

Aleksandra Makowska

Uniwersytet Gdański, Wydział Ekonomiczny

I rok SS2 Ekonomia, Diagnozowanie Ekonomiczne i Funkcjonowanie Przedsiębiorstw

Ograniczenia rozwoju miękkiej siły Polski

Wstęp

Dzisiejsze czasy zostały w dużej mierze ukształtowane przez dwa potężne procesy – globalizację oraz postęp technologiczny związany z rewolucją informacyjną. Podstawowym zasobem potrzebnym do funkcjonowania i tworzenia konkurencyjności stała się informacja. Kwestia dotycząca tego, kto posiada lub, co ważniejsze, kto kontroluje informację, jest kluczowa dla przebiegu oraz finalnego wyniku wielu procesów gospodarczych oraz dyplomatycznych. W kontekście stosunków międzynarodowych obszarem rozważań jest problematyka *soft power*, czyli miękkiej siły, która jako metoda tworzenia pewnej docelowo dominującej narracji, ma przekonywać o słuszności przyjętych twierdzeń o danym podmiocie. W efekcie odpowiedzialna jest ona za oddziaływanie i kształtowanie postrzegania rzeczywistości, od czego mogą zależeć wybory konsumenckie w skali mikro, a w skali makro – kondycja gospodarki¹. Zrozumienie mechanizmów odpowiedzialnych za relacje międzynarodowe służy kreowaniu skutecznych strategii opartych o odpowiednie narzędzia. Wiarygodność jest najrzadszym z dóbr, a „najlepsza propaganda nie jest propagandą”². Przyjęta w artykule metoda badawcza to analiza bibliograficzna monografii i raportów dotyczących elementów *soft power*. Celem niniejszego artykułu jest zbadanie za pomocą analizy opisowej pozycji Polski na arenie międzynarodowej pod kątem posiadanej miękkiej siły.

1. Koncepcja miękkiej siły

Zależnie od rozważanej dziedziny nauki, miękka siła może mieć różnorodne definicje, a dobór zależy od kontekstu oraz „interesu i wartości danego autora”³. Na potrzeby niniejszego artykułu siła będzie definiowana jako umiejętność osiągnięcia określonych skutków poprzez wpływanie danymi środkami na zachowa-

¹ British Council, *Soft Power Today. Measuring the Influences and Effects*, 2017, https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/3418_bc_edinburgh_university_soft_power_report_03b.pdf [dostęp: 8.12.2019].

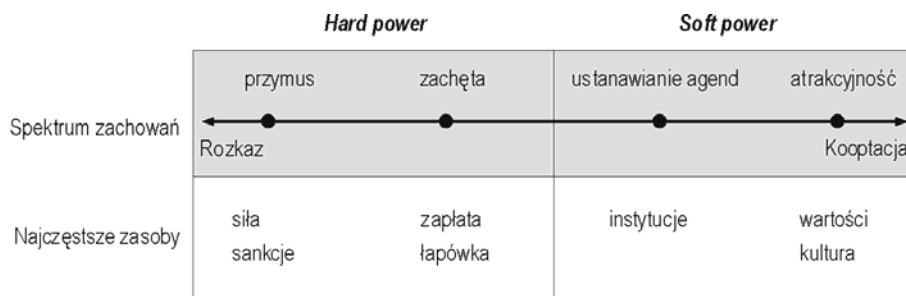
² J.S. Nye jr, *Przyszłość siły*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 161–162.

³ Ibidem.

nie innych podmiotów. Słowo *power* w języku polskim może jednocześnie być tłumaczone jako „siła”, ale również „władza”⁴. Te dwa pojęcia łączy wspólny mianownik kontroli; siła jako zdolność jej przejmowania, zaś władza – posiadania. W erze informacji jeden z najistotniejszych aspektów kontroli będzie sprowadzał się do kontroli informacji wychodzącej – z racji bycia jedynym elementem, na jaki podmiot może mieć pełny wpływ.

Obszarem rozważań na temat kontroli (siły, władzy) w stosunkach międzynarodowych jest problematyka *smart power*, czyli rozważnej siły. Rozważna siła w najprostszym ujęciu to zespół wszystkich pozostających do dyspozycji narzędzi wywierania wpływu, „połączenie twardej siły przymusu i miękkiej siły perswazji i atrakcyjności”⁵, z czego wynika kluczowe dla tematu pojęcie „siły” oraz podział na *hard power* (twardą siłę) i *soft power* (miękką siłę).

Zgodnie z przyjętą definicją, twarda siła będzie wpływaniem na zachowanie innych podmiotów za pomocą konkretnych, namacalnych środków – grózb, przemocy, zachęty⁶, co zostało zilustrowane na Rys. 1. Można zatem przyjąć, że *hard power* jest domeną metod „kija i marchewki”, czyli oddziaływania siłą i sankcjami lub nagrodami (łapówkami, zapłatami). Wymuszenia z zastosowaniem siły nie są jedyną formą *hard power*; zalicza się do niej również zmiany preferencji innych podmiotów groźbami oraz szantażem. W relacjach międzynarodowych najczęściej przywołuje się siłę militarną jako uosobienie twardej siły, która stanowi o pozycji państwa i jego zdolnościach do obrony interesów obywateli⁷, ale współcześnie pełni rolę środka równoważenia różnych nacisków i odstraszania, odsuwania od wybuchu otwartego, wyniszczającego konfliktu.



Rys. 1. Struktura twardej i miękkiej siły

Źródło: J.S. Nye jr, *Soft Power: Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

⁴ Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/pl/> [dostęp: 8.12.2019].

⁵ J.S. Nye jr, *Przyszłość...*, s. 14.

⁶ J.S. Nye jr, *Soft Power: Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 37.

⁷ Ibidem, s. 48–49.

Na przeciwstawnym końcu skali siły na Rys. 1 znajduje się miękka siła. Według prawdopodobnie najczęściej cytowanej definicji, jest to „zdolność uzyskiwania tego, czego się chce, raczej dzięki atrakcyjności niż przymusowi lub pieniądзом”⁸. W przeciwieństwie do *hard power*, *soft power* to siła kooptacji, czyli zdolność przyciągania, sprawiania, aby ludzie robili i niewymuszenie chcieli robić to, co jest zgodne z przyjętymi celami podmiotu.

Zasoby *soft power* są trojakiej natury; składają się na nią atrakcyjność kultury, głoszona hierarchia wartości oraz polityka zagraniczna danego państwa. Z. Majje, chiński badacz, definiuje ją jako wszechobecną, transgraniczną i dynamiczną kategorię wywodzącą się z tradycji (ideologii, kultury, systemu społecznego, gospodarki)⁹. Miękką siłę nazywa się również „słodką” przez wzgląd na efekt przyciągania, który wywołuje¹⁰. Miękka siła w szczególności jest zależna od kontekstu i warunków, w jakich jest stosowana. Według teorii podejścia systemowego¹¹, podmiot wpływa na inny informacją - zgodnie z posiadaną wiedzą kreuje komunikat tak, by wywołać pożądane zachowanie. Sukces zależy nie tylko od jego formy i sytuacji, ale również od samego odbiorcy. Współdzielenie czy podziwianie pewnych wartości przez dwie osobne społeczności nie oznacza że będą prowadziły do utożsamiania się z nimi i zacieśniania więzów. Szczególnie dobrze jest to widoczne na przykładzie dyplomacji publicznej. Prowadzone działania o rozpowszechnianiu stanowiska państwa, czyli komunikowanie na scenie międzynarodowej pewnych informacji, mogą bardzo łatwo z dyplomacji zmienić się w propagandę¹².

Budowana na przestrzeni czasu miękka siła nie wpływa aktywnie, a raczej pasywnie. Wywierany w ten sposób wpływ ma charakter raczej ogólny oraz dyfuzyjny¹³, co oznacza, że miękka siła najczęściej nie jest obserwowana poprzez wywołanie konkretnych skutków. Pod tym względem miękka siła i jej zasoby funkcjonują ogólnie i w długim horyzoncie czasowym, co przywodzi na myśl inwestycje długoterminowe.

⁸ Ibidem, s. 25.

⁹ P. Pacak, *Soft power jako środek realizacji celów polityki zagranicznej państwa w systemie postwestfalskim*, Polskie Towarzystwo Stosunków Międzynarodowych, 2014, <http://ptsm.edu.pl/wp-content/uploads/publikacje/poziomy-analizy-stosunkow-miedzynarodowych/Pacak.pdf> [dostęp: 8.12.2019].

¹⁰ E. Zheng, *Chinese soft power and its implications for the United States : competition and cooperation in the developing world: a report of the CSIS smart power initiative*, Center for Strategic & International Studies, Washington D.C., 2009, https://csis-prod.s3.amazonaws.com/s3fspublic/legacy_files/files/media/csis/pubs/090403_mcgiffert_chinesesoftware_web.pdf [dostęp: 06.01.2020].

¹¹ A.K. Koźmiński, *Analiza systemowa organizacji*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1979, s. 14–15.

¹² B. Ociepka, *Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2013, s. 91.

¹³ J.S. Nye jr, *Przyszłość...*, s. 19–20.

Zagrożeniem wynikającym z miękkiej siły jest, poza nieadekwatnością przekazu, wystąpienie „podwójnych standardów”¹⁴. Pewne ideały oraz koncepcje mogą być jednocześnie niekonsekwentnie praktykowane w kraju i propagowane za granicą – w celu osiągnięcia korzyści własnych, a nie z racji słuszności wspomnianych ideałów. Kiedy państwo utożsamia się z takimi wartościami, jak demokracja czy wolność, a następnie stosuje tortury lub wywołuje wojnę w celu ustanowienia tychże, opinia publiczna może poddać w wątpliwość pozycję takiego państwa - tak jak stało się to w przypadku Stanów Zjednoczonych w 2003 r., pod wpływem wojny irackiej (przykładu twardej siły), która odsunęła uwagę świata od zamachu 11 września 2001 r. i zmniejszyła miękką siłę tego kraju.

Przez instytucje w zasobach „słodkiej siły” rozumie się również ustanawianie własnych placówek i agend mających na celu rozpowszechnianie oraz promowanie kultury państwa. Uczestnictwo w międzynarodowych inicjatywach oraz działaniach organizacji międzynarodowych, jak Światowa Organizacja Handlu (*World Trade Organization*, WTO), przyczyniają się nie tylko do rozwoju dobrobytu, ale również ocieplają oraz legitymizują wizerunek zaangażowanych państw.

Mierzalność miękkiej siły pozostaje kwestią dyskusyjną w związku z jej kwalitatywnym charakterem – wizerunek nie jest dobrem wyrażalnym w żadnej jednostce. Charakter miękkiej siły pozwala jednak na jej jakościowe oraz relacyjne ujęcie. Opisanie podejmowanych przez państwa działań oraz stworzenie rankingów, oceniających rozwój i atrakcyjność społeczeństwa, wskazują na zasobność miękkiej siły danego podmiotu. Problematyce miękkiej siły poświęcone są publikacje: „Soft Power 30” (publikowane przez przedsiębiorstwo konsultingowe Portland), *Monocle Soft Power Survey* (czasopismo *Monocle*), *The Elcano Global Presence Report* (Elcano Royal Institute w Madrycie)¹⁵.

Miękka siła – jako siła kooptacji i oddziaływania – wiąże się zatem z niejaką nieuchwytnością. Pomimo ograniczeń w sposobach kontroli i mierzalności nie traci na znaczeniu¹⁶; niepozbawionym podstaw jest powiedzenie „historię piszą zwycięzcy”. *Soft power* legitymizuje pozycję państwa na arenie międzynarodowej, kreuje jego wizerunek oraz wiarygodność. Dominująca narracja dyktuje postrzeganie wydarzeń i wybory obywateli, a w związku z tym potencjalną przyszłość. Koncepcja strategicznej rozgrywki pomiędzy podmiotami państwowymi zawiera się w ramach tzw. „trójwymiarowych szachów”¹⁷. W założeniach koncepcji roz-

¹⁴ J.S. Nye jr, *Soft Power...*, s. 43–44.

¹⁵ Inne publikacje dotyczące konkretnych dziedzin - działań promujących turystykę, edukację, a także wskaźników szacujących poziom dobrobytu danego państwa, jak wskaźnik rozwoju społecznego (*Human Development Index*, HDI) – dostarczają ukierunkowanego wglądu w *soft power* państw. Zob. R. Łoś, *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2017, https://wydawnictwo.uni.lodz.pl/wp-content/uploads/2017/06/Los_Soft-power-30.pdf [dostęp: 14.01.2020].

¹⁶ J.S. Nye jr, *Soft Power...*, s. 45–47.

¹⁷ J.S. Nye jr, *Przyszłość...*, s. 16.

grywka odbywa się na trzech płaszczyznach: planszy górnej – siły militarnej, planszy środkowej – ekonomicznej oraz planszy dolnej – miękkiej. Wbrew powszechnym skojarzeniom, siła nie przejawia się wyłącznie w zbrojności, a potęga może mieć wiele obliczy. To, kto stanie się światowym liderem, determinowane jest przez iloraz zasobów wszystkich trzech poziomów.

W naturalny sposób *soft power* może oddziaływać zarówno na planszy środkowej, jak i dolnej, „królestwie relacji”¹⁸. Przychyłość wobec danego państwa pozytywnie wpływa na wyniki międzynarodowej wymiany gospodarczej. W badaniu Uniwersytetu Edynburskiego odnaleziono ilościową zależność pomiędzy elementami *soft power* a pozytywnymi zjawiskami socjoekonomicznymi w Wielkiej Brytanii, gdzie wzrost liczby placówek kulturalnych za granicą o 1% powoduje wzrost o średnio 0,73% liczby studentów przybywających do kraju macierzystego tychże placówek¹⁹. Pozycja państwa w światowych rankingach kulturalnych pośród 15 najwyżej ocenianych krajów oraz wysoki odsetek populacji posiadającej dostęp do Internetu przekładają się na około półprocentowy wzrost w napływie kapitału, turystów, zagranicznych studentów oraz „wpływów politycznych”.

2. Mięka siła Polski

Istnieje szereg narzędzi pomiaru „słodkiej siły”, które pozwalają przedstawić sytuację rozważanego państwa w różnych ujęciach. Jednym z nich jest ranking SoftPower 30, który składa się zarówno z danych obiektywnych (statystycznych; 65% oceny), jak i subiektywnych, pozyskiwanych z ankiet (dot. warunków i atrakcyjności życia w danym państwie; 35% oceny). W rankingu SoftPower 30 z 2019 r. Polska powróciła na 23. miejsce po dwóch latach zajmowania 24. pozycji, co jest nieznaczną poprawą. Jednakże w raporcie nie wspomina się o Polsce w bardziej szczegółowy sposób, co wskazuje na jednoczesną stabilność i brak znaczących sukcesów²⁰. Biorąc pod uwagę zmiany i przesunięcia w ścisłej czołówce rankingu, twórcy rankingu przyznają, że krajobraz relacji międzynarodowych w latach 2016–2019 cechuje się wysoką dynamiką²¹.

W Elcano Global Presence Index z 2018 r. zbudowanym na wielu zmiennych o zróżnicowanym udziale w ocenie końcowej, Polska zajęła 31. miejsce globalnie, a 10. w Europie²². Na wynik 75,1 punktów (wynik globalny) składają się w: 6,8%

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ British Council, *Soft Power Today...*

²⁰ Ranking SoftPower 30, <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf> [dostęp: 09.01.2020].

²¹ Ibidem.

²² Real Instituto Elcano Royal Institute <https://explora.globalpresence.realinstitutoelcano.org/en/country/iepg/global/PL/PL/2018> [dostęp: 14.01.2020].

zbrojność, 68% obecności ekonomicznej i 25,2% *soft power*. Hiszpański wskaźnik pozwala na bardziej szczegółowe poznanie struktury siły kraju; miękka siła Polski opiera się na nauce, edukacji oraz turystyce. "Lepka siła" Polski w tym przypadku jest widoczna jako dobra marka – ekonomiczna atrakcyjność Rzeczypospolitej to głównie przemysł, usługi oraz towary podstawowe. W ww. kategoriach, zarówno w sile ekonomicznej, jak i miękkiej, Polska zajmuje odpowiednio 30. i 29. miejsce w rankingu światowym, a zatem uzyskuje wyższą punktację niż w zagregowanym ujęciu.

Wskaźnik Elcano dla Polski²³ charakteryzuje ogólny trend wzrostowy od 1990 r., ze stratą ponad 20 punktów procentowych w 2014 r. W ciągu trzydziestu lat zmianom ulegały proporcje udziału siły ekonomicznej, militarnej i miękkiej; najistotniejszą zmianą jest spadek udziału militarnej (z ok. 30% do ok. 6%) oraz miękkiej siły (30% w 1990 r. do 25% w 2018 r.) w ogólnym wyniku. Za 70% „obecności” Polski w świecie odpowiada gospodarka. Dołączenie do Unii Europejskiej awansowało Polskę o 3 miejsca w rankingu Elcano. Członkostwo jest szczególnie ważne nie tylko dla wiarygodności Polski na arenie międzynarodowej, ale również dla rozgrywki "trójwymiarowych szachów" na środkowej planiszy. Swobody przepływu ludzi, a także towarów, usług i kapitału w naturalny sposób stwarzają środowisko otwartości, w warunkach której kwitnie wymiana handlowa oraz kulturalna. Co istotne, nie odbywa się to wyłącznie w ramach osobnych procesów; eksport dóbr, zdobywanie renomy międzynarodowej przez marki krajowe sprzyjają tworzeniu pozytywnych skojarzeń.

Siła ekonomiczna nie bez podstaw nazywana jest "siłą lepka". Kwitnąca gospodarka, rządy prawa oraz dobrobyt panujący w państwie to czynniki nie tylko przyciągające migrantów czy inwestorów, ale poprawiające również wizerunek państwa na arenie międzynarodowej. W przypadku Polski, eksportującej towary o wartości 221 mld EUR oraz liczącej sobie produkt krajowy brutto (PKB) *per capita* 51 760 PLN²⁴, szczególnie dobrze wspomina się wyniki gospodarcze z czasu kryzysu w 2008 r.²⁵. Problem atrakcyjności państwa pod kątem dochodów i warunków życia syntetycznie ujmuje *Human Development Index* (HDI, wskaźnik rozwoju ludzkiego). Dla Polski HDI przyjmuje wartość 0,872, wynik niższy od średniej krajów przynależących do Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (*Organisation for Economic Cooperation and Development*, OECD) oraz od średniej innych państw zaklasyfikowanych do tej samej kategorii poziomu roz-

²³ Ibidem.

²⁴ Strona internetowa Głównego Urzędu Statystycznego, <https://stat.gov.pl/infografiki-widzety/infografiki/infografika-15-lat-polski-w-unii-europejskiej,85,1.html> [dostęp: 09.01.2020].

²⁵ A. Gwozdowska, *Joseph S. Nye: Siłą Polski jest jej historia*, 2016, <https://www.rp.pl/Plus-Minus/303189991-Joseph-S-Nye-Sila-Polski-jest-jej-historia.html> [dostęp: 08.01.2020].

woju²⁶. Korekta wskaźnika o wartości ujemne czynnika nierówności społecznych pomniejsza go do 0,801, o 8%, gdzie średnio dla kraju OECD pomniejszono go o ok. 11%.

Współcześnie potęgę państwa mierzy się nie tylko zmiennymi twardymi (wielkością kraju, gospodarki, populacji itd.)²⁷; uwagę poświęca się również marcom państwa²⁸, czego przykładem są m.in. wskaźniki *Nation Brand Index* czy *FutureBrand Country Index*. *Branding*, czyli narzędzie służące tworzeniu i promocji marki, reputacji, choć w kontekście państw kojarzy się negatywnie z propagandą²⁹.

Publikowany co roku raport *Nation Brand Index* (NBI) podejmuje próbę oszacowania wartości marki rozważanego kraju badając opinię publiczną wobec 3 głównych dziedzin: dóbr i usług (polityka i otwartość, turystyka, rynek), społeczeństwa (warunki życia), inwestycje (wykształcenie społeczeństwa, skłonność specjalistów do migracji, warunki rynkowe pod kątem prowadzenia biznesu, inwestowania, innowacyjności, a także polityka i regulacje dotyczące przedsiębiorców)³⁰. Według raportu NBI z 2019 r. Polska znajduje się wśród 40 najszybciej rosnących marek narodowych, z przyrostem na poziomie 3,7%; jest to wzrost niewielki, niepowodujący zmian w rankingu ogólnym, w którym Polska plasuje się na 22. miejscu. W tym aspekcie, spośród krajów w regionie plasuje się wyżej niż Niemcy (przyrost 3,5%), ale niżej niż Łotwa (5,1%).

*Country Index*³¹ analizuje marki narodowe poprzez ich postrzeganie wewnętrzne i zewnętrzne w dwóch przekrojach: celu (hierarchia wartości, jakość życia, potencjał biznesowy) oraz doświadczenia (dziedzictwo i kultura, turystyka, reputacja produktów „made in”). Analiza lingwistyczna, która leży u sedna metodyki CI, bierze pod uwagę również online *talkability*, czyli pasywne stymulowanie w kierunku bycia omawianym, tłumaczone jako dyskursywność. W CI Polska zajmuje miejsce 44. na 75 możliwych; z wszystkich krajów europejskich jest to przedostatni wynik. Polska zazwyczaj plasuje się w okolicach 30. miejsca rankingu *światowego*. Stabilność wykazywana przez Polskę nie jest zjawiskiem

²⁶ *Human Development Report 2019*, Organizacja Narodów Zjednoczonych, http://hdr.undp.org/sites/all/themes/hdr_theme/country-notes/POL.pdf [dostęp: 14.01.2020].

²⁷ B. Ociepka, *Miękka siła państwa i jej pomiar: czy to ma sens?* <https://ptsm.edu.pl/wp-content/uploads/publikacje/poziomy-analizy-stosunkow-miedzynarodowych/Ociepka.pdf> [dostęp: 14.01.2020].

²⁸ The Place Brand Observer, *Nation Branding Perspectives*, 2015 <https://placebrandobserver.com/theory/nation-branding-perspectives/> [dostęp: 14.01.2020].

²⁹ S. Antholt, *Competitive Identity: A new model for the brand management of nations, cities and regions*, 2007, https://www.developmenteducationreview.com/sites/default/files/article-pdfs/Issue4_Focus1.pdf [dostęp: 09.01.2020].

³⁰ Brand Finance, *Brand Finance Nation Brands 2019*, <https://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-nation-brands-2019/> [dostęp: 09.01.2020].

³¹ Future Brand, *FutureBrand Country Index 2019*, <https://www.futurebrand.com/uploads/FBI/FutureBrand-Country-Index-2019.pdf> [dostęp: 14.01.2020].

w zupełności pozytywnym; towarzyszy brak awansów w górę punktacji. O Polsce „się nie mówi”³².

W „królestwie relacji” Polska posiada ogromny potencjał kulturowy; kojarzy się jednak głównie ze swoją polityką historyczną³³. „Upór w dążeniu do wolności”, „nieustające próby zmniejszenia zależności”³⁴ od ZSRR w trakcie zimnej wojny, postacie takie jak Jan Paweł II czy Lech Wałęsa są pozytywnymi skojarzeniami za granicą³⁵. Świat polskiego sportu, nauki i kultury zyskuje zasięg dzięki sylwetkom olimpijczyków i sportowców światowego formatu, historycznym przełomom i wynalazkom takim jak grafen, a także osobom z ekranów kin, desek teatrów czy noblistom.

Czynnikiem wpływającym na sukces i rozpoznawalność polskiej kultury oraz nauki jest dostępność - procesy digitalizacji³⁶ czy tłumaczenia na języki obce mogą okazać się kluczowe dla rozpoznania niektórych talentów, czego przykładem może być przyznanie nagrody Nobla Oldze Tokarczuk, na co zwraca uwagę sama pisarka³⁷. Polskie triumfy kulturalne nie są jednak wystarczające dla samostanowienia sukcesu „polskości” na arenie międzynarodowej – wymagają wsparcia ze strony rządu i działań zagranicznych.

W 2018 r. wydatki budżetu państwa na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego włącznie z dotacjami i subwencjami dla jednostek samorządu terytorialnego wyniosły 2,26 mld PLN³⁸; projekt ustawy budżetowej na rok 2020 zakłada wydatki rządu ponad 4,5 mld PLN³⁹. W załączniku 10. do projektu ustawy jedyne dwa wieloletnie programy rządowe dotyczące Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego stanowią programy dążące do „wzmocnienia poczucia wspólnoty obywatelskiej Polaków” – jednym z nich jest budowa Muzeum Historii Polski w Warszawie.

Według badania Najwyższej Izby Kontroli (NIK) całokształt działań instytucji promujących polską kulturę za granicą jest oceniany pozytywnie, lecz cechuje się szeregami mankamentów: m.in. rozproszeniem instytucjonalne i programowe,

³² Future Brand, *FutureBrand Country Index...*

³³ A. Gwozdowska, *Joseph S. Nye...*

³⁴ Ibidem.

³⁵ A.M. Codevilla, *Political Warfare: A Set of Means for Achieving Political Ends*, w Waller J. M., *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda and Political Warfare*, IWP Press, 2008, https://www.academia.edu/11035809/Strategic_Influence_Public_Diplomacy_Propaganda_and_Political_Warfare_2009_ [dostęp: 08.01.2020].

³⁶ A. Gwozdowska, *Joseph S. Nye...*

³⁷ C. Armitstead, *Olga Tokarczuk: the dreadlocked feminist winner the Nobel needed*, *The Guardian*, 10.10.2019, <https://www.theguardian.com/books/2019/oct/10/olga-tokarczuk-the-dreadlocked-feminist-winner-the-nobel-needed> [dostęp: 09.01.2020].

³⁸ Główny Urząd Statystyczny, *Kultura w 2018 roku*, 30.09.2019, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/kultura-w-2018-roku,2,16.html> [dostęp: 09.01.2020].

³⁹ Projekt ustawy budżetowej na rok 2020 (z dnia 23.12.2019) <https://www.gov.pl/web/finanse/projekt-przekazany-do-sejmu-rp-w-grudniu-2019> [dostęp: 15.01.2020].

niespójnością, brakiem koordynacji działań między agendami, a przy tym ubytki w sposobach kontroli i miernikach skuteczności działań⁴⁰. Brak również dokumentu, który „precyzyjnie określałby cele, kierunki, narzędzia oraz system pomiaru skuteczności i efektywności”⁴¹. Na koniec 2018 r. podpisano porozumienie o współpracy pomiędzy Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego a Ministerstwem Spraw Zagranicznych, a także poinformowano o planach stworzenia programu poświęconego wspomnianej promocji oraz objęcia instytucji zagranicznych „poszerzonym modelem planowania i sprawozdawczości”, zapowiadając przy tym badanie opinii publicznej dot. wizerunku i kultury Polski.

Porównując sytuację liderów rankingów *soft power* i Polski, zauważalny jest brak renomowanych instytucji, analogicznych do Instytutu Goethego, British Council czy Instytutu Konfucjusza – tworzącego zresztą największą⁴², liczącą 545 placówek⁴³ sieć instytucji kulturalnych. Brak również polskiego odpowiednika BBC⁴⁴, polskiej marki z jednej strony kojarzącej się z medialną rzetelnością – rzetelnością wyjątkowo potrzebną w erze *fake news* i post-prawdy, a z drugiej dbającej o polską narrację, pośrednio i przez aktywny udział w polityce światowej. Nowym konceptem polityki rządu jest MaBeNa, czyli „Maszyna Bezpieczeństwa Narracyjnego”, której efektów jednakże nie widać, co ilustruje przykład ustawy o Instytucji Pamięci Narodowej i sporu o holokaust. Element uzupełniający media oraz instytucje rządowe i kulturalne w misji stanowią think tanki o światowym zasięgu, których Polsce brak⁴⁵. Kluczowym dla globalnego rozwoju polskich grup eksperckich, podobnie jak dla polskiej kultury, jest publikowanie *online* badań w języku angielskim.

Podsumowanie

Soft power w dzisiejszych czasach nie jest wyłącznie kwestią teoretyczną, ale jak pokazują wyniki badań i doświadczenie państw – elementem rzeczywistości międzynarodowej. Stanowi zarówno przejaw renomy, jak i legitymizuje pozycję państwa na świecie, mogąc wpływać na gospodarkę w skali makro oraz mikro.

⁴⁰ Najwyższa Izba Kontroli, *Promocja jest. Efekty nieznanne*, 2019, <https://www.nik.gov.pl/aktualnosci/promocja-polskiej-kultury-za-granica.html> [dostęp: 15.01.2020].

⁴¹ Ibidem.

⁴² British Council, *Soft Power Superpowers. Global trends in cultural engagement and influence*, 2018, https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/j119_thought_leadership_global_trends_in_soft_power_web.pdf [dostęp: 09.01.2020].

⁴³ Strona internetowa Instytutu Konfucjusza, http://english.hanban.org/node_10971.htm [dostęp: 09.01.2020].

⁴⁴ A. Gwozdowska, *Joseph S. Nye...*

⁴⁵ P. Arak, G. Lewicki, *Mnożnik siły państw. Polskie soft power po ustawie o IPN*, 29.03.2019 <https://klubjagiellonski.pl/2018/03/29/mnozник-sily-panstw-polska-soft-power-po-ustawie-o-ipn/> [dostęp: 15.01.2020].

Miękka siła jednakże nie jest traktowana jako jeden z paradygmatów polskiej polityki zagranicznej. Plan rozwoju na arenie międzynarodowej, o ile wysuwa na pierwszy plan relacje i reputację Polski, tylko w zawaalowany, pośredni sposób traktuje *soft power* jako realne narzędzie polityki zagranicznej. Brak zarówno długofalowej strategii, jak i formalnych dokumentów regulujących tę sferę oraz infrastruktury i narzędzi do jej realizacji czy mierzenia efektów. Polskiemu podejściu brak dalekowzroczności, spójności działań i narzędzi; podejmowane jak dotąd pojedyncze inicjatywy promujące polską kulturę nie posiadają swojej infrastruktury czy formalnych ram, które pozwoliłyby na ocenę ich efektów i adaptację. Polska, posiadając znaczne zasoby kulturalne, w tym historyczne, cierpi na deficyt w postaci podstawowych elementów koniecznych do przyjęcia świadomego, proaktywnego stanowiska. Przejaw tej niejakiej bierności skutkuje brakiem sukcesów na arenie międzynarodowej. Choć posiadany potencjał w postaci pozytywnych atrybutów (gospodarczych, kulturalnych, wypracowanej reputacji) jest znaczny, niewykorzystany działa na niekorzyść Polski.

Bibliografia

- Antholt S., *Competitive Identity: A new model for the brand management of nations, cities and regions*, 2007, <https://www.developmenteeducationreview.com/>.
- Arak P., Lewicki G., *Mnożnik siły państw. Polskie soft power po ustawie o IPN*, 29.03.2019, <https://klubjagiellonski.pl/>.
- Armitstead C., *Olga Tokarczuk: the dreadlocked feminist winner the Nobel needed*, *The Guardian*, 10.10.2019, <https://www.theguardian.com/books/2019/oct/10/olga-tokarczuk-the-dreadlocked-feminist-winner-the-nobel-needed>.
- Brand Finance*, <https://brandfinance.com/>.
- British Council, *Soft Power Today. Measuring the Influences and Effects*, 2017, <https://www.britishcouncil.org/>.
- Cambridge Dictionary*, <https://dictionary.cambridge.org/pl/>.
- Codevilla A.M., *Political Warfare: A Set of Means for Achieving Political Ends* [w:] Waller J.M., *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda and Political Warfare*, IWP Press, 2008, <https://www.academia.edu/>.
- Future Brand*, <https://www.futurebrand.com/>.
- Gwozdowska A., J.S. Nye, *Siłą Polski jest jej historia*, 2016, <https://www.rp.pl/>.
- Human Development Report 2019*, Organizacja Narodów Zjednoczonych, http://hdr.undp.org/sites/all/themes/hdr_theme/country-notes/POL.pdf.
- Instytut Konfucjusza*, <http://english.hanban.org/>.
- Koźmiński A.K., *Analiza systemowa organizacji*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1979.
- Kultura w 2018 roku*, Główny Urząd Statystyczny, 30.09.2019, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/kultura-w-2018-roku,2,16.html>.

- Łoś R., *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2017, <https://wydawnictwo.uni.lodz.pl/>.
- Najwyższa Izba Kontroli, Promocja jest. Efekty nieznane, 2019, <https://www.nik.gov.pl/aktualnosci/promocja-polskiej-kultury-za-granica.html>.
- Nye jr J.S., *Konflikty międzynarodowe. Wprowadzenie do teorii i historii*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.
- Nye jr J.S., *Przyszłość siły*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Nye jr J.S., *Soft Power: Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- Ociepka B., *Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2013.
- Ociepka B., *Miękka siła państwa i jej pomiar: czy to ma sens?*, <http://ptsm.edu.pl/>.
- Pacak P., *Soft power jako środek realizacji celów polityki zagranicznej państwa w systemie postwestflaskim*, Polskie Towarzystwo Stosunków Międzynarodowych, 2014, <http://ptsm.edu.pl/>.
- Projekt ustawy budżetowej na rok 2020 (z dnia 23.12.2019), <https://www.gov.pl/web/finanse/projekt-przekazany-do-sejmu-rp-w-grudniu-2019>.
- Ranking SoftPower 30, <https://softpower30.com/>.
- Real Instituto Elcano Royal Institute, <http://www.realinstitutoelcano.org/>.
- Strona internetowa Głównego Urzędu Statystycznego, <https://stat.gov.pl/infografiki-widzety/infografiki/infografika-15-lat-polski-w-unii-europejskiej,85,1.html>.
- The Place Brand Observer, <https://placebrandobserver.com/>.
- Zheng E., *Chinese soft power and its implications for the United States: competition and cooperation in the developing world: a report of the CSIS smart power initiative*, Center for Strategic & International Studies, Washington D.C. 2009, <https://csis-prod.s3.amazonaws.com/>.

Streszczenie

Koncepcja miękkiej siły – „zdolności uzyskiwania tego, czego się chce, raczej dzięki atrakcyjności niż przymusowi lub pieniądзом” – zyskuje na popularności i istotności w dobie informacji. Artykuł przedstawia pojęcie *soft power* jego istotę oraz rolę we współczesnej polityce zagranicznej. Miękka siła jest zarówno narzędziem tworzenia pewnej narracji, jak i przejawem wiarygodności państwa – aktywnego uczestnika areny międzynarodowej. Poprzez kulturę, ogół wyznawanych wartości, przyjętą i egzekwowaną politykę wewnętrzną i zewnętrzną, miękka siła kształtuje wizerunek, a w dłuższym horyzoncie czasowym wpływa również na zmienne socjoekonomiczne. Na podstawie stworzonego zarysu teoretycznego oraz raportów i rankingów dotyczących zasobów i trendów współczesnej *soft power* przeanalizowano sytuację Rzeczypospolitej Polskiej. Analiza wykazała, że choć państwo posiada zarówno zasoby, jak i potencjał do rozwoju na arenie międzynarodowej w tym zakresie, to brak jednak infrastruktury i świadomości co do istotności „słodkiej siły”. Miękka siła nie jest traktowana jako jeden z paradygmatów polityki zagranicznej, a podejściu polskiemu brak dalekowzroczności, formalnych

dokumentów i ram, które w precyzyjny sposób określałyby sposoby kontroli oraz mierzenia efektów promocji polskiej kultury za granicą.

Słowa kluczowe: miękka siła, stosunki międzynarodowe, gospodarka Polski, dyplomacja publiczna

THE CONSTRAINTS ON THE DEVELOPMENT OF POLISH SOFT POWER

Summary

The concept of soft power – "the ability to get what is desired, thanks to attraction rather than coercion or money" – is gaining popularity and relevance in the age of information. The article presents the concept of soft power, its essence and role in contemporary foreign policy. Soft power is both a tool for creating a certain narrative and a manifestation of the credibility of the state – an active participant in the international arena. Soft power shapes the image through culture, the values and internal and external policies, affecting socioeconomic variables in the longer term as well. The situation of the Republic of Poland was analyzed on the basis of the theoretical outline as well as reports and rankings regarding the resources and trends of today's soft power. The analysis showed that although the state has both resources and potential for international development in this area, it lacks infrastructure and awareness of the importance of "sweet power". Soft power is not treated as one of the foreign policy paradigms, and the Polish approach lacks farsightedness, formal documents and frameworks that precisely define the methods of controlling and measuring the effects of promoting Polish culture abroad.

Keywords: soft power, international relations, economy of Poland, public diplomacy