjęto decyzję o utworzeniu zespołu kierującego „Dyplomacją Kulturalną” w ramach Europejskiej Służby Działań Zewnętrznych (*External Action Service of the European Union*). W tej inicjatywie ma uczestniczyć jeden przedstawiciel z każdego kraju europejskiego²⁵.

W przypadku Stanów Zjednoczonych promocja i eksport kultury przynosi od dawna istotne korzyści ekonomiczne. Dyplomacja kulturalna ma tu jednak znacznie szerszy wymiar, ponieważ USA są głównym producentem i eksporterem popkultury. Ponadto politycy amerykańscy dopiero od pewnego czasu zaczęli postrzegać zasoby kulturowe jako instrument, który skutecznie uzupełnia

22 B. Bojarczyk, J. Olchowski, A.W. Ziętek, *Od dominacji kulturowej do soft power*, art. cyt., s. 137-138.

23 Por. tamże.

24 Por. B. Ociepka, *Dyplomacja publiczna jako forma komunikowania międzynarodowego*, art. cyt., s. 28.

25 Por. *Call for stronger cultural diplomacy and more support for creative industries*, 12.05.2011, Plenary sessions, <<http://www.europarl.europa.eu/pl/press-room/content/20110511IPR19220/html/Call-for-stronger-cultural-diplomacy-and-more-support-for-creative-industries>> (dostęp: 04.09.2011).

„twardą siłę” militarną i gospodarczą²⁶. W 2009 roku, po dwudziestu latach oficjalnej niechęci wobec politycznej wartości międzynarodowej wymiany kulturalnej, sekretarz stanu USA Hilary Clinton zapowiedziała nową erę w dyplomacji amerykańskiej, którą nazwała „nową inteligentną siłą” (ang. *new intelligent power*). Ma ona być oparta na trzech podstawach: obronie, dyplomacji i pomocy rozwojowej. Dyplomacja kulturalna jako „miękki element” całości działań dyplomatycznych ma mieć w tej nowej doktrynie istotny wpływ na ich spójność i skuteczność²⁷.

Także rosyjska dyplomacja podejmuje obecnie działania zmierzające, poprzez oddziaływanie kulturowe, do „złagodzenia” swojego wizerunku. W połączeniu z dyplomacją gospodarczą ma to służyć wzrostowi zaufania do Rosji, które zostało mocno nadwątlone nie tylko w okresie zimnej wojny, ale i przez jej późniejsze działania międzynarodowe (działania zbrojne w Czeczeni)²⁸.

W Polsce działania w zakresie szeroko pojętej dyplomacji kulturalnej zintensyfikowano przed akcesją z Unią Europejską. W tym okresie, dzięki działalności Instytutu Marki Polskiej, pojawia się określenie „marka polska” oznaczające pozytywną wartość kojarzoną z Polską. Określenie marki w rozumieniu Instytutu Marki Polskiej wywodziło się z „marki produktów”, w odniesieniu do państwa nawiązywało do kategorii „brandingu”, a zwłaszcza branding terytorialnego (*place branding*)²⁹.

Za koordynację działań dyplomatycznych związanych z polską dyplomacją kulturalną jest odpowiedzialny Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej przy polskim Ministerstwie Spraw Zagranicznych. Obecnie realizacją idei dyplomacji kulturalnej zajmują się w Polsce luźno ze sobą powiązane instytucje publiczne (resorty ministerialne, Instytut Adama Mickiewicza i Instytut

26 Por. tamże, s. 138.

27 Por. B. Ociepka, „Miękką siłą” w stosunkach międzynarodowych, art. cyt., s. 406-407.

28 Por. B. Bojarczyk, J. Olchowski, A.W. Ziętek, *Od dominacji kulturowej do soft power*, art. cyt., s. 139.

29 Por. B. Ociepka, *Dyplomacja publiczna jako forma komunikowania międzynarodowego*, art. cyt., s. 17. Instytut Marki Polskiej w 2011 r. zakończył swoją działalność. Jego zadania przejął Departament Instrumentów Wsparcia Ministerstwa Gospodarki.

Audiowizualny, instytuty polskie zagranicą) i prywatne. Wśród działań polskiej dyplomacji kulturalnej można, według Marty Mickiewicz, wyróżnić: międzyresortowe wielotematyczne projekty promocyjne pod nazwą Roku Polskiego czy Sezonu Polskiego, informacyjne i promocyjne portale internetowe, wydawnictwa promujące polską kulturę, naukę i historię, wizyty studyjne, imprezy organizowane przez polskie placówki dyplomatyczne, w tym przede wszystkim instytuty polskie, a także takie inicjatywy gospodarczo-kulturalne, jak na przykład udział w targach³⁰.

Wykorzystanie instrumentów „miękkiej” dyplomacji kulturalnej możemy obserwować podczas trwającej obecnie polskiej prezydentury w UE. Prezydentura, oprócz wymiaru ściśle politycznego, jest na pewno znakomitą okazją do budowania wizerunku państwa, które ją sprawuje. Decyzją Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego koncepcja i realizacja Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydentury 2011 została powierzona Narodowemu Instytutowi Audiowizualnemu. Głównym przesłaniem programu została – zgodnie z zaleceniami Zespołu Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów „Polska 2030” – „Art for Social Change”: „Kultura jako narzędzie zmiany społecznej”. Oprócz instytucji samorządowych (miast) w programie biorą aktywny, programowy udział instytuty podległe Ministerstwu Kultury i Dziedzictwa Narodowego, między innymi Instytut Adama Mickiewicza, który na swojej stronie internetowej wymienia „6 filarów polskiej prezydentury w UE”³¹. Ocenę tych działań musimy pozostawić czasowi.

* * *

Zmiany następujące w Polsce po 2004 roku wskazują na świadome wykorzystanie „miękkiej siły” i wprowadzenie jej narzędzi do polskiej kulturalnej polityki zagranicznej. Problematyka „nowej” dyplomacji kulturalnej staje się obecnie jednym z najbardziej popularnych problemów badawczych w obszarze komunikowania

30 Por. M. Mickiewicz, *Polska dyplomacja kulturalna*, art. cyt., s. 126.

31 *Działalność*, Instytut Adama Mickiewicza, „Culture.pl”, <<http://www.iam.pl/pl/dzialalnosc/prezydencja.html>> (dostęp: 04.09.2011).

RENATA SZCZEPANIAK

międzynarodowego i międzynarodowego *public relations*. Warto w tym miejscu podkreślić, iż modne obecnie pozycjonowanie wizerunku danego kraju w opinii światowej, ratingowanie zewnętrzne danego państwa, w największej bodaj mierze zależy od ekspansywności jego kultury.