

Dyplomacja publiczna jako narzędzie międzynarodowego public relations - casus Polski

Public diplomacy as a tool of international public relations - the case of Poland

Leszczyński Marcin

Katedra Publicystyki Ekonomicznej i Public Relations, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Opiekun naukowy: prof. dr hab. Przemysław Deszczyński

Leszczyński Marcin: marcin.leszczyński@ue.poznan.pl

Słowa kluczowe: wizerunek kraju, reputacja kraju, miękka siła

Cytowanie: Leszczyński, M., 2016, *Dyplomacja publiczna jako narzędzie międzynarodowego public relations – casus Polski* w: Jacek Leśny, Jędrzej Nyckowiak (red.), *Badania i Rozwój Młodych Naukowców w Polsce. Nauki humanistyczne i społeczne. Część I*, Młodzi Naukowcy, Poznań, s. 46-53.

Streszczenie

Dyplomacja publiczna w dobie demokratyzacji i mediatyzacji stała się istotnym elementem prowadzenia polityki zagranicznej. W artykule dokonano analizy podstawowych pojęć z zakresu tej dyscypliny, wskazano na jej związki z międzynarodowym public relations i przedstawiono jej praktyczne ujęcie na przykładzie działań Polski.

1. Wstęp

W obecnej rzeczywistości społeczno-gospodarczej tradycyjna dyplomacja wydaje się być niewystarczająca dla skutecznego realizowania celów państwa na arenie międzynarodowej. Znaczny wzrost roli opinii publicznej w stosunkach międzynarodowych prowadzi do konieczności uwzględniania społeczeństw innych krajów w prowadzonej polityce zagranicznej. Wynika to z potrzeby społecznej akceptacji poczynań innych państw w różnych wymiarach, gdzie najistotniejszą rolę odgrywają te o charakterze politycznym i ekonomicznym. W dobie demokratyzacji i mediatyzacji odpowiedzią na to zapotrzebowanie jest dyplomacja publiczna, której celem jest doprowadzenie do wzajemnego zrozumienia poprzez budowanie relacji i komunikowanie. Wśród efektów działań w jej obszarze jest polepszenie reputacji, wiarygodności i zaufania, co w konsekwencji ułatwia realizację celów polityki zagranicznej państw. Dorobek naukowy w tym obszarze wskazuje na silne powiązania

tego obszaru z międzynarodowym public relations. Dyplomacja publiczna jest traktowana jako jedna ze specjalizacji tej dyscypliny, co jest związane z tzw. piaryzacją polityki zagranicznej. W artykule, oprócz przedstawienia podstawowych założeń dotyczących funkcjonowania i istoty dyplomacji publicznej oraz dokonania analizy powiązań pomiędzy tym obszarem a międzynarodowym public relations przedstawiono praktyczny wymiar prowadzenia dyplomacji publicznej na przykładzie Polski w latach 2010-2012.

2. Dyplomacja publiczna - podstawowe pojęcia

Termin *dyplomacja* wywodzi się z greckiego słowa *diploma* oznaczającego dwie związane ze sobą tabliczki, na których zapisywano instrukcje dla posłów w starożytnej Grecji. Z kolei określenie *dyplomatyczny* zostało ukształtowane na przełomie XVII i XVIII w. i odnosiło się do ważnych dokumentów zawierających stanowiska państw w danych sprawach. (Molendowski i Polan 2007) Jak stwierdza P. Deszczyński początków nowożytnej dyplomacji należy doszukiwać się we Włoszech w XV w. Autor zauważa, że w literaturze określa się ją mianem dyplomacji klasycznej, która wyróżniała się specyficznymi cechami, wśród których można znaleźć między innymi takie jak: bilateralność, zasada nietykalności posłów i brak skrupułów moralnych. (Deszczyński 2012) Współcześnie dyplomacja definiowana jest w sposób bardziej zaawansowany i odnosi się szczególnie do relacji i komunikowania pomiędzy państwami. I tak J. Kukułka definiuje ten termin jako metodę prowadzenia i załatwiania spraw lub umiejętność osiągania tego, co jest optymalne. Utożsamia on dane pojęcie z aparatem służby zagranicznej państwa i procedurami postępowania w kontaktowaniu się na arenie międzynarodowej. Jest to według niego forma prowadzenia polityki zagranicznej bazująca na dążeniu do realizowania interesów oraz osiągania zewnętrznych celów. Dyplomację traktuje on jako sztukę, naukę oraz technikę reprezentacji państwa i prowadzenia negocjacji w jego imieniu. Co ciekawe, J. Kukułka stwierdza również, że skoro negocjacje można traktować w kategoriach przeciwieństwa konfrontacji to dyplomacja jest instrumentem tworzenia pokoju w stosunkach międzynarodowych. (Ociepka 2002) Charakterystycznym elementem klasycznej i współczesnej dyplomacji jest *tajność*, która przejawia się w sposób różnorodny. I tak w przypadku dyplomacji klasycznej tajność charakteryzowała się tym, że decyzje (w wielu przypadkach dotyczące wojen czy przesuwania granic) w jej ramach były często podejmowane w tajemnicy nie tylko przed opinią publiczną, ale również własnym parlamentem. Współcześnie wydawać by się mogło, że taka sytuacja w dyplomacji nie byłaby dopuszczalna, jednakże tajność ta nadal istnieje ale jest rozumiana i wykorzystywana w sposób zupełnie inny. P. Deszczyński zauważa, że ten element powinien stanowić istotną część dyplomacji, co argumentuje faktem, że obecność mediów (a tym samym zaangażowanie opinii publicznej) nie jest czynnikiem sprzyjającym w jej prowadzeniu. Jednakże dla pełnej klarowności końcowe efekty działań dyplomatycznych powinny zostawać upubliczniane po to by mogły być poddane ocenie przez opinię publiczną. (Deszczyński 2012)

W świetle zmian z jakimi ma się do czynienia w rzeczywistości społeczno-gospodarczej opisana powyżej forma dyplomacji wydaje się być niewystarczająca, czego efektem jest zastępowanie lub wspieranie jej poprzez inne formy działalności z zakresu komunikowania i budowania relacji w środowisku międzynarodowym. Zmiany te zawierają się w trzech głównych czynnikach, z których dwa w sposób bezpośredni wpłynęły na wzrost znaczenia nowych form dyplomacji, tj. demokratyzacja, mediatyzacja i globalizacja. Warto zauważyć, że dyplomacja jest ściśle powiązana z pojęciem komunikowania międzynarodowego. W. Ph. Davison wyróżnia trzy poziomy komunikowania międzynarodowego, tj.: (Olędzki 2001)

- wzajemne oddziaływanie elit państw,
- komunikowanie po przekątnej, gdzie jedną ze stron są elity danego państwa, a drugą społeczeństwo innego,
- bezpośrednio komunikowanie społeczeństw państw.

Podział ten w wymiarze dyplomatycznym można podzielić w sposób następujący: (Ociepka 2008)

- *g2g* - government to government,
- *g2p* - government to people,
- *p2p* - people to people.

Na podstawie tego rozróżnienia tradycyjna forma dyplomacji odpowiada jedynie pierwszej z wymienionych, tj. *g2g*, gdzie rządy danych państw komunikują się ze sobą z zamiarem realizacji swoich celów. Dwie kolejne, tj. *g2p* i *g2g*, odnoszą się do innej formy, którą w literaturze określa się mianem dyplomacji publicznej.

Po raz pierwszy terminu *dyplomacja publiczna* użył E. Gullion. w zaproponowanej przez siebie definicji z 1966 r. określa on ją jako działania poprzez które rządy, prywatne grupy i jednostki mogą wpływać na postawy i opinie innych narodów i ich rządów, co w konsekwencji może kształtować ich decyzje w zakresie polityki zagranicznej. (Henrikson 2006) N. J. Cull określa dyplomację publiczną jako zarządzanie międzynarodowym środowiskiem poprzez zaangażowanie publiczności. (Cull 2009) Z kolei B. Ociepka, autorka pionierskiej pracy w tej dziedzinie w Polsce, stwierdza że dyplomacja publiczna to dwustronna nastawiona na dialog forma komunikowania międzynarodowego kierowana do publiczności zagranicznych, realizowana przez wykorzystywanie środków przekazu i kanałów o charakterze bezpośrednim. Celem dyplomacji publicznej jest wspieranie wizerunku kraju i społeczeństwa za granicą poprzez wpływanie na opinię publiczną w krajach docelowych, czego wynikiem z kolei jest kształtowanie pozytywnych postaw wobec konkretnego kraju. Efektem tych działań jest ułatwienie realizacji celów i interesów państwa w środowisku międzynarodowym. B. Ociepka zauważa, że podmiotami dyplomacji publicznej nie są jedynie rządy, ale szereg innych aktorów, wśród których znaleźć można pozarządowe organizacje i wszystkich innych uczestników stosunków

międzynarodowych, którzy mogą mieć wpływ na wizerunek danego państwa i społeczeństwa. (Ociepka 2008)

G. Szondi i E. Gilboa dzielą dyplomację publiczną na dwa rodzaje, tj.: (Szondi 2008; Gilboa 2008)

- tradycyjną dyplomację publiczną,
- dyplomację publiczną XXI w. (G. Szondi 2008)/nową dyplomację publiczną (E. Gilboa 2008).

Autorzy ci zauważają, że tradycyjna dyplomacja publiczna była narzędziem skonfliktowanych ze sobą krajów, które chciały przekonać opinię publiczną wrogich państw, do wywarcia wpływu na ich rządy. Takie działania były charakterystyczne dla okresu *zimnej wojny* kiedy dyplomacja publiczna była instrumentem umożliwiającym zmianę w środowisku politycznym w danym kraju. (Szondi 2008) Dopiero na początku XXI wieku odróżniono zimnowojenną dyplomację od jej obecnej formy, nazywanej nową dyplomacją publiczną uwzględniającą więcej podmiotów, będących zarówno odbiorcami i nadawcami komunikatów stosowanych w dyplomacji publicznej. Zmieniły się także cele, które były powiązane z potrzebą dostosowania do zmieniającej się sytuacji w środowisku międzynarodowym, za czasów zimnej wojny głównym celem było przekonanie opinii publicznej innych krajów do potrzeby zmiany politycznej w danych państwach. Z kolei nowa dyplomacja publiczna nastawiona jest na budowanie silnej reputacji kraju przez promowanie własnych interesów i zdobywanie poparcia zarówno na gruncie politycznym, jak i ekonomicznym.

Wśród cech charakterystycznych nowej dyplomacji publicznej G. Szondi i E. Gilboa wymieniają: (Szondi 2008, Gilboa 2008)

- udział podmiotów państwowych i niepaństwowych,
- bazowanie na komunikowaniu dwukierunkowym, zarządzaniu reputacją i wizerunkiem kraju,
- poruszanie kwestii krótko i długoterminowych,
- budowanie i utrzymywanie relacji,
- bazowanie na ideach i wartościach.

W tym kontekście można stwierdzić, że dyplomacja publiczna w nowej odsłonie jest silnie powiązana z inną kategorią komunikowania międzynarodowego, a mianowicie z międzynarodowym public relations. Relacje pomiędzy tymi terminami zostaną przedstawione w dalszej części artykułu. Warto zauważyć, że w praktyce w obszar dyplomacji publicznej wpisuje się również inne nowe formy dyplomacji, takie jak dyplomację gospodarczą, dyplomację medialną, dyplomację kulturalną, dyplomację historyczną, czy też dyplomację elit politycznych.

3. Dyplomacja publiczna w kontekście międzynarodowego public relations

Międzynarodowe public relations D.L. Wilcox, P.H. Ault i W.K. Agee definiują jako zaplanowane i zorganizowane działania przedsiębiorstwa, instytucji lub rządu, których celem jest zbudowanie wzajemnie korzystnych relacji z publicznością z innych krajów. (Ociepka 2002) W tym kontekście można stwierdzić, że międzynarodowe public relations i dyplomacja publiczna są sobie niezwykle bliskie. Potwierdzeniem tej tezy może być występujący w literaturze podział na różne podejścia do międzynarodowego public relations, tj.: (Ingenhoff i Ruehl 2013)

- międzynarodowe praktyki public relations organizacji,
- międzynarodowe badania porównawcze w zakresie public relations,
- public relations państw tzw. *nation PR*.

Działania public relations państw należy utożsamiać z budowaniem wizerunku kraju, który w literaturze utożsamiany jest (w zależności od dyscypliny) z różnymi pojęciami, tj.: (Leszczyński 2015)

- miękka siła - politologia (Nye),
- marka narodowa - marketing (Anholt),
- reputacja - ekonomia.

W tych trzech ujęciach najbliższym dyplomacji jest miękka siła będąca elementem koncepcji trzech sił państwa J.S. Nye. Warto zauważyć, że w tym kontekście pisał już E.H. Carr, który w 1939 r. mówił o tzw. *władzy nad opinią*. Tę ostatnią należy utożsamiać z działaniami w obszarze dyplomacji publicznej. Wartym uwagi jest również, proponowane przez M. Ryniejską-Kiełdanowicz pojęcie *piaryzacji polityki zagranicznej*. (Ryniejska-Kiełdanowicz 2012) Co istotne, w literaturze dyplomacja publiczna jest określana jako jedna ze specjalizacji międzynarodowego public relations. W tym aspekcie można wyróżnić szereg obszarów i odpowiadających im specjalności, które G. Szondi nazywa filarami zarządzania reputacją, tj.: (Szondi 2008)

- turystyka - marketing terytorialny,
- polityka gospodarcza - branding narodowy, dyplomacja gospodarcza,
- kultura - dyplomacja kulturalna,
- polityka zagraniczna - dyplomacja publiczna,
- nieetyczna polityka, działania militarne - propaganda, wizerunek wroga.

Zgodnie z powyższym podziałem dyplomację publiczną można uznać jako element międzynarodowego public relations prowadzonego przez państwa w wymiarze polityki zagranicznej. Dlatego warto przeanalizować jak ten aspekt ma się do teorii międzynarodowego public relations.

Cytując słowa B. Ociepki w pierwszej części artykułu nawiązano do podmiotów, które są uczestnikami dyplomacji publicznej. W przypadku międzynarodowego public relations do tego grona (określanego mianem aktorów) zalicza się takie jak: (Kunczik 2003, Barczak 2012)

- państwa,
- organizacje międzyrządowe,
- pozarządowe organizacje międzynarodowe,

- korporacje międzynarodowe,
- wpływowe osoby,
- międzynarodowe agencje public relations,
- wirtualne społeczności.

W kontekście dyplomacji publicznej rozpatrywanej w charakterze komunikowania g2g i g2p można stwierdzić, że każdy z powyższych należy do grona funkcjonujących w niej podmiotów. Państwa należy rozpatrywać jako cały aparat rządowy i administracyjny, którego działalność wykracza poza charakter wewnątrzpaństwowy lub efekty jego inicjatyw mogą wpływać na postrzeganie kraju w środowisku międzynarodowym. Podobnie organizacje międzyrządowe składające się z przedstawicieli różnych krajów, których celem jest budowanie pozycji ugrupowania na zewnątrz oraz jego trwałości wewnątrz. Organizacje pozarządowe przyjmują rolę obrońców i propagatorów powszechnie akceptowanych wartości, w tym wymiarze mogą wspierać państwa, którym te wartości są bliskie. Korporacje międzynarodowe mogą stanowić element dyplomacji publicznej chociażby poprzez partnerstwo publiczno-prywatne, przez co mogą realizować zarówno potrzeby własne jak i danego kraju. Wpływowe osoby stanowią istotny czynnik dyplomacji publicznej co jest związane z tzw. *efektem aureoli* (Wojcik 2013), w tym gronie mogą znajdować się między innymi politycy, wybitni sportowcy, artyści, czy też naukowcy, którzy przyjmują rolę ambasadorów państwa w oczach zagranicznej opinii publicznej. Międzynarodowe agencje public relations w ramach prowadzonej dyplomacji publicznej mogą działać jako realizatorzy danych projektów lub ciała doradcze. Wirtualne społeczności stanowią istotny element komunikowania międzynarodowego, często to właśnie one są inspiratorami dla inicjatyw budzących zainteresowanie danym krajem w sieci.

Kolejnym aspektem, który należy rozpatrzeć jest instrumentarium międzynarodowego public relations. W tym wymiarze B. Ociepka dzieli instrumentarium na metody pośrednie i bezpośrednie. Co ciekawe, w obydwu grupach znajdują się elementy, które w bardzo dobry sposób wpisują się w istotę dyplomacji publicznej. I tak oddziaływanie na opinię publiczną w innych krajach poprzez rządowe służby informacyjne jest bezpośrednim nawiązaniem do działań rządów państwa w ramach dyplomacji publicznej. Podróże zagraniczne dyplomatów i polityków mają na celu budowanie silnych relacji nie tylko pomiędzy rządzącymi, ale również ze społeczeństwem poprzez tworzenie wzajemnego zrozumienia. Działalność w międzynarodowych organizacjach wydaje się być niezwykle istotna ze względu na wymiar CSR, który można określić mianem społecznej odpowiedzialności państwa. Co polega na społecznym zaangażowaniu państw w dyskusje oraz rozwiązywanie problemów o charakterze globalnym. Uwagę na to zwraca M. Ryniejska-Kiełdanowicz, nawiązując do S. Anholta, która pisze o wyraźnym wdzieraniu się tego obszaru public relations do stosunków międzynarodowych. (Ryniejska-Kiełdanowicz 2012) Problem ten jest niezwykle ciekawy ponieważ w bardzo dobry sposób odnosi się do tzw. *wymiany tożsamości* państw i przedsiębiorstw autorstwa W. Olinsa. W obszar dyplomacji publicznej wpisują się także między innymi takie elementy jak działalność kulturalna za granicą, wydarzenia medialne w kraju, kampanie promocyjne i oddziaływanie przez produkty kultury masowej. Powyższe instrumentarium stanowi potwierdzenie tezy o niezwykle bliskiej relacji pomiędzy międzynarodowym public relations a dyplomacją publiczną. Wskazuje to na słuszność traktowania tej dyscypliny w kategoriach specjalizacji międzynarodowego public relations.

4. Dyplomacja publiczna Polski w latach 2010-2012

Głównym podmiotem odpowiedzialnym za koordynację działań z zakresu dyplomacji publicznej Polski jest Ministerstwo Spraw Zagranicznych. W latach 2010-2012 jednym z podstawowych dokumentów określających priorytety promocyjne Polski była *Ramowa strategia promocji Polski do 2015 r.* Dyplomacja publiczna stanowiła ważny element tego dokumentu, co odzwierciedla się również w praktyce w postaci działalności Ministerstwa Spraw Zagranicznych, które publikuje raporty dotyczące osiągnięć i inicjatyw w tej materii. Przedmiotem analizy są trzy publikacje z lat 2010-2012. W omawianych dokumentach dyplomacja publiczna przedstawiana jest między innymi przez pryzmat takich priorytetów jak:

- dyplomacja ekonomiczna,
- dyplomacja kulturalna,
- dyplomacja historyczna,
- współpraca rozwojowa,
- Partnerstwo Wschodnie.

MSZ w ramach dyplomacji ekonomicznej w latach 2010-2012 podkreślało, że ważnym elementem wpływającym na zainteresowanie Polską, jest promocja jej transformacyjnego sukcesu. Było to inspiracją dla przeprowadzenia 40 spotkań na arenie międzynarodowej, w ramach których specjalni goście (m.in. L. Balcerowicz i D. Hubner) prowadzili prelekcje w ośrodkach akademickich i think tankach w Europie. (Ministerstwo Spraw Zagranicznych 2010) W ramach tych działań w 2011 roku stworzony został przewodnik zatytułowany *Poland: How We Built a Democratic State.* (Ministerstwo Spraw Zagranicznych 2011)

W 2011 r. w obszarze wsparcia o charakterze dyplomatycznym zrealizowano ponad 600 inicjatyw w prawie 60 krajach. W tym roku podjętych zostało wiele działań promujących potencjał ekonomiczny Polski, wśród których można znaleźć takie jak:

- Amsterdam - *Dutch-Polish Business Award i Taskforce Euro 2012 Topscorer Award,*
- Lizbona - spotkanie polskich i portugalskich przedsiębiorców oraz konferencja *Nowa polska przedsiębiorczość: szanse i możliwości dwustronnej współpracy,*
- Weronia - *Dni Polskie* - konferencja *Europa otwarta: dialog o przedsiębiorczości kobiecej,*
- Pekin - wizyta Bronisława Komorowskiego wraz z delegacją **Polskich** przedsiębiorców.

W 2012 r. zrealizowano 1000 inicjatyw wsparcia dyplomatycznego w blisko 70 krajach. Zorganizowanych zostało również 13 misji gospodarczych, między innymi do takich krajów jak: USA, Brazylia, Chiny, Arabia Saudyjska, Meksyk, czy też Peru. Do największych wydarzeń zaliczyć można takie jak: (Ministerstwo Spraw Zagranicznych 2012)

- Nowy Jork - Polsko-Amerykański tydzień gospodarczy,
- Londyn - konferencja dotycząca gospodarczej aktywności kobiet,

W obszarze dyplomacji kulturalnej bardzo istotnym elementem budowania wizerunku Polski są inicjatywy zwane *Rokiem Polskim*, tego typu projekty odbywały się w wielu krajach, między innymi w:

- Hiszpanii (2001),
- Niemczech (2005),
- Francji (2005),
- Wielkiej Brytanii (2009).

Wśród wydarzeń dotyczących ważnych osobistości ważnym był Rok Chopinowski organizowany na cześć dwusetnej rocznicy narodzin Fryderyka Chopina. W ramach tego wydarzenia zrealizowano 2600 inicjatyw w Polsce oraz 3600 wydarzeń za granicą. Gdzie można między innymi znaleźć:

- Pekin - *Chopin 12*,
- Paryż - *Festiwal Fryderyk Chopin*
- *Międzynarodowy Konkurs Chopinowski Zatoki Perskiej*.

W obszarze dyplomacji kulturalnej organizowane były również Dni Polskie, gdzie prezentowano dorobek kulturalny Polski. Wśród tych inicjatyw były między innymi: (Ministerstwo Spraw Zagranicznych 2012)

- Nadrenia Północna-Westfalia - *Festiwal Klopszanga*,
- Kantona - *Polish Art Festiwal 2012 - Wave from Poland*,
- Pekin - *Festiwal Kultury Polskiej*,
- Porto - *Dni Polskie*,
- Montreal - *Festiwal Polski*.

Wśród działań na rzecz polskiej dyplomacji historycznej w 2010 roku na uwagę zasługuje szeroko zakrojona promocja filmu *Katyń* Andrzeja Wajdy, w ramach której zorganizowano między innymi konferencję w Waszyngtonie zatytułowaną *Katyń Forest: Massacre, Politics and Morality*. Rok 2010 to także rocznica Bitwy pod Grunwaldem, gdzie w celu upamiętnienia tego wydarzenia zorganizowana została wystawa w Muzeum Historii Sztuki w Wiedniu. (Ministerstwo Spraw Zagranicznych 2010) W 2011 roku w ramach dyplomacji historycznej promowano polską historię poprzez osobistości, które poruszają tę tematykę współcześnie. W tym wymiarze zrealizowano takie projekty jak:

- Bukareszt - W rytmie epoki - *Kazimierza Illakowiczówna i Rumunia*,
- Praga - *Hold Irenie Sendlerowej*,
- Wiedeń - biografia Lecha Wałęsy.

W tym okresie Polska zainicjowała dwa ważne projekty w obszarze pomocy rozwojowej. Pierwszy z nich ma charakter krajowy, który wykorzystuje polską markę *Solidarność*, tj. *Fundacja Solidarności Międzynarodowej*. Jej celem jest wsparcie demokratyzacji społeczeństw oraz transformacji systemowej. Drugi projekt ma charakter międzynarodowy, który został zainicjowany w trakcie prezydentury Polski w Radzie Unii Europejskiej w 2011 r. Jest to *Europejski Fundusz na rzecz Demokracji - European Endowment for Democracy*. Celem jego działalności jest wsparcie procesów demokratyzacji oraz budowania społeczeństwa obywatelskiego w krajach sąsiadujących

z Unią Europejską i realizacja założeń Wspólnoty. (Ministerstwo Spraw Zagranicznych 2012)

Partnerstwo Wschodnie z kolei jest rozszerzeniem prowadzonej przez Unię Europejską *Europejskiej Polityki Sąsiedztwa*. Program zainaugurowano w Pradze, a jego inicjatorem była Polska wspierana przez Szwecję. Jego istotą jest uniknięcie doprowadzenia do podziału Europy na kraje głównego nurtu i państwa pozostające na uboczu. Istotnym elementem jest również zastąpienie dotychczasowych działań, które miały charakter krótkookresowy i wybiórczy. W ramach tego projektu podejmowane są inicjatywy na rzecz modernizacji i przemian w krajach objętych Partnerstwem Wschodnim. W 2010 r. przeprowadzono 25 projektów, z których 11 zrealizowano w krajach Unii Europejskiej, 2 w Polsce, 4 w Rosji i 8 w krajach objętych Partnerstwem Wschodnim, które przyjmowały formę debat, seminariów i konferencji. Z kolei w 2011 r. podjęto się między innymi organizacji takich wydarzeń jak: (Ministerstwo Spraw Zagranicznych 2011)

- Bukareszt - *Rola Polski i Rumunii we wprowadzaniu postanowień II Szczytu Partnerstwa Wschodniego*,
- Kijów - seminarium na temat wspólnej polityki bezpieczeństwa dla państw objętych Partnerstwem Wschodnim,
- Paryż - debata nt. Partnerstwa Wschodniego,
- Nowy Jork - konferencja *The Eastern Partnership - a step towards European integration*,
- Tokio - seria seminariów na temat Partnerstwa Wschodniego.

W 2012 roku w ramach działań na rzecz promocji idei Partnerstwa Wschodniego opracowano broszurę informacyjną, zorganizowano cykl seminariów dotyczących programu w trzech miastach Ukrainy oraz zainaugurowano konkurs o nazwie *NGO Map*, którego celem było wyłonienie najciekawszej lokalnej inicjatywy w państwach objętych programem. (Ministerstwo Spraw Zagranicznych 2012)

5. Podsumowanie

Działania Polski w obszarze dyplomacji publicznej w latach 2010-2012 uwzględniały szereg obszarów, gdzie najważniejsze inicjatywy odnosiły się do dyplomacji ekonomicznej, kulturalnej, historycznej, współpracy rozwojowej i Partnerstwa Wschodniego. Z perspektywy public relations istotnym i ciekawym wydaje się być to, że w podejmowanych inicjatywach w latach 2010-2012 zauważalny był pewien wyraźny trend przejawiający się spójnością i konsekwencją. Prowadzona przez Polskę dyplomacja publiczna opierała się głównie o sukces polskiej transformacji, co stanowiło ważny kontekst dla szeregu innych działań. Było to niezwykle silnie widoczne w przypadku dyplomacji ekonomicznej, współpracy rozwojowej i Partnerstwa Wschodniego. Warto zauważyć, że sama idea Partnerstwa Wschodniego w wymiarze czynników miękkich wydaje się być niezwykle słuszna, ze względu na fakt, że z jednej strony ma ona w swoich założeniach rzeczywiste wsparcie dla objętych programem państw, a z drugiej może przyczynić się do budowania pozycji Polski jako lidera tej części Europy. Z perspektywy lat wiadomo, że kryzys na Ukrainie zweryfikował te założenia, co jest źródłem komentarzy, że Partnerstwo Wschodnie nie spełnia swojej roli. Warto dodać, że projekt ten w wymiarze miękkim jest niezwykle istotny i nadal

może służyć pozycjonowaniu Polski w środowisku międzynarodowym. Z kolei w wymiarze kulturalnym i historycznym zrealizowano szereg projektów, gdzie w bardzo dobry sposób wykorzystano Rok Chopinowski, czy lata i dni polskie realizowane w różnych państwach świata. Te inicjatywy można ocenić jako dobre i godne kontynuowania. Dokonując przeglądu wszystkich działań należy stwierdzić, że najważniejszym elementem dyplomacji publicznej Polski w latach 2010-2012 było promowanie w swoich inicjatywach własnego dorobku i wykorzystywanie go do szeregu przedsięwzięć, które pozwalały na pozycjonowanie jej jako kraju otwartego i gotowego do budowania silnej pozycji w Unii Europejskiej.

6. Literatura

Cull N (2009) Public diplomacy: Lessons from the Past.

Deszczyński P (2012) Międzynarodowe stosunki polityczne.

Gilboa E (2008) Dyplomacja w epoce informacji, w: Ociepka B (red.) Dyplomacja publiczna: 37-58.

Henrikson A (2006) What can public diplomacy achieve?

Ingenhoff D, Ruehl K (2013) International public relations: A synopsis of German-speaking and Anglo-American research approaches: Studies in communication sciences 13: 3-14.

Kunczik M. (2003) Transnational Public Relations by Foreign Governments: The Global Public Relations Handbook: Theory, Research and Practise: 399-425.

Barczak I (2012) Pomoc rozwojowa jako instrument kształtowania pozytywnego wizerunku Szwecji w świecie, w: Gołata K, Rydzak W (red.) Lokalne i globalne aspekty komunikowania społecznego: 142-154.

Leszczyński M (2015) Jakość życia jako czynnik kształtowania postrzegania państwa w perspektywie położenia geograficznego, w: Leśny J, Nyćkowiak J (red.) Badania i rozwój młodych naukowców w Polsce: Nauki humanistyczne i społeczne: 37-45.

Ministerstwo Spraw Zagranicznych (2010,2011,2012) Dyplomacja publiczna 2010, 2011, 2012.

Molendowski E, Polan W (2007) Dyplomacja gospodarcza: Rola i znaczenie w polityce zagranicznej państwa.

Ociepka B (2002) Komunikowanie międzynarodowe.

Ociepka B (2008) Dyplomacja publiczna.

Ołędzki J (2001) Komunikowanie w świecie. Narzędzia, teorie, unormowania.

Ryniejska-Kiełdanowicz M (2012) Międzynarodowe public relations a polityka zagraniczna. Wyzwania PR-yzacji w: Piechota G (red.) Public relations wobec wyzwań współczesności: 69-105.

Szondi G (2008) Filary zarządzania reputacją: dyplomacja publiczna w Europie Wschodniej z perspektywy public relations, w: Ociepka B (red.) Dyplomacja publiczna: 59-86.

Wojcik K (2013) Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem.