

MIEKKA SIŁA JAKO NARZĘDZIE
POLITYKI ZAGRANICZNEJ
CHIŃSKIEJ REPUBLIKI LUDOWEJ I REPUBLIKI KOREI

Wzrost zainteresowania tzw. miękką siłą (ang. *soft power*), stosowaną według niektórych badaczy już od starożytności¹, został zapoczątkowany przez ataki terrorystyczne na World Trade Center w 2001 r., jednakże pojęcie to zostało rozwinięte dopiero 3 lata później przez Josepha Nye'a² (choć po raz pierwszy pojawiło się na przełomie lat 80. i 90. XX wieku, to jednak właśnie publikację z 2004 r. uznaje się za przełomową w tej dziedzinie). Autor podzielił siłę państwa na dwie składowe – jedną związaną z czynnikami geostrategicznymi, ekonomicznymi i potencjałem militarnym państwa oraz drugą wykorzystującą atrakcyjność i wiarygodność państwa, która wynika z jego kultury, polityki czy ideologii. To właśnie wiarygodność państwa jest obecnie kluczowym czynnikiem podczas budowania relacji międzynarodowych³ i dobrze wykorzystana stanowi narzędzie zapobiegające konfliktom zbrojnym, czyniąc z miękkiej siły swego rodzaju mechanizm prewencyjny. Sam Joseph Nye zauważa, że promowanie takich idei, jak np. demokracja, prawa człowieka czy rozwój społeczeństwa obywatelskiego, nie może się odbywać przy użyciu broni⁴.

Widocznym skutkiem rozróżnienia czynników wpływających na całokształt siły państwa i uznania miękkiej siły za jej bardzo ważną składową jest wprowadzanie odpowiednich departamentów zajmujących się nią w strukturach ministerstw⁵, a także rozwój badań i wzrost zainteresowania ze strony środowisk naukowych. Choć wiele osób twierdzi, iż „armii nie powstrzymuje się za pomocą nawet największego pokrewieństwa kulturowego”⁶, sugerując tym samym, że miękka siła nie może być uważana za poważne narzędzie polityki zagranicznej, to niewątpliwie pojęcie *smart*

¹ L.C. Laskai, *Soft Power or Ancient Wisdom?*, <http://thediplomat.com/2013/08/soft-power-or-ancient-wisdom/> (dostęp: 10.01.2015).

² J.S. Nye, *Soft Power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, Warszawa 2007, s. 34.

³ B. Ociepka, *Nova dyplomacja publiczna – perspektywa teorii stosunków międzynarodowych i komunikowania politycznego*, „Przegląd Strategiczny” 2012, nr 1, s. 130.

⁴ J.S. Nye, *Przyszłość siły*, Warszawa 2012, s. 15.

⁵ B. Ociepka, *Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski*, Warszawa 2013, s. 10.

⁶ J.C. Ramo, *The Age of Unthinkable*, New York 2009, s. 76,77, cyt. za: J.S. Nye, *Przyszłość...*, s. 81.

power, czyli umiejętnego połączenia i wykorzystania wszystkich dostępnych narzędzi, zyskuje na świecie coraz więcej sympatyków zarówno wśród teoretyków, jak i praktyków polityki.

Niniejszy artykuł stanowi próbę odpowiedzi na pytanie, czy w erze globalizacji i nowych technologii system polityczny wpływa na sposób prowadzenia dyplomacji publicznej i wykorzystania zasobów miękkiej siły, czy też wszystkie państwa na świecie dążą raczej do pewnego uniwersalnego wzorca. W tym celu zostaną przeanalizowane dwa przodujące w użyciu miękkiej siły państwa Azji, które mają wiele wspólnego w kwestiach kulturowych i które łączą podobne religie oraz systemy filozoficzne, jednakże mają zupełnie inne systemy polityczne i zasoby twardej siły. Socjalistyczna z nazwy Chińska Republika Ludowa zostanie porównana z Republiką Korei, która w 2014 r. znalazła się na 21 miejscu rankingu Index Democracy The Economist Intelligence Unit, należąc do grupy 24 państw mających status pełnych demokracji (dla porównania Polska uplasowała się na 40 miejscu, w grupie demokracji wadliwych, a Chiny na 144 pozycji, będąc w tym zestawieniu reżimem autorytarnym)⁷.

Chińska Republika Ludowa – gospodarka ramię w ramię z ideologią

Od 1978 r. i reform wprowadzonych przez Deng Xiaopinga Chiny sukcesywnie stają się coraz bardziej kapitalistyczne i zmodernizowane. Od 1992 r. Państwo Środka coraz mocniej otwiera się na procesy globalizacyjne, przyciąga coraz więcej zagranicznych inwestorów, ostatnio samo coraz więcej inwestuje za granicą, a tym samym odgrywa coraz większą rolę w światowej gospodarce⁸. Przestajemy patrzeć na Chiny jak na pewien monolit, a pierwszymi skojarzeniami międzynarodowej opinii publicznej nie będą już protesty studentów i Komunistyczna Partia Chin (KPCh), a raczej kwestie związane z ekonomią i jej szybkim rozwojem. Zmiana jest tak znacząca, że zdaniem części ekspertów Chiny są w stanie zagrozić pozycji Stanów Zjednoczonych jako najważniejszego światowego supermocarstwa i to właśnie gospodarka jest najmocniejszym atutem ChRL w walce o pozycję na arenie międzynarodowej⁹. Władze w Pekinie zdają sobie jednak sprawę z tego, jak pomocne może być użycie narzędzi miękkiej siły i od lat 2002–2007 (początek

⁷ *Democracy Index 2014. Democracy and its discontents. A report from The Economist Intelligence Unit*, The Economist Intelligence Unit Limited 2015, London 2014, s. 3–8.

⁸ D.E. Zheng, *China's use of soft power in the developing world. Strategic intentions and implications for United States* [w:] *Chinese soft power and its implications for United States. Competition and cooperation in the developing world. A report of the CSIS Smart Power Initiative*, red. C. McGifert, Washington 2009, s. 1.

⁹ *Ibidem*, s. 1.

systemowej reformy kulturalnej i pierwsze użycie sformułowania „miękką siłą” na Kongresie KPCh) obserwujemy wiele działań podejmowanych w tym zakresie.

Odpowiedzi na pytanie, dlaczego zagrożenie miękkiej siły spotkało się z tak dobrym przyjęciem w Chinach, chociaż w Stanach Zjednoczonych, gdzie się narodziło, przez długi czas było traktowane z pewną rezerwą, szukały B.S. Glaser i M.E. Murphy¹⁰. Zauważyły one, że jednym z możliwych wyjaśnień tego faktu jest wpływ tradycyjnej filozofii chińskiej. Dla przykładu, konfucjanizm przedkładał władzę moralnego nad tego, który swój autorytet opiera na sile. Nie bez znaczenia wydaje się także czas, w jakim teoria ta dotarła do ChRL – Pekin starał się wtedy zbudować swoją silną pozycję na świecie, jednocześnie uciekając od losu, który spotkał Związek Radziecki¹¹.

Miękką siłą jest przez Chiny używana nie tylko chętnie, ale nabrała także cech, które są typowe jedynie dla tego państwa. Według D.E. Zheng politykę zagraniczną Chin cechuje szczególny styl budowania relacji z innymi państwami, zakładający swego rodzaju „politykę przyjaźni”, która jednocześnie podkreśla suwerenność wszystkich państw i brak ingerencji w ich politykę wewnętrzną. Ma ona na celu zabezpieczenie relacji handlowych i dostępu do surowców w celu dalszego napędzania gospodarki¹². Chińscy naukowcy ukuli także pojęcie „pokojowego wzrostu/rozwoju” (*heping jueqi/fazhan; Peaceful Rise/Development*), które szybko zostało zaadoptowane przez liderów politycznych i miało podkreślać, że Chiny nie mają zamiaru zagrozić żadnemu narodowi, nawet jeżeli staną się światowym supermocarstwem¹³.

Zajmując się bardziej szczegółowo samą chińską miękką siłą, wspomniana już D.E. Zheng wymienia jej pięć narzędzi: inwestycje, pomoc humanitarną, programy wymiany, dyplomację i udział w instytucjach multilateralnych¹⁴. Za najważniejszą siłę Chin uważa przede wszystkim inwestycje, prognozując w opublikowanym 2009 r. artykule, że w ciągu kilku dekad państwo to powinno zostać największą gospodarką świata, co faktycznie nastąpiło i to już pięć lat później (po kursie siły nabywczej; w sensie nominalnym jest to dalej druga gospodarka świata, po USA)¹⁵. ChRL poszukuje partnerów, od których będzie mogła pozyskiwać energię i surowce mające umożliwić dalszy rozwój jej gospodarki. W zamian oferuje dobre warunki finansowe z jednym zastrzeżeniem – zaakceptowania polityki „jednych Chin”, czyli

¹⁰ B.S. Glaser, M.E. Murphy, *Soft power with Chinese characteristics. The ongoing debate* [w:] *Chinese soft power...*

¹¹ *Ibidem*, s. 12–13.

¹² D.E. Zheng, *China's use...*, s. 2.

¹³ J. Kurlantzick, *Charm Offensive. How China's soft power is transforming the new world*, Yale 2007, s. 38.

¹⁴ D.E. Zheng, *China's use...*, s. 2.

¹⁵ *China's back*, <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21623758-chinas-back> (dostęp: 10.01.2015).

uznania, że Tajwan, Hongkong i Makau stanowią ich nierozzerwalną część¹⁶. Pekin stara się także być aktywnym działaczem w dziedzinie szerzenia pokoju na świecie i pomocy humanitarnej, co często jest podkreślane w mediach w celu budowania pozytywnego wizerunku. Kluczowe dla chińskiej dyplomacji są również wspomniane już programy wymiany, głównie kulturalnej i akademickiej, ale także programy wymian dla zagranicznych polityków i dziennikarzy¹⁷. Najważniejszym przedsięwzięciem w tej dziedzinie jest sieć Instytutów Konfucjusza działających na całym świecie. Jest to chiński odpowiednik brytyjskiego British Council czy francuskiego Alliance Française, który ma za zadanie szerzyć wiedzę z zakresu języka i kultury chińskiej. W tym celu prowadzone są stale zajęcia dla studentów, organizowane wydarzenia związane z kulturą, a także podpisywane są umowy partnerskie pomiędzy uczelniami chińskimi i zagranocznymi. Sama nazwa ośrodków nawiązuje przede wszystkim do tradycji i historii Chin, a nie współczesnej sytuacji politycznej, co pokazuje, w jaki sposób ChRL stara się budować pozytywny wizerunek na świecie. W latach 2002–2004 odnotowano trzydziestoprocentowy wzrost liczby zagranicznych studentów, którzy rozpoczęli naukę na uczelniach chińskich¹⁸, a z wieloma państwami podpisano umowy partnerskie, dzięki którym język mandaryński jest nauczany w szkołach (np. w Tajlandii)¹⁹. Zmiana może być także zaobserwowana na polu klasycznej dyplomacji, ponieważ wysocy przedstawiciele rządu są nierzadko absolwentami prestiżowych uczelni, profesjonalnie przygotowani do prowadzenia rozmów i negocjacji oraz większego zaangażowania w działania międzynarodowych instytucji multilateralnych, co pokazuje, jak zmienia się waga tego zagadnienia w ostatnich latach²⁰.

Jednym z kluczowych elementów miękkiej siły jest kultura danego państwa i Chiny również starają się używać jej do budowania pozytywnego wizerunku na świecie, jednakże, co ciekawe, przedstawiciele Komunistycznej Partii Chin używają tu sformułowań przypominających nomenklaturę wojskową, mówiąc o tym, że muszą odeprzeć atak kultury zachodniej, która narusza suwerenność państwa i jest traktowana przez innych jako broń²¹. Kultura stała się raczej kolejnym polem walki o dominację niż narzędziem budowania pokojowego obrazu, który wzmocniałby wiarygodność państwa na świecie.

Od początków badań nad propagandą film był uważany za jedno z jej narzędzi i tak samo w Chinach stanowi jeden z bardzo ważnych instrumentów miękkiej siły – skierowanej zarówno na zewnątrz, jak i do wewnątrz. Państwo Środka ma drugi naj-

¹⁶ D.E. Zheng, *China's use...*, s. 4.

¹⁷ *Ibidem*, s. 4.

¹⁸ *Ibidem*, s. 4.

¹⁹ J. Kurlantzick, *Charm Offensive...*, s. 68.

²⁰ D.E. Zheng, *China's use...*, s. 5.

²¹ B.S. Glaser, M.E. Murphy, *Soft power...*, s. 15.

większy na świecie rynek filmowy²². Filmy dopuszczane do dystrybucji są wnikliwie analizowane i jedynie te, które chronią chiński wizerunek, mogą być oglądane przez Chińczyków. Już od lat 50. XX wieku film wykorzystuje się w edukacji patriotycznej, wspiera się produkcję filmów o pożądanej tematyce i ogranicza dostęp do tych, które nie są zgodne z ideologią państwa²³. Reformy w państwie przelożyły się również na większą liczbę produkcji filmowych, które odnoszą sukces nie tylko w kraju, ale i za granicą, stanowiąc tym samym skuteczny element miękkiej siły. Wykorzystanie sztuk wizualnych pomaga także podtrzymać legitymizację władzy, która nie mogła dłużej opierać się na walce klasowej i strachu przed wrogiem zewnętrznym – zaczęto odwoływać się do symboli narodowych i historii²⁴.

Na polu miękkiej siły Chin wyróżniają także naukowcy, którzy postulują rozbudowanie oryginalnej koncepcji Nye'a i dostosowanie jej założeń do warunków chińskich. Uważają oni, że niezbędne jest bardziej holistyczne podejście (uwzględnienie także spraw wewnętrznych), a nie postrzeganie miękkiej siły jedynie jako narzędzia polityki zagranicznej. Przejawia się to w idei stworzenia „harmonijnego społeczeństwa” wewnątrz i „harmonijnego świata” na zewnątrz, czemu miałyby służyć *soft power*²⁵. Idea ta ma stanowić narzędzie budowania pozytywnego obrazu Chin nie tylko wśród międzynarodowej opinii publicznej, ale także w oczach samych Chińczyków, czego przejawem może być chociażby wspomniana wyżej chińska kinematografia.

Jeśli spróbujemy ocenić wizerunek Pekinu wśród obywateli, a nie polityków, to może się wydawać, że udało się go znacząco poprawić względem tego sprzed 10 czy 20 lat, jednakże Chiny wciąż nie są zawsze jednoznacznie pozytywnie postrzegane. Badania przeprowadzone w 2005 r. przez BBC wśród obywateli 22 państw z różnych kontynentów pokazały, że działania ChRL często są odbierane bardziej przychylnie niż Stanów Zjednoczonych²⁶. Jednak, co ciekawe, z innych badań wynika, że Chiny pozostają pod tym względem daleko w tyle nawet w samym regionie Azji. To ciągle USA są wymieniane przez niemalże wszystkie państwa świata jako najbardziej wpływowe na każdym polu – od polityki, poprzez ekonomię, aż po kulturę. ChRL bywa wskazywana jedynie jako przyszły lider regionu, rzadko kiedy całego świata, i najczęściej jedynie w kwestiach gospodarczych, co wyraźnie pokazuje różnicę pomiędzy tym, jak same Chiny widzą siebie a tym, jak widzi je reszta świata (szczególnie kraje rozwinięte zapatrują się na szybki rozwój tego państwa z dużą rezerwą)²⁷. Przywołane badania mogą świadczyć o tym, że Pekin, co prawda, potrafił zbudować

²² J. Wardega, *Chiński nacjonalizm. Rekonstruowanie narodu w Chińskiej Republice Ludowej*, Kraków 2014, s. 323.

²³ *Ibidem*, s. 344.

²⁴ *Ibidem*, s. 285.

²⁵ B.S. Glaser, M.E. Murphy, *Soft power...*, s. 20.

²⁶ J. Kurlantzick, *Charm Offensive...*, s. 9.

²⁷ D.E. Zheng, *China's use...*, s. 8.

relatywnie pozytywny obraz państwa wśród obywateli innych krajów, ale jednak dalej musi dbać o wizerunek ChRL jako mocarstwa, nawet regionalnego.

Wyniki wyżej opisanych badań pokrywają się częściowo z opiniami ekspertów z zakresu stosunków międzynarodowych oraz wizerunkiem Chin wśród polityków innych państw. Zmiany na arenie międzynarodowej, które są konsekwencją otwarcia się ChRL i jej aktywnego uczestnictwa w ładzie międzynarodowym w ostatnich dekadach, wnikliwie opisuje D. Shambaugh²⁸. Stwierdza on, że państwo to tak naprawdę nie jest zainteresowane tworzeniem ogólnoświatowego porządku, a jedynie własnymi zyskami, które może osiągnąć, mając silniejszą pozycję. Sami Chińczycy formułują wiele, często sprzecznych, koncepcji tego, jaką rolę Chin powinny odgrywać na świecie²⁹, co skutkuje dyplomacją, która ma na celu jedynie ekonomiczną modernizację oraz zapobieganie niebezpieczeństwom³⁰ zamiast długofalowej koncepcji budowania relacji z innymi państwami.

Największym problemem w zakresie miękkiej siły Chin wydaje się nieumiejętność stworzenia wizerunku opierającego się na wiarygodności. Państwo Środka jest w oczach innych państw okresami nieprzewidywalne, szuka zadośćuczynienia, uważa, że to świat powinien się przylączyć do niego, a nie ono do świata, jednocześnie Chiny niosą ogromne obciążenie wynikające z historii, przez co nie mają praktycznie żadnych sojuszników³¹, a słabsze wyniki ekonomiczne poza handlem uniemożliwiają walkę o pozycję lidera na świecie. Ponadto, jak pisze D. Shambaugh, Pekin inaczej rozumie miękką siłę i dyplomację publiczną niż pozostałe państwa, stosując taktykę z innych obszarów rozwoju – inwestuje pieniądze i oczekuje zobaczyć w niedługim czasie zyski³². Radą autora – który podkreśla, że miękkiej siły nie da się kupić – dla Chin byłoby powierzenie budowania wizerunku państwa społeczeństwu, które jest niezwykle utalentowane i dużo lepiej poradziłoby sobie z tym zadaniem niż rząd chiński.

Chociaż dyskusja nad zrównoważeniem rozwoju Chin powraca, to Państwo Środka ciągle zdaje się podporządkowywać inne narzędzia polityki rozwojowi gospodarczemu, który przynosi wymierne skutki. Bez odpowiedzi jak na razie pozostaje również pytanie o konkretną formę wykorzystania chińskiej miękkiej siły w nadchodzących latach. O ile państwo to w dalszym ciągu z różnymi skutkami stara się ocieplić wizerunek, o tyle w przypadku zdobycia w przyszłości statusu, do którego dąży, zasadne będą rozważania, czy powinno ono promować wartości socjalistyczne jako alternatywę dla wartości proponowanych przez krąg cywilizacji zachodniej lub czy chiński socjalizm zmieszany z kapitalizmem może odgrywać rolę modelu do naślada-

²⁸ D. Shambaugh, *China goes global. The Partial Power*, New York 2013.

²⁹ *Ibidem*, s. 11, 35–36.

³⁰ *Ibidem*, s. 97.

³¹ *Ibidem*, s. 246.

³² *Ibidem*, s. 213.

dowania dla państw rozwijających się³³. Model ten bywa nawet nazywany na Zachodzie „konsensusem pekińskim”, nawiązując do „konsensusu waszyngtońskiego”³⁴, co podkreśla dążenie ChRL do bycia swoistą przeciwwagą dla Stanów Zjednoczonych poprzez promowanie wypracowanego przez siebie modelu socjoekonomicznego poza granicami. Konsensus pekiński (przez Chińczyków w dyskursie publicznym i naukowym zastępowany powszechnie pojęciem *Zhongguo moshi*, a więc „chińskiego modelu rozwojowego”) jest jednak obecnie atakowany przez specjalistów. Zarzucają mu mianowicie, że ani nie jest typowo chiński (Korea Południowa, Japonia i Singapur wcześniej wprowadziły zmiany w gospodarce, nie liberalizując systemu politycznego), ani nie jest konsensusem, ponieważ o ile liderzy partyni zgadzają się co do pewnych postanowień, o tyle w praktyce przywódcy poszczególnych prowincji nierzadko stawiają sobie za priorytet rozwój, nie wprowadzając w życie postanowień, które mogą go spowolnić, czyli np. tych dotyczących ekologii³⁵.

Chiny bardzo często pojawiają się w amerykańskich opracowaniach dotyczących miękkiej siły jako państwo, które regularnie i skutecznie sięga po to narzędzie w polityce zagranicznej³⁶. Warto jednak zaznaczyć, że nie tylko elity polityczne zdają się nie mieć spójnej wizji dalszego kompleksowego rozwoju państwa, który pozwoliłby maksymalnie wykorzystać i połączyć wszystkie jego zasoby, jednocześnie szanując takie sfery, jak np. ekologia, ale problem z analizą obecnego stanu rzeczy mają także naukowcy, co widać bardzo dobrze w pracach chociażby D.E. Zheng. Większość zachodnich ekspertów zajmujących się miękką siłą ChRL uważa za jej główne narzędzie kwestie gospodarcze, które przecież w koncepcji Nye’a należą do sfery siły twardej. Można to jednak wytłumaczyć niespotykanym w innych analizowanych państwach połączeniem ekonomii z ideologią, która jak najbardziej stanowi przejaw *soft power*. David Shambaugh zauważa także za J. Nyem, że Stany Zjednoczone przeceniają rolę Chin, które nie mają realnej szansy zagrozić ich pozycji światowego supermocarstwa. Również samo Państwo Środka przecenia własną siłę, co w konsekwencji może stanowić pewne niebezpieczeństwo dla równowagi na świecie – w Stanach Zjednoczonych buduje uczucie strachu przez Chinami, z kolei w samych Chinach nieposkromionej dumy³⁷.

Miękka siła wydaje się dla ChRL narzędziem ułatwiającym użycie innych środków, a pozytywny wizerunek państwa ma być jedynie celem pośrednim na drodze do próby zdobycia pozycji supermocarstwa. Trzeba jednak zaznaczyć, że decyzje podejmowane przez polityków chińskich w tej sferze mogą w przyszłości z jednej

³³ B.S. Glaser, M.E. Murphy, *Soft power...*, s. 21–22.

³⁴ J. Kurlantzick, *Charm Offensive...*, s. 56.

³⁵ M. Barr, *Who's afraid of China. The challenge of Chinese soft power*, London–New York 2011, s. 13–14.

³⁶ I. D’Hooghe, *Public diplomacy in the People’s Republic Of China [w:] The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*, red. J. Melissen, New York 2005, s. 108.

³⁷ D. Shambaugh, *China goes global...*, s. 248.

strony stać się pewnym wyznacznikiem dla działań państw, które, będąc pod wrażeniem imponującego rozwoju Chin, spróbują wzorować się na nich. Z drugiej mogą być także interesującym z punktu widzenia politologii przejawem przeniesienia walki o wartości ze sfery zasobów twardej siły do swego rodzaju „wojny na wizerunki”, która również, podobnie jak walka zbrojna, ma na celu zwiększenie strefy wpływów i maksymalizację dostępu do surowców.

Republika Korei – kultura popularna i technologia

Mówiąc o Korei Południowej, często można usłyszeć od osób mniej zainteresowanych polityką międzynarodową pytanie, czy to „ta dobra”. Choć nie mają oni na celu wartościowania systemów politycznych, to tak sformułowane pytanie dość wyraźnie obrazuje sytuację geopolityczną Republiki Korei, której pozycja jest osłabiana przez bliskość Korei Północnej. Państwo to należy do tzw. „azjatyckich tygrysów”, przeżyło niesamowity wzrost gospodarczy, nazywany „cudem nad rzeką Han”, jest także jednym z liderów na rynku nowych technologii oraz siódmą siłą militarną na świecie³⁸. Jednakże ogólna ocena zasobów jego twardej siły jest regularnie osłabiana przez najbliższego sąsiada. Należy również zaznaczyć, że jest ona relatywnie słaba w porównaniu z Chinami czy Japonią.

Republikę Korei uważa się za mocarstwo regionalne lub lokalne (ang. *middle power*), zaś ona sama aspiruje do wzmocnienia swojej pozycji nie tylko w regionie północno-wschodniej Azji, ale także na świecie³⁹. Z analiz wynika, że Korea Południowa jest zdolna do osiągnięcia swoich celów poprzez zręczne manewrowanie pomiędzy silniejszymi sąsiadami, lecz brak uznania za równego partnera przez inne państwa oraz częsta nieumiejętność rozróżnienia produktów koreańskich od japońskich przez odbiorców z Zachodu wydają się największym problemem dla polityki zagranicznej Seulu⁴⁰. Rząd Republiki Korei, zdając sobie sprawę z tego, że pozycja państwa na arenie międzynarodowej nie oddaje siły wynikającej z zasobów twardej siły⁴¹, postanowił zacząć aktywnie korzystać z narzędzi miękkiej siły i z ich pomocą poprawić swoją pozycję na arenie międzynarodowej. Yul Sohn uważa, że pozorne wady (małe znaczenie państwa) mogą zostać przekute w zalety, a Korea Południowa, nieobciążona jak Japonia historią i nieprzytłaczająca jak Chiny, może

³⁸ J. Bender, *Ranked: The World's 20 strongest militaries*, <http://uk.businessinsider.com/these-are-the-worlds-20-strongest-militaries-ranked-2015-9> (dostęp: 11.01.2016).

³⁹ D. Shim, P. Flamm, *Rising South Korea: A Minor Player or a Regional Power*, „German Institute of Global and Area Studies Working Papers” 2012, no. 200, s. 17.

⁴⁰ *Ibidem*, s. 17.

⁴¹ S. Lee, *South Korean Soft Power and How South Korea Views the Soft Power of Others* [w:] *Public Diplomacy and Soft Power in East Asia*, red. S. Lee, J. Melissen, New York 2011, s. 140.

odgrywać rolę arbitra w regionie i właśnie w ten sposób powinna budować swoją dyplomację publiczną⁴².

Przełomowy dla dyplomacji publicznej w Republice Korei był rok 2010, kiedy to powstało Korea Public Diplomacy Forum (KPDF) – organ doradczy, w którym kluczową rolę mają odgrywać obywatele⁴³. Fakt, że tego typu organ powstał zaledwie kilka lat temu, z jednej strony przekłada się na działania państwa w tym zakresie, które wciąż są jeszcze nie do końca skonkretyzowane i usystematyzowane, z drugiej strony pokazuje, iż elity polityczne zdały sobie sprawę z wagi i użyteczności tego narzędzia. Od 2011 r. Seul ma ambasadora ds. dyplomacji publicznej, a także Wydział Polityki Dyplomacji Publicznej działający w Biurze Dyplomacji Kulturalnej⁴⁴. Pomimo relatywnie krótkiej historii dyplomacji publicznej w Korei udało się już przeprowadzić wiele programów i konkursów promujących kraj i nawiązujących relacje z obywatelami innych państw (np. Friends of Korea czy Honorowi Ambasadorzy Korei)⁴⁵. Od 2010 r. działa też program stypendialny dla studentów zagranicznych The Global Korea Scholarship oraz osobny program dla naukowców, którzy mogą po powrocie do swoich ojczystych krajów szerzyć pozytywny obraz Korei Południowej⁴⁶.

Za dwa podstawowe narzędzia miękkiej siły w wypadku Republiki Korei uważa się jej udane przejście do demokracji i miejsce w grupie pełnych demokracji oraz popularność popkultury, które to zjawisko nazywane jest koreańską falą (kor. 한류, *hallyu*)⁴⁷. Korea jest często stawiana za przykład państwom rozwijającym się, przy czym jej model rozwoju, w przeciwieństwie do chińskiego, promuje wartości demokratyczne. Chociaż ma ona niewątpliwie znaczące osiągnięcia w dziedzinie gospodarki, to po sukcesie piosenki *Gangnam Style* rapera Psy częściej kojarzona jest ze sferą kultury popularnej. Pierwszym produktem eksportowym przemysłu rozrywkowego były seriale (tzw. dramy), które w latach 90. XX wieku zdobywały ogromną popularność w Japonii i innych krajach azjatyckich. Popularność muzyki koreańskiej, czyli tzw. druga koreańska fala, rozpoczęła się po roku 2000, a największe sukcesy odnosi współcześnie, docierając dzięki internetowi do krajów Bliskiego Wschodu, Ameryki i Europy. Sława muzyków i aktorów koreańskich przenosi się na popularność stylu życia, który promują, a co za tym idzie – także produktów spożywczych, kosmetycznych oraz języka. Rząd koreański, analogicznie do Instytutów Konfucjusza, posiada

⁴² *Ibidem*, s. 143.

⁴³ T. Huh, *The Republic of Korea's Public Diplomacy as a Policy Tool of Soft Power*, „USC Center on Public Diplomacy” 2012, vol. 3, issue 2, <https://uscpublicdiplomacy.org> (dostęp: 16.04.2016).

⁴⁴ Y. Ma, J. Song, D. Moore, *Korea's Public Diplomacy: A New Initiative for the Future*, „The Asan Institute for Policy Studies. Issue Brief” 2012, no. 39, s. 15.

⁴⁵ *Ibidem*, s. 15–17.

⁴⁶ *Ibidem*, s. 17.

⁴⁷ G. Lee, *A Theory of Soft Power and South Korean Soft Power Strategy*, „Korean Journal of Defense Analysis” 2009, vol. 21, no. 2, s. 12.

sieć Instytutów Sejonga i Centrów Kultury Koreańskiej. Koreańczycy starają się ponadto promować swoje dziedzictwo kulturalne, które jeszcze niedawno było głównym powodem przybywania turystów do Korei Południowej⁴⁸. Kultura popularna jest jednak bardziej nośna i to właśnie jej bardziej sprzyjają nowe technologie.

Warto zwrócić uwagę na kwestię kompetencji poszczególnych instytucji rządowych, które przypisują sobie wyłączność na prowadzenie dyplomacji publicznej, co jedynie pogłębia problem braku spójnej wizji wizerunku, jaki próbują promować⁴⁹. Zadanie to należy do specjalnej rady działającej przy prezydencie (Prezydenckiej Rady ds. Brandingu Państwa, ang. Presidential Council on Nation Branding), trzech ministerstw (Ministerstwa Spraw Zagranicznych i Handlu, Ministerstwa Kultury, Sportu i Turystyki oraz Ministerstwa Edukacji, Nauki i Technologii) i co najmniej 24 organizacji związanych z tymi ministerstwami⁵⁰. Organizacje te najczęściej specjalizują się w promowaniu kultury za granicą, a także w nawiązywaniu umów dwustronnych, ale nie tylko. Jako jeden z przykładów można wskazać założoną w 1991 r. The Korea Foundation, która przyczyniła się głównie do poszerzenia znajomości języka i kultury koreańskiej oraz do zwiększenia liczby wymian studenckich i umów partnerskich pomiędzy uczelniami⁵¹. Jej zadaniami dotyczące promowania języka koreańskiego pokrywają się jednak z zadaniami Academy of Korean Studies. Taka sytuacja w wielu wypadkach może negatywnie wpływać na efektywność działań nie tylko obu tych organizacji, ale też dyplomacji publicznej jako całości, a w konsekwencji osłabiać miękką siłę państwa, zamiast ją wzmacniać.

W przypadku Republiki Korei niezwykle istotny jest fakt, że nie tylko rząd jest zainteresowany budowaniem pozytywnego wizerunku państwa. Swój interes mają w tym również firmy z branży rozrywkowej, które są głównym motorem rosnącej popularności koreańskiej fali. Rząd w Seulu wielokrotnie nawiązywał współpracę z największymi wytwórniami muzycznymi czy firmami telekomunikacyjnymi, by wspólnie pracować nad rozwojem państwa i jego promocją⁵². Więzy pomiędzy rządem a branżą rozrywkową wykraczają nawet poza kwestię finansowania, co obrazują próby wykorzystania zespołów żeńskich jako elementu propagandy. Najlepszym przykładem są tutaj audycje radiowe nadające piosenki zespołu 4minute na terytorium Korei Północnej czy też dyskusje dotyczące nadawania teledysków

⁴⁸ Y. Ma, J. Song, D. Moore, *Korea's Public Diplomacy...*, s. 9.

⁴⁹ T. Kim, *Paradigm Shift in Diplomacy: A Conceptual Model for Korea's "New Public Diplomacy"*, „Korea Observer” 2012, vol. 43, no. 4, s. 539.

⁵⁰ *Ibidem*, s. 539.

⁵¹ S. Lee, *Soft Power and Korean Diplomacy. Theory and Reality*, http://www.eai.or.kr/data/bbs/kor_report/2009090911303012.pdf, s. 19 (dostęp: 11.01.2016).

⁵² M. Fuhr, *Globalization and Popular Music in South Korea. Sounding Out K-Pop*, New York–London 2016, s. 138; A. Tebay, *Kakao partners with the Korean government to launch a joint \$27 million startup fund*, <http://thenextweb.com/asia/2013/04/29/kakao-partners-with-the-korean-government-to-launch-a-joint-27-million-startup-fund/> (dostęp: 11.01.2016).

zespołu Girls' Generation na ogromnych ekranach w Strefie Zdemilitaryzowanej będącej częścią operacji psychologicznych⁵³. Ponadto największe koreańskie korporacje, takie jak Samsung czy Hyundai, wpływają na wizerunek państwa poprzez uczestniczenie w akcjach wspierających obywateli biedniejszych państw (np. centra doszkalające dla pracowników, wspieranie edukacji, systemy mające zmniejszyć śmiertelność w wypadkach drogowych⁵⁴), co ma ukształtować obraz Korei zaangażowanej w pomoc międzynarodową.

Sukces koreańskich produktów kulturalnych wpłynął na wizerunek Republiki Korei, przełożył się też bezpośrednio na relacje z najbliższymi sąsiadami, a nawet prawodawstwem, o czym może świadczyć ocieplenie relacji z Japonią po sukcesie dramy *Winter Sonata*, które doprowadziło do złagodzenia przepisów z lat 90. XX wieku zakazujących wymiany produktów kulturalnych z tym państwem⁵⁵. Yungy-oung Cho wyraża jednak opinię, że eksport w branży rozrywkowej stanowi przede wszystkim źródło dochodu dla prywatnych firm, a dopiero w drugiej kolejności jest narzędziem miękkiej siły państwa⁵⁶. Taka sytuacja prowadzi do budowania wizerunku państwa opartego nie na długofalowej strategii czy wspólnych wartościach, ale na prostych regulach opłacalności produkcji, bowiem produkt, również kulturalny, musi się przede wszystkim dobrze sprzedawać.

Na kolejny problem zwracają uwagę Y. Ma, J. Song i D. Moore, którzy zauważają słusznie, że hasła promowane przez Seul, takie jak „Dynamiczna Korea” czy „Korea Globalna”, nie zawsze przystają do rzeczywistości, powołując się na zwolnienia obcokrajowców z koreańskich fabryk czy pewną izolację obywateli innych krajów w społeczeństwie koreańskim, szczególnie w przypadku małżeństw mieszanych⁵⁷. Warto pamiętać, że chociaż miękka siła jest terminem stosowanym do określania siły państwa i pozornie wydaje się narzędziem polityków czy nawet strategów, to w istocie jest sferą, w której bardzo ważne jest zaangażowanie obywateli. Ich rola w budowaniu pozytywnego obrazu państwa jest nieoceniona. Ukuto nawet wyrażenie „dyplomata obywatelski”, podkreślające fakt, że to bezpośrednie spotkania z obywatelami danego kraju mają największe znaczenie w procesie wyrabiania sobie opinii na jego temat i nawet najlepiej zaplanowane strategie implementowane przez rząd nie będą w stanie tego zmienić⁵⁸.

⁵³ S. Epstein, *„Into the New World: Girls' Generation from the local to the global [w:] K-pop – the International Rise of the Korean Music Industry*, red. JungBong Choi, Roald Maliangkay, New York–London 2015, s. 37.

⁵⁴ Y. Ma, J. Song, D. Moore, *Korea's Public Diplomacy...*, s. 12.

⁵⁵ J. Kim, *Despite not being Johnny's: the cultural impact of TVXQ in the Japanese music industry [w:] K-pop...*, s. 67.

⁵⁶ Y. Cho, *Public Diplomacy and South Korea's Strategies*, „The Korean Journal of International Studies” 2012, vol. 10, no. 2, s. 286, 287.

⁵⁷ Y. Ma, J. Song, D. Moore, *Korea's Public Diplomacy...*, s. 19.

⁵⁸ *Ibidem*, s. 21.

Yungyoung Cho postuluje również ogólnonarodowy konsensus w kwestiach celów oraz strategii dyplomacji publicznej i zachęca polityków, obywateli, przedstawicieli świata biznesu, dziennikarzy i przedstawicieli NGO do dyskusji na temat wizerunku państwa i jego późniejszego konsekwentnego promowania⁵⁹. Seul nie może tylko oczekiwać na informacje zwrotne z innych krajów, ale musi aktywnie komunikować się z nimi, również za pomocą relacji pomiędzy innymi podmiotami niż rządy państw (np. pomiędzy przedsiębiorstwami czy organizacjami), ponadto winien być odbiciem tego, jak sami obywatele odbierają swoją ojczyznę. Yungyoung Cho podaje tu przykład budowania wizerunku państwa, które utrzymuje pokój w regionie – nie będzie on mógł być promowany, jeżeli Koreańczycy będą odczuwali zagrożenie ze strony Korei Północnej, gdyż taka strategia mogłaby przynieść skutki odwrotne do zamierzonych⁶⁰.

Republika Korei zauważyła potencjał swoich produktów kulturalnych i od kilku lat aktywnie inwestuje w ich promocję za granicą, starając się jednocześnie budować swój pozytywny wizerunek, jednak, jak wspomniano, działania te są jeszcze dość niespójne, a najważniejszym problemem wydaje się z jednej strony kwestia niedookreślenia kompetencji poszczególnych instytucji zajmujących się dyplomacją publiczną, a z drugiej brak równowagi w użyciu narzędzi miękkiej siły i przesadne skupienie na kulturze popularnej, której rozwój opiera się *de facto* na interesach prywatnych przedsiębiorstw.

Miękka siła światowego mocarstwa a miękka siła modelowej demokracji

Chińska Republika Ludowa i Republika Korei wydają się najlepszymi przykładami skutecznego wykorzystania zasobów miękkiej siły w rejonie Azji, o ile nie jednymi z najlepszych na świecie, jednak każde państwo inaczej podchodzi do tej problematyki. Miękka siła jest ciągle zagadnieniem niosącym ze sobą więcej pytań niż odpowiedzi i trudno mówić o państwach, którym udało się maksymalnie wykorzystać jej narzędzia czy też stać się przywódcami w tym zakresie. Jednak i Chiny, i Korea Południowa starają się wypracować własny model stosowania dyplomacji publicznej oraz innych instrumentów *soft power*.

Dokładna analiza porównawcza użycia narzędzi miękkiej siły w obu państwach jest w pewien sposób utrudniona ze względu na odmienne cele, jakie starają się one osiągnąć. Chiny walczą o status alternatywy dla Stanów Zjednoczonych i pozycję supermocarstwa na świecie, podczas gdy Seul stara się przede wszystkim ugruntować swoje znaczenie w regionie, głównie w ramach relacji trójstronnych Chiny –

⁵⁹ Y. Cho, *Public Diplomacy...*, s. 290, 291.

⁶⁰ *Ibidem*, s. 291.

Japonia – Korea Południowa. Wydaje się także, że podczas gdy dla Korei skuteczne wykorzystanie narzędzi miękkiej siły stanowi cel sam w sobie, czyli podniesienie znaczenia i wiarygodności państwa, dla Chin jest to swego rodzaju cel pośredni, mający sprzyjać dalszemu rozwojowi gospodarki, czyli *de facto* miękka siła ma nie tylko dopełniać siłę twardą, ale nawet ją wzmacniać i służyć jej.

Państwa te różnią się także w kwestii przyczyn sięgnięcia po ten rodzaj dyplomacji. Pekin starał się przede wszystkim złagodzić wizerunek państwa i przekonać cały świat o tym, że ChRL nie należy się bać, a w dalszej perspektywie dąży do „powrotu” do statusu światowego przywódcy, który w swoim rozumieniu Chinę utracił. Republika Korei, co prawda, nigdy nie niosła z sobą głównie negatywnych konotacji, musiała jednak zacząć walczyć o rozpoznawalność i uznanie za równoprawnego partnera w stosunkach międzynarodowych. W analizowanych przypadkach różnią się zarówno odbiorcy dyplomacji publicznej, jak i sama definicja miękkiej siły. O ile w wypadku Seulu jest to sytuacja względnie jasna, w której działania dotyczą polityki, kultury, sportu i ideologii oraz są prowadzone z zamiarem dotarcia do zagranicznej opinii publicznej, o tyle, jak już wspomniano, w Chinach napotykały trudności już na etapie definiowania samej miękkiej siły, która jest mocno związana ze sferą ekonomii, przypisaną do twardej siły. Ponadto uczeni zwracają uwagę, że promowanie ideologii i wizerunku państwa kierowane jest także do wewnątrz i ma na celu wpływanie na samych Chińczyków, balansując na granicy propagandy. ChRL jest daleko do pozycji Stanów Zjednoczonych, które są uniwersalnym ideałem państwa dla wielu mniejszych aktorów i których działania starają się oni powtarzać. System polityczny Chin jest w dalszym ciągu najważniejszym czynnikiem wpływającym na ich obraz na świecie⁶¹.

Różny w przypadku obu państw jest również zestaw wartości, a nawet konkretnych produktów czy obszarów, które starają się one promować i wykorzystywać jako zasoby miękkiej siły. Dla Chin jest to głównie ich kultura tradycyjna i historia, o czym świadczy już chociażby nazwa Instytut Konfucjusza, a także model socjoekonomiczny, podczas gdy Korea od początku swoich działań sięgała po znaki nowoczesności i dowody na swój sukces w dziedzinie rozwoju gospodarczego. Od pewnego czasu widać w tej sferze pewną zmianę i coraz większą obecność na rynkach zachodnich chińskich marek, takich jak chociażby Lenovo czy Huawei. Jednakże to produkty koreańskie nadal kojarzą się z większym zaawansowaniem technologicznym, nawet jeżeli nie zawsze ma to pokrycie w praktyce, co być może Koreańczycy zawdzięczają Japonii, ponieważ wiele osób z cywilizacji zachodniej otwarcie przyznaje, że nie rozróżnia produktów obu tych państw. Seul przoduje w promowaniu własnej kultury, ale sięga głównie po najlepiej sprzedającą się kulturę popularną. Taka sytuacja rodzi pewne niebezpieczeństwa związane z ogromną rolą przedsiębiorstw prywatnych nastawionych na zysk w całym procesie budowania

⁶¹ D. Shambaugh, *China goes global...*, s. 214.

wizerunku państwa za granicą. Zaangażowanie podmiotów innych niż rząd w prowadzenie dyplomacji publicznej niesie jednak ze sobą też pewne zalety, takie jak poszerzanie dialogu dotyczącego wartości wyznawanych przez obywateli, tego, jak postrzegają oni własną ojczyznę oraz tego, jak chcieliby, żeby widzieli ją obcokrajowcy. Na taki dialog nie mogą liczyć obywatele Chin, w których rola organizacji pozarządowych, prywatnych przedsiębiorstw czy samych Chińczyków jest ograniczana raczej do wcielania w życie postanowień Komunistycznej Partii Chin, niż pozwalała na szukanie ogólnonarodowego konsensusu.

Oba państwa łączy z pewnością ogromna rola mediów w całym procesie budowania wizerunku i komunikowania z publicznością zagraniczną. Chociaż trudno jest porównywać systemy medialne w ChRL i Republice Korei, to w kwestii nadawania komunikatów do międzynarodowej opinii publicznej łatwiej jest znaleźć analogie. W obu państwach funkcjonują m.in. stacje telewizyjne, które dbają o szerzenie pozytywnego wizerunku za granicą. Pekin posiada kontrolowaną przez siebie sieć stacji CCTV oraz agencję prasową Xinhua, których rzetelność bywa poddawana w wątpliwość, jednakże nie są to już tylko narzędzia propagandy, jak zwykle się niegdyś uważało, a czasami bywają nawet uważane za swego rodzaju alternatywę dla mediów zachodnich. CCTV uruchomiło kilka kanałów nadających programy w języku angielskim, a także specjalne kanały nadające jedynie w języku hiszpańskim, francuskim, rosyjskim i arabskim. Republika Korei korzysta natomiast ze stacji KBS World i Arirang TV, których program jest dostosowany do odbiorców zagranicznych i tłumaczony na język angielski. Zarówno programy koreańskie, jak i chińskie starają się przybliżyć odbiorcom kulturę tradycyjną i popularną, a także historię oraz język. Podobne są też działania na mniejszą skalę, czego przykładem może być zainteresowanie obu państw komiksami oraz opowiadaniem publikowanymi w Internecie (ang. *webtoon* i *webfiction*). Zarówno Chiny, jak i Korea uznały niedawno tę formę za kolejne narzędzie niesienia przekazu za granicę⁶².

Analizowane państwa mają doświadczenia we wspólnych przedsięwzięciach z zakresu dyplomacji publicznej. W 2014 r. zostało po raz drugi zorganizowane Forum Dyplomacji Publicznej w Pekinie. Spotkały się na nim rządy Republiki Korei i Chińskiej Republiki Ludowej, które postanowiły „wspólnie budować lepsze marzenia”⁶³. Oba państwa uznały, że należy poszerzać wymianę kulturalną i akademicką oraz pogłębiać współpracę bilateralną na każdym polu, a także że mogą wspierać się nawzajem w innych zadaniach dyplomacji publicznej, dzieląc wiele elementów historii i kultury⁶⁴. Ciekawe są jednak ich relacje mniej oficjalne. Koreańska branża

⁶² *Webtoons eye overseas markets*, <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20151104000849> (dostęp: 17.01.2016); *Web fiction sees renaissance*, <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20151022001212> (dostęp: 17.01.2016).

⁶³ *Report on Second China-ROK Diplomacy Forum*, <http://www.chinapda.org.cn/eng/sszx/t1166115.htm> (dostęp: 17.01.2016).

⁶⁴ *Ibidem*.

rozrywkowa stara się poszerzać grono swoich odbiorców w Chinach i eksplorować tamtejszy rynek, co dość często spotyka się z pewnym oporem ze strony Chińczyków. O ile nastolatki stanowiące główną grupę odbiorców produktów kulturalnych z Korei z pewnością nie widzą problemu w tym, że ich idole pochodzą z sąsiedniego państwa, o tyle pokolenie ich rodziców oraz elity polityczne inaczej się na to zapamiętują (w całej Azji powstał nawet ruch *Anti-hallyu*). Dość wyraźnym przykładem tego, jak mocno sfera rozrywki jest związana w Azji z polityką, może być niedawny incydent związany z piosenkarką koreańskiej grupy Twice – Chou Tzuyu. Szesnastolatka, urodzona i wychowana na Tajwanie, wystąpiła w programie telewizyjnym, trzymając flagę swojej ojczyzny, co według niektórych mediów koreańskich zaowocowało zakazem wjazdu na terytorium Chin dla zespołu, a nawet innych wykonawców z wytwórni JYP Entertainment, z którą Chou ma podpisany kontrakt⁶⁵. Strona chińska zaprzeczyła, tłumacząc, że nie ma podstaw, żeby zakazać poszczególnym artystom występowania na swoim terytorium⁶⁶, ale cały incydent miał wpłynąć na większe zaangażowanie młodzieży w wyborach prezydenckich na Tajwanie oraz ostrzeżenie relacji na linii Tajwan–Chiny, a nawet Korea–Chiny. Pojawiły się postulaty większego zrozumienia dla różnic kulturowych, którego powinny się nauczyć wszystkie koreańskie przedsiębiorstwa rozrywkowe chcące poszerzać swoje rynki zbytu⁶⁷. Cała sprawa odbiła się głośnym echem nie tylko w Azji, ale i na świecie, jest też w pewnym sensie zderzeniem miękkiej siły Korei z polityką jednego Chin.

Podsumowanie

Oba państwa można uznać za swoistych pionierów w zakresie przedsięwzięć ze sfery miękkiej siły, ale w przyszłości będą one musiały wyciągać więcej wniosków z dotychczasowych przedsięwzięć oraz opracować bardziej kompleksową i przemyślaną strategię dyplomacji publicznej, którą będą konsekwentnie wprowadzać. Strategia ta powinna uwzględniać konsensus uzyskany w wyniku dialogu ogólnonarodowego albo przynajmniej pewne opinie wyrażane przez obywateli i przedstawicieli sektora prywatnego. Winna ona też traktować miękką siłę jako dopełnienie zasobów twardej siły, gdyż dopiero łączne ich zastosowanie prowadzi do skutecznego wykorzystania całego potencjału każdego państwa.

⁶⁵ S. Kim, *Girl group triggers China-Taiwan row*, http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2016/01/116_195628.html (dostęp: 17.01.2016).

⁶⁶ *China denies reports that it banned JYP singers over flag*, <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20160118001209> (dostęp: 17.01.2016).

⁶⁷ B. Baek, *'K-pop agencies need lessons o cultural differences'*, http://www.koreatimes.co.kr/www/news/culture/2016/01/201_195626.html (dostęp: 17.01.2016).

Chociaż trudno byłoby porównywać siły militarne lub gospodarcze Chin i Korei, to niniejszy artykuł pokazuje, że miękka siła może być używana przez wszystkie państwa, a wady największych mocarstw mogą zostać wykorzystane jako zalety mocarstw regionalnych. Korea może prezentować siebie jako kraj łączący wartości konfucjańskie z demokratycznymi, a także jako państwo, które nie stanowi zagrożenia dla żadnego innego aktora na arenie międzynarodowej, stanowiąc swego rodzaju przeciwwagę dla Chin w sferze wartości i polityki, czego nigdy nie mogłaby dokonać w sferze militarnej czy gospodarczej. Warto również zauważyć, że Chiny zmniejszyły w zeszłym roku tempo rozwoju gospodarczego, co może wskazywać na pewne niedomagania chińskiego systemu, a w konsekwencji może doprowadzić do konieczności przyznania miękkiej sile priorytetu. Podsumowując, można zaryzykować stwierdzenie, że głównymi czynnikami wpływającymi na sposób prowadzenia działań z zakresu miękkiej siły są przede wszystkim rozmiar i aspiracje państwa, ale system polityczny, nierozzerwalnie złączony z ideologią, także nie pozostaje bez znaczenia, szczególnie w wypadku ChRL, w której to powiązanie przekłada się niemalże na każdą sferę jej funkcjonowania.

Chociaż objętość artykułu nie pozwala na bardziej szczegółową analizę zjawiska miękkiej siły i wykorzystania jego narzędzi w Republice Korei i Chińskiej Republice Ludowej, to może on być przyczynkiem do poszerzenia w Polsce dyskusji na ten temat oraz skutecznych lub przeciwnie – niekonsekwentnych sposobów wykorzystania tej strategii. Polska, podobnie jak Korea Południowa, bywa zaliczana przez niektórych badaczy do grona państw średniej siły (ang. *middle powers*), a przynajmniej do grona państw aspirujących do tego miana. Mimo że nie ma tak rozwiniętej branży rozrywkowej, na której mogłaby budować swój wizerunek, to niewątpliwie może czerpać z doświadczeń tego azjatyckiego państwa.

SUMMARY

SOFT POWER AS A TOOL FOR FOREIGN POLICY OF PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA AND REPUBLIC OF KOREA

The article focuses on the issue of soft power in two Asian countries – People's Republic of China and the Republic of Korea. These countries differ significantly in size not only territorial but also military and economic, yet have much in common in culture and history, as well as in the active use of public diplomacy. The Article aims to briefly introduce the use and tools of soft power in both countries, and compare them, paying attention to both the deficiencies and successfully conducted operations of Seoul and Beijing.