

DYLEMATY STRATEGICZNE XXI WIEKU

Księga Jubileuszowa
dedykowana Profesorowi
Michałowi Chorośnickiemu
z okazji czterdziestolecia
pracy naukowej



Pod redakcją
naukową

Roberta Kłosowicza
Bogdana Szlachty
Janusza Józefa Węca

Dylematy strategiczne XXI wieku

Dylematy strategiczne XXI wieku

Księga Jubileuszowa dedykowana
Profesorowi Michałowi Chorośnickiemu
z okazji czterdziestolecia pracy naukowej

*Pod redakcją naukową
Roberta Kłosowicza
Bogdana Szlachty
Janusza Józefa Węca*



Kraków 2013

Copyright by Wydział Studiów Międzynarodowych i Politycznych
Uniwersytetu Jagiellońskiego and individual authors, 2013

Recenzent: prof. dr hab. Andrzej Zięba

Opracowanie redakcyjne: Dagmara Małysza, Justyna Wójcik

Korekta: Mateusz Kijewski

Projekt okładki: Igor Stanisławski

Skład i łamanie: Małgorzata Manterys-Rachwał

Publikacja dofinansowana
przez
Wydział Studiów Międzynarodowych i Politycznych Uniwersytetu Jagiellońskiego

ISBN 978-83-7638-375-0

KSIĘGARNIA AKADEMICKA
ul. św. Anny 6, 31-008 Kraków
tel./faks: 012 431-27-43, 012 421-13-87
e-mail: akademicka@akademicka.pl

Księgarnia internetowa:
www.akademicka.pl

Spis treści

Tabula Gratulatoria	VII
Słowo o Jubilacie.....	IX
Promotorstwo zakończonych prac doktorskich	XIII
Dorobek naukowy – najważniejsze prace	XV

CZĘŚĆ PIERWSZA. HISTORIA – PAŃSTWO – PRAWO

Marek Bankowicz, <i>Instytucja prezydenta a siły zbrojne i bezpieczeństwo narodowe: wybrane przypadki</i>	1
Włodzimierz Bernacki, <i>Prawo i państwo w myśli politycznej Karola Libelta</i>	9
Agnieszka Czubik, <i>Przesłanka „znaczącego uszczerbku” – nowy warunek dopuszczalności skargi indywidualnej w systemie ochrony praw człowieka Rady Europy</i>	23
Paweł Czubik, <i>Nowe strefy wolnego handlu USA – od prostej wymiany handlowej do celów „wyższych”</i>	37
Antoni Dudek, <i>Główne czynniki dynamizujące rozkład systemu realnego socjalizmu w Polsce lat 80. XX wieku</i>	49
Dominika Dziwisz, <i>„Tallinn Manual” – próba interpretacji prawa międzynarodowego dla cyberprzestrzeni</i>	65
Barbara Krauz-Mozer, <i>W poszukiwaniu „ducha” naszych czasów</i>	75
Kazimierz Lankosz, <i>Rozstrzyganie sporów w ramach WTO w świetle współczesnego prawa międzynarodowego – wybrane zagadnienia</i>	85
Jacek M. Majchrowski, <i>Kilka uwag o Sejmie Ustawodawczym</i>	111
Andrzej Mania, <i>Wywiad i politycy. Rywalizacja i współdziałanie w procesie formowania polityki bezpieczeństwa w USA</i>	119
Grzegorz Mazur, <i>Dwóch kurierów ZWZ do Lwowa – sprawa Stanisława i Józefa Żymierskich</i>	135
Sylwia Rasson, <i>The Human Right to Health Versus Intellectual Property Rights in the Context of Developing Countries</i>	143
Arkady Rzegocki, <i>Soft power – niedoceniana siła</i>	155
Barbara Stoczewska, <i>Ruchy narodowe w Europie Środkowo-Wschodniej – główne elementy charakterystyki</i>	161
Bogdan Szlachta, <i>Publicystyka propapieska w trakcie sporu o inwestyturę. Uwagi o pracy Manegolda z Lautenbach</i>	171

CZĘŚĆ DRUGA. POLITYKA MIĘDZYNARODOWA

Bogusława Bednarczyk, <i>Europejska strategia antydyskryminacyjna w XXI wieku – regres czy postęp?</i>	187
Ewa Bojenko-Izdebska, „Zintegrowane bezpieczeństwo” w strategii bezpieczeństwa RFN.....	199
Ewa Bujwid-Kurek, <i>Spór graniczny w relacjach słoweńsko-chorwackich na przykładzie Zatoki Pirańskiej</i>	209
Marek Czajkowski, <i>Obrona przeciwrakietowa Izraela</i>	221
Ryszard M. Czarny, <i>Wzrost międzynarodowego zainteresowania Daleką Północą</i>	237
Erhard Cziomer, <i>Dylematy niemieckiej strategii przewyciężenia kryzysu strefy euro Unii Europejskiej w XXI wieku</i>	249
Aleksander Głogowski, <i>Chiny – Pakistan – Afganistan. Nowe mocarstwo wobec starych wyzwań</i>	263
Artur Gruszczak, <i>Centrum Analizy Wywiadowczej Unii Europejskiej i jego rola w strategii bezpieczeństwa UE</i>	273
Edward Haliżak, <i>Region Azji i Pacyfiku – logika geoeconomii i geopolityki</i>	285
Robert Kłosowicz, <i>Upadek państwowości jako jedna z głównych przyczyn zagrożenia dla pokoju w Afryce Subsaharyjskiej po zakończeniu zimnej wojny</i>	299
Iwona Krzyżanowska, <i>Ograniczenia w prognozowaniu stosunków międzynarodowych i ich znaczenie dla planowania strategicznego</i>	315
Rafał Kwieciński, <i>Smok wynurza się z Zachodniego Oceanu. Chińska strategia „sznura pereł”</i>	329
Marcin Lasoń, <i>Priorytety polskiej polityki zagranicznej 2012-2016 – strategiczną wizją na drugą dekadę XXI wieku?</i>	341
Agnieszka Nitszke, <i>Polityka azylowa Unii Europejskiej. Między idealizmem a realizmem</i>	353
Małgorzata Pearson, <i>Polityka zagraniczna Unii Europejskiej w obszarze praw człowieka w zmieniającym się świecie</i>	367
Mieczysław Stolarczyk, <i>Dylematy strategiczne polityki wschodniej Polski na początku drugiej dekady XXI wieku</i>	381
Ewa Szczepankiewicz-Rudzka, <i>Dlaczego arabska wiosna nie zawitała do Algierii? Ograniczenia i perspektywy transformacji społeczno-politycznej</i>	405
Marcin Tarnawski, <i>Dylematy rosyjskiej polityki bezpieczeństwa</i>	417
Janusz Józef Węc, <i>Debata w Niemczech na temat drugiej reformy ustrojowej Unii Europejskiej (2011-2012). Ewolucja programowa niemieckich partii politycznych w polityce europejskiej</i>	431
Justyna Zajac, <i>Region MENA w polityce bezpieczeństwa Unii Europejskiej</i>	453
Lubomir W. Zyblikiewicz, <i>Klub Rzymski – po 45 latach</i>	465
Noty o Autorach	477

TABULA GRATULATORIA

Piotr Bajor
Piotr Borowiec
Krystyna Chojnicka
Anna Citkowska-Kimla
Zbigniew Czubiński
Krystyna Daniel
Agnieszka Dębska
Andrzej Dudek
Magdalena Geodecka
Irena Głuszyńska
Marcin Grabowski
Łukasz Jakubiak
Małgorzata Jasińska
Agnieszka Kastory
Piotr Kimla
Małgorzata Kiwior-Filo
Beata Kosowska-Gąstoł
Grzegorz Kowalski
Wiesław Kozub-Ciembroniewicz
Renata Król-Mazur
Małgorzata Kułakowska
Roman Kuźniar
Michał Matyśak

Maciej Miżejewski
Tomasz Młynarski
Ewa Myślak
Agnieszka Nowakowska-Swół
Dorota Pietrzyk-Reeves
Agnieszka Podoba
Marta Polaczek-Bigaj
Błażej Sajduk
Dominik Sieklucki
Agnieszka Sikora
Jacek Sokołowski
Irena Stawowy-Kawka
Krzysztof Szczerski
Paweł Ścigaj
Monika Ślufińska
Damien Thiriet
Adrian Tyszkiewicz
Magdalena Ullman-Kulik
Tomasz Wiecech
Rafał Wordliczek
Rafał Woźnica
Andrzej Zięba
Agnieszka Zyza

Soft power – niedoceniana siła

W 1990 r. znany amerykański politolog Joseph Nye posłużył się po raz pierwszy pojęciem *soft power* w dziele *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, w którym polemizował z tezami o schyłku Stanów Zjednoczonych¹. W książce tej wskazywał nie tylko na militarne i gospodarcze źródła siły amerykańskiego państwa, lecz także na atrakcyjność kultury i amerykańskich idei. Od tej pory pojęcie *soft power* weszło do języka polityków, dziennikarzy, publicystów i naukowców.

Po wojnie w Iraku, która była ilustracją zarówno amerykańskiej siły i sprawności militarnej, jak i porażki wizerunkowej, Nye opublikował pracę w całości poświęconą zagadnieniu *soft power*² pt. *Soft power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*. Autor powtórzył i rozwinął znane już tezy i definicje, lecz przede wszystkim skoncentrował się na analizie amerykańskiej „miękkiej siły” po wojnie w Iraku, jego zdaniem bowiem wojna ta mocno nadwątlila amerykańską atrakcyjność, amerykańską *soft power*.

Czym jednak jest owa *soft power*, pojęcie, które na stałe zagościło w analizach politycznych? Według Josepha Nye’a:

Jest ona zdolnością otrzymania tego, czego chcesz, dzięki atrakcyjności raczej niż za pomocą przymusu lub zapłaty. Wyrasta ona z atrakcyjności kultury danego kraju, ideałów politycznych i realizowanej polityki. Gdy polityka nasza jest postrzegana jako prawomocna w oczach innych, nasza *soft power* ulega spotęgowaniu”. [...] Jeśli umiesz sprawić, by inni podziwiali twoje ideały i pragnęli tego, czego ty pragniesz, nie musisz używać kija i marchewki, by podążali w wyznaczonym przez siebie kierunku. Uwodzenie jest zawsze bardziej skuteczne niż przymus, a wartości, takie jak demokracja, prawa człowieka i indywidualne możliwości, są bardzo atrakcyjne³.

¹ J. Nye, *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, New York 1990.

² Idem, *Soft power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, tłum. J. Zaborowski, Warszawa 2007.

³ *Ibidem*, s. 25.

Z kolei jeden z republikańskich przywódców Newt Gingrich stwierdził: „Nie chodzi o to, ilu wrogów zabiję, ale o to, jak wielu zjednam sojuszników. I jest to bardzo istotna różnica”⁴.

Biorąc pod uwagę rosnące wydatki poszczególnych państw, szczególnie tych aspirujących do ogrywania znaczącej roli, na szeroko rozumianą promocję, można postawić następującą tezę: o ile pierwsza połowa XX w. należała do *hard power*, do sił militarnych – to ich wielkość, nowoczesność decydowały o sukcesie państw, druga połowa XX w. należała w pierwszym rzędzie do ekonomii, o tyle pierwsza połowa XXI w. należeć będzie do *soft power*.

Oczywiście w każdym z tych okresów te trzy siły współistniały, przenikały się wzajemnie. Siła militarna była uzależniona od wydolności gospodarki, zawierane sojusze zależały od potencjału militarnego, potencjału gospodarczego czy wreszcie percepcji międzynarodowej. Jednak od końca XIX w. obserwujemy wyścig zbrojeń, angażujący do celów militarnych niemal całe zasoby danego państwa i narodu. Temu zjawisku towarzyszy militaryzacja społeczeństwa. Proces, który rozpoczęły Prusy, wprowadzając w XVIII w. w wielu obszarach życia społecznego i państwowego wzorce militarne, pod koniec XIX w. stał się udziałem wielu krajów. Stąd np. uniformizacja społeczeństw, rozumiana w sposób dosłowny jako rozpowszechnienie mundurów, jednakowych strojów dla wielu zawodów (np. poczta, koleje, urzędnicy, policja, górnicy, organizacje młodzieżowe). Militaryzacja społeczeństw zaowocowała także numerami rejestracyjnymi nadawanymi samochodom, motocyklom, a nawet rowerom, wprowadzonymi początkowo dla celów wojskowych, na wypadek mobilizacji i koniecznego zarekwirowania. Dzięki rejestracjom państwo miało mieć rozeznanie w ilości potencjalnych środków transportu, którymi może rozporządzać.

W wielu krajach europejskich pierwszej połowy XX w. życie państwowe, społeczne, ekonomiczne zostało podporządkowane celom militarnym. Najbardziej spektakularne przykłady to oczywiście państwa totalitarne – III Rzesza z hasłem „armaty zamiast masła” oraz Związek Radziecki, ale także na przykład Polska, przeznaczająca nawet ponad połowę budżetu państwa na cele militarne w drugiej połowie lat 30. XX w. Siła ekonomiczna i propaganda ułatwiały lub utrudniały osiągnięcie celów, ale pierwszorzędne znaczenie wciąż miały siły militarne.

Z kolei kluczem do zwycięstwa w zimnej wojnie okazała się ekonomia. Nieefektywna, energochłonna, funkcjonująca w ideologicznym gorszej centralnie planowana gospodarka Związku Radzieckiego i innych państw demokracji ludowej okazała się stanowczo za słaba, aby sprostać wyzwaniu rzuconemu przez prężną gospodarkę amerykańską i państw zachodniej Europy. Oczywiście w tle był także wyścig zbrojeń, program wojen gwiazdnych itp., a także wojna ideologiczna, ale moim zdaniem kluczową rolę odegrała właśnie gospodarka.

W XXI w. siły militarne oraz wielkość i jakość gospodarki wciąż odgrywają ważną rolę. Lecz coraz bardziej zaczyna być akcentowany wizerunek, promo-

⁴ *Ibidem*, s. 24.

cja własnych wartości, idei, własnego sposobu myślenia, własnej narracji, własnej wizji historii. Jak pisze Roman Kuźniar: „polityka epoki informacji «będzie ostatecznie polegać na tym, czyja narracja zwycięży» (*about whose story wins*). Czyja narracja, czyli czyja opowieść, interpretacja, wizja...”⁵. Ilość zaangażowanych przez poszczególne państwa, koncerny, organizacje międzynarodowe środków na promocję danego punktu widzenia, na promocję własnych idei, na promocję własnego pozytywnego wizerunku lub minimalizowanie złych skojarzeń pozwala na sformułowanie wspomnianej tezy, że pierwsza połowa XXI w. będzie przede wszystkim czasem miękkich środków: kultury, promocji, wizji, wartości, idei. W jakiejś mierze taki sposób postępowania był charakterystyczny dla Wspólnot Europejskich, w których od dawna nie wypadało posługiwać się argumentacją militarną, a ekonomiczna potęga stanowiła tło wobec poszczególnych postulatów odwołujących się np. do promocji wartości demokratycznych, wolności przepływu kapitału, towarów, usług i ludzi, polityki spójności mającej służyć wyrównywaniu dysproporcji w rozwoju poszczególnych części UE, wspierania tradycyjnego rolnictwa, walki z dziurą ozonową, globalnym ociepleniem, emisją dwutlenku węgla.

Mimo że elementy *soft power* zaczynają odgrywać kluczową rolę w działaniach poszczególnych państw, koncernów, organizacji pozarządowych (obywatelskich, NGO), wciąż jest ona siłą niedocenianą. Szczególnie w zestawieniu z dwoma pozostałymi wyznacznikami mocy państwa: siłą militarną czy siłą gospodarki *soft power* jawi się jako element mniej poważny, mniej istotny. I rzeczywiście często jest lekceważona przez silne państwa, na zasadzie refleksji: po co mamy uwodzić, starać się przymilać innym, skoro dysponujemy realną siłą? Tymczasem potęga amerykańska powoduje, że wszelkie działania Stanów Zjednoczonych są bacznie obserwowane i mocno przekładają się na sympatie lub antypatie poszczególnych narodów i państw. Dość często przywoływane przykłady aroganckich zachowań amerykańskich dyplomatów wskazują na lekceważenie owej miękkiej siły. Trafnie zilustrował ten typ działania Robert Kagan: Jeśli masz w ręku młotek, wydaje ci się, że każdy problem jest gwoździem⁶. Tymczasem porażka w Wietnamie miała charakter głównie wizerunkowy, dotyczący zarówno światowej, jak i amerykańskiej opinii publicznej. Najpotężniejsze państwo świata przegrało, gdyż nie potrafiło pokazać swoim obywatelom i światowej opinii publicznej słuszności walki z komunistyczną armią północnego Wietnamu. Porażka wizerunkowa to także wygrana wojna i przegrywany pokój w Iraku. Z mniej spektakularnych przykładów warto wspomnieć o znaczącym spadku przychylności do USA, jaki w ostatnim okresie nastąpił w jednym z najbardziej proamerykańskich państw – w Polsce. Małostkowe utrzymywanie wiz dla Polaków, wycofanie się 17 września z realizacji elementów tarczy antyrakietowej, wreszcie zmniejszenie zainteresowania Europą Środkową spowodowały jedną z większych zmian na skali sympatii

⁵ R. Kuźniar, *Soft power i wielkość Ameryki*, [w:] J. Nye, *Soft power...*, s. 19.

⁶ R. Kagan, *Potęga i raj*, tłum. W. Turopolski, Warszawa 2003.

Polaków do Stanów Zjednoczonych. Amerykańskie wartości, idee, filmy, muzyka, tak popularne w okresie zimnej wojny, jeżeli nie są stale promowane, stanowią o trwonionym zasobie Stanów Zjednoczonych w Europie.

Lecz *soft power* lekceważą także małe i słabe państwa, wychodząc z założenia, że skoro mają małe zasoby, skoro nie dysponują znaczącą siłą militarną czy ekonomiczną, to tym bardziej nie stać ich na działania propagandowe. Podobne opinie można spotkać wśród średnich państw, które albo przeceniają swoje znaczenie, albo go niedoceniają. W tym drugim przypadku często pojawia się argument, że najpierw powinniśmy wzmocnić siłę wewnętrzną, poprawić wyniki ekonomiczne, zwiększyć jakość dyplomacji, administracji, podwyższyć potencjał sił zbrojnych i dopiero wtedy można zająć się wzmocnieniem pozytywnego wizerunku.

Moim zdaniem jest to błędne myślenie. *Soft power*, zwana też dyplomacją publiczną lub obywatelską, jest uzupełnieniem, istotnym dodatkiem do prowadzonej polityki. Wspomniane trzy główne siły: militarna, ekonomiczna i miękka stanowią naczynia połączone, uzupełniają się. Elementem mocno je łączącym, czynnikiem, od którego uzależniony jest każdy ze wspomnianych potencjałów, jest ludność: jej liczba, skład, migracje, morale itp. Ludność danego państwa stanowi fundament sił zbrojnych, decyduje o wielkości armii, o potencjalnej możliwości mobilizacji. Ludność stanowiła i wciąż stanowi fundament wielkości gospodarki danego państwa. Poszczególni futurologowie spierają się, kiedy i czy w ogóle gospodarka Chin stanie się większa od gospodarki Stanów Zjednoczonych. Innymi słowy, czy i kiedy 1,3 mld Chińczyków zacznie produkować i sprzedawać więcej niż 300 mln Amerykanów. Słowem, bez największej liczby ludności ChRL takie rozważania w ogóle nie miałyby sensu. Ale ludność stanowi także ważny zasób dla *soft power*. Liczniejsze ludnościowo państwo ma potencjalnie tylu ambasadorów swojej kultury, języka, dominujących wartości, ilu ma obywateli lub ile osób przyznaje się do danego narodu.

Tymczasem *soft power* rozumiana jako sposób oddziaływania na innych za pomocą pozamilitarnych i pozaekonomicznych środków jest ważna dla każdego państwa, choć oczywiście konkretne cele mogą być osiągnęte w zależności od wielu czynników. Atrakcyjność, budowa wizerunku, przekonanie do własnych racji, wreszcie narzucenie pewnej wizji czy narracji innym przynosi niezwykle ważne korzyści każdemu państwu, lecz najczęściej są one trudne do precyzyjnego zmierzenia. Stając się atrakcyjnym dla innych, zyskujemy większe zaufanie indywidualne i na arenie międzynarodowej; łatwiejsze stają się negocjacje, nawiązywanie kontaktów, dostęp do kredytów; zwiększa się możliwość odgrywania roli mediatora, zainteresowanie własnym krajem i jego kulturą. Co więcej, atrakcyjność państwa, jego pozytywny wizerunek mają także znaczenie w indywidualnym życiu, najczęściej ułatwiają życie obywatelom danego państwa i ich kontakty międzynarodowe. Nasze idee, wartości, siła moralna mogą okazać się bardzo atrakcyjne dla innych. Po pierwsze jednak, trzeba nauczyć się eksponować to, co jest najważniejsze, to, co odróżnia nas w pozytywny sposób od innych, a następnie trzeba

z tym przekazem dotrzeć do poszczególnych grup odbiorców, elit, grup opinio-
twórczych, wreszcie za pomocą kultury masowej do ogółu.

Upadek komunizmu, koniec zimnej wojny i rozpad Związku Radzieckiego doprowadziły w XX w. do – używając terminologii Samuela Huntingtona – trzeciej fali demokracji⁷. Rzeczywiście, większość państw powstałych na gruzach ZSRR lub większość dawnych satelitów Kraju Rad wprowadziła ustroje demokratyczne. Wprawdzie nie wszędzie demokracja okazała się trwałą zdobyczą, jednak po raz pierwszy w historii w latach 90. XX w. ponad sto, a więc większość, istniejących państw miało ustrój demokratyczny – większość ludności świata mieszkała w państwach demokratycznych. Oczywiście poszczególne demokracje mocno różnią się od siebie. Ale jedna rzecz z naszego punktu widzenia jest najistotniejsza: państwa demokratyczne charakteryzuje największy ze wszystkich ustrojów wpływ opinii publicznej na funkcjonowanie państwa. Co więcej, w państwach liberalno-demokratycznych władza jest podzielona i rozproszona. Z jednej strony mocno utrudnia to prowadzenie spójnej i konsekwentnej polityki, z drugiej – w porównaniu z rządami autorytarnymi – znacząco zwiększa dostępne instrumentarium prowadzenia działań na zewnątrz. Poszczególne działania promujące dany punkt widzenia, system wartości, idee czy wizje mogą być prowadzone nie tylko przez rząd, parlament i zależne od niego instytucje, lecz także przez samorządy, przedsiębiorstwa, szkoły, uniwersytety, niezależne instytucje eksperckie (tzw. *think tanki*), organizacje charytatywne, Kościoły i związki religijne, organizacje obywatelskie, kluby i związki sportowe, wydawnictwa, wreszcie przez pojedynczych obywateli stających się ambasadorami swojego kraju. Słowem, przekaz państwa demokratycznego nie może być tak skondensowany i tak dobrze kontrolowany jak w tyraniach, lecz może za to mieć dużo większą siłę rażenia.

Soft power to oczywiście cały wachlarz różnych działań, faktów, symboli, które decydują o większej lub mniejszej atrakcyjności danego państwa. Są wśród nich takie rzeczy, jak atrakcyjność turystyczna (klimat, atrakcje, zabytki, infrastruktura turystyczna), styl życia, sport, warunki życia (jakość życia, chęć osiedlenia się, ceny, bezpieczeństwo, służba zdrowia, infrastruktura, instytucje), położenie geograficzne i geopolityczne, kultura, edukacja, szkolnictwo wyższe, język i jego moc, kultura wysoka i masowa, percepcja międzynarodowa i wewnętrzna, traktaty sojusznicze, uczestnictwo w organizacjach międzynarodowych, siła dyplomacji, organizacje pozarządowe, migracje, religia (religie), obyczaje, symbole i mity, tradycje i obrzędy, dominujące narracje historyczne, a w tle znajduje się siła armii i potencjał gospodarczy – w tym jego wielkość, zmiana PKB, warunki do prowadzenia przedsiębiorstw. Każdy z tych elementów ma swoje znaczenie i odgrywa istotną rolę. Do poszczególnych rejonów świata, państw i narodów, a nawet do poszczególnych grup społecznych w jednym państwie powinien trafiać zróżnicowany przekaz. Przykładowo: do jednych grup atrakcyjna kultura masowa i atrakcyjność turystyczna, do elit opiniotwórczych – kultura wysoka i odpowiednie

⁷ S. Huntington, *Trzecia fala demokratyzacji*, tłum. A. Dziurdzik, Warszawa 1995.

symbole i mity, do społeczeństw o rozpowszechnionej podobnej religii – przekaz dotyczący miejsc kultu.

Miłe pozytywne skojarzenia są ważne, jednakże w *soft power* największą siłę rażenia i znaczenie ma siła moralna oparta na dominujących ideach, wartościach, a także na spójnej narracji historycznej. O znaczeniu moralności w polityce międzynarodowej pisał w czasach brutalnej *Realpolitik* końca lat 30. okresu międzywojennego Adolf Bocheński⁸. Moralność i narracja historyczna, wzmacniająca przekaz ideowy, mają ogromne znaczenie w czasach demokratycznych społeczeństw często odwołujących się do języka etycznego. Stąd bierze się ogromny wysiłek wielu państw, by pokazać swoją najnowszą historię w jak najlepszym świetle, udowodnić, że było się po dobrej stronie w II wojnie światowej – przeciw totalitaryzmowi narodowosocjalistycznemu i komunistycznemu. Wiele państw wkłada ogrom wysiłku i poświęca niemałe fundusze, aby pokazać, że w XX w. były po stronie ofiar, a nie najeźdźców i zbrodniarzy.

Jednakże posługiwanie się wybranymi faktami z historii i moralnością w polityce łączy się ze znaczącą odpowiedzialnością. Łatwo bowiem być oskarżonym o hipokryzję. Niezgodność idei, haseł i czynów jest tutaj szczególnie kompromitująca, bo oczekiwania wśród opinii publicznej są wielkie. Stany Zjednoczone głoszące idee wolności, praw człowieka czy demokracji znajdowały w wielu rejonach świata oddanych wielbicieli, jednak zbrodnie popełnione w Wietnamie czy poniżanie i torturowanie więźniów podczas wojny w Iraku stanowią istotną rysę na wizerunku Ameryki i utrudniają prowadzenie wiarygodnej polityki wymagającej akceptacji i zaufania ze strony innych społeczeństw.

Z całą pewnością bez *soft power* nie można prowadzić skutecznej polityki w XXI w. Jest ona co najmniej tak samo ważna jak siła militarna czy ekonomiczna. Co więcej, siła militarna i ekonomiczna mogą okazać się stanowczo niewystarczające bez miękkiej siły, bez owej atrakcyjności i przekonania innych państw oraz społeczeństw, że to, co robimy, do czego dążymy, jest słuszne. Jak pisał Joseph Nye, Stany Zjednoczone przy zastosowaniu najnowocześniejszych technik nie są w stanie wychwycić wszystkich terrorystów planujących zamachy na amerykańskich obywateli i amerykańskie instytucje. Ale inne nacje, inne państwa mogą wspomóc amerykański wywiad, amerykańskich żołnierzy, amerykańskie państwo pod warunkiem uzyskania przekonania, że działa się w słusznej, moralnie nienagannej sprawie.

⁸ A. Bocheński, *Między Niemcami a Rosją*, Warszawa 1937.



www.akademicka.pl

ISBN 978-83-7638-375-0



9 788376 383750