

BEATA OCIEPKA

Wrocław

ORCID: 0000-0002-7155-6503

## GDZIE LEŻY POLSKA?

### KONSTRUKCJA POŁOŻENIA GEOPOLITYCZNEGO PAŃSTWA W EUROPIE ŚRODKOWEJ

W 2004 r. Polska stała się członkiem Unii Europejskiej, co symbolicznie zakończyło „powrót Polski do Europy”. Procesowi temu towarzyszyły zmiany w tożsamości Polaków, ale także w postrzeganiu polskiego państwa w Unii i jego repozycjonowanie w społeczności międzynarodowej. Celem tego artykułu jest wskazanie na konstrukcję przestrzeni państw, związaną z procesami integracyjnymi w Europie.

Kategoria przestrzeni, a zwłaszcza terytorium państwa, należy do stałych przedmiotów zainteresowania teorii stosunków międzynarodowych. Przy tym rozumienie tej przestrzeni, a jednocześnie kontekstów wpływających na postrzeganie terytorium państwa, doskonale oddaje zmiany w stosunkach międzynarodowych, a w tym w procesach integracyjnych w Europie. Niniejszy tekst skupia się na zjawisku konstrukcji przestrzeni, rozumianej jako terytorium państwa i jego położenie geopolityczne. Zakładam, że położenie to podlega procesom konstrukcji (nazywam ją także inscenizacją), prowadzonym przez rząd, przy wykorzystaniu narzędzi polityki zagranicznej. Jest ona podejmowana ze względu na istotne interesy państwa – począwszy od jego bezpieczeństwa. Państwa inscenizują nie tylko swoje położenie, ale także swój „wymiar” – definicję swej potęgi w ujęciu klasycznie realistycznych kategorii, jak powierzchnia, ludność, ale także położenie geopolityczne. W ten sposób, za pomocą symboli wyrażonych słowem i obrazem, kształtują swoją międzynarodową tożsamość.

Podjęcie tego tematu jest wynikiem prowadzonych od kilkunastu lat badań nad dyplomacją publiczną i kształtowaniem marki państw. Dotyczą one przede wszystkim Polski, ale także innych państw Europy Środkowo-Wschodniej, które po 2004 r. stały się członkami UE. Łączą je nie tylko trudy przejścia do demokracji po 1989 r., ale także wiele wspólnych problemów funkcjonowania i dążenia do zaistnienia w stosunkach międzynarodowych. Wiele z tych państw borykało się – i nadal się boryka – z problemem międzynarodowej „niewidzialności”. Są wśród nich takie, które uzyskały lub odzyskały niepodległość po 1989 r., musiały więc podjąć wysiłki na rzecz pozycjonowania w stosunkach międzynarodowych, jako ich nowi aktorzy.

Wyjaśnienia wymaga użycie w tytule tego tekstu pojęcia „Europa Środkowa”, jako regionu, gdzie leży Polska. Kwestia zdefiniowania tego regionu w czasie i w przestrzeni była podejmowana już wielokrotnie, przywołam w tym miejscu au-

torów, którzy badali geopolitykę lub jej zderzenie z geografą. Jak pisali w 1999 r. A. Wolff-Powęska i E. Schulz: „kraje Europy Środkowej, (są) określane jako międzyeuropa”<sup>1</sup>. Do autorów, badających geopolitykę na styku z geografą, należy m.in. M. Kuus, która analizowała geopolitykę przede wszystkim w odniesieniu do sytuacji Estonii po odzyskaniu niepodległości, a swym badaniom również nadała „ramę środkowoeuropejską”. Zwróciła ona uwagę, że na początku lat 90. Europa Środkowa identyfikowana była z państwami Grupy Wyszehradzkiej, a więc Polską, Węgrami i Czechosłowacją, dekadę później już z byłymi państwami satelickimi Związku Radzieckiego, a w 2007 r. (kiedy to powstała książka Kuus) właściwie z wszystkimi państwami, które stały się członkami UE lub NATO w 2007 r., co oznaczało istotne w Europie przesunięcie geograficzne („shift in the borders of Europe”<sup>2</sup>).

Przyczyny subiektywne współdecydują z kolei o rezygnacji z określenia „Europa Wschodnia” w tytule. Stając się członkiem UE Polska zbliżyła się bowiem politycznie, ale także gospodarczo do Europy Zachodniej. Symboliczny wymiar tego procesu będą starała się wyłożyć we fragmencie poświęconym „powrotowi do Europy” – w tym przypadku nie tylko Polski, ale także innych państw postkomunistycznych w Europie. Część uwagi poświęcam państwom bałtyckim, mając przy tym świadomość, że Litwa, Łotwa i Estonia od lat unikają w swoich działaniach wizerunkowych nazywania się „państwami bałtyckimi”, co stało się konstytutywnym elementem ich polityki lokowania. W ich przypadku zastosowanie pojęcia „Europa Środkowa” nie jest w pełni uzasadnione. Ponieważ jednak główny akcent został położony na Polskę i jej centralne położenie w Europie (choć Litwini, Łotysze i Estończycy także twierdzą, że środek Europy znajduje się na ich terytorium), stąd Europa Środkowa pojawiła się w tytule. Potwierdzenie oczekiwania, że położenie państwa w Europie Środkowej szczególnie nadaje się do inscenizacji na arenie międzynarodowej odnajduję m.in. w książce A. Wolff-Powęskiej i E. Schulza, gdzie we wstępie, jego autorzy podkreślają:

„Być Środkowoeuropejczykiem oznacza niekiedy w potocznym rozumieniu 'nie być Wschodnioeuropejczykiem lub mieszkańcem Bałkanów', 'być lepszym od innych', bardziej cywilizowanym, różniącym się od narodów barbarzyńskich”<sup>3</sup>.

W 2007 r. M. Kuus wprowadziła podobne rozumienie:

„Do dziś Europa Środkowa oznacza miejsce, które geograficznie należy do Europy, ale kulturowo i politycznie ciągle uczy się być w pełni europejskim. Europa Środkowa pozostaje poczekalniami między Europą Wschodnią, a Europą właściwą. Badanie Europy Środkowej więc to badanie miejsc, które zostały zepchnięte na graniczną pozycję w pół drogi pomiędzy Europą i Wschodem”<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> A. Wolff-Powęska, E. Schulz (wybór i oprac.), *Przestrzeń i polityka. Z dziejów niemieckiej myśli politycznej*. Poznań 2000, s. 104.

<sup>2</sup> Merje Kuus jest m.in. autorką książki *Geopolitics reframed*, do której odwołuję się wielokrotnie w tej pracy. Książka Kuus jest szczególnie istotna w zderzeniu z koncepcjami „końca geografii” – patrz niżej. M. Kuus, *Geopolitics Reframed. Security and Identity in Europe's Eastern Enlargement*, New York: 2007, s. XI.

<sup>3</sup> A. Wolff-Powęska, E. Schulz, *op. cit.*, s. 125.

<sup>4</sup> M. Kuus, *op. cit.*, s. 16.

Z moich wcześniejszych badań wynika, że do cech charakteryzujących Środkowoeuropejczyków należałoby dodać „być normalnym, normalnym państwem, normalnym Europejczykiem” (patrz niżej „powrót do Europy”). W innych ujęciach Europa Środkowa, Europa Centralna, definiowana m.in. przez niemieckich badaczy i polityków jako region, w którym Niemcy zajmują miejsce centralne, a jednocześnie, gdzie znajduje się środek Europy to „strefa rozdarcia”<sup>5</sup> pomiędzy Wschodem a Zachodem. W tym kontekście w pewnych okresach historycznych Europa Środkowa to Niemcy, do tego nie sposób pominąć znaczenia koncepcji Europy Środkowej – *Mitteleuropa* – w niemieckich doktrynach politycznych. Badacze, zajmujący się Europą Środkową, zwykle zwracają uwagę na geopolityczne niedodefiniowanie tego regionu. M. Kuus, pisząc o poszerzeniu UE na wschód w 2004 r., które ma pierwszorzędne znaczenie także dla niniejszego studium, stawia na początku pytanie „Gdzie jest Europa Środkowa?”<sup>6</sup> Metaanaliza określenia tej części Europy – poza odpowiedzią na pytanie, jakiej właściwie części dotyczy, zależnie od czasu i tego, kto taką definicję tworzy – przynosi już na początku badań wnioski dotyczące społecznej konstrukcji pojęć z pogranicza geografii i polityki. Jak wskażę poniżej, przynależność Polski do regionu Europy Środkowej nie była oczywista nawet w dorocznych przemówieniach ministrów spraw zagranicznych Polski. Będą one tu przywołane, aby wskazać na zmienność w definiowaniu regionalnej przynależności Polski. I w końcu, aby zamknąć ten wstęp dotyczący Polski w Europie Środkowej zasygnalizuję wskazanie w tekście na powrót postrzegania Polski jako Europy Wschodniej po 2015 r., a więc na odwrócenie działań podejmowanych zwłaszcza między 2007 a 2015 r. na rzecz symbolicznego przesunięcia Polski w kierunku zachodnim.

Rosnąca popularność dyplomacji publicznej i brandingu państw (jak w literaturze określa się kształtowanie ich marki) w polityce zagranicznej na przełomie XX i XXI w., której towarzyszyło przekonanie praktyków, że postrzeganie międzynarodowe państwa można dowolnie kształtować przy wykorzystaniu dostępnych narzędzi komunikacji politycznej, zwróciły moją uwagę na symboliczną siłę państw i wykorzystanie ich miękkich zasobów w budowaniu pozycji międzynarodowej. Konstrukcję położenia geopolitycznego państwa – jego lokację – będę rozumiała więc jako proces, który odbywa się w ramach dyplomacji publicznej lub kształtowania marki państwa. Nie wszystkie jednak działania tej kategorii mieszczą się we wskazanych tu ramach i nie wszystkie są intencjonalne. Wpływają one bowiem na międzynarodowe postrzeganie państw, a proces ten nigdy nie jest w pełni kontrolowany.

Przez dyplomację publiczną rozumiem proces pozycjonowania państwa przy wykorzystaniu jego miękkich zasobów w taki sposób, aby osiągnąć wzajemne korzyści w środowisku międzynarodowym. Wzajemność oznacza postrzeganie środowiska międzynarodowego jako gry o wyniku win-win. Nowa dyplomacja publiczna, która rozwija się po zakończeniu zimnej wojny, to forma zagranicznej, symetrycznej ko-

---

<sup>5</sup> H. Brill, *Niemcy w obrębie geostrategicznych sił wielkich mocarstw i supermocarstw (1945-1990)*, (w:) A. Wolff-Powęska, E. Schulz (wybór i oprac.), *op. cit.*, s. 670.

<sup>6</sup> M. Kuus, *op. cit.*, s. 16.

munikacji politycznej, w której coraz większą rolę odgrywają aktorzy niepaństwowi. Tradycyjnie, zgodnie z podejściem Ph. Taylora<sup>7</sup>, uważam że jej częścią jest wykorzystanie przez rządy mediów do przekazu za granicę. W tym ujęciu nowa dyplomacja publiczna jest wynikiem zrośnięcia się z dyplomacją kulturalną. To co istotne dla tych rozważań, „nowość” dyplomacji publicznej w XXI w., oparta jest – zgodnie z terminologią mediów i komunikowania – na dialogu i zmienności ról nadawcy i odbiorcy, co oddala niebezpieczeństwo przerodzenia się w asymetryczną propagandę polityczną<sup>8</sup>. Perspektywa nowej dyplomacji publicznej nie wyklucza jednak założenia, że działania lokowania państwa mogą stać się elementami jego propagandy zagranicznej. Dzieje się tak w przypadku celowego działania na rzecz lokowania państwa na podstawie nieprawdziwych przesłanek lub ze szkodą dla potencjalnych interesariuszy.

PRZESTRZEŃ: OD POŁOŻENIA I POZYCJI PAŃSTWA W UJĘCIU GEOPOLITYCZNYM  
DO SKUTKÓW „ZWROTU PRZESTRZENNEGO”  
W TEORII STOSUNKÓW MIĘDZYNARODOWYCH

Przestrzeni i położeniu państwa poświęcano główną uwagę w ujęciach geopolitycznych, od przełomu XIX i XX w. począwszy. Narodziny geopolityki, którą A. Wolff-Powęska i E. Schulz nazywają „myśleniem przestrzennym”<sup>9</sup>, przyniosły wprowadzenie w czyn działań na rzecz poszerzenia „przestrzeni życiowej” państw i narodów i uzyskania panowania nad światem, poprzez kontrolę nad jego strategicznymi regionami. Zgodnie z ujęciem M. Sułki „potęgę państwa tworzą ludzie, ilość i jakość narzędzi (do pracy i walki), zdolność do działań zbiorowych oraz przestrzeń i czas”<sup>10</sup>. Wszystkie te czynniki mają charakter mierzalny. Z ujęciami geopolitycznymi korespondują geoinformacyjne. Kontynuatorzy Wallersteina przejęli bowiem koncepcję systemów-światów, określając niektóre z państw jako globalne centra informacyjne oraz charakteryzując pozostałe jako centra regionalne, sąsiadów informacyjnych lub informacyjne peryferie. W tym ujęciu m.in. wielkość państwa i jego pozycja międzynarodowa przyczyniają się do jego widoczności w międzynarodowym przepływie informacji. Niewidoczności państw, wynikającej z małego terytorium, relatywnie małej liczby ludności i wielkości gospodarki, może więc towarzyszyć niewidoczność spowodowana prowincjonalnością medialną, często wzmocnioną barierą językową.

Zwrotowi przestrzennemu w naukach społecznych towarzyszy w stosunkach międzynarodowych zmiana postrzegania granic państw od „twardych” (*hard boundaries*)

<sup>7</sup> Ph. Taylor, *Public diplomacy on trial*, (w:) A. Fischer, S. Lucas (red.), *Trials of Engagement. The Future of US Public Diplomacy*. Leiden, 2011, s.19-32.

<sup>8</sup> Propagandę rozumiem zgodnie z ujęciem zaproponowanym przez Jowetta i O'Donnell niemal trzydzieści lat temu i stale aktualizowanym (2017).

<sup>9</sup> A. Wolff-Powęska, E. Schulz, *op. cit.*, s. 108.

<sup>10</sup> M. Sułek, *Dynamika zmian parametrów potęgi państw regionu Azji i Pacyfiku 1985-2015*, (w:) A. Jarczewska, J. Zajączkowski (red.), *Region Azji i Pacyfiku w latach 1985-2015*. Warszawa 2016, s. 580.

do „miękkich” (*soft boundaries*) w XXI w.<sup>11</sup> „Miękkie granice” państwa była już od lat obserwowana w badaniach nad systemami medialnymi, którym w Europie – przynajmniej od czasu deregulacji radia i telewizji od połowy lat 80. XX w. – coraz trudniej było przypisać konkretne granice, w sensie wskazania na ich otoczenie, gdyż produkty medialne z czasem coraz swobodniej przekraczały bariery administracyjne. Dla Bierstekera, „miękkie granice” oznaczają także nowe formy sprawowania władzy poprzez pełnienie funkcji kontrolnej przez państwo nad sieciami, które zwykle wykraczają poza granice administracyjne państw. Terytorium państwa można więc wyobrazić sobie jako obszar obejmujący zasięg sieci, nad którymi państwo ma (jakąś) kontrolę<sup>12</sup>.

„Zwrot przestrzenny” w stosunkach międzynarodowych nie oznacza dostrzeżenia przestrzeni jako czynnika kształtującego zachowania państwa, ale jest związany z przejmowaniem elementów konstruktywizmu i przyjęciem tezy, że państwo (rząd, egzekutywa) może wpływać na swoje postrzeganie, w tym na postrzeganie swojej pozycji i roli, a nawet przynależności do geograficznie określonych grup państw. W tym rozumieniu położenie państwa podlega konstrukcji w takich procesach jak tworzenie narracji i ich rozpowszechnianie, zarówno w kraju, jak i za granicą. Procesy te pozwalają państwu na osiągnięcie statusu mocarstw średniej rangi, mimo małych zasobów twardych. Byłoby jednak zbyt prostym twierdzeniem, że zmianę taką można osiągnąć tylko za pomocą rozpowszechniania narracji, w tym działań wizerunkowych. W istocie, rządy osiągają oczekiwane efekty dzięki polityce zagranicznej, która w przypadku państw małych i średnich jest skierowana na osiągnięcie pozycji „dobrego obywatela wspólnoty międzynarodowej”. Są to działania w ramach współpracy bilateralnej, regionalnej i aktywności na rzecz rozwiązywania problemów globalnych, w tym angażowanie się w działania organizacji globalnych. Lokowanie państw, a więc celowe dążenie do zmiany postrzegania jego położenia geopolitycznego i geograficznego (a w tym położenia geoeconomicznego, jak np. przynależność do biednego Południa lub bogatej Północy, w Europie do państw nordyckich lub niesławnych PIGS, patrz niżej), może następować poprzez rozwój współpracy z państwami regionu docelowego – a więc tego, który jest modelowy dla postrzegania danego państwa. W tym tekście wezmę więc także pod uwagę symboliczny wymiar przynależności do organizacji międzynarodowych, a przede wszystkim do UE.

#### KONSTRUKCJA POŁOŻENIA GEOPOLITYCZNEGO

W artykule bazuję na podstawach konstruktywizmu w teorii stosunków międzynarodowych, co uzasadniam m.in. zaczerpnięciem pojmowania tożsamości państwa od A. Wendta. W istocie, rozważania Wendta nad tą tożsamością, przywodzą na myśl dyskusje nad wizerunkiem i postrzeganiem państw. To, co istotne u Wendta dla poniższych wywodów, to przyjęcie, że państwo ma tożsamość kolektywną, bo „podstawa

<sup>11</sup> T.J. Biersteker, *State, Sovereignty and Territory*, (w:) W. Carlsnaes, T. Risse, B. Simmons (red.), *Handbook of International Relations*. Second Edition, Los Angeles 2013, s. 259.

<sup>12</sup> T. J. Biersteker, *op. cit.*, s. 259.

materialna” tożsamości państwa to „wiele ciał i terytorium”. I dalej, państwo „nawet nie ma „ciała”, jeżeli jego członkowie nie posiadają wspólnej narracji o sobie samych jako aktorze korporacyjnym”<sup>13</sup>. Idea „wspólnej narracji” jest podstawą tworzenia przez państwo, a zwłaszcza jego egzekutywę, wszelkich strategii dyplomacji publicznej i kształtowania marki państwa. Narracje, inscenizujące lokację danego państwa nie są skuteczne, jeśli nie są podzielane przez jego obywateli. Społeczeństwa podzielone mogą również reprezentować odmienne „narracje lokacyjne”. Narracji o przynależności do Europy (Zachodniej) może być przeciwstawiana narracja „wschodnioeuropejska”, a nordyckiej (patrz niżej) – regionalna, środkowoeuropejska. Także jednak w konstruktywistycznych ujęciach, nacisk na terytorium jako element konstytuujący państwo jest silny. U Wendta jeśli „nie ma terytorium, (to) nie ma państwa”: „państwo jest miejscem”<sup>14</sup>.

Wendtowska idea „wspólnej narracji” ma swoje korzenie w andersonowskim pojmowaniu narodu jako wspólnoty wyobrażonej. Naród w tym ujęciu „wyobraża sobie” istnienie wspólnoty – czyli samego siebie. Elementem tego wyobrażenia jest terytorium, zarówno to rzeczywiste „miejsce”, określone granicami państwa, jak i „terytorium wyobrażone”. W skrajnych przypadkach ekspansywnej polityki państw, może ono przybierać formę „przestrzeni życiowej”, której zdobycie staje się przyczyną wojny, jak w niemieckiej koncepcji *Lebensraum*<sup>15</sup>. O ile koncepcje „przestrzeni życiowej” wcielane były w życie drogą podbojów przez duże państwa, o tyle państwa małe i średnie rozwijają, m.in. w swoich kampaniach brandingowych ideę przynależności do pozytywnie postrzeganych w społeczności międzynarodowej „terytoriów wyobrażonych”. W ten sposób dodają sobie znaczenia w stosunkach międzynarodowych, co pozwala im na osiągnięcie lepszej pozycji, niż wynikałoby tylko z ich zasobów twardych.

„Terytorium wyobrażone” oznacza jednak także identyfikację z regionem, który reprezentuje wartości uznane za pożądane przez dane państwo. Inscenizacja położenia geopolitycznego państwa może więc oznaczać w ujęciu konstruktywistycznym przededefiniowanie tożsamości kolektywnej. Poprzez włączenie wartości regionu, do którego dane państwo aspiruje, w symbolicznym wymiarze następuje geograficzne „przesunięcie” danego państwa, manifestujące się m.in. w dyskursie polityki. Na ten proces zwracają uwagę i Adler (rozwijający koncepcję „wyobrażonych wspólnot bezpieczeństwa”) i Wendt:

„(...) terytorialna natura państw nie wyklucza rozszerzania ich poczucia własnej 'jaźni' przez włączanie innych państw, i w ten sposób określania swoich interesów w sposób bardziej kolektywny. W takim przypadku granice terytorialne przybrałyby lockeowskie lub kantowskie znaczenie: wciąż różnicujące państwo, ale osadzające je w większych 'regionach poznawczo wyodrębnionych’<sup>16</sup> (Adler 1997a), w których państwa współpracują, aby osiągnąć wspólne cele”<sup>17</sup>.

<sup>13</sup> A. Wendt, *Społeczna teoria stosunków międzynarodowych*. Warszawa 2008, s. 212.

<sup>14</sup> *Ibidem*, s. 200.

<sup>15</sup> *Lebensraum* „postrzegano (...) jako przestrzeń zasiedlania, wyżywienia, a także surowcową i kulturową. Była to w ideologii i polityce geopolityków przestrzeń realna i jednocześnie mistyczna, życzeniowa”, jak piszą A. Wolff-Powęska i E. Schulz, *op. cit.*, s. 65.

<sup>16</sup> E. Adler, *Imagined (Security) Communities. Cognitive Regions in International Relations*, „Millennium. Journal of International Studies”, 26 (2), 1997, s. 249-277.

<sup>17</sup> A. Wendt, *op. cit.*, s. 201.

W tym kontekście Polska jest przypadkiem, szczególnie dobrze poddającym się konstrukcji. Po pierwsze, dzieje się tak dlatego, że jest położona centralnie w Europie, co daje możliwości konstruowania przekazu o położeniu geograficznym państwa. Cytując Wendta: „(...) nawet jeśli umiejscowienie granic terytorialnych jest jasne i niezmiennie, ich znaczenie społeczne może się różnić”<sup>18</sup>. Oznacza to symboliczne „przesuwanie” państwa, jak np. po 1989 r. ze wschodu Europy na zachód, a po 2008 r. na północ. Kierunek ze wschodu na zachód został wzmocniony przez wejście Polski do NATO w 1999 r. i UE w 2004 r. Procesy te są jednak dynamiczne, bo związane z subiektywnym postrzeganiem, a do tego, podlegają wszystkim zmianom, dziejącym się w stosunkach międzynarodowych. Możliwe jest więc także lokowanie wsteczne, tj. powrót państwa do wcześniej zajmowanej przestrzeni symbolicznej, na skutek zmiany reżimu politycznego lub sojuszy strategicznych.

W przeciwieństwie do realistycznej geopolityki, położenie geopolityczne państwa w ujęciach zwrotu przestrzennego zmienia się tylko symbolicznie. Zmiany granic nie są postulowane. Zmienia się międzynarodowa tożsamość państwa i podejmuje się działania na rzecz kształtowania jego postrzegania, poprzez powiązanie go z nowym regionem geopolitycznym: następuje symboliczne „przesunięcie” na mapie. Może ono być także rozumiane zgodnie z podejściem Adlera jako utożsamianie się z „transnarodowym, nieterytoryalnym” regionem, w którym mają obowiązywać wartości, postrzegane jako cenne lub pożądane<sup>19</sup>, np. ponadnarodowa sieć powiązanych ze sobą węzłów, na którą mogą składać się państwa czy organizacje pozarządowe. Takie regiony mogą również przybierać wymiar konkretnie umiejscowiony – w przypadku Polski takim regionem stała się UE w 2004 r., a między 2008 a 2015 r. państwa skandynawskie (nordyckie). Skandynawia u Adlera to jeden z regionów określanych jako „wspólnoty bezpieczeństwa” (*security community*), czyli „transnarodowe regiony kognitywne (*cognitive regions*), których narody mają kolektywne tożsamości i dzielą inne struktury regulacyjne i normatywne”. Jeśli założyć za tym autorem, że te struktury (*shared cognitive structures*) łączy m.in. „liberalna kultura obywatelska, która nadaje cel, znaczenie i kierunek strukturom materialnym i zasobom siły, i pomaga ustanawiać i reprodukować wspólne interesy”<sup>20</sup>, to mamy wyjaśnienie jednej z przyczyn „przesuwania” się państw na mapie i ich lokacji wstecznej. Zwłaszcza w społeczeństwach silnie podzielonych w kwestiach tożsamości i podstawowych wartości może pojawiać się problem niespójnych lub „wędrujących” lokacji i to w krótkich okresach, wyznaczanych rytmem wyborów. Jest to lokowanie wahadłowe, które przełożone na działania brandingowe, może się przyczyniać do utraty międzynarodowej wiarygodności państwa, gdyż każde odbicie wahadła wprowadza inny zestaw wartości, mający być podstawą tożsamości danego państwa. Odbiorcy przekazów (interesariusze) państwa za granicą zwykle nie mają tyle wiedzy i zainteresowania nim, aby procesy te przyczyniły się do lepszego poznania lub zrozumienia państwa, które podlega lokacji wahadłowej. Przeciwnie, prowadzą one

<sup>18</sup> *Ibidem*, s. 201.

<sup>19</sup> E. Adler, *op. cit.*, s. 253.

<sup>20</sup> *Ibidem*, s. 276.

do niespójnego wizerunku za granicą i grożą utratą wiarygodności. Taką wiarygodność państwa pozyskują łącząc się już nie tylko z „wyobrażonymi strukturami bezpieczeństwa”, ale także z tymi jak najbardziej realnymi, terytorialnymi, jakimi dla państw Europy Środkowo-Wschodniej były UE i NATO, których członkowie dzielają „struktury regulacyjne i normatywne”. W przypadku Polski wejście do obu tych struktur przyniosło szybki pozytywny efekt wizerunkowy, poprzez identyfikowanie Polski jako ich członka, a więc i lokowanie państwa polskiego w ramach tych dwóch organizacji.

W ujęciu Adlera „regiony wspólnotowe” (*community regions*) mają charakter ponadterytorialny, w moim przypadku skupię się na regionach określonych terytorialnie, których wartości są tak atrakcyjne, że kojarzenie z nimi staje się istotnym – konstytutywnym – elementem pożądanego wizerunku państwa. Jest to pierwsze rozumienie konstrukcji przestrzeni w tym tekście. Drugie dotyczy wielkości państwa, a raczej jego międzynarodowej roli, jako państwa małego lub średniego – aż do osiągnięcia lub przypisania sobie roli mocarstwa średniego (mocarstwa średniej rangi). Powyższe wprowadzenie prowadzi również do wniosku, że „zwrot przestrzenny” w teorii stosunków międzynarodowych nieuchronnie kieruje uwagę na dyskurs. W tym artykule koncentruję się na dyskursie polityki, a zwłaszcza na ramach, czyli schematach poznawczych, które występują w tym dyskursie oraz na metaforach.

#### EUROPA ŚRODKOWA WRACA DO EUROPY

Lokacja państwa w proponowanym tu rozumieniu w pierwszej kolejności oznacza jego – intencjonalne – symboliczne przesunięcie na mapie, w kierunku regionu, do którego dane państwo aspiruje lub z którym się utożsamia. Przesunięcia takie są łatwiejsze do wyobrażenia w przypadku państw małych i średnich. Centralne położenie – jak w przypadku Polski w środku Europy – ułatwia takie przesunięcie, ale z tego samego powodu może zmienić się na skutek intencjonalnego działania innych państw, przy użyciu środków twardych, jak wojna. Dla uzyskania bezpieczeństwa międzynarodowego państwa nie tylko stosują lokację, ale w zależności od potrzeb zmieniają narrację o wielkości swojego terytorium i wielkości zasobów.

Polska odpowiada zasobami twardymi modelowi państwa średniego, które po 2004 r. dążyło do roli regionalnej średniej potęgi (*middle power*). Nie wiązało się to jednak z żadną narracją, zmieniającą postrzeganie wielkości terytorium państwa. W przypadku państw małych jak państwa bałtyckie, dominuje akceptacja niewielkiego terytorium i małej liczby ludności. W kampaniach brandingowych nie znajdziemy przekazów, zmieniających postrzeganie Litwy, Łotwy i Estonii jako państw małych. Występuje jednak podkreślenie, że ich położenie może być także atutem, a istnienie państw małych w stosunkach międzynarodowych jest naturalne, gdyż „Goliat nie może istnieć bez Dawida”<sup>21</sup>. Państwa małe i średnie w kampaniach bran-

<sup>21</sup> *One Country, One System, Many Stories*. 2015. <http://brand.estonia.eu/en/home>, (data wejścia na stronę: 18.05. 2015).



dingowych wykorzystują przy tym swoje osiągnięcia gospodarcze, aby wskazać, że ich siła ekonomiczna jest większa, niż w przypadku innych państw małych. Widoczność międzynarodowa jest dla nich istotną wartością. W Europie Środkowej, dbając o widoczność i pozyskując ją dzięki narzędziom miękkiej siły, sygnalizują swoje trudne położenie geopolityczne – jak Polska między Niemcami a Rosją. Idea, iż międzynarodowa widzialność, tylko częściowo związana z międzynarodową obecnością, a więc aktywnym udziałem w działaniach społeczności międzynarodowej poprawia bezpieczeństwo państwa, została *explicite* wyrażona w przypadku Litwy<sup>22</sup>. Kształtowanie marki państwa – branding – ma związek z bezpieczeństwem państwa, przynajmniej w odniesieniu do państw Europy Środkowo-Wschodniej, w którym to regionie myślenie przestrzenne zdominowane jest przez geopolitykę i zwrócenie się ku przeszłości. M. Kuus idzie dalej i wskazuje na połączenie geopolityki z tożsamością w tym regionie. Oba zawiązki – wynikające z doświadczeń państw Europy Środkowo- Wschodniej – będą miały wpływ na metafory, które pojawiają się w dyskursie o położeniu i międzynarodowej roli tych państw. Ponieważ wskazują preferowane lub unikane kierunki, a za kierunkami geograficznymi kryją się przypisywane im pozytywne lub negatywne skojarzenia, zaliczę je do metafor orientacyjnych, jak u Lakoffa i Johnsona<sup>23</sup>.

W cytowanej wyżej publikacji z 1997 r. Adler posłużył się przykładem państw Europy Wschodniej (wskazując jednocześnie, jak w połowie lat 90. XX w. klasyfikowano ten region), aby zilustrować jak funkcjonują „wspólnoty wyobrażone” i „wspólnoty bezpieczeństwa”:

„Od zakończenia Zimnej Wojny państwa Europy Wschodniej, włączając Rosję, pukają do drzwi instytucji, które symbolicznie i materialnie reprezentują wspólnotę północnoatlantycką – Unii Europejskiej, NATO, Rady Europy, a nawet Unii Zachodnioeuropejskiej. Państwa te szukają dojścia, dzięki któremu mogłyby wpływać na politykę 'Zachodu', a także korzystać z zachodnich rynków, poprzez pełne członkostwo we wspólnocie politycznej (...). Jednakże z perspektywy państw już kształtujących tę północnoatlantycką wspólnotę bezpieczeństwa, nowi członkowie mogą zostać przyjęci dopiero, gdy 'wnioskujący' przyjmą i zinternalizują ich normy. Dla członków tych organizacji 'nie wystarczy zachowywać się jak my, trzeba być jednym z nas'<sup>24</sup>.

„Powrót do Europy” to metafora orientacyjna, powszechnie występująca w Europie Środkowej i Wschodniej, jako hasło rewolucji aksamitnych i rewolucji śpiewających (w państwach bałtyckich), ale także ukraińskiego Majdanu na przełomie 2013 i 2014 r. Zarówno w 1989 r., jak i w latach późniejszych pierwotna metafora „powrotu” szybko zastępowana była przekonaniem o ich przynależności do Europy, a więc metaforą „jesteśmy Europą”, nie tylko geograficznie, ale także „Europą wyobrażoną”. Jeśli dążenia integracyjne rozumieć jako próby włączenia się do „strefy normatywnej”<sup>25</sup>, to

<sup>22</sup> B. Ociepka, *A New Brand for Postcommunist Europe*. (w:) C. Victorin, J. Gienow-Hecht, A. Estner, M. Will (red.) *Nation Branding in Modern History*, New York 2018, s. 201.

<sup>23</sup> G. Lakoff, M. Johnson, *Metafory w naszym życiu*. Warszawa: PIW. 1988, s. 36 i nast.

<sup>24</sup> E. Adler, *op. cit.*, s. 256.

<sup>25</sup> M. Kuus, *op. cit.*, s. X.

powrót oznaczał symboliczne uznanie za państwo europejskie, często za „normalne” państwo europejskie. Nie ulega jednak wątpliwości, że w czasie rewolucji po 1989 r. siła decydowania o tym, co normalne w Europie należała do państw zachodnich. Za uznaniem, kto jest, a kto nie jest Europą kryje się więc siła normatywna państwa lub grupy państw, która decydowała, zgodnie z Adlerem, czy państwa Europy Środkowej już są „jednym z nas”, czy jeszcze nie. Ten proces spowodował, że wczesne kampanie kształtowania marki państw (kampanie brandingowe), które zamierzały wstąpić do NATO i UE w 2004 r., podkreślały nie tyle cechy wyróżniające aspirujące państwa w Europie, ale właśnie ich podobieństwo do „starych” członków tych organizacji, co wydaje się sprzeczne z ideą brandingową<sup>26</sup>. Polska w 2003 r. prowadziła kampanię brandingową mając na uwadze, iż jeśli we Francji odbędzie się referendum akcesyjne, w którym Francuzi mieliby zdecydować, czy powinna wejść do UE, to proces akcesji zostanie zahamowany, bo większość Francuzów była przeciwko polskiemu członkostwu. W takim momencie przekazy brandingowe Polski mówiły „jesteśmy tacy, jak wy, jesteśmy Europą”.

Wejście do UE w 2004 nie zakończyło w przypadku Polski, Litwy, Łotwy i Estonii procesu „powrotu do Europy” w wymiarze symbolicznym. W tym czasie zyskały one miano „nowej Europy” (i znowu jest to metafora orientacyjna), nadane przez D. Rumsfelda na chwilę przed interwencją USA w Iraku<sup>27</sup>. W samej Unii państwa te postrzegane były co najmniej do 2014 r. jako „antyrosyjscy zachodni neofici”. Ich geopolitycznie uwarunkowana antyrosyjskość stała się na wiele lat przeszkodą, aby państwa Europy Zachodniej uznały je za „takich jak my”. Zmiana w tej kwestii nastąpiła dopiero po aneksji Krymu przez Rosję i wojnie na wschodzie Ukrainy w 2014 r., które zweryfikowały przyczyny obaw „nowej Europy” przed Rosją.

Koncepcja „powrotu do Europy” ma swój wymiar geograficzny (zarówno w ujęciu geografii tradycyjnej, jak i „wyobrażonej”), który ujawnił się w kampaniach brandingowych państw Europy Środkowej i Wschodniej. Oznacza ona identyfikowanie się z Europą (w domyśle: Zachodnią) jako pożądaną wspólnotą lub przestrzenią wyobrażoną. Postkomunistyczne państwa Europy Środkowej dążyły do włączenia się do Europy poprzez nawiązywanie współpracy regionalnej. W omawianych przypadkach oznaczało to najpierw nawiązywanie współpracy w ramach państw bałtyckich lub w Grupie Wyszehradzkiej, następnie m.in. w Trójkącie Weimarskim. Po uzyskaniu członkostwa w UE i NATO Litwa, Łotwa i Estonia, podjęły działania – w tym w ramach brandingów – na rzecz zmiany ich postrzegania z państw bałtyckich na nordyckie. Ta zmiana oznaczała dążenie do odrzucenia postkomunistycznego wizerunku położonych nad Bałtykiem dawnych republik radzieckich, na rzecz przyłączenia się do pożądanego przestrzeni północnej Europy, postrzeganej zwłaszcza po kryzysie 2008 r., jako obszar normalności oraz stabilności politycznej i gospodarczej. W przypadku Litwy zmiana ta została zalecona przez firmę Saffron i Wally Olinsa jako doradców

<sup>26</sup> Patrz szerzej: B. Ociepka, *Poland's New Ways of Public Diplomacy*, Frankfurt am Main 2017, s. 73.

<sup>27</sup> Rumsfeld znów dzieli sojuszników, mówiąc o starej i nowej Europie. „Gazeta Wyborcza”, 11.06.2006.

w budowaniu wizerunku ekonomicznego kraju. W skupionym na kształtowaniu gospodarczego wizerunku Litwy dokumencie przygotowanym przez Olinsa, pojawia się wprost zalecenie:

„Nasza rada – i to samo powiedzielibyśmy Łotwie albo Estonii – to zaprzestać, tak bardzo jak to możliwe, użycia słowa 'bałtycki' w kontekstach kulturowych i używać go tylko w kontekstach geograficznych, przyrodniczych, komercyjnych i wyjątkowo politycznych”<sup>28</sup>.

Po kryzysie ekonomicznym 2008 r. utożsamienie się z północą Europy oznaczało podkreślanie zdrowych podstaw gospodarki państwa. Co prawda, Litwa, Łotwa i Estonia boleśnie odczuły konsekwencje kryzysu, szybko jednak odbudowały gospodarczą stabilność, a Estonia oparła swój wizerunek na sektorze nowych technologii w gospodarce. Estonia była przy tym wyjątkiem wśród trzech państw nad Bałtykiem, gdyż świadomie nawiązywała do wartości Zachodu i Wschodu jednocześnie, uznanych za równie ważne dla estońskiej tożsamości. W działaniach brandingowych rządu Estonii próbowały również działać na rzecz głębszego zintegrowania estońskich i rosyjskich obywateli Estonii<sup>29</sup>.

Konstrukcja przestrzeni to nie tylko specjalizacja państw położonych nad Bałtykiem. Słowenia również wykorzystwała branding, aby symbolicznie „odłączyć się” od byłej Jugosławii, identyfikowanej z niestabilnymi politycznie i zacofanymi ekonomicznie Bałkanami i połączyć się, poprzez członkostwo w UE, z „normalną” częścią Europy<sup>30</sup>.

#### GDZIE LEŻY POLSKA?

Powtórzę założenie, że centralna lokalizacja Polski w Europie, definiowana jako fatum w geopolityce, w ujęciach konstruktywistycznych staje się zaletą, gdyż pozwala symbolicznie przesuwać państwo, zgodnie z dominującą narracją o jego przynależności do „wyobrażonych regionów”. Z analizy głównych kierunków polskiej polityki zagranicznej po 1989 r. wynika, że kierunek wschodni został wykluczony, w tym przy wielkim udziale polskich mediów, tradycyjnie antyrosyjskich. Po 2004 r. Polska podkreślała swoją europejską tożsamość, wzmocnioną wejściem do UE, porzucając od akcentu na Europę Środkową, podkreślano również związki z państwami bałtyckimi (tożsamość bałtycka Polski, nieoznaczająca jednak przynależności do państw bałtyckich), które lokowały Polskę na północy Europy, bo nordyckość po kryzysie ekonomicznym 2008 r. stała się w Europie tożsamością pożądaną. Silniej-

<sup>28</sup> Saffron Brand Consultants. *Selling Lithuania Smartly: A Guide to the Creative-Strategic Development of an Economic Image of the Country*. 2009, s. 88.

<sup>29</sup> G. Szondi, *Filary zarządzania reputacją: dyplomacja publiczna w Europie Wschodniej z perspektywy public relations*, (w:) B. Ociepa (red.), *Dyplomacja publiczna*. Wrocław 2008, s. 83.

<sup>30</sup> Z. Volčič, *Branding Slovenia: 'You Can't Spell Slovenia Without Love...'*, (w:) N. Kaneva (red.), *Branding Post-Communist Nations: Marketizing National Identities in the „New” Europe*, London: Routledge 2012, s. 152.

sza współpraca z państwami skandynawskimi ujawniła się m.in. we wspólnym polsko-szwedzkim projekcie powołania do życia Partnerstwa Wschodniego w ramach Europejskiej Polityki Sąsiedztwa. W efekcie, pod koniec sprawowania władzy przez Platformę Obywatelską, minister spraw zagranicznych R. Sikorski podkreślał związki Polski z państwami nordyckimi, a takie postrzeganie Polski pojawiło się w mainstreamowych mediach w Europie. Po 2015 r., w związku z objęciem władzy przez Prawo i Sprawiedliwość i symbolicznym wyprowadzeniem flagi UE ze sfery postrzegania władzy w Polsce, można postawić hipotezę o powrocie Polski do Europy Środkowej jako terytorium wyobrażonego, co symbolizują hasła „Międzymorza” lub „Trójmorza”. Po 2015 r. podkreślanie współpracy Polski w gronie państw wyszehradzkich symbolizowało orientację na państwa Europy Środkowej. Prowadzone od lat badania nad wzajemnym postrzeganiem Polaków i Niemców wykazały w 2018 r., iż Polska ponownie częściej jest postrzegana przez Niemców jako państwo należące do Europy Wschodniej. W prowadzonych przez Instytut Spraw Publicznych badaniach Barometr Polska–Niemcy w 2018 r. 20% Niemców kojarzyło z Polską „Europę Wschodnią, kraj, członka Unii Europejskiej”, w 2016 r. – 16%<sup>31</sup>.

W przypadku Polski rozpocznę od analizy zawartości corocznych informacji ministrów spraw zagranicznych Polski o polskiej polityce zagranicznej. Pozwoliła ona zwrócić uwagę na zawartą w nich definicję geopolitycznego położenia Polski, a przede wszystkim na zmiany w tej kwestii. Strategie polityki zagranicznej i oparte na nich wystąpienia ministrów spraw zagranicznych są – podobnie jak kampanie brandingowe – konstruktami społecznymi. Powstając w procesach społecznych, oddają pojmowanie tożsamości państwa przez tworzące je elity. Dekonstrukcja takich dokumentów służy poszukiwaniu metafor, w których kryje się pojmowanie terytorialnej tożsamości Polski i jej położenia geopolitycznego. Zgodnie z klasyczną taksonomią Lakoffa i Johnsona, tak jak czyniłam to już powyżej, sprawdzę, czy w tym przypadku możemy mieć do czynienia z metaforami orientacyjnymi, a więc tymi, które nadają pojęciom orientacji przestrzennej oraz metaforami strukturalnymi, w których pojęcie nadaje strukturę metaforyczną innemu pojęciu<sup>32</sup>.

#### SĄSIEDZI, WYSZEHRAD I TRÓJMORZE. POLSKA WRACA NA WSCHÓD

Geopolityczne położenie Polski pojawiło się już w pierwszym wystąpieniu ministra spraw zagranicznych po przełomie 1989 r., tj. w przemówieniu K. Skubiszewskiego, który podkreślał, że w 1990 r. „miejsce Polski zarówno polityczne, jak i militarne

<sup>31</sup> *Barometr Polska – Niemcy. Polacy i Niemcy. Dzieląca przeszłość, wspólna przyszłość? Wyniki Barometru Polska-Niemcy 2018*. Hamburg-Warszawa: Körber Stiftung, Instytut Spraw Publicznych, Fundacja Adenauera, 2018, s. 4. Według Agnieszki Łady, prowadzącej projekt w ISP, konotacja ta występuje częściej po 2016 r. niż w latach 2013-2015.

<sup>32</sup> G. Lakoff, M. Johnson, *op. cit.*, s. 36 i nast., s. 86.

jest znaczące<sup>33</sup>. W 1994 r. minister A. Olechowski uzależniał polityczną i gospodarczą pozycję Polski w Europie od „związku ze Wspólnotami”<sup>34</sup>, mając na myśli Wspólnoty Europejskie, podobnie jak w 1995 r. W. Bartoszewski<sup>35</sup>. W latach 1994-1995 orientacja zachodnia była już bardzo wyraźna. W przemówieniach ministrów spraw zagranicznych akcenty zmieniają się z budowania pozycji Polski najpierw w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, następnie Europy Środkowej i Południowo-Wschodniej (exposé z 1999 r.) i w Europie, a od momentu uzyskania członkostwa w NATO, akcentowany jest już szerszy kontekst budowania pozycji w Sojuszu. W 2003 r. minister W. Cimoszewicz wprowadza do *exposé* Polskę jako „uczestnika procesu światowego” dzięki nadchodzącemu członkostwu w Unii<sup>36</sup>. A. Fotyga w 2007 r. podkreślała, iż Polska była „ważnym państwem członkowskim w Unii Europejskiej”, m.in. działającym w imieniu „państw średnich i małych”<sup>37</sup>. Minister R. Sikorski w 2008 r. mówił o globalnej roli Polski dzięki członkostwu w UE i podejmowaniu takich inicjatyw jak m.in. Wspólnota Demokracji.<sup>38</sup> W 2009 r. zdefiniował Polskę jako „przewidywalnego partnera w Europie”.

Jak kilkakrotnie wskazałam, 2008 r. stanowi istotną cezurę dla kształtowania postrzegania analizowanych tu małych i średnich państw UE. Kryzys ekonomiczny, który dotknął przede wszystkim państwa południa Europy (te, które miały największe zadłużenie nazywano PIGS: Portugal, Italy, Greece, Spain) zmienił również ich postrzeganie. Po 2008 r. Polski, w przeciwieństwie do Litwy, Łotwy i Estonii nie dotknęła recesja. Sukces ten, początkowo słabo dostrzegany w Europie i poza nią, próbował pokazać w środowisku międzynarodowym ówczesny premier D. Tusk, nazywając Polskę „zieloną wyspą” w morzu europejskiej recesji. Jest to jedna z bardziej znanych metafor tego okresu, odwołująca się do pozytywnych doświadczeń z zielenią, jako symbolem zdrowego wzrostu i morzem, jako obszarem tego, co nieprzewidywalne, a jednocześnie powszechne i wszechogarniające – w 2008 r. obszarem recesji. Fakt nieprzerwanego wzrostu polskiej gospodarki od przystąpienia do Unii jest do dziś najbardziej pozytywnym przekazem o Polsce, na którym budowane były i są przekazy brandingu państwa. Przyniósł on pozytywne skutki, m.in. zanik negatywnej konotacji stereotypu „polskiej gospodarki” (*polnische Wirtschaft*), przez kilkadziesiąt lat silnie zakorzonego w pań-

<sup>33</sup> Przemówienie wygłoszone podczas Zgromadzenia Północnoatlantyckiego 29.11.1990. (w:) K. Skubiszewski, *Polityka zagraniczna i odzyskanie niepodległości. Przemówienia, oświadczenia, wywiady 1989-1993*. Warszawa 1999, s. 100.

<sup>34</sup> Informacja rządu o głównych kierunkach polityki zagranicznej Polski w 1994 r. 12 maja 1994. <http://orka2.sejm.gov.pl/>, (data wejścia na stronę: 30.06.2012).

<sup>35</sup> Informacja ministra spraw zagranicznych Władysława Bartoszewskiego o głównych kierunkach polityki zagranicznej Polski w 1995 r. 24 maja 1995. <http://orka2.sejm.gov.pl/>, (data wejścia na stronę: 30.06.2012).

<sup>36</sup> Informacja rządu na temat polskiej polityki zagranicznej w 2003 r., 2.01.2003, <http://orka2.sejm.gov.pl/>, (data wejścia na stronę: 30.06.2012).

<sup>37</sup> Informacja ministra spraw zagranicznych Anny Fotygi o założeniach polskiej polityki zagranicznej w 2007 r., 11 maja 2007 <http://orka2.sejm.gov.pl/>, (data wejścia na stronę: 30.06.2012).

<sup>38</sup> Informacja ministra spraw zagranicznych Radosława Sikorskiego o założeniach polskiej polityki zagranicznej w 2008 r. 7.05.2008. <http://orka2.sejm.gov.pl/>, (data wejścia na stronę: 30.06.2012).

stwach niemieckojęzycznych. Dla pełnego obrazu należy przypomnieć, że metafora „zielonej wyspy” była krytykowana w Polsce, gdyż pozytywne doświadczenia gospodarze, których była wyrazem, nie były po 1989 r. udziałem wszystkich Polaków. Wystąpiło tu więc wewnętrzne odrzucenie metafory pozytywnej lokacji Polski w Europie i wykorzystanie jej w wewnętrznym dyskursie, przede wszystkim do krytyki rządzącej do 2015 r. Platformy Obywatelskiej. Metafora ta jednak do dziś funkcjonuje w dyskursie za granicą, gdyż poza granicami Polski odpowiada rzeczywistemu postrzeganiu rozwoju polskiej gospodarki po 1989 r. Dostrzeżenie znaczenia jej odrzucenia mogłoby pokazać zagranicznym interesariuszom polskich działań brandingowych skalę zróżnicowania podstawowych narracji Polaków o Polsce.

Dobra sytuacja gospodarcza w 2008 r. i później kojarzyła się z sytuacją północnej Europy, przede wszystkim z państwami skandynawskimi. W tym czasie Polska zacieśniła współpracę m.in. ze Szwecją w ramach projektu Partnerstwa Wschodniego. Dla Polski model państw skandynawskich kojarzył się z osiągnięciem statusu dobrego obywatela wspólnoty międzynarodowej. Państwa te – terytorialnie i ludnościowo małe, ale zwykle silne gospodarczo, kojarzące się z dobrobytem – były w stanie osiągnąć wyższą pozycję międzynarodową, niż wynikałoby to z ich zasobów twardych. Zawdzięczały to także prowadzonej polityce zagranicznej, w której akcentowano działania na rzecz pokoju (Norwegia) i współpracę rozwojową (Norwegia, Szwecja). Państwa skandynawskie dzięki temu zwykle plasowały się wysoko w rankingach państw–marek, jak w rankingu *Nation Brand Index i Good Country* S. Anholta<sup>39</sup>. To, co północne w Europie 2008 r., było normalne i – z polskiego punktu widzenia – pożądane. Północ stała się metaforą orientacyjną, wyznaczającą pożądany kierunek „geograficzny” lokowania Polski. Zwrócenie uwagi na kierunek północny po 2008 r. dokonało się nie tylko w kraju, ale także media zagraniczne zaczęły utożsamiać Polskę z tym – dla niej samej – regionem pożadany. Przykładowo „Spiegel Online” zauważył w 2012 r., że:

„Tusk i Sikorski (...) zakładają wiodącą rolę (Polski – BO) w grupie północnych państw Europy o zdrowych gospodarkach, i mają w tym poparcie współobywateli”<sup>40</sup>.

a „The New York Times” komentował rok później:

„Warszawa jest o wiele bliżej Niemiec i innych państw Europy Północnej. W przeciwieństwie do Francji, te państwa popierają strukturalne reformy dla wzmocnienia konkurencyjności Europy”<sup>41</sup>.

<sup>39</sup> W 2017 r. Szwecja była w *Nation Brand Index* S. Anholta w pierwszej dziesiątce państw o najlepszym wizerunku i jej pozycja rosła. Według *Good Country Index*, również stworzonego przez S. Anholta, oprócz Szwecji w pierwszej dziesiątce znalazła się również Norwegia, patrz szerzej: *Nation Brand Index* <https://nation-brands.gfk.com/>; *Good Country Index*: <https://goodcountry.org/index/results>.

<sup>40</sup> E. Follath, J. Puhl, *Poland emerges as a Central European powerhouse. The miracle next door*. Spiegel Online, 25 maja 2012. [www.spiegel.de/international/europe/poland-has-become-the-success-story-of-eastern-europe-a-834413.html](http://www.spiegel.de/international/europe/poland-has-become-the-success-story-of-eastern-europe-a-834413.html) (data wejścia na stronę: 18.09. 2012 r.)

<sup>41</sup> J. Dempsey, *Poland and France Move Toward a Europe less Dependent on U.S.*, „The New York Times” wersja online, 8.03. 2013. [www.nytimes.com/2013/03/19/world/eur](http://www.nytimes.com/2013/03/19/world/eur). (data wejścia na stronę: 21.03. 2013).

Między 2008 a 2014 r. położenie północne, jak też przynależność do wyobrażonej wspólnoty nordyckich państw dobrobytu, stały się pożądanymi dla Polski. Ujawniło się ono m.in. w badaniu przeprowadzonym na zlecenie *European Council on Foreign Relations* na małej (40 osobowej) grupie przedstawicieli polskich elit politycznych i think tanków, na krótko przed wyborami parlamentarnymi 2015 r. Na pytanie o najlepszych partnerów do współpracy w sprawach europejskich wśród rządów państw UE, polscy respondenci wskazali na pierwszym miejscu Niemcy, następnie Szwecję, Łotwę i Estonię oraz Rumunię. Państwa Wyszehradu nie znalazły się w czołówce listy<sup>42</sup>. Położenie północne (nordyckie) nie oznaczało jednak dla Polski podkreślania przynależności do państw bałtyckich. Przeciwnie, mimo że Bałtyk jako granica północna jest ważny w polskiej polityce zagranicznej i konstytutywny dla polskiej tożsamości narodowej, to bałtyckość nie jest wartością, która pojawiałyby się – poza turystyką i ekonomią – w kampaniach wizerunkowych Polski.

Z rządowych materiałów poświęconych kształtowaniu marki Polski, a więc zawierających podstawowe elementy autowizerunku Polski wynika, że do 2015 r. region bałtycki postrzegany był raczej jako obszar rozwoju turystyki i pozbawiony kontekstu politycznego. Według „Kierunków promocji Polski do 2015 r.” Polska dzięki centralnemu położeniu miała pełnić rolę naturalnego miejsca spotkań dla regionu bałtyckiego. Po wyborach 2015 r. region bałtycki pojawił się w pierwszym przemówieniu nowego prezydenta RP Andrzeja Dudy w postulacie nowej współpracy państw „od Morza Bałtyckiego do Adriatyku”. Taka współpraca miałaby – według prezydenta Dudy – wzmocnić międzynarodową pozycję Polski<sup>43</sup>. W corocznych wystąpieniach ministrów spraw zagranicznych w Sejmie zwykle pojawia się wzmianka o państwach Morza Bałtyckiego jako partnerach Polski, a sam region jako jeden z najważniejszych. W strategii polskiej polityki zagranicznej na lata 2012-2016 północ jako kierunek geograficzny, ale także metaforycznie jako kierunek współpracy międzynarodowej Polski, pojawiła się jako trzeci z wektorów polityki zagranicznej po kierunku zachodnim i wschodnim i przed południem<sup>44</sup>.

W ustaleniu lokacji Polski istotny jest powtarzający się w dyskursie publicznym powrót do metafory Polski „od morza do morza”, wywodzący się z polskiej mitologii konserwatywno-narodowej i odwołujący się do okresu jagiellońskiego, gdy Polska – mocarstwo europejskie w XV i XVI w. sięgała od Morza Bałtyckiego po Morze Czarne<sup>45</sup>. Metafora „Polski od morza do morza” wyraża jednocześnie

---

<sup>42</sup> J. Janning, *Poland: Europe's unlikely influencer*. [https://www.ecfr.eu/article/commentary\\_poland\\_europes\\_unlikely\\_influencer\\_7028](https://www.ecfr.eu/article/commentary_poland_europes_unlikely_influencer_7028). 19 maja 2016 (data wejścia na stronę: 20.06. 2016).

<sup>43</sup> Orędzie Prezydenta RP Andrzeja Dudy przed Zgromadzeniem Narodowym 6 sierpnia 2015 r. <http://www.prezydent.pl/aktualnosci/wypowiedzi-prezydenta-rp/wystapienia/art,1,oredzie-prezydenta-rp-andrzeja-dudy-przed-zgromadzeniem-narodowym.html>. (data wejścia na stronę: 14.08. 2015).

<sup>44</sup> Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP. *Priorytety polskiej polityki zagranicznej 2012-2016*. Warszawa, marzec 2012, s. 19.

<sup>45</sup> M. Nurek, *Klimaty polityczne w rejonie Bałtyku przed i po wybuchu drugiej wojny światowej*, (w:) *Bałtyk w polityce polskiej w tysiącleciu*, Gdańsk 2000, s. 182.

mocarstwowe dążenia Polski, poprzez odwołanie się do okresu, gdy państwo (należy jednak zwrócić uwagę, że była to Rzeczpospolita Obojga Narodów) zajmowało największy w swej historii obszar. Z punktu widzenia typologii metafor Lakoffa i Johnsona jest to jednak metafora nietypowa, gdyż nie pozwala ona przypisać jednoznacznej wartości „morzu”. Znając tło kulturowe jej powstania wiemy, że „od morza do morza” oznacza z północy na południe, ale żaden z tych kierunków nie jest w tym przypadku nośnikiem wartości dodatnich ani ujemnych. Metafora sygnalizuje raczej zmianę głównej osi lokowania Polski ze wschodu na zachód – na północ i południe.

W przełomowym 2015 r. minister G. Schetyna lokował Polskę bez wątpliwości w Europie rozumianej jako UE. W *exposé* zdefiniował północną Europę jako synonim „innowacji, odpowiedzialności, dobrego zarządzania i stabilności finansowej”<sup>46</sup>. Po zmianie władzy w Polsce w 2015 r., dwa wystąpienia wygłosił minister W. Waszczykowski. W *exposé* z 2016 r. szef dyplomacji podkreślał, że Polska jest częścią Europy. Biorąc więc pod uwagę zmiany rządów i ministrów spraw zagranicznych w Polsce od 2004 do 2018 r., usytuowanie Polski w Europie – bez dodania „środkowej” lub „środkowo-wschodniej” stało się niezmiennym elementem wystąpień.

W 2016 r. minister spraw zagranicznych postawił mocny akcent na konsekwencje położenia Polski między Wschodem i Zachodem. Powróciła definicja lokacji Polski w Europie Środkowej i – dzięki współpracy w Grupie Wyszehradzkiej – w Europie Środkowo-Wschodniej. Polska została określona mianem części „naszego regionu”, przeciwstawionego „starej Europie”. W 2016 r. pojawił się więc krytykowany podział Europy, wprowadzony przez Rumsfelda w 2003 r.:

„Integralnym elementem polskiej polityki europejskiej jest współpraca regionalna. Wiążemy z nią duże nadzieje, ale też dostrzegamy problemy, z którymi przyjdzie nam się zmierzyć. (...) Idea ściślejszej integracji europejskiej czy tak zwanego 'małego Schengen' jest adresowana przede wszystkim do krajów 'starej Europy'. Nasz region nie jest brany pod uwagę. Przeciwno takim rozwiązaniom będziemy protestować”.

W tym samym wystąpieniu pojawił się zarys nowej lokacji na osi Północ-Południe:

„Obecny rząd będzie prowadził politykę regionalną wyrastającą ze szczególnego położenia Polski w Europie. Nasz kraj łączy dwa wielkie obszary europejskie – szeroko pojęty region Morza Bałtyckiego i Europę Środkową z państwami bałtyckimi po Morze Adriatyckie. Nie tylko będziemy obecni w różnych formatach współpracy w ramach poszczególnych regionów, ale będziemy również dążyć do tego, by za pośrednictwem naszego kraju północ i południe Europy były sobie bliższe, aby stworzyły nową tożsamość regionalną w ramach Unii Europejskiej. W sferze politycznej przejawem takiego myślenia jest wspomniany szczyt dziewięciu przywódców środkowo – europejskich zorganizowany w Bukareszcie z inicjatywy Polski i Rumunii –

---

<sup>46</sup> Informacja Ministra Spraw Zagranicznych o zadaniach polskiej polityki zagranicznej w 2015 r. [https://www.ms.gov.pl/pl/ministerstwo/historia/ministrowie\\_sz\\_1918\\_2018/wystapienia\\_grzegorza\\_schetyny/informacja\\_ministra\\_spraw\\_zagranicznych\\_o\\_zadaniach\\_polskiej\\_polityki\\_zagranicznej\\_w\\_2015\\_roku](https://www.ms.gov.pl/pl/ministerstwo/historia/ministrowie_sz_1918_2018/wystapienia_grzegorza_schetyny/informacja_ministra_spraw_zagranicznych_o_zadaniach_polskiej_polityki_zagranicznej_w_2015_roku), (data wejścia na stronę: 13.03. 2016).



naszego ważnego sojusznika regionalnego. W sferze gospodarczo-komunikacyjnej będziemy dokładać starań, by w dziedzinie rozwoju infrastruktury klamrą łączącą różne części Europy stała się Via Carpatia<sup>47</sup>.

W konsekwencji w 2017 r. pojawiło się w dorocznym *exposé* pojęcie Trójmorza. Przewija się – po raz drugi – pojęcie regionu jako części Europy. Akcentowana jest współpraca w Grupie Wyszehradzkiej, ale także z państwami bałtyckimi oraz Bałkanami. W kategoriach bezpieczeństwa pojawiają się określenia „całego naszego obszaru” „położonego między Bałtykiem, Adriatykiem i Morzem Czarnym”<sup>48</sup>.

W *exposé* ministra J. Czaputowicza w 2018 r. Polska nadal jest definiowana w ramach UE, ale także jako „największe państwo w regionie”. W części poświęconej bezpieczeństwu znalazło się określenie „Polska i Europa Środkowo-Wschodnia”, co może sugerować, że jest to region, w którym Polska pełni taką rolę. Także w tym *exposé* mocno eksponowano współpracę regionalną w Grupie Wyszehradzkiej i w nowej formule Trójmorza. Zmiana pojmowania Europy Środkowej (ten termin również pojawia się w *exposé* Czaputowicza) ujawnia się w nadaniu współpracy geograficznego wymiaru z północy na południe, a nie ze wschodu na zachód. Potwierdza to oczekiwanie współpracy państw Grupy Wyszehradzkiej z państwami skandynawskimi. W informacjach ministrów jako dokumentach nadających ton polskiej narracji o polityce zagranicznej, nastąpiło więc po 2016 r. ponowne przesunięcie Polski do Europy Środkowej. Takie ujęcie podkreśla także regionalność w Europie i ponownie oddziela państwa Europy Środkowej od „starej Europy”. Z wystąpień ministrów w 2016 i 2017 r. wyłania się nowy region w Europie, którego Polska chce być liderem jako największe państwo. Jeszcze nie państwo duże, ale największe w regionie.

Opracowana już po wyborach 2015 r. nowa „Strategia polskiej polityki zagranicznej 2017–2021” zawiera kolejną definicję geopolitycznego położenia Polski, w której swoje miejsce znajduje m.in. region bałtycki:

„Polska jest usytuowana w nentralicznym punkcie Europy na styku dwóch geopolitycznych płyt tektonicznych – Europy Zachodniej, której obliczem instytucjonalnym są NATO i Unia Europejska, i Europy Wschodniej, zdominowanej w znacznej mierze przez Rosję. Rzeczpospolita pełni również rolę zwornika na osi Północ-Południe – między szeroko pojętym regionem Morza Bałtyckiego i Europą Środkową i dalej – państwami bałkańskimi oraz obszarem adriatyckim i czarnomorskim. Położenie to jest źródłem problemów, ale też stwarza unikalną szansę wzmocnienia pozycji międzynarodowej naszego kraju”<sup>49</sup>.

<sup>47</sup> Informacja Ministra Spraw Zagranicznych o zadaniach polskiej polityki zagranicznej w 2016 r. 29.01. 2016 r. [https://www.ms.gov.pl/pl/polityka\\_zagraniczna/priorytety\\_polityki\\_zagr\\_2017\\_2021/expose2/expose2016/expose\\_2016](https://www.ms.gov.pl/pl/polityka_zagraniczna/priorytety_polityki_zagr_2017_2021/expose2/expose2016/expose_2016) (data wejścia na stronę: 14.01. 2017).

<sup>48</sup> Informacja Ministra Spraw Zagranicznych o zadaniach polskiej polityki zagranicznej w 2017 r. [http://ms.gov.pl/pl/aktualnosci/wiadomosci/minister\\_witold\\_waszczykowski\\_o\\_priorytetach\\_polskiej\\_dyplomacji\\_w\\_2017\\_roku](http://ms.gov.pl/pl/aktualnosci/wiadomosci/minister_witold_waszczykowski_o_priorytetach_polskiej_dyplomacji_w_2017_roku), (data wejścia na stronę: 12.12. 2017).

<sup>49</sup> Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP. *Strategia polskiej polityki zagranicznej 2017 – 2021*. [www.ms.gov.pl](http://www.ms.gov.pl), (data wejścia na stronę: 20.12. 2017).

Dramatycznego wymiaru „Strategii” nadaje metafora położenia Polski na „styku dwóch geopolitycznych płyt tektonicznych”. Przywodzi ona na myśl trzęsienie ziemi, które w tym przypadku musi mieć miejsce na styku Europy Zachodniej i Wschodniej. W 2018 r. metafora „geopolitycznego trzęsienia ziemi” pojawia się coraz częściej, m.in. w artykule redaktora naczelnego tygodnika „Polityka” J. Baczyńskiego:

„Jesteśmy świadkami geopolitycznego trzęsienia ziemi: pęka i rozsuwa się euroatlantycka płyta tektoniczna, dotychczas stabilizująca całą planetę”.

W tym ostatnim przypadku dotyczy ona jednak stosunków transatlantyckich<sup>50</sup>.

Na próżno szukać podobnej definicji we wcześniejszym dokumencie z 2012 r., poświęconym priorytetom polskiej polityki zagranicznej w latach 2012-2016. Poszukiwanie w nim metafor, zgodnie ze schematem „Polska to...”, „Polska jako państwo...”, nie przynosi rezultatów. Bardziej użyteczne wydaje się w tym przypadku poszukiwanie ram interpretacyjnych. Dokument ten bowiem został napisany z perspektywy Polski jako państwa UE i stąd dominuje w nim „europejskość” – przedstawienie celów polskiej polityki zagranicznej z perspektywy państwa należącego do Unii, ale także dążącego do odgrywania w niej ważnej roli. Pośrednio jedynie z dokumentu wyłania się metafora Polski jako ważnego członka UE. Druga istotna rama ma charakter ekonomiczny. Położenie geograficzne Polski jest w „Priorytetach” rozważane przede wszystkim z perspektywy gospodarczej. W dokumencie wskazuje się jednocześnie na potencjalne korzyści wynikające z położenia Polski na osi Wschód–Zachód, ale i Północ–Południe. Pojawia się także akcent korzystnego położenia między Morzem Bałtyckim a Adriatykiem, ale nie tyle w ujęciu geopolitycznym, co gospodarczym. Także podział na „starą” i „nową” Europę obecny jest w kontekście ekonomicznym<sup>51</sup>.

W pierwszym chronologicznie dokumencie rolę pierwszoplanową odgrywają rozwój Polski jako członka UE i czynnik ekonomiczny. W drugim, w części pierwszej dominuje perspektywa Polski jako członka NATO, ale czynnik ekonomiczny nadal odgrywa ważną rolę. W obu dokumentach podejmuje się temat dość słabego globalnego lokowania Polski. W dokumencie z 2017 r. zawarto definicję oczekiwanego wizerunku Polski jako państwa angażującego się we współpracę rozwojową:

„Polska powinna dążyć do osiągnięcia statusu kraju, który w sposób jednoznaczny postrzegany jest jako dostarczyciel ‘międzynarodowych dóbr publicznych’, państwa, które jest nie tylko ‘biorcą’, ale również ‘dawcą’ stabilności”<sup>52</sup>.

Obydwa dokumenty strategiczne zawierają fragmenty poświęcone wizerunkowi Polski. Brak w nich metafor orientacyjnych, a więc elementów lokacji państwa, ale prezentują podstawy, na których ma być budowany zewnętrzny wizerunek Polski.

<sup>50</sup> J. Baczyński, *Nieznośna lekkość słów*. „Polityka”, 12 czerwca 2018 r. <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1752054,1,nieznosna-lekkosc-slow.read>, (data wejścia na stronę: 20.06. 2018).

<sup>51</sup> Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP. *Priorytety polskiej polityki zagranicznej 2012-2016*. Warszawa, marzec 2012.

<sup>52</sup> Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP. *Strategia...*

Pozostaje sprawdzić, czy świadczące o lokowaniu Polski metafory orientacyjne i strukturalne występują także w dokumentach poświęconych dyplomacji publicznej i marce Polski. Ponownie wezmę pod uwagę dokumenty rządowe z okresu po 2004 r. Jest wśród nich dokument programowy Instytutu Adama Mickiewicza (IAM) z 2014 r., jako głównej instytucji dyplomacji kulturalnej Polski. Dokumenty włączone do badań to także dwa podstawowe, poświęcone promocji Polski (promocja to wciąż dominujący termin w języku rządowych dokumentów, poświęconych dyplomacji publicznej i kształtowaniu marki). Podobnie jak w strategii polityki zagranicznej, także w tym przypadku są to dwa dokumenty: jeden z czasów rządów koalicji PO-PSL sprzed 2015 r., drugi zaś PiS po wygranych wyborach 2015 r. Brak takich dokumentów z czasów pierwszej koalicji, którą PiS tworzyło z Ligą Polskich Rodzin i Samoobroną (2005-2007), gdyż nie istniały jeszcze wówczas ani instytucje, ani strategie rządowe w tej dziedzinie. Wezmę pod uwagę raporty, poświęcone dyplomacji publicznej (dostępne z lat 2010-2015) oraz oficjalne broszury promocyjne, publikowane przez rząd RP online i skierowane do cudzoziemców (w języku angielskim). Podobnie jak w przypadku dokumentów rządowych, będę w nich poszukiwała metafor i ram interpretacyjnych, definiujących położenie geopolityczne Polski i rolę Polski w stosunkach międzynarodowych.

W nurcie „końca geografii” umieszczę misję IAM, która w 2014 r. została sformułowana jako: „Stale uwiarygodniać Polskę jako niezastępowalne ogniwo międzynarodowego obiegu idei, wartości i dóbr kultury najwyższej próby”<sup>53</sup>.

Misja ta zawiera metaforę Polski jako ogniwa globalnej sieci, a więc jest to przypadek nieterytoryjalnego definiowania państwa, które materializuje się, gdy funkcjonuje jako ogniwo „obiegu idei, wartości i dóbr kultury najwyższej próby”. Jest to pierwszy tak jednoznaczny przypadek lokacji sieciowej Polski, która zdaje się iść w kierunku nakreślonym przez Bierstekera. Dokument ten jest także dowodem na ekonomizację polskiej polityki zagranicznej przed 2015 r., zgodnie z którą w ramach dyplomacji kulturalnej państwo może być postrzegane jako „pożądany dostawca treści wysokiej jakości dla międzynarodowego obiegu kultury”<sup>54</sup>. W takim ujęciu terytorium państwa jest drugorzędne. Wpływ Polski jako państwa na sieć „międzynarodowego obiegu kultury” polega na dostarczaniu wysokiej jakości produktów kultury, a więc treści.

Strategia zaproponowana przez IAM dostrzega możliwości pośredniego promowania tożsamości narodowej przez kulturę, zwraca bowiem uwagę na praktyki tak dużych agend rządowych jak Instytut Goethego lub *British Council*, które np. promując teatr nie skupiają się na teatrze narodowym, ale wspierają wymianę międzynarodową w tej dziedzinie. Jak można przeczytać w dokumencie „W tego rodzaju działaniach tożsamość narodowa nie jest bezpośrednio reprezentowana przez udział polskich artystów, lecz zawiera się w ideach”<sup>55</sup>. W tym sensie, państwo może być lokowane nie tylko przez promowanie metafor, określających je bezpośrednio, ale także gdy

<sup>53</sup> Instytut Adama Mickiewicza, *Strategie dziedzin i megaprojektów w latach 2014-2017*. Warszawa.

<sup>54</sup> *Ibidem*.

<sup>55</sup> *Ibidem*, s. 27.

promuje wartości, cenione przez „wspólnoty wyobrażone” w stosunkach międzynarodowych, jak np. dialog, który jest wynikiem współpracy kulturalnej, co mieści się w pojmowaniu współpracy międzynarodowej jako działań win-win.

Według „Kierunków promocji Polski do 2015 r.”, przyjętych w 2009 r., Polska „szuka swojego nowego miejsca na mapie międzynarodowych relacji politycznych”. Jednym z wyników tego „szukania na mapie” jest lokowanie państwa, które następuje bardzo wyraźnie, zgodnie z powyższymi wywodami, po 2009 r. „Mapa międzynarodowych relacji politycznych” to metafora środowiska międzynarodowego, w której porzmiewają akcenty geopolityczne. Zwraca uwagę, że w dokumencie przyjętym 20 lat po przełomie 1989 r., Polska została określona jako państwo „szukające” miejsca, a nie posiadające już jakąś pozycję. W opisie tego procesu najpierw dowiadujemy się czego Polska nie robi: nie aspiruje do „roli samozwańczego lidera regionu”. Mamy tu więc w istocie podwójną negację, a „nieaspirowanie” do roli „samozwańczego lidera” można jednak uznać za sygnał – badanie reakcji – na dążenia ukryte w metaforze „lidera regionu”. Zgodnie z dokumentem, jest to region, który przeszedł transformację po 1989 r. w Europie Środkowo-Wschodniej<sup>56</sup>.

Kierunki promocji przyjęte w 2016 r. definiują Polskę jako „bezpieczny, duży, stabilny i intrygujący kraj w centrum Europy.” Na potrzeby tego tekstu ważne są dwa elementy tej definicji: Polska jako „kraj duży” i Polska jako „kraj w centrum Europy”. Jest to jeden z rzadkich przypadków określenia Polski jako państwa dużego w oficjalnych dokumentach rządowych, poświęconych promocji. W tym przypadku idzie to w parze z bezpieczeństwem i stabilnością, które podobnie jak „intrygujący” należy uznać za elementy wizerunku pożądanego. Definicję tę poddałam weryfikacji w krótkiej ankiecie, skierowanej do studentów, uczestniczących w zajęciach w języku angielskim (w większość byli to obcokrajowcy<sup>57</sup>) w 2018 r. na Uniwersytetach Jagiellońskim i Wrocławskim. 65% studentów uznało tę definicję za trafną (suma: *I strongly agree i I agree*), wśród polskich studentów – 74%. Nikt z badanych nie skomentował nazwania Polski państwem dużym, ale pojawiły się odpowiedzi sugerujące brak opinii (*I don't know*).

Uszczegółowieniem dwóch dokumentów programowych, poświęconych promocji Polski z 2009 i 2016 r. były tzw. zasady komunikacji marki Polska, pierwsze z 2013 r., drugie przyjęte w 2016 r. w formie „ujednoliconej”, jak to określono w tytule<sup>58</sup>. Pierwszy dokument przyjmuje jako punkt wyjścia zdefiniowanie Polski przez W. Olinsa w 2004 r.: „Polska jest częścią Zachodu, ale rozumie również Wschód”<sup>59</sup>.

<sup>56</sup> *Kierunki promocji Polski do 2015 r.* Przyjęte przez Radę Promocji Polski w grudniu 2009 r.

<sup>57</sup> Próbę stanowiło 71 osób, studentów II stopnia studiów stacjonarnych Uniwersytetu Wrocławskiego i Uniwersytetu Jagiellońskiego. Badanie przeprowadzono w marcu i maju 2018 r. Ankietowani udzielali odpowiedzi, zgodnie ze skalą „w pełni się zgadzam” do „nie zgadzam się” i mogli także skomentować zaprezentowaną definicję.

<sup>58</sup> Dokumenty były przyjmowane odpowiednio przez Radę Promocji Polski, jako wewnątrzrządowy organ, który działał do 2015 i Międzyresortowy Zespół do spraw Promocji Polski za Granicą, powołany w 2016 r.

<sup>59</sup> *Zasady komunikacji marki Polska*. Dokument przyjęty przez Radę Promocji Polski w 2009 r., s. 6.

Autorzy dokumentu, poszukując określeń (metafor) najlepiej opisujących Polskę i jednocześnie możliwych do wykorzystania w kampaniach brandingowych, jako ich podstawę przywołali centralne położenie państwa w Europie, aby podkreślić, że przekłada się ono na „intensywność” Polski jako jej cechę charakterystyczną, „bo my Polacy nie potrafimy być w środku, za to bardzo często zbliżamy się do któregoś z ekstremów”. Stosując do rozkodowania tej metafory myślenie geograficzne, mamy tu w istocie definicję – lub przyczynę – lokowania wahadłowego. Drugi dokument z 2016 r. nie wprowadza metafor, które mogłyby posłużyć do lokowania państwa<sup>60</sup>.

Ostatni z badanych dokumentów to angielskojęzyczna broszura pt. *Discover Polska*, na początek w wersji z 2015 r., publikowana online jako wprowadzenie dla osób zainteresowanych Polską<sup>61</sup>. Przedstawia ona podstawowe informacje o Polsce w sposób sugerujący, że przeznaczone są one dla tych, którzy nie mają o niej praktycznie żadnej wiedzy. Początek tej publikacji lokuje Polskę „w samym sercu Europy” (*at the very heart of Europe*). Tym samym pojawia się po raz pierwszy metafora państwa jako „serca Europy”. Podkreśla ona zarówno położenie geograficzne (metafora orientacyjna), jak i odwołuje się do ciepłych skojarzeń z sercem i energią jego bicia. Bez serca nie ma życia, bez Polski nie ma Europy. Tu także pojawia się metafora mostu: Polska to „most między Wschodem a Zachodem” (*a bridge between East and West*).<sup>62</sup> „Most” w tym kontekście wymaga wyjaśnienia, gdyż pojawia się nie po raz pierwszy. Na początku lat 90. metafora „mostu” była stosowana w stosunkach polsko-niemieckich. Zarówno po stronie polskiej, jak i po stronie niemieckiej uważano, że rolę „mostu” pomiędzy Polakami i Niemcami w tamtym czasie mógł spełnić Śląsk. W tamtych czasach i tamtym kontekście oznaczało to, że Śląsk z jego historią i ludnością, wśród której było wielu przedstawicieli mniejszości niemieckiej i silne poczucie regionalności, mógłby odegrać pozytywną rolę w przezwyciężaniu wrogości – a więc barier międzykulturowych – w relacjach między Polakami i Niemcami, ale także w stosunkach politycznych między państwami. Podobne konteksty można odczytać w metaforze Polski jako „mostu między wschodem a zachodem”. W 2015 r. odwoływała się ona do polskich dążeń do roli „ambasadora” Ukrainy w UE. Podobny był charakter Niemiec w relacjach Polski z państwami Wspólnot Europejskich po 1989 r. – z tego okresu pochodzi też metafora państwa niemieckiego jako „ambasadora” lub „advokata” Polski (a nawet całej Europy Środkowej<sup>63</sup>) w procesie „powrotu do Europy”, a w końcu w integracji europejskiej. Metafora „most”, „ambasador” i „advokat” peł-

<sup>60</sup> Także raporty „Dyplomacja publiczna” z lat 2010-2015 nie zawierają badanych tu metafor i ram, gdyż mają charakter „techniczny”, przekazują informacje o zorganizowanych wydarzeniach, a nie o głównych przekazach. Dla poszukiwań przykładów, związanych z lokacją państwa okazały się więc nieużyteczne.

<sup>61</sup> Broszury te zaczęto publikować online w 2014 r., ostatnia odstępna została przygotowana w lipcu 2017 r. W lipcu 2018 r. nie była już dostępna online, a adres [discoverpolska.pl](http://discoverpolska.pl) prowadził do komercyjnej firmy odzieżowej.

<sup>62</sup> Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP, *Discover Polska 2015*. (data wejścia na stronę: 13.11.2015).

<sup>63</sup> B. Koszel, *Niemcy-Polska-Unia Europejska: wspólne interesy i sprzeczności*, (w:) A. Wolff-Powęska i D. Bingen, *Polacy-Niemcy. Sąsiedztwo z dystansu*, Poznań 2004, s. 34.

nią w lokowaniu państwa rolę elementów łączących skonfliktowane strony, kładąc akcent na sam proces porozumienia, a nie na przeciwieństwa.

W wersji *Discover Polska* z 2017 r. zdanie zawierające metaforę Polski jako „mostu między wschodem a zachodem” zostało przesunięte z pierwszej strony do części broszury informującej o podstawach polskiej polityki zagranicznej (*Poland has always been a bridge between the East and West*). Biorąc pod uwagę dwie grupy metafor orientacyjnych: Polski jako mostu i Polski „między morzami” zauważyć można zmianę lokacji Polski jako „mostu” z osi wschód–zachód na północ–południe. Jest to wynikiem osłabienia idei Polski jako ambasadora Ukrainy po 2015 r. i dalszych zmian w pozycji państwa, ale także nowej koncepcji regionalnego przywództwa Polski w Europie Środkowej. Nowa oś pokazuje również zmianę w pojmowaniu Europy Środkowej i w sposobie ucieczki od przypisywania Polski do Europy Wschodniej.

#### WNIOSKI

Rządy inscenizują położenie geopolityczne, będące elementem pożądanego wizerunku państwa. Polska sprawdza się w tym kontekście jako przypadek szczególnie nadający się do analizy. Potwierdziło się założenie, że centralność położenia w Europie będzie sprzyjać lokowaniu państwa. Wskazuje jednocześnie na możliwość łączenia argumentacji geopolitycznej, zakorzenionej w realizmie i lokacyjnej, wywodzącej się z ujęć konstruktywistycznych. Lokowanie państwa polskiego po 1989 r. odbywało się najpierw na osi Wschód-Zachód, a po 2008 r. także Północ-Południe. W tym drugim przypadku oznaczało utożsamienie się z nordycką „wyobrażoną wspólnotą dobrobytu”, następnie wiązało się z inicjatywą Trójmorza lub Międzymorza. W lokacji Polski brak wymiaru globalnego, z wyjątkiem wskazanych wyżej elementów *exposé* z 2003 r. i z okresu 2011-2013-2015. Globalność i globalizacja nie są doświadczeniami polskich elit politycznych i stąd rzadko pojawiają się w metaforach, sprawiają przy tym, że Polacy są głusi na wydarzenia dziejące się poza najbliższym sąsiedztwem. Po 2015 r. silny akcent na centralne położenie Polski – jako szansę i zagrożenie – zawierają także dokumenty brandingowe, co potwierdza moje przypuszczenie, że centralność daje się inscenizować.

Lokowanie państwa odbywa się poprzez wprowadzanie do dyskursu polityki – zwykle najpierw na użytek wewnętrzny, a następnie zewnętrzny – metafor orientacyjnych, które w tym przypadku odwołują się do kierunków geograficznych. Jeśli u Lakoffa i Johnsona „szczęśliwy to w górę, smutny to w dół”<sup>64</sup>, to w procesach lokowania państwa na przykładzie Polski i państw bałtyckich „normalny to na północy i zachodzie, nienormalny (w sensie normalności państwa we wspólnocie międzynarodowej) to na południu i wschodzie”, i dalej „dobrobyt to na północy, kryzys na południu”.

Przeprowadzona analiza potwierdziła, że centralne położenie geograficzne sprzyja konstrukcji położenia geopolitycznego państwa. Praktyka państw małych i śred-

<sup>64</sup> G. Lakoff, M. Johnson, *op. cit.*, s. 37.

nich dowodzi, że – jak Polska – mają jednak ograniczone instrumentarium lokowania geopolitycznego. Aby lokować państwo zgodnie z pożądanym wizerunkiem nie wystarczy konstrukcja przekazów kierowanych za granicę, ale musi ona być poprzedzona realnymi działaniami na rzecz uzyskania lub utrzymania międzynarodowej wiarygodności. Dopiero te dwa elementy razem tworzą podstawy do osiągnięcia sukcesu w lokowaniu geopolitycznym.

**Prof. dr hab. Beata Ociepka**, Instytut Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Wrocławskiego (beata.ociepka@uwr.edu.pl)

**Słowa kluczowe:** lokacja, powrót do Europy, geopolityka, Unia Europejska, Polska, branding

**Keywords:** location, coming back to Europe, geopolitics, European Union, Poland, branding

#### ABSTRACT

*The aim of this article, entitled “Where is Poland? Constructing the State’s Geopolitical Position in Central Europe”, is to introduce the concept of country location, understood as governmental policy, redefining the geopolitical position of the country and its role in international relations, as framed by the processes of European integration.*

*The author starts the analysis with the presumption that public diplomacy and nation branding are the basic tools of countries’ location.*

*The hypothesis of the study says that although the very idea of location is deeply rooted in constructivism as a theory of international relations, it is not at odds with the realist approaches. To verify this hypothesis, the author confronts a country’s location with the concept of the “spatial turn” in social sciences. She elaborates on the cases of Poland and the Baltic states. The author presumes that centrally located Poland as a middle rank country is a case that is suitable for location.*

*The author implements discourse analysis, indicating these narratives in discourse on politics in Poland after 2004, which consisted of orientational metaphors, shifting Poland from the east to the west, and then to the north. Eventually, the author coins the idea of a swinging location, illustrating it with Poland’s going back to Central Europe, “between the seas”.*



## NASZE WYDAWNICTWA

INSTYTUT ZACHODNI

ul. Mostowa 27, 61-854 Poznań

tel. +61 852 28 54

fax +61 852 49 05

e-mail: [wydawnictwo@iz.poznan.pl](mailto:wydawnictwo@iz.poznan.pl)

---

Z przyjemnością informujemy o udostępnieniu **biblioteki cyfrowej „Przeglądu Zachodniego”** obejmującej archiwalne roczniki czasopisma od 1945 r. Digitalizacja „Przeglądu Zachodniego” z lat 1945-2017 była możliwa dzięki środkom Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego uzyskanym przez Stowarzyszenie Instytut Zachodni. **Dostęp do cyfrowego zasobu jest całkowicie bezpłatny i otwarty.** Z pewnością zrealizowane przedsięwzięcie okaże się znaczącą pomocą dla wszystkich zainteresowanych studiami nad zagadnieniami, które od niemal siedemdziesięciu pięciu lat opisywane są na łamach czasopisma Instytutu Zachodniego i przysłuży się upowszechnieniu jego zawartości.

Biblioteka cyfrowa „Przeglądu Zachodniego” jest dostępna na stronie internetowej [www.archiwumpz.iz.poznan.pl](http://www.archiwumpz.iz.poznan.pl)

Digitalizacja, udostępnienie i utrzymanie otwartego dostępu przez Internet edycji „Przeglądu Zachodniego” z lat 1945-2017 zostało sfinansowane w ramach umów 729/P-DUN/2016 i 709/P-DUN/2018 ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego przeznaczonych na działalność upowszechniającą naukę.



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego