

Małgorzata Kuśmierczyk\*

## INSTYTUCJE PAŃSTWA POLSKIEGO ORAZ KRAJOWE ORGANIZACJE ZAANGAŻOWANE W OCHRONĘ I PROMOCJĘ POLAKÓW NA ŚWIECIE NA TLE ICH ODPOWIEDNIKÓW W INNYCH PAŃSTWACH – ANALIZA PORÓWNAWCZA

### Streszczenie

Autorka pracy skupia się na nowoczesnych formach i kierunkach dyplomacji publicznej, analizując działania polskich placówek dyplomatycznych w Izraelu i Wielkiej Brytanii na tle ich zagranicznych odpowiedników. Ujęcie ochrony Polaków rozpatrzone zostaje na gruncie dobrego imienia, przeciwdziałania stereotypom oraz promocji kultury polskiej. Główne źródło wymienionych i omawianych na kolejnych stronach praktyk stanowi bezpośredni kontakt z przedstawicielami wspomnianych placówek dyplomatycznych. Przeprowadzona analiza pozwala nakreślić współczesne kierunki polskiej dyplomacji publicznej i porównać je z priorytetami innych państw. Artykuł ukazuje różnorodność działań podejmowanych przez poszczególne instytucje oraz stopień ich dostosowania do specyfiki konkretnego państwa.

**Słowa kluczowe:** dyplomacja publiczna, stosunki międzynarodowe, działalność ambasad, promocja Polaków za granicą

### Wstęp

Wiek XXI to czas szczególny, znacznie mniej stabilny i przewidywalny niż minione dziesięciolecie. W wyniku mozaiki zjawisk o charakterze politycznym, gospodarczym i społecznym *modus vivendi* ustanowiony dzięki zwycięstwu Zachodu nad komunistycznym totalitaryzmem zaczął się powoli wyczerpywać, prowadząc do erozji utrwalonego dotychczas porządku międzynarodowego. W dobie nasilonego, wielostronnego kryzysu świata zachodniego, dodatkowo pogłębionego epidemią wirusa SARS-CoV-2, strategicznie prowadzona polityka zagraniczna

---

\* Uniwersytet Jagielloński, e-mail: malgorzata.kusmierczyk@student.uj.edu.pl, ORCID: 0000-0002-4104-2552

powinna stanowić jeden z priorytetów każdego państwa. Realizacja jej założeń wymaga praktycznego wykorzystania zróżnicowanych środków i instrumentów<sup>1</sup>. W ciągu ostatnich lat szczególny wzrost znaczenia i popularności można zaobserwować wśród tych, które należą do kategorii tzw. *soft power*. Pojęcie to, stosując klasyfikację Josepha Nye, oznacza zdolność narodu lub kraju do pozyskiwania sojuszników i zdobywania wpływów dzięki atrakcyjności własnej kultury, wartości, polityki, ideałów politycznych<sup>2</sup>. Uznać zatem należy, że jest to jeden z fundamentów współcześnie prowadzonej dyplomacji publicznej, wręcz nierozrwalna, trwała część nowoczesnej praktyki dyplomatycznej<sup>3</sup>. Wszakże znamioną cechą dyplomacji publicznej jest kształtowanie albo wspieranie pozytywnego wizerunku państwa, społeczeństwa za granicą, w szerokiej perspektywie ułatwiającej osiągnięcie celów polityki zagranicznej<sup>4</sup>.

Dyplomacja publiczna to sposób oddziaływania na zagraniczną publiczność, kształtowanie pozytywnego odbioru danego narodu i państwa, a także realizowanych przez nie kierunków polityki. Jednym z jej podstawowych komponentów jest dyplomacja kulturalna. Jej celem jest budowanie długotrwałych, pozytywnych relacji i więzi pomiędzy społeczeństwami, a także ich rządami, poprzez wymianę idei, wartości, prezentację dorobku kulturalnego i kooperację na wielu poziomach, także tych pozarządowych<sup>5</sup>. Fundamentalnym instrumentem prowadzenia dyplomacji publicznej pozostaje działalność placówek dyplomatycznych i ośrodków kulturalnych za granicą, których aktywność zostanie poddana analizie w dalszej części pracy.

Współcześnie, gdy skuteczna realizacja celów politycznych wymaga ścisłej kooperacji międzypaństwowej, szczególnego znaczenia nabiera budowanie autorytetu międzynarodowego. Jest to bowiem czynnik umożliwiający kształtowanie pozytywnego wizerunku Polski i umacnianie jej wiarygodności w skali europejskiej i globalnej, a także mający znaczenie dla realizacji konkretnych przedsięwzięć na arenie międzynarodowej i współpracy w zakresie ekonomicznym, naukowym, turystycz-

---

<sup>1</sup> Zob. np. T. Clifton Morgan, G. Palmer, *A Model of Foreign Policy Substitutability. Selecting the Right Tools for the Job(s)*, "Journal of Conflict Resolution", 2000, nr 1, s. 11–32.

<sup>2</sup> J. Nye, *Soft Power, czyli jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, Warszawa 2007, s. 38.

<sup>3</sup> J. Melissen, *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, London 2007.

<sup>4</sup> B. Ociepka, *Nowa dyplomacja publiczna – perspektywa teorii stosunków międzynarodowych i komunikowania politycznego*, „Przegląd Strategiczny”, 2012, nr 1, s. 129.

<sup>5</sup> A. Woroniecka, *Instytuty Polskie jako instrument dyplomacji publicznej w polskiej polityce wschodniej*, „Dyplomacja i Bezpieczeństwo”, 2013, nr 1 s. 144.

nym czy kulturalnym. Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP w *Strategii Polskiej Polityki Zagranicznej 2017–2021* określa, iż: „obraz Polski za granicą powinien być zakorzeniony w tradycji i jednocześnie otwarty na nowoczesność w jej najważniejszych przejawach [...], współgrając z celami w sferze bezpieczeństwa i rozwoju gospodarczego”<sup>6</sup>. Budowanie wizerunku państwa należy postrzegać tym samym jako jedno z najważniejszych zadań polityki zagranicznej, wywierające realny wpływ na otoczenie międzynarodowe RP oraz na jej międzynarodową pozycję gospodarczą i polityczną.

Kwestia instytucji państwa polskiego oraz krajowych organizacji zaangażowanych w ochronę i promocję Polaków na świecie jest więc niezwykle szeroka. Autorka skupia się na nowoczesnych formach i kierunkach dyplomacji publicznej, analizując działania polskich placówek dyplomatycznych w Izraelu i Wielkiej Brytanii na tle ich zagranicznych odpowiedników. Jest to podyktowane chęcią jak najwierniejszej analizy współczesnych priorytetów i sposobów kształtowania wizerunku Polski za granicą. Dobór placówek został oparty na specyficznej relacji pomiędzy państwem polskim a ww. krajami. Izrael, ze względu na traumatyczne dziedzictwo II wojny światowej, jest szczególnym miejscem na mapie świata w zakresie prowadzonej przez Polskę dyplomacji publicznej. Wielka Brytania jako państwo wyjątkowo atrakcyjne w obszarze szeroko pojętych migracji, stanowi oś porównawczą ze względu na liczną Polonię zamieszkującą te tereny. Dodatkowo kraj ten został uznany przez autorkę za wartościowy do analizy ze względu na jego wyjście z Unii Europejskiej. Interesujące wydało się autorce, czy zmiana ta przyczyni się do kierunków prowadzonej dotychczas dyplomacji publicznej.

Główne źródło wymienionych na kolejnych stronach praktyk stanowi bezpośredni kontakt z opisywanymi placówkami dyplomatycznymi. Studium przypadku stanowią będą dwie placówki, których działania egzemplifikują wykorzystanie mnogich instrumentów promocji państwa polskiego za granicą, także rozwiązań własnych, często dostosowywanych do warunków społeczno-kulturowych panujących w konkretnym państwie. Kryteria doboru placówek zostały wyjaśnione we wcześniejszej części pracy. Autorka stosowała wywiad pogłębiony, rozmawiając z przedstawicielami konkretnych placówek, a następnie analizowała materiały dostępne na stronach ambasad oraz źródła przekazane jej przez ich pracowników. Kontakt z ambasadami nastąpił za pośrednictwem platform zdalnych<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> *Strategia Polskiej Polityki Zagranicznej...*, s. 21.

<sup>7</sup> Głównie za pośrednictwem platformy Zoom.

## Działania dyplomacji polskiej w Izraelu<sup>8</sup>

Izrael to szczególne państwo na mapie politycznej świata. Pomimo niewielkich rozmiarów geograficznych państwo to dysponuje ogromnym potencjałem politycznym i militarnym. Dodatkowo pokłóse II wojny światowej, jak również wpisany w nie mit polskich obozów zagłady, bezpośrednio rzutują na kształt współczesnych relacji polsko-izraelskich. Punktem zapalnym w ostatnich latach okazała się nowelizacja ustawy o IPN<sup>9</sup>, wymuszająca dodatkową ostrożność w kreowaniu praktyk w zakresie wzajemnych relacji. Mając to na uwadze, należy wskazać, że dyplomacja publiczna prowadzona przez polską placówkę dyplomatyczną w Izraelu jest przypadkiem nieprzeciętnym. Fenomen ten polega na osadzeniu prowadzonej polityki w szerszym kontekście kulturowym, a nawet czerpania z zakorzenionych stereotypów.

Jednym z filarów aktywności Ambasady RP w Izraelu są działania dotyczące kobiet, będące jednocześnie odpowiedzią na mity odnoszące się do Polek mieszkających w Izraelu czy Żydówek polskiego pochodzenia. *Isza Polaniya* oraz *Polaniya* to w dosłownym tłumaczeniu „Polka”. Słowo to nabiera jednak pejoratywnego znaczenia rozpatrywane na tle kodu kulturowego Izraela i powszechnie znanych porzekadeł. Przykładem tego typu mądrości ludowych może być powiedzenie „nie bądź taką Polką”, w znaczeniu despotycznej żony, która wiecznie marudzi, narzeka i użala się nad sobą. W kulturze przyjęło się także określenie *Ima Polaniya*<sup>10</sup> (Matka Polka), rozumiane jako tzw. *helicopter mom*, która nieustannie i obsesyjnie kontroluje swoją rodzinę. Jest to zatem bardzo negatywny obraz polskiej kobiety, któremu polscy dyplomaci zadają kłam poprzez swoje działania. Egzemplifikuje to między innymi polsko-izraelska konferencja z 2019 r. o przedsiębiorczości kobiet *How women do business in Poland and Israel... and why they rock!*<sup>11</sup> Mając na uwadze specyfikę relacji polsko-żydowskich, pomysł ten stanowił

---

<sup>8</sup> Wpływ na opis działań dyplomacji polskiej w Izraelu miała rozmowa autorki z Katarzyną Rybką-Iwańską, Kierowniczką Referatu ds. Komunikacji i Dyplomacji Publicznej w Ambasadzie RP w Izraelu, przeprowadzona 11 stycznia 2021 r. za pomocą komunikatora internetowego Zoom.

<sup>9</sup> Ustawa z dnia 26 stycznia 2018 r. o zmianie ustawy o Instytucji Pamięci Narodowej – Komisji Ścigania Zbrodni przeciwko Narodowi Polskiemu, ustawy o grobach i cmentarzach wojennych, ustawy o muzeach oraz ustawy o odpowiedzialności podmiotów zbiorowych za czyny zabronione pod groźbą kary (Dz.U. 2018, poz. 369).

<sup>10</sup> S. Kordova, *Word of the Day | Ima Polaniya: Want Chicken Soup With That Guilt Trip?*, Haaretz, <https://www.haaretz.com>, 13.01.2014 (18.01.2021).

<sup>11</sup> *How Woman Do Business In Poland And Israel... And Why They Rock!*, Eventact, <https://ws.eventact.com> (18.01.2021).

innowację wśród stosowanych dotychczas praktyk dyplomacji publicznej. Kobięca perspektywa biznesu została przedstawiona przez wykwalifikowane panelistki, co przekłada się na kreowanie wizerunku Polski jako państwa o wysokim poziomie kultury biznesu<sup>12</sup>, posiadającym nowoczesną infrastrukturę biznesową i pewne zaplecze gospodarcze. Konferencję tę traktować można zatem równoległe jako skuteczną praktykę dyplomacji ekonomicznej.

Pandemia koronawirusa wymusiła przeniesienie działań Ambasady RP w Izraelu do rzeczywistości wirtualnej. Praktyki mające na celu odbudowę wizerunku polskich kobiet znalazły odzwierciedlenie w utworzonym w kwietniu 2020 r. kanale na YouTube<sup>13</sup>. Główną ideą projektu jest przystępne przedstawienie sylwetek Polek, ilustrujące tym samym wkład Polski w rozwój cywilizacji światowej. Krótkie filmiki w sposób przekrojowy opisują wyjątkowe postacie kobiece, włączając w to Michałinę Wisłocką, Stefanię Wilczyńską czy Annę Walentynowicz. Polityka pamięci w tym ujęciu to prawdziwe zaciekawienie polską historią, tworzenie platform do wspólnego porozumiewania się. Jej przykładem są nie tylko cyklicznie prowadzone lekcje w izraelskich szkołach, ale także ogólnodostępne e-booki: poświęcony działaniom polskich dyplomatów w czasie drugiej wojny światowej<sup>14</sup> oraz dotyczący priorytetów polskiej polityki zagranicznej w XXI wieku<sup>15</sup>.

Za obszar promocji kultury polskiej odpowiada Instytut Polski w Tel Aviwie. Ogólnym celem działalności instytutów polskich jest „upowszechnianie polskiej kultury, wiedzy o historii oraz dziedzictwie narodowym w świecie, a także promocja współpracy w dziedzinie kultury, edukacji, nauki oraz życia społecznego”<sup>16</sup>. Katalog należących do nich zadań obejmuje między innymi działanie na rzecz kształtowania pozytywnego wizerunku Polski w państwie przyjmującym, inicjowanie i umacnianie kontaktów między polskimi i zagranicznymi partnerami w sferze międzynarodowej wymiany kulturalnej<sup>17</sup>. Działania Instytutu Polskiego w Tel Aviwie są komplementarne do działań Ambasady. Zauważalna różnica polega na większym skupieniu się na działaniach nastawionych na promocję kultury polskiej w ramach funkcjonowania Instytutu, pod-

<sup>12</sup> Świadczy o tym choćby niewielka w stosunku do innych krajów europejskich luka płacowa (*gender pay gap*).

<sup>13</sup> בעברית פולין – Poland in Hebrew, YouTube, <https://www.youtube.com> (18.01.2021).

<sup>14</sup> סיפורים לחובבי היסטוריה לדיפלומטיה בעת מלחמת העולם השנייה הדיפלומטיה הפולנית.

<sup>15</sup> סדרי עדיפויות במדיניות החוץ של פולין.

<sup>16</sup> *Misja i zadania instytutów polskich w świecie*, Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP, <http://www.msz.gov.pl> (18.01.2021).

<sup>17</sup> A. Woroniecka, *op. cit.*, s. 147.

czas gdy Ambasada większy nacisk kładzie na politykę historyczną oraz promocję Polski na spektrum biznesowym.

## Działania Ambasady Izraela w Polsce

Zarówno Ambasada RP w Izraelu, jak i Ambasada Izraela w Polsce mogą pochwalić się szerokim katalogiem prowadzonych aktywności. Wpływ na to może mieć współpraca i stały kontakt pomiędzy placówkami. Co istotne, zauważa się znaczącą różnicę w zakresie osadzenia realizowanych działań w kontekście kulturowym. O ile Ambasada RP w Izraelu w wielu momentach kładzie nacisk na wspólne inicjatywy Polski i Izraela, o tyle Ambasada Izraela w Polsce w większym stopniu decyduje się na promocję kultury własnej *per se*.

Strategia obydwu placówek oscyluje wokół tworzenia marki międzynarodowej, różni się natomiast droga do realizacja tego celu. Władze Izraela nie dysponują odpowiednikiem Instytutu Polskiego, co bezpośrednio rzutuje na konieczność promowania kultury izraelskiej przez Ambasadę. Ciekawym aspektem tych praktyk jest próba upowszechnienia lokalnej kuchni, tak ważnej w kulturze bliskowschodniej<sup>18</sup>. Izraelscy dyplomaci z powodzeniem publikują w swoich mediach społecznościowych przepisy na proste i szybkie dania kuchni regionalnej, które w założeniu mają przybliżyć Polakom smak tamtych potraw. Kampania *Smak Izraela* to jednak nie jedyne działanie prowadzone zgodnie z maksymą „przez żołądek do serca”<sup>19</sup>. Część wspólną w polsko-izraelskim podejściu do kuchni ilustruje akcja zorganizowana w czasie tłustego czwartku przez Ambasadę Izraela. Ambasador Bon Zvi odwiedził wówczas Magdę Gessler<sup>20</sup> w poszukiwaniu najlepszych pączków w Warszawie. Jest to o tyle istotne, że pączki jako regionalny specjał są charakterystyczne zarówno dla Polski, jak i Izraela<sup>21</sup>. Innym przykładem swoistej syntezy narracji kulinarnej idącej w parze tym razem z prowadzoną polityką

---

<sup>18</sup> *The excellence of the Mediterranean Way*, Barilla Center For Food & Nutrition, <https://www.barillacfn.com>, (19.01.2021).

<sup>19</sup> *Informacja Ambasady Izraela w RP z dnia 14.12.2020 oraz 17.12.2020*, Twitter, <https://twitter.com> (19.01.2021).

<sup>20</sup> *Informacja Ambasady Izraela w RP z dnia 20.02.2020*, Twitter, <https://twitter.com> (19.10.2021).

<sup>21</sup> Pączki izraelskie to sufganijot. Tak jak w Polsce jedzenie pączków jest popularne w Tłusty Czwartek, tak w Izraelu sufganijot konsumuje się z okazji obchodów żydowskiego święta Chanuka. Są one wyrabiane z drożdżowego ciasta i smażone na głębokim oleju, ale różnią się sposobem nadziewania. Polskie pączki nadziewane są z boku, a sufganijot nadziewa się szprycą cukierniczą od góry.

historyczną będzie choćby *Operacja Dugo*<sup>22</sup>, w ramach której warszawiacy mieli okazję zapoznać się z historią Dawida Dugo Leitnera przy konsumpcji regionalnego specjału, falafela, co miało na celu upamiętnienie ofiar Holocaustu<sup>23</sup>.

Piętno drugiej wojny światowej na narodzie żydowskim bezpośrednio wpływa na kierunek prowadzonej przez państwo polityki historycznej. Innym działaniem związanym z szeroko pojętą dyplomacją publiczną kształtowaną przez Izrael, jednocześnie korzystającą z nowoczesnych praktyk, może być *Hackathon Antisemitism*<sup>24</sup>. W ramach tego wydarzenia młodzi ludzie z Polski, Izraela, Stanów Zjednoczonych i Niemiec wspólnie podejmowali próbę stworzenia technologicznych rozwiązań do walki z nienawiścią. Jest to przykład działania skierowanego do młodzieży, czerpiącego z historii, ale jednocześnie kreującego przyszłość. Interesującą aktywnością jest także *bootcamp* organizowany we współpracy z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości, który umożliwił Polakom poznanie dobrych praktyk biznesowych dzięki zaangażowaniu ekspertów z Izraela<sup>25</sup>. W zakresie edukacji kulturalnej Ambasada prowadzi kanał w serwisie YouTube<sup>26</sup>, na którym w przystępnej formie przybliża Polakom kulturę Izraela. Całokształt działań prowadzonych przez Ambasadę Izraela w Polsce można określić mianem innowacyjnych, opierających się na filarze kultury żydowskiej. Bez wątplenia interesującą praktyką jest korzystanie z dorobku kulinarnego, zaplecza gastronomicznego, głęboko zakorzenionego w kulturze Izraela.

## Działania dyplomacji polskiej w Wielkiej Brytanii<sup>27</sup>

Zjednoczone Królestwo to państwo bardzo licznej polskiej emigracji. Odzwierciedleniem tego jest szeroki katalog instrumentów promocji i ochrony Polaków wykorzystywany w ramach placówki. Działania

<sup>22</sup> *Informacja Ambasady Izraela w RP z dnia 11.01.2021*, Twitter, <https://twitter.com> (19.01.2021).

<sup>23</sup> M. Wyrwał, *Operacja DUGO – zjedz falafel i wesprzyj inicjatywę upamiętnienia ofiar Holocaustu*, Onet, <https://www.onet.pl> (19.01.2021).

<sup>24</sup> *Informacja Ambasady Izraela w Warszawie o Hackathonie*, Ambasada Izraela w Warszawie, <https://embassies.gov.il/warsaw> (19.01.2021).

<sup>25</sup> *Startupie! Weź udział w bootcampach online i poznaj najlepsze praktyki izraelskich ekspertów*, Centrum Rozwoju Małych i Średnich Przedsiębiorstw, <https://www.parp.gov.pl/>, 18.12.2020 (19.01.2021).

<sup>26</sup> *Ambasada Izraela*, YouTube, <https://www.youtube.com/> (19.01.2021).

<sup>27</sup> Wpływ na opracowanie niniejszego fragmentu miał kontakt z Szymonem Szaranem, Trzecim Sekretarzem Referatu Politycznego Ambasady RP w Londynie, i Anetą Bielak, Asystentką Sekretarza/Dyrektora w Instytucie Polskim w Londynie (14.01.2021).

promocyjne prowadzone przez Ambasadę w Wielkiej Brytanii w dużej mierze opierają się na polskiej historii, dopasowując realizowane przedsięwzięcia do tzw. lokalnego rynku, by w jak największym stopniu dotrzeć do zagranicznego odbiorcy. Za cel obiera się budowanie świadomości historycznego znaczenia Polski w Europie i na świecie, a co za tym idzie, dokonania naszych rodaków na przestrzeni wieków. Przykładem przedsięwzięcia promującego Polaków, polską historię i kulturę w Wielkiej Brytanii są organizowane cyklicznie *Polish Heritage Days*. Celem tego wydarzenia jest „jeszcze bliższe zintegrowanie polskiej społeczności z innymi społecznościami zamieszkującymi Wielką Brytanię [...], podzielenie się polską kulturą, dziedzictwem i słynną polską gościnnością [...] i przedstawienie Polaków jako naród otwarty i tolerancyjny”<sup>28</sup>. Inne wydarzenia bezpośrednio czerpiące z polskiej perspektywy to upamiętnienie 125. rocznicy urodzin św. Maksymiliana Kolbe<sup>29</sup> czy propagowanie działań podejmowanych przez Polski Rząd na Uchodźstwie na rzecz ochrony Żydów w czasie II wojny światowej<sup>30</sup>.

Kolejnym istotnym filarem praktyk placówki jest promocja polskich towarzystw biznesowych i naukowców na rynku brytyjskim. Regularnie organizowane są konferencje, seminaria i spotkania z inwestorami, w których udział biorą liczni przedstawiciele brytyjskich i międzynarodowych firm. Istotne są także różnorodne spotkania z polskimi ekspertami oraz przedsiębiorcami działającymi na terenie Zjednoczonego Królestwa, które budują renomę i umożliwiają tworzenie sieci kontaktów. Ich przykładami mogą być *Central European Start-ups Day*<sup>31</sup>, debata poświęcona wkładowi polskich profesjonalistów w rozwój brytyjskiej gospodarki<sup>32</sup>, czy *Science Polish Perspectives*<sup>33</sup>. Jest to narzędzie kreowania wizerunku Polski jako państwa o wysokim poziomie naukowym, mającego nowoczesną infrastrukturę gospodarczo-ekonomiczną. Do cyklicznych wydarzeń, które skupione są na promocji Polaków w Wielkiej Brytanii, należy także *Polsko-Brytyjskie Forum Bel-*

<sup>28</sup> *Polish Heritage Days*, gov.pl, <https://www.gov.pl> (19.01.2021).

<sup>29</sup> *W holdzie św. Maksymilianowi Kolbe*, goniec.com, <https://goniec.com>, 16.01.2019 (19.01.2021).

<sup>30</sup> *Informacja Ambasady Polskiej w UK z dnia 20.01.2020*, Twitter, <https://twitter.com/> (19.01.2021).

<sup>31</sup> *CENTRAL EUROPEAN TECH START-UPS*, <https://www.centraleuropeanstartups.com/> (20.01.2021).

<sup>32</sup> *Informacja Ambasady Polskiej w UK z dnia 18.10.2018*, Facebook, <https://www.facebook.com/> (20.01.2021).

<sup>33</sup> *Science: Polish Perspectives (SPP)*, Polonium Foundation, <https://poloniumfoundation.org/> (20.01.2021).



wederskie<sup>34</sup>, coroczne wydarzenie służące dialogowi polsko-brytyjskiemu, mające na celu wzmocnienie partnerstwa społecznego, gospodarczego i politycznego między obu krajami.

Komplementarnie do Ambasady RP w Wielkiej Brytanii działa Instytut Polski w Londynie. Jego zadaniem jest promowanie i zacieśnianie więzi kulturowych pomiędzy Wielką Brytanią a Polską poprzez prezentowanie Brytyjczykom współczesnej kultury polskiej. Instytut Polski w Londynie jest jedną z najdłużej funkcjonujących tego typu placówek<sup>35</sup>, co bezpośrednio przekłada się na rozpiętość jego działań. Wśród nich wyróżnić można organizowany od 2003 r. Festiwal Polskich Filmów *Kinoteka*<sup>36</sup>, serię filmów *Polish Roots Music Profiles*<sup>37</sup>, ukazującą aktualne odrodzenie muzyki ludowej w Polsce, czy wystawę obrazu Jana Matejki pt. *Rozmowy z Bogiem: Kopernik*. Jest to przykład eksponowania wkładu polskiego w rozwój cywilizacji europejskiej. Warto zauważyć, że podobnie jak w przypadku Instytutu Polskiego w Tel Aviwie, Instytut Polski w Londynie skupia się głównie na promocji kulturalnej Polski. Ostatnie materiały na kanale Ambasady na portale YouTube pochodzą sprzed ponad 6 lat.

### Działania Ambasady Wielkiej Brytanii w Polsce

Dyplomacja publiczna prowadzona przez Wielką Brytanię w Polsce oscyluje wokół promocji gospodarczej, ze szczególnym uwzględnieniem płaszczyzn współdziałania z Polską, wykorzystując kanały internetowe. Obecnie filarem publikowanych treści jest kwestia prezydencji Wielkiej Brytanii w grupie G7, której poświęcona jest aktywność w mediach społecznościowych Ambasady<sup>38</sup>. Działalność adresowana promocji Brytyjczyków na rynku polskim wypada z kolei dosyć skromnie. Wydawać by się mogło, że nie jest to jeden z głównych celów placówki.

---

<sup>34</sup> *III polsko-brytyjskie Forum Belwederskie*, gov.pl, <https://www.gov.pl>, 09.03.2019 (20.01.2021).

<sup>35</sup> Akt mianowania pierwszego dyrektora Instytutu Kultury Polskiej w Londynie A. Słonimskiego pochodzi dopiero z 1946 r., choć w literaturze wskazywany jest 1938 r.

<sup>36</sup> *Festiwal Polskich Filmów „Kinoteka”*, Wikipedia, <https://pl.wikipedia.org/> (20.01.2021).

<sup>37</sup> *Polish Roots Music Profiles*, Instytut Polski w Londynie, <https://instytutpolski.pl/london> (20.01.2021).

<sup>38</sup> *Informacja Foreign, Commonwealth & Development Office z dnia 17.01.2021*, Twitter, <https://twitter.com> (20.01.2021).

Ambasada Brytyjska w Warszawie zajmuje się rozwojem ważnych i długotrwałych związków pomiędzy Wielką Brytanią a Polską<sup>39</sup>. Pojęmowane aktywności oscylują wokół szerokiego spektrum spraw z zakresu polityki, handlu, bezpieczeństwa czy gospodarki, nie dotyczą natomiast dyplomacji publicznej *sensu stricto*. Ambasada, w odróżnieniu od jej polskiego odpowiednika, zasadniczo nie prowadzi działań promocyjnych. Może z tego wynikać, że rozwój relacji polsko-brytyjskich nie należy do priorytetowych. Co istotne, nie widać zmian w tym zakresie przed brexitem, jak i po nim. Aktywność Ambasady Wielkiej Brytanii w Polsce jest mocno ograniczona. Warto zauważyć, że posty publikowane w Internecie są w całości w języku angielskim, co przekłada się na ich mniejszą przystępność w Polsce. Ogólne działania Ambasady skierowane są w stronę obywateli Wielkiej Brytanii mieszkających w Polsce. Cyklicznie organizuje się spotkania w większych polskich miastach na temat praw przysługujących migrantom z wysp. Trudno natomiast odnotować inicjatywy mające na celu promocję kultury brytyjskiej, tak jak ma to miejsce w przypadku działalności instytutów polskich za granicą.

### Zakończenie

Analiza studium przypadku w postaci dwóch polskich ambasad na tle ich odpowiedników pozwala nakreślić współczesne kierunki polskiej dyplomacji publicznej i porównać je z priorytetami innych państw. Jednym z podstawowych filarów działań polskiej dyplomacji określonych w *Strategii Polskiej Polityki Zagranicznej 2017–2021* jest budowanie autorytetu międzynarodowego, umożliwiającego kształtowanie pozytywnego wizerunku Polski i umacnianie jej wiarygodności. Tworzenie korzystnego obrazu Polski i Polaków na świecie możliwe jest poprzez wykorzystanie szerokiego katalogu instrumentów. Badanie wykazało, że działania w tym obszarze w ramach poszczególnych placówek znacząco różnią się. Praktyki wykorzystywane przez polskich dyplomatów są dywersyfikowane, dostosowywane do lokalnych warunków, starając się w jak największym stopniu dotrzeć do określonych odbiorców.

Jednymi z najważniejszych obszarów działalności placówek dyplomatycznych są polityka historyczna i kulturalna. Na uwagę w tym zakresie zasługują w szczególności czynności Ambasady RP w Izraelu, a także jej odpowiednika w Polsce. Obraz Polski wydaje się zakorzeniony w tradycji i jednocześnie otwarty na nowoczesność w jej najważniej-

---

<sup>39</sup> *Ambasada Brytyjska*, gov.uk, <https://www.gov.uk/world/organisations/british-embassy-warsaw.pl> (20.01.2021).

szych przejawach, podobne wrażenie starają się kreować władze Izraela. Wachlarz stosowanych instrumentów jest dostosowany do lokalnych potrzeb (zob. działania prokobiece w Izraelu) oraz bezpośrednio czerpie z dorobku kulturalnego (zob. dyplomacja kulinarna prowadzona przez Izrael w Warszawie). Największych innowacji w zakresie analizowanej dyplomacji publicznej autorka dopatrywałaby się właśnie w tych przypadkach. Wpływ na wzmożoną aktywność tych placówek ma ich współpraca. Jest to przypadek wyjątkowy, który wychodzi poza ramy prowadzenia polityki historycznej *sensu stricto*, korzystając z własnego dziedzictwa kulturowego.

*Casus* Wielkiej Brytanii wykazuje z kolei dosyć dużą dysproporcję pomiędzy działaniami dyplomacji publicznej prowadzonymi przez polską placówkę dyplomatyczną a jej odpowiednikiem. Ambasada Wielkiej Brytanii skupia się głównie na kontakcie z własnymi obywatelami, którzy znajdują się na terenie Polski. Promocja własnego kraju w państwie przyjmującym ma większy priorytet dla państwa polskiego niż dla strony brytyjskiej. Motywacją do prowadzenia szerokich działań przez Ambasadę RP może stanowić fakt, że Zjednoczone Królestwo przez lata stanowiło kierunek polskiej emigracji. W tym szczególnym przypadku należy zwrócić uwagę na prężnie działający Instytut Polski w Londynie, pełniący funkcję komplementarną do działań Ambasady RP w zakresie prowadzenia polityki kulturalnej.

Analiza ta prowadzi do wniosku, że wykorzystanie dyplomacji publicznej przy promocji państwa na arenie międzynarodowej jest dość zróżnicowana. Prowadzona polityka w tym zakresie, choć oparta na jednolitych wytycznych Ministerstwa Spraw Zagranicznych, przybiera różne formy. Ciekawą alternatywą dla prowadzenia wyłącznie polityki historycznej jest wykorzystywanie także polityki kulturalnej, która w wielu przypadkach jest bliższa ludziom. Niektóre podmioty dążą do kreowania własnych rozwiązań w zakresie dyplomacji publicznej, inne są w tym zakresie odtwórcze. Działania te stanowią próbę sprostania wyzwaniom współczesnego świata zarówno w zakresie promocji kulturalnej, jak i gospodarczej Polski.

## Bibliografia

- Clifton Morgan T., Palmer G., *A Model of Foreign Policy Substitutability. Selecting the Right Tools for the Job(s)*, "Journal of Conflict Resolution", 2000, nr 1, s. 11–32.
- Dyrektywa Rady (UE) 2015/637 z dnia 20 kwietnia 2015 r. w sprawie środków koordynacji i współpracy mających ułatwić ochronę konsularną niereprezentowanych obywateli Unii w państwach trzecich oraz uchylającej decyzję 95/553/WE (Dz. Urz. UE L 106 z 24.04.2015, s. 1).

- Informacja o wynikach kontroli: Promocja Gospodarcza Polski, Najwyższa Izba Kontroli, Warszawa 2016, KGP.410.009.00.2015, nr ewid. 161/2016/P/15/023/KGP.
- Konwencja wiedeńska o stosunkach konsularnych sporządzona w Wiedniu 24 kwietnia 1963 roku (Dz.U. z 1982 r. nr 13, poz. 98, załącznik).
- Melissen J., *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, London 2007.
- Misja i zadania instytutów polskich w świecie, Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP, <http://www.msz.gov.pl>.
- Nye J., *Soft Power, czyli jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, Warszawa 2007.
- Ociepka B., *Nowa dyplomacja publiczna – perspektywa teorii stosunków międzynarodowych i komunikowania politycznego*, „Przegląd Strategiczny”, 2012, nr 1.
- Strategia Polskiej Polityki Zagranicznej 2017–2021*, Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP, Warszawa 2016.
- Ustawa z dnia 26 stycznia 2018 r. o zmianie ustawy o Instytucie Pamięci Narodowej – Komisji Ścigania Zbrodni przeciwko Narodowi Polskiemu, ustawy o grobach i cmentarzach wojennych, ustawy o muzeach oraz ustawy o odpowiedzialności podmiotów zbiorowych za czyny zabronione pod groźbą kary (Dz.U. 2018, poz. 369).
- Woroniecka A., *Instytuty Polskie jako instrument dyplomacji publicznej w polskiej polityce wschodniej*, „Dyplomacja i Bezpieczeństwo”, 2013, nr 1.
- [www.barillacfn.com](http://www.barillacfn.com).
- [www.centraleuropeanstartups.com](http://www.centraleuropeanstartups.com).
- [www.culturescapes.ch](http://www.culturescapes.ch).
- [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu).
- [www.een.org.pl](http://www.een.org.pl).
- [www.embassies.gov.il](http://www.embassies.gov.il).
- [www.goniec.com](http://www.goniec.com).
- [www.gov.pl](http://www.gov.pl).
- [www.haaretz.com](http://www.haaretz.com).
- [www.instyutpileckiego.pl](http://www.instyutpileckiego.pl).
- [www.instyutpolski.pl](http://www.instyutpolski.pl).
- [www.onet.pl](http://www.onet.pl).
- [www.open.spotify.com](http://www.open.spotify.com).
- [www.pl.wikipedia.org](http://www.pl.wikipedia.org).
- [www.poloniumfoundation.org](http://www.poloniumfoundation.org).
- [www.twitter.com](http://www.twitter.com).
- [www.wiadomosci.gazeta.pl](http://www.wiadomosci.gazeta.pl).
- [www.ws.eventact.com](http://www.ws.eventact.com).
- [www.youtube.com](http://www.youtube.com).

**Institutions of the Polish state and national organizations involved in the protection of Poles and promotion of Polish culture in the world against the background of the activities of their counterparts in other states: A comparative analysis**

Abstract

The author of the research paper focuses on modern forms and directions of public diplomacy, analyzing select activities of Polish diplomatic establishments in Israel, Switzerland, and Great Britain against the background of their foreign counterparts. The issue

of the protection of Poles is considered with regard to repute, to counteracting national stereotypes, and to promotion (popularization / dissemination) of Polish culture. The main source of the practices mentioned and discussed on the following pages is a result of direct contact with representatives of the above-mentioned embassies. The analysis conducted makes it possible to outline the contemporary directions of Polish public diplomacy and compare them with the priorities of other countries. The article shows the variety of activities undertaken by individual institutions and the extent of their adaptation to the specificity of a particular country.

**Keywords:** public diplomacy, international relations, activities of embassies, promotion of Poles abroad