

Alejandra Bautista Ortiz

Uczelnia Łazarskiego  
boalece@gmail.com

## Rola dyplomacji kulturalnej w promocji państwa i rozwijaniu stosunków międzynarodowych

**Słowa kluczowe:** dyplomacja, kultura, dyplomacja kulturalna, instytucje kultury, promocja

**Abstrakt:** Artykuł poświęcony jest skuteczności polskiej dyplomacji kulturalnej. Przedstawiono w nim pojęcia kultury, dyplomacji, w tym również dyplomacji kulturalnej. Opisano także model dyplomacji kulturalnej w Polsce, polską koncepcję polityki kulturalnej, sposób, w jaki jest ona prowadzona przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych, które jest skierowane na wpływanie na opinię publiczną w innych krajach, ponadto strukturę organizacyjną oraz zadania dyplomacji kulturalnej, a także analizę słabych i mocnych stron polskiej dyplomacji kulturalnej. Przedstawiono również krótką analizę wybranych przykładów polskiej dyplomacji kulturalnej, w tym działalność Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina oraz funkcjonującej w jego ramach biblioteki.

**Keywords:** diplomacy, culture, cultural diplomacy, cultural institutions, promotion

**Abstract:** The article focuses on the effectiveness of Polish cultural diplomacy. It defines the concepts of culture, diplomacy, and specifically cultural diplomacy. The article describes the model of cultural diplomacy in Poland, including the Polish cultural policy concept and its implementation by the Ministry of Foreign Affairs, which aims to influence public opinion in other countries. It covers the organizational structure and tasks of cultural diplomacy and analyzes the strengths and weaknesses of Polish cultural diplomacy. Additionally, the article provides a brief analysis of selected examples of Polish cultural diplomacy, including the activities of the Fryderyk Chopin Institute and its associated library.

### Pojęcie i geneza dyplomacji kulturalnej

Kultura odgrywa dużą rolę w kształtowaniu polityki międzynarodowej. Dzięki niej dochodzi do interakcji, współpracy i zrozumienia między narodami. Ponadto kultura może służyć wpływaniu na poprawę i projekcję wizerunku państwa. Można powiedzieć, że praktycznie wszystkie działania o charakterze międzynarodowym są w jakimś stopniu zdeterminowane kulturowo.

Dyplomacja kulturalna to działalność, która zawsze w jakimś stopniu była obecna w naturze interakcji pomiędzy narodami, biorąc pod uwagę, że kultura na przestrzeni dziejów determinowała kontrast lub bliskość między grupami i formami zbiorowego działania.

W związku z tym warto omówić zasadnicze kwestie dotyczące relacji między kulturą a stosunkami międzynarodowymi, takie jak choćby kultura jako istotny element życia międzynarodowego, relacje wiążące kulturę z polityką i wpływ kultury na gospodarkę [zob. też 28, s. 14].

Dyplomacja kulturalna jest elementem dyplomacji publicznej, która ukierunkowana jest na realizację zadań polityki zagranicznej. Według Milтона Cummingsa pojęcie to oznacza „wymianę idei, informacji, sztuki, języka i innych aspektów kultury między narodami i ich ludami w celu wspierania wzajemnego zrozumienia” [14, s. 6]. Zatem kultura i dyplomacja są elementami, które mogą się łączyć. W historii stosunków międzynarodowych wiele państw praktykowało ten typ dyplomacji, nawet jeśli nie przybierała ona kształtu typowego dla współczesnych działań. Aby zrozumieć właściwe znaczenie tych relacji, konieczne jest wyjaśnienie, do czego odwołują się składające się na nią pojęcia, takie jak dyplomacja i kultura.

## Pojęcie *kultury*

Kultura należy do podstawowych pojęć współczesnej humanistyki, a wywodzi się z filozofii, antropologii i socjologii. Jednakże wielokrotnie definiowano już ją w ramach różnych nauk. Była analizowana z odmiennych perspektyw, dokonywano poszukiwań jej atrybutów. Sam termin „kultura” etymologicznie pochodzi od łacińskiego słowa *cultus* (nabożeństwo, kultywowanie, pielęgnowanie). Stanowi ogół tego, co pielęgnujemy (źródłem jest tu termin *colere*), to, co kultywujemy celem urzeczywistnienia wartości bądź stworzenia dóbr [26, s. 950]. Pojęcie kultury odnosi się przede wszystkim do „człowieka-wśród-ludzi”. Od początku bowiem człowiek ma potrzebę poznania i zlokalizowania siebie. Człowiek zawsze zadawał sobie pytania: Kim jestem? Skąd pochodzę? Jest to desperackie poszukiwanie sensu życia na podstawie samowiedzy, lokalizacji przestrzennej czy rozpoznawania innych. Poprzez swą naturę człowiek jest twórcą i uczestnikiem kultury, dlatego poznanie kultury ma zasadnicze znaczenie dla rozumienia samego człowieka. Innymi słowy źródła kultury wynikają z natury gatunku ludzkiego, co jednocześnie wskazuje, że człowiek z natury jest zdolny do tworzenia i przyjmowania kultury. Podsumowując, kultura jest rozumiana jako rezultat działań odniesionych do zjawisk naturalnych, jako narzędzie zaspokojenia ludzkich potrzeb i sposób realizacji celów [9, s. 17–18].

Kultura jest uwewnętrzniona, zinternalizowana, jest sposobem myślenia i doświadczania świata. Kultura jest w człowieku, jest efektem współżycia ludzi, wzajemnego oddziaływania i współdziałania, a trwając przez pokolenia, rozwija się i wzbogaca w procesie historycznej tradycji. W układzie kultury narodowej język, często religia oraz symbole, a także sposób bycia i przekonanie o wspólnym pochodzeniu odnoszą się do całości danej grupy i do jej związku z tradycją [9, s. 51]. Kultura jest zjawiskiem niejednorodnym i złożonym, tym samym nie można jej zamknąć w jednej definicji.

Florian Znaniecki określił kulturę jako „ład stosunków między wszystkimi rodzajami czynności ludzkich”, włączając w zakres tego pojęcia „religie, literaturę, język, sztukę, obyczaje, zwyczaje, prawa, organizacje społeczne, techniczną produkcję, wymianę ekonomiczną, a także filozofię i naukę” [9, s. 21]. W 1871 r. Edward Tylor napisał z kolei:

„Kultura lub cywilizacja jest to złożona całość obejmująca wiedzę, wierzenia, sztukę, prawo, moralność, obyczaje oraz wszystkie inne zdolności i nawyki nabyte przez człowieka jako członka społeczeństwa” [9, s. 19]. Według jeszcze innej definicji: „kultura jest całością, zintegrowanym, systemem zależności, w którym elementy mają charakter funkcjonalny oraz aparatem, gdyż służy dwóm celom: zaspokojeniu potrzeb i utrzymaniu tożsamości” [26, s. 953].

Kultury narodowe mają różne postacie i różne fazy rozwoju. Składają się na nie normy, złożone sposoby działania i wartości, które są stanowione przez jakąś społeczność, wyrosły z jej tradycji i historycznych doświadczeń. Każda kultura jest tworem jakiejś zbiorowości ludzkiej. Na świecie funkcjonuje wiele różnych kultur, a kryterium je różnicującym może być terytorium, okres historyczny, klasa społeczna, typ ustroju gospodarczego. Kultura może rozprzestrzeniać się poza granice geograficzne, ma też swoją dynamikę.

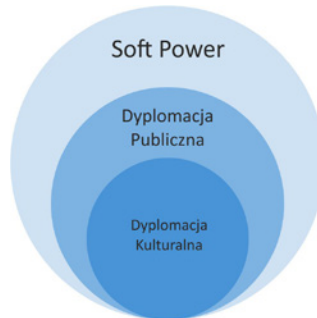
### Pojęcie *soft power*

Carlos Fuentes Macías, meksykański pisarz, miał w zwyczaju mówić, że: „Miękką siłą (ang. *soft power*) jest jak muszla morska, która z jednej strony pozwala usłyszeć swoje wnętrze, a z drugiej pozwala wydobyć na zewnątrz silny i zdecydowany dźwięk” [25, s. 5]. Z pewnością państwa narodowe mają swoje muszle, z których z jednej strony można usłyszeć ich głęboką tożsamość, tajemnice i wizje narodowe, z drugiej zaś dźwięki przekształcają się w narzędzia polityki zagranicznej, które przyciągają, komunikują i przekonują inne kraje o znaczeniu przesłania dla świata.

Joseph S. Nye zaproponował podział na trzy rodzaje sił charakteryzujących państwo: siłę militarną, siłę ekonomiczną i siłę miękką. Termin „miękką siłą” (ang. *soft power*) został wprowadzony na początku lat dziewięćdziesiątych XX w. Autorem tego pojęcia jest właśnie Joseph S. Nye, według którego: „władza to zdolność wpływania na zachowanie innych ludzi tak, by urzeczywistniali nasze pragnienia” [22, s. 194], czyli „*soft power* opiera się na zdolności kształtowania preferencji innych” [22, s. 194]. W dyplomacji publicznej wykorzystuje się siły miękkie poprzez wpływ na opinię publiczną za granicą. *Soft power* składa się z następujących czynników danego państwa: kultury, wartości politycznej, polityki zagranicznej. Przy czym Nye rozszerza ich zakres do różnych kategorii: rządu, kultury, dyplomacji, edukacji, biznesu/innowacji. *Soft power* należy widzieć w opozycji do *hard power* („twardej siły”), związanej z przymusem i osiąganiem posłuszeństwa na drodze nakazowej. Twarda siła wynika ze stosowania zasobów materialnych, tworzących militarny i ekonomiczny potencjał państwa. Miękką siłą i twardą siłą są od siebie zależne i powinno rozwijać się oba te obszary. Zdaniem Josepha Nye cenna jest umiejętność łączenia twardej i miękkiej siły w celu uzyskania zwycięskiej strategii. Jak twierdzi, ważna jest: „zdolność otrzymywania tego, czego chcesz, dzięki atrakcyjności raczej niż za pomocą przymusu lub zapłaty” [20, s. 25]. To właśnie kultura jest jednym z głównych źródeł *soft power* państw w randze mocarstw, które najczęściej dysponują odpowiednią „siłą” w obu tych wymiarach. Są one w stanie zachęcić szeroką rzeszę odbiorców na świecie do poznawania własnej kultury. Daje to szansę nie tylko na przetrwanie i zachowanie swojej oryginalności, ale także na intensywny rozwój w zderzeniu z innymi kulturami.

Na rysunku 1 zobrazowano powiązanie soft power z dyplomacją publiczną i kulturalną. W soft power zawierają się obie z wyżej wspomnianych dyplomacji, co daje możliwość wpływania na zachowanie innych tak, aby osiągnąć własne cele [24, s. 323–328]. Według polskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych dyplomacja publiczna to wysiłki państwa prowadzone na arenie międzynarodowej, które skierowane są ku wpływaniu na opinię publiczną w innych krajach. Dyplomacja publiczna zawiera w sobie dyplomację kulturalną, której celem jest ukazanie kultury i wizerunku państwa w prowadzonej polityce [18].

**Rysunek 1.** *Soft Power*



**Źródło:** opracowanie własne.

## Pojęcie *dyplomacji*

Dyplomacja jest jednym z najważniejszych mechanizmów sterowania procesami międzynarodowymi. Termin „dyplomacja” pochodzi od greckiego słowa *diplomata*, oznaczającego tabliczki pokryte woskiem, na których pisano instrukcje i pełnomocnictwa dla posłów udających się w specjalne misje [24, s. 7]. Pojęcie dyplomacji obejmuje zatem funkcjonowanie organów państwowych, reprezentowanych przez przedstawicieli dyplomatycznych, działających na rzecz utrzymania stosunków między państwami w celu ochrony i rozwijania interesów państwa [13, s. 147]. Organy występujące w imieniu państwa w stosunkach międzynarodowych można podzielić na organy wewnętrzne oraz organy zewnętrzne. Do organów zewnętrznych należą przedstawicielstwa dyplomatyczne. Ich generalną funkcją jest reprezentacja państwa za granicą oraz realizowanie polityki zagranicznej. Z kolei do organów wewnętrznych należą: głowa państwa, szef rządu, minister spraw zagranicznych, którzy także mogą kształtować stosunki międzynarodowe [7, s. 180].

O skuteczności polityki zagranicznej państwa decyduje wiele czynników: czynniki geograficzne, instytucje polityczne, wybór odpowiednich metod, znajomość środowiska międzynarodowego, sposób organizowania władz państwa, gospodarka [22, s. 194]. Niebagatelny wpływ ma jednak także kultura i dyplomacja kulturalna.

Zgodnie z Konwencją Wiedeńską funkcje misji dyplomatycznej obejmują m.in.:

- reprezentowanie państwa wysyłającego w państwie przyjmującym;
- ochronę dla państwa przyjmującego interesantów państwa wysyłającego i jego obywateli;
- prowadzenie rokowań z rządem państwa przyjmującego;
- zaznajamianie się wszelkimi legalnymi sposobami z warunkami panującymi w państwie przyjmującym i z rozwojem zachodzących w nim wydarzeń oraz rozwijanie między nimi stosunków gospodarczych, kulturalnych i naukowych [7, s. 303].

Jak mawiał Klemens von Metternich: „Polityka jest nauką, a dyplomacja sztuką” [6, s. 64]. Tak więc polityka jest „nauką”, a zadaniem dyplomacji jest osiągnięcie celów w stosunkach zewnętrznych w drodze negocjacji, co wymaga dodatkowych umiejętności i zdolności [6, s. 64].

Termin „dyplomacja publiczna” jako narzędzie pozycjonowania państwa pojawił się w 1965 r. za sprawą Edmunda Gilliona. Pojęcie to obejmuje: kształtowanie opinii publicznej w innych państwach, proces komunikacji międzynarodowej, umacnianie pozycji własnego kraju i promowanie jego interesów na arenie międzynarodowej [6, s. 67]. Termin ten obejmuje wymiary stosunków międzynarodowych wykraczających poza tradycyjną dyplomację. Podstawowym celem tych działań jest kształtowanie zagranicznej opinii publicznej poprzez współdziałanie grup prywatnych i interesów jednego kraju z innym; raportowanie spraw zagranicznych i jego wpływu na politykę; komunikację między tymi, których zadaniem jest komunikacja, jak np. dyplomaci i zagraniczni korespondenci. W każdej z tych sfer można wyróżnić trzy wymiary: zarządzanie informacjami, komunikację strategiczną i budowanie relacji [10, s. 326].

Dyplomacja publiczna jest kanałem służącym do przekazu punktu widzenia rządu danego kraju. Jako forma komunikacji, mająca na względzie tożsamość i wartości swego kraju, musi identyfikować jego mocne strony, które chce zakomunikować, a także określi

strategię i instrumenty działania. Jest to szczególnie ważne, gdy interes narodowy wymaga kształtowania dobrego imienia kraju, umacniania zaufania czy zmiany negatywnych stereotypów [10, s. 327].

### **Pojęcie *dyplomacji kulturalnej***

Dyplomacja kulturalna to jeden z elementów dyplomacji publicznej. Jej celem jest oddziaływanie na zagranicznych partnerów, wydarzenia kulturalne i uczestnictwo w nich. Jest to działalność niemal tak stara jak sama polityka. Wszystkie systemy polityczne wykorzystywały bowiem kulturę i sztukę, prezentując się za granicą. Stanowi to oficjalny instrument polityki zagranicznej państwa.

Celem nowoczesnej dyplomacji kulturalnej jest budowanie zaufania i zrozumienia, zainteresowanie życiem i wartościami innych narodów, ponadto niwelowanie stereotypowego myślenia. Polega to na tworzeniu pozytywnych bodźców i neutralizowaniu negatywnych

stereotypów, dzięki czemu możliwa jest większa otwartość, korzystny wizerunek i reputacja państwa na świecie. O dyplomacji kulturalnej można myśleć jako o promocji kultury narodowej bądź międzynarodowej współpracy kulturalnej. Kultura tworzy narrację, dzięki której możliwe jest poznawanie innych państw i społeczeństw, ale i odmiennych postaw czy hierarchii wartości.

Państwa proponują swoje aktywności kulturalne przy użyciu odpowiednich narzędzi – stałych i funkcjonujących okazjonalnie. Narzędzia stałe są to przede wszystkim różnego rodzaju instytucje kulturalne działające w wybranych krajach lub wydziały kulturalne, umieszczone w strukturze placówek dyplomatycznych, np. Goethe Institut, El Instituto Cervantes [28, s. 153], ale także np. biblioteki działające poza granicami kraju macierzystego, mające na celu popularyzowanie jego kultury i historii, jak choćby biblioteka polska przy ambasadzie w Reykjavíku. Do narzędzi okazjonalnych, typu *ad hoc*, zaliczane są różnego rodzaju inicjatywy, np. organizacji rządowych, pozarządowych lub samorządów lokalnych, mające na celu promocję kultury lub współdziałanie kulturalne, a także wsparcie finansowe lub logistyczne [28, s. 153]. Warto jeszcze nadmienić, że instytucje prowadzące dyplomację kulturalną są również odpowiedzialne za promocję turystyki, czyli podróży do danego kraju w celach poznawczych.

## Narzędzia dyplomacji kulturalnej

Dyplomację kulturalną można realizować poprzez różne działania, wykonywane głównie przez korpus dyplomatyczny. Jednym z najważniejszych dyplomatycznych działań kulturalnych jest pomoc podmiotom kultury, która może obejmować różnego rodzaju szkolenia lub inne rodzaje wsparcia (w tym) finansowego dla artystów, organizacji pozarządowych, instytucji kultury, sportowców oraz innych podmiotów kultury.

Należy podkreślić, że misje dyplomatyczne zazwyczaj aktywnie uczestniczą w organizacji małych wydarzeń kulturalnych, takich jak koncerty lub wystawy sztuki, które mogą upamiętniać daty istotne dla danego narodu. Taka obsługa wydarzeń sponsorowanych przez samą ambasadę jest ważną częścią praktyki kulturalnej działalności dyplomatycznej. Promocją kultury za granicą często zajmują się również biblioteki, organizujące liczne *eventy* związane z literaturą i rodzimymi pisarzami. Również promocja języka w państwie przyjmującym, to działalność wchodząca w zakres tej gałęzi dyplomacji. Promocja ta może się przełożyć na pomoc dla instytucji akademickich organizujących nauczanie języka, dostarczanie bibliotekom książek czy przygotowywanie publicznych wydarzeń z udziałem pisarzy.

Cele dyplomacji kulturalnej można osiągnąć za pomocą różnych narzędzi, takich jak:

- programy wymiany w obszarze edukacji – są to programy, w ramach których uczeń (zwykle licealista) lub student wybiera określony czas na pobyt w innym kraju, aby uczyć się języka tego kraju i poznawać jego kulturę oraz nawiązywać kontakty z jego mieszkańcami. Przykładem takiego programu wymiany jest program Erasmus;
- nawiązywanie relacji z dziennikarzami, naukowcami, artystami, które powodują budowanie bazy kontaktów, skutkujące rozpowszechnianiem wiadomości lub

informacji o danym kraju, a także stanowią podbudowę do współpracy międzynarodowej specjalistów z różnych dziedzin;

- stypendia i wymiana kulturalna artystów (malarzy, muzyków itp.) – np. stypendia dla artystów udzielane na realizację kreatywnych projektów w innych krajach. Celem takiego działania jest zgromadzenie artystów lub grup artystycznych z różnych stron świata, co powoduje uwrażliwienie i pomoc ludziom z różnych kultur w dzieleniu się doświadczeniami poprzez sztukę, odkrywanie różnych rzeczywistości, odległych kultur, sposobów życia, przekonań, a także stymulowanie artystów do dzielenia się i wymiany pomysłów, otwieranie nowych możliwości eksponowania twórczości artystycznej każdej grupy w innowacyjny i samodzielnie zarządzany sposób;
- popularyzowanie na arenie międzynarodowej wydarzeń kulturalnych (np. koncertów, wystaw, odczytów, pokazów), mających na celu prezentację różnych kultur, w tym poszerzanie wiedzy na temat twórczości kulturalnej danego kraju. Głównym celem jest tu komunikacja międzynarodowa, promocja oraz współdziałanie z podmiotami z innych krajów. Kluczowe jest to, by w wydarzeniu brały udział osoby, grupy lub instytucje zewnętrzne;
- organizowanie konferencji, sympozjów i warsztatów związanych z kulturą – to spotkania, podczas których omawia się pewne kwestie naukowe, społeczne, polityczne, środowiskowe itp. [1]. Rozmowy, wymiana opinii i wiedzy między ludźmi i narodami może przyjąć formę ustną lub wirtualną. Podczas nich dochodzi do konfrontacji idei, opinii, pojawia się twórczy ferment;
- promocja języka – jest powiązana z elementami historii i kultury danego narodu, które trwale wpływają na jego wizerunek w innych krajach. Obejmuje systematyczną naukę języka w ramach studiów, kursów czy szkoleń, jak też wydarzenia okazjonalne, dopiero mające na celu zachęcenie do poznania danego języka;
- publikacje – ich zadaniem jest podawanie do wiadomości publicznej określonych faktów, wyników badań ect. lub ujawnianie określonych kwestii, ważnych w życiu polityczno-społecznym;
- promocja turystyki – ma na celu zachęcenie do odwiedzin danego kraju lub regionu i lepszego jego poznania, tj. zapoznania się z lokalnymi zwyczajami, kuchnią, historią, kulturą czy zabytkami architektonicznymi;
- zakładanie muzeów, a więc przestrzeni, w których przechowywane i eksponowane są różnego rodzaju elementy związane z różnorodnymi aspektami kultury. Kolekcje mogą zawierać zbiory sztuki, przedmioty życia codziennego używane w dawnych czasach, obiekty muzyczne, rzeczy prywatne czy przedmioty pozyskane z natury. Muzea mogą mieć charakter prywatny, jeżeli są prowadzone przez osobę fizyczną, a nie przez organ państwowy. Jak mówi jedna z definicji, muzeum to: „stała instytucja w służbie społeczeństwa i jego rozwoju, otwarta dla publiczności, która pozyskuje, konserwuje, bada, przekazuje i eksponuje materialne i niematerialne dziedzictwo ludzkości i jej środowiska dla celów edukacyjnych, naukowych i rekreacyjnych” [2];

- organizacji festiwali – są to wydarzenia, które obejmują różne ekspresje artystyczne. Festiwale są często miejscem spotkań kulturowych. W widocznym miejscu, takim jak scena czy mównica, performerzy wystawiają swoją sztukę, prowadzą wykłady, pokazują swoje prace lub wykonują inne czynności, które zwiększają wiedzę publiczności na temat kraju pochodzenia artystów [3];
- budowanie marki kraju – polega na stosowaniu tzw. brandingu międzynarodowego, a więc koncepcji używanej w marketingu i komunikacji w odniesieniu do niematerialnej wartości reputacji i wizerunku marki kraju, poprzez wiele aspektów, takich jak jego produkty czy turystyka, kultura, sport, firmy i/lub organy publiczne [3].

## Model dyplomacji kulturalnej w Polsce

Dyplomacja kulturalna według polskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych definiowana jest jako promocja Polski poprzez kulturę, oświatę i naukę [29, s. 163]. Promocja Polski poprzez prezentacje kulturalne pomaga w kreowaniu pozytywnego wizerunku państwa, przeciwdziałając szkodliwym stereotypom. Znakomitą historyczną ilustracją polskiej dyplomacji kulturalnej jest Ignacy Jan Paderewski. Andrzej Piber napisał o nim: „Sukcesy na polu muzyki dały mu podstawę do rozwijania działalności społecznej, na wspieranie dziesiątek organizacji i instytucji charytatywnych, oświatowych, kulturalnych i naukowych. Koncerty Paderewskiego w latach przed odzyskaniem niepodległości miały charakter manifestacji patriotycznych. Wzbudzały nie tylko podziw dla jego sztuki, ale i dumę z wielkich osiągnięć kulturalnych i artystycznych, ożywiały nadzieję odzyskania wolności przez kraj chlubiący się geniuszem Chopina” [23, s. 45].

Za sprawą znajomości Paderewskiego z prezydentem Woodrowem Wilsonem kompozytor miał możliwość wpłynięcia na działania polityczne prowadzone wobec Polski. Działalność Paderewskiego sprawiła, że Woodrow Wilson podjął decyzję o wpisaniu ojczyzny kompozytora w swoje orędzie. Przedstawił w nim plan utworzenia Ligi Narodów, która miała dbać o bezpieczeństwo i niepodległość wszystkich państw. W przygotowanym przez siebie orędziu nie pominął państw Europy, w tym również Polski [5].

Nie skupiając się jednak na tak odległej historii, warto wspomnieć lata dziewięćdziesiąte XX w., które stanowiły dla polskiej kultury okres poszukiwań. Transformacja gospodarcza, która przebiegała w tym okresie, doprowadziła do zmiany zasad i instrumentów zarządzania nie tylko życiem gospodarczym, ale i społeczno-kulturalnym. Polityka zagraniczna prowadzona przez Polskę stawiała sobie zadania, których celem było utworzenie nowego systemu bezpieczeństwa narodowego oraz integracja polityczno-gospodarcza. W zakresie ekonomii nastąpiło przejście od realnego socjalizmu do gospodarki wolnorynkowej, co było dla Polski swoistym skokiem. Niestety Polska promocja kulturalna rozwijała się w dużo wolniejszym tempie [5].

To właśnie w tym okresie pojawił się w polskich dokumentach po raz pierwszy termin „dyplomacja kulturalna”. Paweł Potoroczyn zaproponował podział polskiej polityki kulturalnej po 1989 r. na dwa etapy:



- lata 1989–1998 – okres stagnacji, który charakteryzował się brakiem reform w kulturze, brakiem zmian instytucjonalnych oraz brakiem strategii polityki kulturalnej Polski. Priorytetem w tym okresie były polityka i gospodarka [28, s. 387];
- lata 1998–2000 – okres poszukiwania rozwiązań w dziedzinie organizacji polityki kulturalnej w związku z dążeniem przez Polskę do udziału w strukturach europejskich. W 1998 r. przedstawiono główne założenia oraz kierunki działań Ministerstwa Kultury i Sztuki, w tym kwestię promocji polskiej kultury za granicą. Polska potrzebowała przebudować własny wizerunek oraz doprowadzić do zmiany w postrzeganiu jej przez inne państwa. Zdecydowano o przeprowadzeniu reform i zmian w zarządzaniu kulturą.

Lata 2000–2004 to okres promocji polskiej kultury; wiele przedsięwzięć w tym czasie związanych było z programem „Kultura 2000”, istotne było również uznanie Krakowa za Europejską Stolicę Kultury [28, s. 387]. 1 maja 2004 r. Polska dołączyła do Unii Europejskiej, co od samego początku stanowiło złożony proces, którego celem było osiągnięcie współpracy, także kulturalnej. Z kolei okres od 2005 r. to czas przechodzenia od tzw. biurokracji kulturalnej do realnego zarządzania i wspierania kultury. Wyrazem tego była zmiana nazwy ministerstwa na Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz przedstawienie dokumentu Polityka wsparcia w dziedzinie kultury i dziedzictwa narodowego. Na jego podstawie utworzono listę priorytetów, która znalazła się w Narodowym Programie Operacyjnym Kultury (2006). Zmieniono również dotychczasową strategię kulturalną.

Głównymi założeniami stały się: budowa pozytywnego wizerunku Polski, promocja Polski poprzez kulturę, promocja polskich artystów, realizacja współpracy międzynarodowej. Opublikowano dwa ważne dokumenty: strategię rozwoju kultury od 2013 r. oraz uzupełnienie do niej, a zatem strategię do roku 2020. Ponadto na stronie Kongresu Kultury Polskiej istnieje wiele dokumentów diagnozujących kulturę, których celem jest rozwijanie rodzimej kultury. W dyplomacji kulturalnej działania promujące kulturę państwa skupiają się na organizacji wydarzeń związanych z muzyką, teatrem oraz filmem [11, s. 37–60].

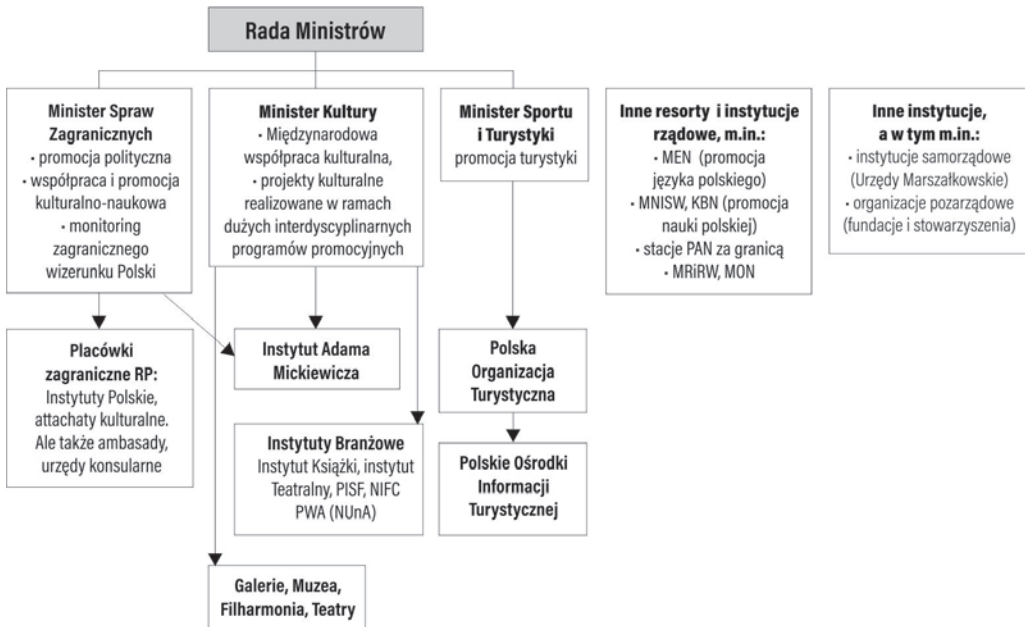
## **Struktura organizacyjna oraz zadania dyplomacji kulturalnej w Polsce**

Promocja polskiej kultury za granicą należy do zadań państwa, co wynika z artykułu 6 ust. 1 Konstytucji RP, który mówi, że: „Rzeczpospolita Polska stwarza warunki upowszechniania i równego dostępu do dóbr kultury, będącej źródłem tożsamości narodu polskiego, jego trwania i rozwoju” [28, s. 396].

Organy rządowe zajmujące się dyplomacją kulturalną to: Ministerstwo Spraw Zagranicznych (promocja Polski poprzez kulturę) oraz Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego (promocja kultury polskiej za granicą) [16, s. 17]. Promocja kultury polskiej oraz promocja Polski poprzez kulturę opiera się na strukturze tworzonej przez instytucje kultury, do których zaliczyć można tzw. Instytuty Polskie, m.in. Instytut Adama Mickiewicza i Międzynarodowe Centrum Kultury, Instytut Książki, Instytut Teatralny, Polski Instytut

Sztuki Filmowej, Narodowy Instytut Audiowizualny i inne [16, s. 17]. Strukturę tę zaprezentowano na rysunku 2, a cele i zadania poszczególnych jednostek bardziej szczegółowo omówiono w dalszej części artykułu.

**Rysunek 2.** Struktura promocji Polski przez kulturę



**Źródło:** MINISTERSTWO KULTURY I DZIEDZICTWA NARODOWEGO. *Raport od Wymiany kulturalnej do nowej inteligentnej siły. Promocja Polski przez kulturę* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://instytutkorfantego.pl/wp-content/uploads/2019/02/Raport-o-promocji-Polski-przez-kulture-red.-Pawel-Potoroczyn.pdf>. s. 19.

Działania różnych organów polskiej dyplomacji kulturalnej obejmują m.in. międzyresortowe, wielotematyczne projekty promocyjne – portale informacyjne promujące Polskę, wydawnictwa prezentujące polską kulturę, naukę i historię, wizyty studyjne przedstawicieli rządowych, pozarządowych, dziennikarzy itp., a także wydarzenia organizowane przez polskie placówki dyplomatyczne. To także współpraca naukowa i wymiana stypendialna, kooperacje międzynarodowe i wspólne przedsięwzięcia [12, s. 13].

## Ministerstwo Spraw Zagranicznych

Jednym z organów zajmujących się w Polsce dyplomacją kulturalną jest Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Jego rola wynika z Ustawy o działach administracji rządowej (Ustawa z dnia 4 września 1997 r. o działach administracji rządowej. Dz. U. 1997 Nr 141, poz. 943 z późniejszymi zmianami) [16, s. 21]. Do zadań Ministerstwa związanych z dyplomacją kulturalną należy:

1. Koordynowanie wszelkich przedsięwzięć promocyjnych o wymiarze międzynarodowym.
2. Prowadzenie zagranicznej polityki informacyjnej i dyplomacji publicznej.
3. Programowanie i realizowanie strategii polskiej dyplomacji kulturalnej.
4. Wspieranie działań innych resortów i agend rządowych w ich sektorowej działalności promocyjnej [16, s. 21].

Do dwóch najważniejszych instrumentów, pomagających realizować te zadania, zalicza się:

- pośrednie i bezpośrednie programy rządowe;
- regularne spotkania Rady Promocji Polski prowadzone pod przewodnictwem MSZ.

Ministerstwo Spraw Zagranicznych realizuje dyplomację kulturalną we współpracy z pozostałymi organami państwa, a przede wszystkim Kancelariami Prezydenta i Prezesa Rady Ministrów oraz jednostkami takimi, jak resorty kultury oraz edukacji i nauki, a także organami im podległymi. Bierze udział w ochronie interesu państwa za pomocą kultury, edukacji i nauki.

Najważniejszym departamentem odpowiedzialnym za promocję Polski w ramach działań MSZ jest Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej. Do jego zadań zalicza się: analizę i określenie kierunków rozwoju dyplomacji kulturalnej, wyznaczanie priorytetów w placówkach zagranicznych, prowadzenie monitoringu i dokonywanie syntetycznych analiz wizerunku Polski w mediach, nadzorowanie działań placówek w obszarach współpracy kulturalnej, prognozowanie rozwoju i zarządzanie systemem promocyjnych stron internetowych Ministerstwa, zarządzanie portalem internetowym Ministerstwa, inicjowanie, przygotowanie i negocjacje projektów, umów międzynarodowych i programów współpracy kulturalnej [29, s. 175].

## **Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego**

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego jest odpowiedzialne za promocję polskiej kultury poprzez: podtrzymywanie i rozpowszechnianie tradycji narodowej, ochronę dóbr kultury i muzeów oraz miejsc pamięci narodowej, wspieranie działalności twórczej, wydawnictw, edukacji kulturalnej, wystaw artystycznych, polityki audiowizualnej, wymiany zagranicznej. Zagraniczną promocją kulturalną Polski zajmuje się Departament Współpracy z Zagranicą. Do jego zadań należy: koordynowanie całokształtu zadań wynikających ze współpracy międzynarodowej, współpraca zagraniczna, wspieranie działań promocji Polski za granicą, realizacja postanowień o współpracy i wymianie kulturalnej, współpraca z organizacjami międzynarodowymi, współpraca z instytucjami kultury, współpraca z Urzędem Komitetu Integracji Europejskiej i in. [28, s. 398]. Funkcjonują w nim dwa wydziały: Wydział Współpracy z Unią Europejską i Wydział Współpracy Dwustronnej [29, s. 176].

## Instytuty Polskie

Należy również wspomnieć o tzw. Instytutach Polskich, które stanowią sieć 25 placówek podległych Ministerstwu Spraw Zagranicznych Rzeczypospolitej Polskiej. Odgrywają one rolę emisariuszy Polski, działających na rzecz budowania relacji i kształtowania wizerunku kraju za granicą, a więc realizują zadania dyplomacji publicznej i kulturalnej. Instytuty te służą promocji Polski, wykorzystując do tego celu kulturę [17]. Ponadto promują historię, naukę, język polski i dziedzictwo narodowe, aby przedstawiciel innego kraju bądź narodu mógł lepiej zrozumieć polską kulturę. Zadaniem Instytutów Polskich jest nawiązywanie trwałych kontaktów między polskimi i zagranicznymi partnerami. Placówki zagraniczne prowadzą dyplomację kulturalną poprzez: samodzielne inicjatywy, „pracę organiczną” z miejscowymi promotorami kultury i przez wspieranie imprez kulturalnych z udziałem polskich artystów. W dalszej części artykułu krótko opisane zostaną instytuty mające szczególne znaczenie dla polskiej dyplomacji kulturalnej.

### Instytut Adama Mickiewicza

Instytut Adama Mickiewicza jest państwową instytucją kultury, której misją jest: „budowa i komunikacja wymiaru kulturalnego Polski poprzez inicjowanie międzynarodowej współpracy i wymiany kulturalnej” [8]. Skupia się na wyjątkowych zbiorach stanowiących dziedzictwo polskiej kultury. Stała działalność Instytutu obejmuje: tworzenie i aktualizowanie zintegrowanego systemu informacji nt. Polski, tworzenie różnego rodzaju materiałów informacyjnych i promocyjnych, zaopatrywanie zagranicznych popularyzatorów kultury z różnych dziedzin w materiały i informacje o Polsce (program „Bliżej Polski”), organizowanie wizyt studyjnych dla zagranicznych gości Instytutu Adama Mickiewicza, Ministerstwa Kultury oraz Ministerstwa Spraw Zagranicznych [8]. Instytut działa poprzez portal *culture.pl*, który informuje o najciekawszych wydarzeniach związanych z polską kulturą na całym świecie. Strona dostępna jest w pięciu wersjach językowych.

Instytut Adama Mickiewicza został powołany do promocji kultury polskiej. Objęty jest opieką ze strony różnego rodzaju projektów. W ostatnich latach wykazywał koncepcje rozwoju dziedzin takich, jak: sztuki wizualne, teatr i muzyka klasyczna. Instytut realizuje koncerty, wystawy, pokazy filmowe, spektakle teatralne, spotkania literackie, konferencje, warsztaty kulturalne, koprodukcje, wizyty studyjne i rezydencje [19, s. 10]. I tak na przykład w latach 2013–2018 Instytut współorganizował 4 656 wydarzeń kulturalnych, głównie za granicą. Realizuje programy o charakterze konkursowym, jak np. IAM: Kultura Polska na świecie, który skierowany jest do artystów, twórców kultury i przedstawicieli środowisk twórczych, czy Kulturalne pomosty, w którym IAM pełnił rolę instytucji zarządzającej i udzielającej dofinansowania dla beneficjentów. Instytut realizuje też programy o charakterze konkursowym Ministra KiDN w formie zadań zleconych, gdzie pełni rolę instytucji zarządzającej [19, s. 32]. W ostatnim czasie wykonywał także postanowienia następujących rządowych dokumentów strategicznych: Priorytety polskiej polityki zagranicznej na

lata 2012-2016; Strategię Sprawne Państwo 2020; jak również Strategię Rozwoju Kapitału Społecznego, gdzie podano, że jednym z kierunków działań jest: „wzmocnienie promocji kultury polskiej za granicą”; a także Strategię Polskiej Polityki Zagranicznej 2017–2021.

## **Międzynarodowe Centrum Kultury**

Międzynarodowe Centrum Kultury (MCK) prowadzi działalność od 1991 r. Jego celem jest przybliżanie osiągnięć polskiej nauki, kultury, dziedzictwa kulturowego, umacnianie obecności Polski na arenie międzynarodowej oraz współpraca regionalna. Centrum prowadzi działalność wystawienniczą i edukacyjną, organizuje konferencje i seminaria [29, s. 177]. Jak pisze o sobie na swojej stronie Centrum: „Międzynarodowe Centrum Kultury zajmuje się kulturą i dziedzictwem Europy Środkowej. Organizujemy wystawy, spotkania, konferencje oraz zajęcia edukacyjne. Wydajemy książki. Poruszamy tematy związane z historią, historią sztuki i architektury, pamięcią, ochroną dziedzictwa i zarządzaniem kulturą. Uczestniczymy także w projektach naukowych. MCK prowadzi studia podyplomowe Akademia Dziedzictwa, poświęcone zarządzaniu dobrami kultury oraz promocji dziedzictwa kulturowego”.

## **Instytut Książki**

Z Zespołu Literackiego Instytutu Adama Mickiewicza wyodrębniono Instytut Książki. Jest on odpowiedzialny za promocję polskiej literatury za granicą. Od 2004 r. Instytut bierze udział w międzynarodowych targach literackich, kontynuuje i rozwija współpracę z instytucjami zajmującymi się promocją literatury narodowej poza granicami kraju. Ponadto Instytut Książki organizuje kampanie prasowe i internetowe promujące literaturę w przekładzie oraz współpracuje z tłumaczami, których pracę dofinansowuje [16, s. 45].

## **Instytut Teatralny im. Zbigniewa Raszewskiego**

Instytut Teatralny od 2004 r. organizuje podróże studyjne dla krytyków z zagranicy, wspiera polskie reprezentacje na zagranicznych festiwalach i przeglądach teatralnych, przygotowuje seminaria o polskim teatrze, zabiega o obecność polskich gości na najważniejszych festiwalach sztuki teatralnej na świecie. W ramach działalności prowadzonej przez Instytut nawiązywane są kontrakty z artystami teatralnymi z Gruzji, Białorusi, Ukrainy, Rosji, Serbii czy Iranu. Narzędziami wspomnianej współpracy jest wymiana informacji, wymiana festiwalowa, organizacja warsztatów, wspieranie promocji dorobku polskiego teatru i jego otwartości [16, s. 46].

## **Polski Instytut Sztuki Filmowej**

Polski Instytut Sztuki Filmowej zajmuje się promowaniem polskiej sztuki filmowej na świecie, nie tylko poprzez prezentację samych filmów, ale również całokształtu dorobku polskich twórców filmowych czy potencjału Polski. Instytut wspomaga organizowanie międzynarodowych projektów filmowych, nawiązuje współpracy zagraniczne i międzynarodowe, wspiera szkolenia i doskonalenia twórców filmowych [16, s. 47].

## **Narodowy Instytut Fryderyka Chopina i jego biblioteka**

Narodowy Instytut Fryderyka Chopina (NIFC) został powołany w 2001 r. Zajmuje się popularyzacją wiedzy o Fryderyku Chopinie i jego muzyce, prowadzi badania naukowe z tego zakresu, przygotowuje publikacje, organizuje koncerty, konkursy, konferencje oraz kursy. Ponadto współdziała z instytucjami i organizacjami chopinowskimi na całym świecie, gromadzi archiwalia i obiekty muzealne, a także kontroluje sposoby wykorzystania wizerunku i nazwiska Fryderyka Chopina, a także prowadzi internetowe Centrum Informacji Chopinowskiej [16, s. 47].

W ramach Instytutu działa największa na świecie biblioteka, gromadząca publikacje krajowe i zagraniczne związane z osobą Fryderyka Chopina. Biblioteka NIFC posiada zbiór liczący ok. 20 tys. pozycji inwentarzowych przechowywanych w Zamku Ostrońskich oraz księgozbiór Mateusza Glińskiego liczący 424 pozycje (w tym 170 publikacji chopinowskich). Na zbiór biblioteki składają się książki i czasopisma XIX i XX w., wydawnictwa nutowe XIX i XX w. (w tym pierwsze wydania dzieł Fryderyka Chopina oraz utwory wydane za życia kompozytora), dokumenty życia społecznego (zaproszenia, programy i afisze koncertowe) oraz wycinki prasowe (z koncertów, festiwali oraz uroczystości poświęconych Chopinowi) [4, s. 143]. Szczegółowo działalność biblioteki oraz jest zasoby, a także działania przez nią podejmowane, promujące polską kulturę w związku z XVII Międzynarodowym Konkursem Pianistycznym im. Fryderyka Chopina, opisała w książce Zarządzanie jakością w bibliotece Wioletta Borowa-Surowiec [27, s. 423–432].

Warto wspomnieć także o Fototece Muzeum Fryderyka Chopina działającej w Instytucie, która zawiera blisko 10 tys. pozycji, spośród których wyodrębnić można negatywy, pozytywy, diapozytywy, mikrofilmy czy odbitki kserograficzne powiązane z Muzeum Fryderyka Chopina w Warszawie oraz z innymi muzeami i bibliotekami prywatnymi w kraju i za granicą. W Fototece znajduje się również dokumentacja fotograficzna Międzynarodowych Konkursów Pianistycznych im. Fryderyka Chopina, a także festiwali chopinowskich, imprez artystycznych i muzealnych [4, s. 143].

Ponadto w Narodowym Instytucie Fryderyka Chopina zgromadzono nagrania archiwalne słynnych niegdyś pianistów, między innymi Paderewskiego, Michałowskiego, Koczalskiego, Rachmaninowa, a także dokumentację dźwiękową Międzynarodowych Konkursów Pianistycznych im. Fryderyka Chopina, systematycznie prowadzoną od 1960 r. Na zbiór nagrań dostępnych w Instytucie składa się ok. 4 tys. obiektów, w tym: płyty

analogowe i kompaktowe, szpulowe taśmy magnetofonowe, kasety magnetofonowe, kasety wideo i płyty CD [4, s. 143].

Z kolei nurt działalności wydawniczej i naukowej Instytutu obejmuje m.in. organizację (co najmniej raz do roku) międzynarodowych konferencji i sympozjów muzykologicznych, publikację rozwijanych stale serii książek naukowych oraz popularnonaukowych i szczególnie ważny, zakrojony na wiele dziesięcioleci, projekt wydania faksymilów wszystkich zachowanych rękopisów muzycznych Chopina.

## **Skuteczność polskiej dyplomacji kulturalnej**

Zdaniem specjalistów działalność dyplomatyczna prowadzona przez Polskę jest ciągle jeszcze zbyt słabo rozwinięta, a dyplomacja kulturalna nie jest zadaniem, do którego polscy politycy dojrzeli. Są oni zajęci bieżącymi kwestiami i wydaje się, że nie mają świadomości, jak można wykorzystać działania kulturalne w obszarze dyplomacji.

Do pozytywnych inicjatyw zaliczyć należy różnego rodzaju projekty koordynowane przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych. I tak np. ogłoszono otwarty konkurs ofert: „Dyplomacja publiczna 2020 – nowy wymiar”, który w związku z pandemią został przełożony na 2021 r. Konkurs jest rodzajem zadania publicznego w ramach Komponentu I „Wzmocnienie wizerunku Polski na arenie międzynarodowej” [18]. Jego celem jest kształtowanie pozytywnego wizerunku Polski i jej silnej pozycji na arenie międzynarodowej poprzez działania w obszarze dyplomacji kulturalnej, takie jak m.in. promocja XVIII Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. Fryderyka Chopina (2021) i upowszechnianie twórczości Fryderyka Chopina z okazji 210. rocznicy urodzin; upowszechnianie wiedzy nt. wkładu polskiej kultury, nauki i sztuki do światowego dziedzictwa poprzez przypomnienie sylwetek wybitnych Polaków i ich zasług dla rozwoju cywilizacji [21].

W ostatnich latach niezwykle istotną rolę w budowaniu tożsamości narodowej i ochronie dziedzictwa kulturowego odegrało powoływanie przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego nowych instytucji kulturalnych. Rozbudowywano i kontynuowano programy, takie jak: Miejsca Pamięci Narodowej za Granicą, wydarzenia artystyczne dla dzieci i młodzieży, badanie polskich strat wojennych, rozwój sektorów kreatywnych oraz kultura cyfrowa.

Ocena polskiej dyplomacji kulturalnej nie jest i nie może być jednoznaczna. Niewątpliwie działania w tym obszarze posiadają zarówno swoje mocne, jak i słabe strony. W kontekście tych pierwszych należy podkreślić, iż Polska od zawsze była krajem bardzo bogatym kulturowo, a kultura dla dyplomacji publicznej jest najlepszym produktem eksportowym. Dziedzictwo kulturowe jest niezwykle istotne, ponieważ pokazuje relacje, które istnieją między historią, ludźmi i dziedzictwem ich przodków, a także ich naturalnym pięknem. To dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe przyciąga ludzi oraz przedsiębiorstwa, wpływając na pozytywny wizerunek kraju, co z kolei ma wpływ na eksport i dobry klimat inwestycyjny. Wysoki poziom artystyczny wielu instytucji kultury stał się bardzo ważnym punktem przyciągającym do miast, stając się katalizatorem dla sektora turystycznego, który rozwija się bardzo dynamicznie.

Należy wspomnieć, że istnieją regulacje w sferze promocji kultury. Podpisane porozumienia są efektem prac Ministerstwa Spraw Zagranicznych oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Dokumenty ustalają ramy współpracy obu resortów przy programowaniu i realizacji projektów dotyczących promocji kultury polskiej. Programy te pozwolą na wykorzystanie potencjału polskich instytucji kultury o uznanym dorobku, których wysoko wykwalifikowane kadry, ich wiedza i doświadczenie są dla promocji polskiej kultury nie do przecenienia [15].

Działalności realizowane przez polskie placówki wspólnie z partnerami w kraju i za granicą przyczyniają się do budowania silnej pozycji Polski. Instytucje kultury, takie jak np. Instytut Adama Mickiewicza czy Międzynarodowe Centrum Kultury, współpracują z polskimi ambasadami i instytutami. MCK w zależności od realizowanych projektów współpracowało z: Konsulatem Generalnym RP i Instytutem Polskim w St. Petersburgu, Instytutem Polskim w Wiedniu, Ambasadą RP w Lizbonie, Konsulem Generalnym RP w Stambule, Przedstawicielstwem RP przy UNESCO, Ambasadą RP w Skopje, Ambasadą RP w Tiranie, Ambasadą RP w Erywanii, Ambasadą RP w Seulu [19, s. 44]. Co ważne, zaobserwować można rosnące kwalifikacje wśród pracowników instytucji kultury, niezbędne do wspierania promocji kultury polskiej na arenie międzynarodowej. Przygotowywane są coraz lepsze plany strategiczne, zwiększa się też zasięg portalu *culture.pl*, prowadzonego przez Instytut Adama Mickiewicza.

Jedną z zalet dyplomacji kulturalnej jest rosnące zainteresowania społeczne wymianą kulturalną i ogólnie poznawaniem nowych kultur, czego przejawem jest m.in. rozwój programu Erasmus, który oferuje możliwość okresowego studiowania za granicą, staży, praktyk zawodowych i wymiany pracowników we wszystkich dziedzinach edukacji i sportu. Umożliwienie studentom takiej wymiany ułatwia im poznawanie nowych języków i kultur, rozwój osobisty i zawodowy oraz poprawia ich umiejętności, zwiększając w przyszłości szanse na zatrudnienie. Oprócz tego zbliża ludzi i społeczności, a także promuje europejską tożsamość.

Do słabości polskiej dyplomacji kulturalnej należy zaliczyć brak wizji strategii promocji kultury i promocji Polski przez kulturę oraz niedostateczne umocowanie pewnych działań z tego zakresu w prawie. Ponadto brak jest odpowiedniej bazy informacyjnej dla wszystkich instytucji działających w tym obszarze, co powoduje, że nie można ocenić skuteczności działalności dyplomacji kulturalnej. Brak monitorowania i oceny efektów pracy Ministerstwa Spraw Zagranicznych z zakresu promocji kultury polskiej za granicą nie zapewnił mierzenia skuteczności realizowanych przedsięwzięć. Nie określono mierników realizacji działań ani ich skuteczności. Utrudnia to miarodajną ocenę. Ewaluacja powinna prowadzić do wniosków, których sporządzenie mogłoby lepiej ukierunkować działania polskich placówek za granicą w zakresie promocji kultury polskiej, w tym różnego typu bibliotek.



## Podsumowanie

Należy podkreślić, że w przeszłości, przez lata, kultura była używana jako narzędzie dyplomacji. Okazywała się skuteczna w poszukiwaniu tożsamości i spójności między różnymi narodami oraz wykazywała bezpośredni wpływ na ludzi. Dzięki kulturze nie potrzebowali oni wielu słów, by komunikować się ze sobą w efektywny sposób. Polska na przestrzeni wieków posiadała wielu wybitnych przedstawicieli kultury, jak np. Fryderyk Chopin czy Ignacy Jan Paderewski, którzy byli kojarzeni z ich krajem na arenie międzynarodowej, dzięki czemu można uznać ich za idealnych ambasadorów kultury.

Obecnie za promocję Polski na arenie międzynarodowej oraz pokazywanie polskiej kultury oraz tradycji odpowiedzialnych jest wiele różnych podmiotów, np. organów administracji rządowej, agencji wykonawczych i państwowych, osób prawnych, placówek zagranicznych, a także bibliotek, działających np. przy ambasadach polskich. Jednak osoby odpowiedzialne za kulturalną sferę Polski muszą posiadać odpowiednie obycie z tematem, znać potrzeby artystyczne i kulturalne kraju. W przypadku prowadzenia dyplomacji kulturalnej sama pasja czy wrażliwość wobec kultury nie wystarczą. Odpowiednie kompetencje administracji, większe zainteresowanie rozwojem promocji Polski oraz uświadomienie sobie istoty dyplomacji kulturalnej przez polityków pozwoliłoby na efektywniejszą realizację zadań służących budowaniu silnej i konkurencyjnej Polski na arenie międzynarodowej.

Konieczne jest dalsze wspieranie projektów kulturalnych i artystycznych, ponieważ są one ważną częścią fundamentu dobrej dyplomacji kulturalnej. Na arenie międzynarodowej bardzo pozytywnie oceniana jest działalność prowadzona przez Narodowy Instytut Fryderyka Chopina oraz funkcjonującą w jego ramach bibliotekę. Konkurs Chopinowski jest wydarzeniem wyczekiwany przez muzyków z całego świata. Jest to wyjątkowa okazja, aby poznać wspaniałych wykonawców i pokazać polską kulturę. NIFC wzmacnia więzi między narodami poprzez sztukę i kulturę, ale też staje się pięknym pretekstem do poznawania ludzi i nawiązywania przyjaźni. Konkursy chopinowskie przyciągają ogromną liczbę turystów, zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Pokazuje to, że dyplomacja kulturalna nie wpływa tylko na zrozumienie i poznanie kultury, ale staje się również siłą napędową ważnego filaru gospodarki – turystyki.

## Bibliografia

1. Conferencia internacional. In *Dej Panhispanico* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://dpej.rae.es/lema/conferencia-internacional>. Stan z dnia 24.05.2023.
2. CONSEJO INTERNACIONAL DE MUSEOS. *Misiones y objetivos* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://icom.museum/es/sobre-nosotros/misiones-y-objetivos/>. Stan z dnia 04.12.2023.
3. Definición de Publicación. In *Significado. Definicion* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://significado.com/publicacion/>. Stan z dnia 24.05.2023.
4. DEPTA Henryk [et al.]. *Muzea biograficzne w procesie edukacji kulturalnej*. Warszawa; Radom: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji, 2013. ISBN 978-83-7789-180-3.
5. Discurso de los Catorce Puntos (Wilson, 1918). In *Enciclopedia Humanidades* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://humanidades.com/discurso-de-los-catorce-puntos-wilson-1918/>. Stan z dnia 10.05.2023.

6. DOROSZ Andrzej, OLESIŃSKI Zbigniew, PASTUSIAK Longin. *Stosunki międzynarodowe: teoria i praktyka*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2018. ISBN 978-83-208-2298-4.
7. GÓRALCZYK Wojciech, SAWICKI Stefan. *Prawo międzynarodowe publiczne w zarysie*. Warszawa: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-83-8223-147-2.
8. *Instytut Adama Mickiewicza* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://iam.pl/pl/o-nas/instytut-adama-mickiewicza>. Stan z dnia 10.05.2023.
9. KŁOSKOWSKA Antonina. *Encyklopedia kultury polskiej XX w.* T. 1. Pojęcia i problemy wiedzy o kulturze. Wrocław: Wiedza o Kulturze, 1991.
10. KONRACKA Monika. Dyplomacja publiczna – dylematy terminologiczne. In SURMACZ Beata (red.). *Nowe oblicza dyplomacji*. Lublin Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2013, s. 317–330. ISBN 978-83-7784-288-1.
11. LANGOWSKA Justyna. Dyplomacja kulturalna czy kulturowa – definiowanie kultury i jej roli na arenie międzynarodowej z perspektywy nauk humanistycznych. *Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów UJ. Nauki Humanistyczne*. 2018, nr 2, s. 37–60. ISSN 2082-9469.
12. LANGOWSKA Justyna. Polska dyplomacja kulturalna na bliskim wschodzie po 2003 r. *Krakowskie Studia Międzynarodowe*. 2004, nr 3, s. 211–236. ISSN 2451-0610.
13. ŁUKASZUK Leonard. *Dyplomacja współczesna a problemy prawa i bezpieczeństwa międzynarodowego*. Warszawa: Akademia Obrony Narodowej, 1999. ISBN 83-88062-05-0.
14. MARK Simon. *A Greater Role for Cultural Diplomacy* [Dokument elektroniczny]. 2009. Tryb dostępu: [https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20090616\\_cdsp\\_discussion\\_paper\\_114\\_mark.pdf](https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20090616_cdsp_discussion_paper_114_mark.pdf). Stan z dnia 12.12.2023.
15. MINISTERSTWO KULTURY I DZIEDZICTWA NARODOWEGO. *MKiDN i MSZ wspólnie na rzecz promocji kultury polskiej za granicą* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.gov.pl/web/kultura/mkidn-i-msz-wspolnie-na-rzecz-promocji-kultury-polskiej-za-granica>. Stan z dnia 02.08.2023.
16. MINISTERSTWO KULTURY I DZIEDZICTWA NARODOWEGO. *Raport: od wymiany kulturalnej do nowej inteligentnej siły. Promocja Polski przez kulturę* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://instytutkorfantego.pl/wp-content/uploads/2019/02/Raport-o-promocji-Polski-przez-kulture-red.-Pawel-Potoroczyn.pdf>. Stan z dnia 20.12.2023.
17. MINISTERSTWO SPRAW ZAGRANICZNYCH. *Instytuty Polskie* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/instytuty-polskie>. Stan z dnia 13.09.2023.
18. MINISTERSTWO SPRAW ZAGRANICZNYCH. *Konkurs „Dyplomacja publiczna 2020 – nowy wymiar”* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/konkurs-dyplomacja-publiczna-2020-nowy-wymiar>. Stan z dnia 28.07.2023.
19. NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI. *Promocja kultury polskiej za granicą* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.nik.gov.pl/plik/id,21207,vp,23839.pdf>. Stan z dnia 12.12.2023.
20. NYE Joseph S. *Soft Power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007. ISBN 978-83-60501-35-1.
21. ORGANIZACJE POZARZĄDOWE. *Konkurs „Dyplomacja publiczna 2020 – nowy wymiar”* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [https://ngo.krakow.pl/aktualnosci/240053%2C52%2Ckomunikat%2Ckonkurs\\_\\_\\_dyplomacja\\_publiczna\\_2020\\_-\\_nowy\\_wymiar\\_\\_.html](https://ngo.krakow.pl/aktualnosci/240053%2C52%2Ckomunikat%2Ckonkurs___dyplomacja_publiczna_2020_-_nowy_wymiar__.html). Stan z dnia 02.08.2023.
22. PACAK Paulina. *Soft power jako środek realizacji celów polityki zagranicznej państwa w systemie post westfalskim*. In HALIŻAK Edward, PIETRAŚ Marek (red.). *Poziomy analizy stosunków międzynarodowych*. T. 2. Warszawa: Rambler, 2013, s. 193–207. ISBN 978-83-62751-23-5.
23. PIBER Andrzej. *Droga do sławy: Ignacy Paderewski w latach 1860–1902*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1982. ISBN 83-06-00555-4.
24. SURMACZ Beata. *Nowe oblicza dyplomacji*. Lublin Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2013. ISBN 978-83-7784-288-1.
25. VILLANUEVA RIVAS Cesar. *Construyendo el poder suave de México*. *Revista Mexicana Del Servicio Exterior*. 2017, nr 111, s. 5–19. ISSN 0185-6022.

26. WŁODARCZYK Ewa. Kultura. In PILCH Jerzy (red.). *Encyklopedia Pedagogiczna XXI wieku*. T. 2. Warszawa: Żak, 2003, s. 950-962. ISBN 978-83-89501-066.
27. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Zarządzanie jakością w bibliotece*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2017. ISBN 978-64203-85-5.
28. ZENDEROWSKI Radosław, CEBUL Krzysztof, KRYCKI Mateusz. *Międzynarodowe stosunki kulturalne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010. ISBN 978-83-01-16344-0.
29. ZIĘTEK Agata W. (red.). *Międzynarodowe stosunki kulturalne*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext, 2010. ISBN 978-83-7561-136-6.