The background of the cover is a stylized map of Poland, rendered in warm yellow and orange tones. Overlaid on the map is a complex, purple geometric pattern consisting of interconnected lines forming various polygons, resembling a wireframe or a modern architectural design. The title is prominently displayed in the upper right quadrant.

Polityka zagraniczna Polski

25 lat doświadczeń

pod redakcją

Małgorzaty Pietrasiak

Michała Stelmacha

i Karola Żakowskiego

Anna Szczepańska-Dudziak
Uniwersytet Szczeciński

Dyplomacja ekonomiczna i kulturalna – nowy wymiar dyplomacji w relacjach Polski z Republiką Czeską

Republika Czeska jest tradycyjnie jednym z najważniejszych partnerów politycznych i gospodarczych Polski oraz odgrywa istotną rolę w polskiej polityce zagranicznej w regionie środkowoeuropejskim. W ostatnich latach płaszczyzną dynamicznie rozwijających się kontaktów polsko-czeskich, stały się także – Unia Europejska oraz relacje transatlantyckie, co znalazło odbicie w dokumentach programowych polskiej polityki zagranicznej, rzadziej odnoszących się do bilateralnych relacji między Polską a Republiką Czeską¹. Do najważniejszych zadań polskiej polityki zagranicznej w latach 2012–2016 zaliczono: konieczność umocnienia współpracy w ramach Grupy Wyszehradzkiej, zwiększenie kooperacji gospodarczej, handlowej i inwestycyjnej, jak też prowadzenie efektywnej polityki europejskiej oraz pogłębienie środkowoeuropejskiej integracji energetycznej². Powyższe założenia znalazły odzwierciedlenie w katalogu zadań, jaki sformułowała kandydatka, a obecnie ambasador RP w Republice Czeskiej – Grażyna Bernatowicz³. Poza wymienionymi już celami polskiej dyplomacji, znalazły się: współpraca wojskowa, bezpieczeństwo energetyczne, współpraca naukowa, oświatowa, turystyczna oraz działalność wśród Polaków w Republice Czeskiej. Na uwagę zasługuje położenie punktu ciężkości na bilateralną współpracę gospodarczą oraz nadanie priorytetowego charakteru promocji polskiej gospodarki, pomocy przedsiębiorcom i pozyskiwaniu czeskich inwestycji. Celem działań polskiej dyplomacji w Republice Czeskiej stało się wzmocnienie wizerunku Polski, jako kraju nowoczesnego, dynamicznie rozwijającego się, o bogatych tradycjach kulturalnych i atrakcyjnego dla czeskich przedsiębiorców i turystów⁴.

¹ M. Gniazdowski, *Polityka Polski wobec Republiki Czeskiej*, „Rocznik Polskiej Polityki Zagranicznej” 2009 r., s. 176–195.

² *Priorytety Polskiej Polityki Zagranicznej 2012–2016*, www.msz.gov.pl (dostęp 12.09.2014).

³ *Zapis przebiegu posiedzenia Komisji Spraw Zagranicznych Sejmu, nr 52 z 7.II.2012 r.- wysłuchanie kandydatki na ambasadora RP w Republice Czeskiej – Grażyny Bernatowicz*, www.sejm.gov.pl, (dostęp 7.10.2013).

⁴ Zmiana wizerunku Polski i polskiej gospodarki oraz budowa marki Polski wydaje się aktualnym zadaniem biorąc pod uwagę niekorzystne wyniki badań wizerunkowych przeprowadzonych w 2011 roku, szerzej: *Badania wizerunkowe Polski*

Powyższe kwestie wpisują się w realizowaną już strategię promocji Polski za granicą. Odpowiadając na nowe wyzwania współczesnego świata polska dyplomacja poszukuje nowych sposobów komunikowania i budowy jej wizerunku za granicą. Działania te skierowane są do całych społeczeństw oraz grup opiniotwórczych, a ich realizacją zajmują się podmioty administracji publicznej, instytucje kultury, organizacje pozarządowe, think-tanki, media oraz sami Polacy. W celu koordynacji poczynąń wielu podmiotów w zakresie promocji, Polski Rada Promocji Polski przyjęła nowy program – *Zasady komunikacji marki Polska*, którego celem jest „zdefiniowanie spójnej dla wielu obszarów, prawdziwej i atrakcyjnej narracji, która marka Polski ma się posługiwać”⁵.

Należy zwrócić uwagę na szeroki zakres tematów podejmowanych przez dyplomację publiczną Polski, do których, poza zadaniami o charakterze politycznym, zaliczamy: dyplomację kulturalną, ekonomiczną, pomoc rozwojową, dyplomację historyczną, promocję Polski poprzez język i edukację⁶. Z drugiej strony, na działania w sferze informacyjnej i promocyjnej za granicą przeznaczane są stosunkowo skromne środki finansowe. W 2010 r. wydano 46 627 tys. zł. a w 2011 r. 50 308 tys. zł⁷. W roku 2012 wydatki te wynosiły natomiast 45 456 tys. zł i zostały wykorzystane na działania promujące polską kulturę, język, turystykę, naukę i kształtowanie pozytywnego wizerunku Polski za granicą⁸.

Celem niniejszego opracowania będzie prezentacja działań polskiej dyplomacji wobec Republiki Czeskiej, w kraju i za granicą, w sferze dyplomacji publicznej i kulturalnej oraz dyplomacji ekonomicznej w latach 2011–2014, ze szczególnym uwzględnieniem aktywności w czasie polskiej prezydencji w Radzie

i polskiej gospodarki w krajach głównych partnerów gospodarczych. Raport badań fokusowych. Projekt realizowany na zlecenie Ministerstwa Gospodarki, Ageron, Warszawa 2011.

⁵ *Zasady komunikacji marki Polska*, www.msz.gov.pl, dostęp 20.02.2014.

⁶ *Dyplomacja publiczna 2011.* Raport MSZ; *Dyplomacja publiczna 2012.* Raport MSZ, www.msz.gov.pl, dostęp 15.02.2014.

⁷ *Informacja o wynikach kontroli wykonania w 2011 roku budżetu państwa w części 45 – Sprawy zagraniczne i członkostwo Rzeczypospolitej Polskiej w Unii Europejskiej*, NIK, Warszawa 2012.

⁸ *Sprawozdanie z wykonania budżetu państwa za rok 2012. Część 45 – sprawy zagraniczne i członkostwa Rzeczypospolitej Polskiej w Unii Europejskiej*, MSZ, Warszawa kwiecień 2013.

Unii Europejskiej. Promocja kultury i sztuki łączy dyplomację publiczną z jej wymiarem kulturalnym. Analizie zostaną poddane wybrane projekty i kierunki działań, a szczególnie działalność Instytutu Polskiego w Pradze oraz Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Republice Czeskiej. Ze względów stylistycznych autorka będzie wymiennie stosować nazwy Republika Czeska i Czechy, mając świadomość znaczenia tych terminów.

Jednym z najważniejszych komponentów dyplomacji publicznej jest jej wymiar kulturalny. Po 1989 r. ukształtował się model polskiej dyplomacji kulturalnej realizowanej przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Instytut Adama Mickiewicza (od 2000 r.) czy powstałe latach 2000–2004, instytucje profesjonalnie promujące polską kulturę – Międzynarodowe Centrum Kultury, Instytut Teatralny, Państwowy Instytut Sztuki Filmowej, Instytut Książki⁹. Najważniejsze i najsukcesowniej działające podjęte w ramach promocji Polski za granicą poprzez kulturę polegały na organizacji sezonów polskich, dni polskich, wizyt studyjnych, popularyzacji sylwetek najwybitniejszych twórców kultury, uczestnictwie polskich twórców i artystów w wydarzeniach kulturalnych na świecie czy realizacji koprodukcji międzynarodowych¹⁰. Zgodnie z ustawą z dnia 4 września 1997 r. o działach administracji rządowej, promocja kultury polskiej to zadanie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Rolą MSZ, odpowiedzialnego za polską dyplomację kulturalną, jest promocja Polski, w tym kultury, przekazywanie wiedzy o Polsce i budowanie pozytywnego wizerunku za pośrednictwem działań w sferze kultury. MSZ i podległe placówki tworzą warunki do takiej współpracy poprzez zawieranie umów o współpracy naukowej i kulturalnej, ułatwiają kontakty instytucji kultury, stowarzyszeń twórczych czy indywidualnych artystów.

Dyplomacja publiczna Polski wobec Republiki Czeskiej realizowana jest między innymi za pośrednictwem różnorodnych form współpracy środowisk

⁹ Szerzej na temat polskiej dyplomacji kulturalnej: M. Mickiewicz, *Polska dyplomacja kulturalna*, w: *Dyplomacja publiczna*, (red.) B. Ociepa, Wrocław 2008, s. 115–145, A. Umińska-Woroniecka, *Instytuty Polskie. Zmiany modelowe w funkcjonowaniu polskiej dyplomacji kulturalnej w latach 1998–2011*, Wrocław 2013, s. 31–88.

¹⁰ *Od wymiany kulturalnej do nowej inteligentnej siły*, www.mkdn.gov.pl (dostęp 2.09.2012); A. Umińska-Woroniecka, *Od promocji stosunków kulturalnych i naukowych do dyplomacji kulturalnej w działaniach polskiej służby zagranicznej*, „Polski Przegląd Dyplomatyczny” nr 5–6/ 2010, s. 59–69.

i grup zawodowych, których działania mają charakter opiniotwórczy. Skutecznym instrumentem dyplomacji publicznej Polski i Republiki Czeskiej jest Forum Polsko-Czeskie zainaugurowane w 2008 r. przez szefów dyplomacji obu państw – Radosława Sikorskiego i Karla Schwarzenberga. Zadaniem Forum jest wspieranie, także finansowe, różnych form współpracy polsko-czeskiej na płaszczyźnie kultury, nauki, oświaty, wymiany młodzieży, współpracy transgranicznej, mediów, gospodarki. Cele Forum są realizowane za pośrednictwem konkursów organizowanych przez ministerstwa spraw zagranicznych w Warszawie i Pradze, z budżetem w kwocie ok. 100 tys. euro rocznie, jakimi dysponuje każdy z resortów¹¹. Beneficjentami środków finansowych mogą być organizacje pozarządowe, szkoły wyższe czy też ośrodki badawcze prowadzące działania na rzecz zacieśnienia współpracy międzyludzkiej, podnoszenia poziomu wiedzy Polaków i Czechów na swój temat i stymulujące rozwój stosunków polsko-czeskich. W 2011 r. przeprowadzono dwie tury konkursu, w których wyłoniono 10 podmiotów, a ich działania sfinansowano w kwocie 412 950 tys. zł. Fundacja Press Club przeprowadziła edycję konkursu adresowaną do dziennikarzy polskiej i czeskiej prasy lokalnej rywalizujących o nagrody w pięciu kategoriach. Katedra Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu zorganizowała konferencję ekspercką z udziałem naukowców i praktyków, poświęconą globalnym problemom ekonomicznym, wobec których stoją Polska i Czechy. W dziedzinie kultury dofinansowano projekt realizowany przez Stowarzyszenie *A Kuku Sztuka* pod nazwą *Animation Now. Festiwal Aktualnej Animacji*, poświęcony m.in. współczesnej animacji pochodzącej z krajów Europy Środkowej i Wschodniej¹². Wnioski konkursowe najczęściej dotyczą projektów, których celem jest rozwój współpracy europejskiej, rozwijanie współpracy mediów, pogłębianie pamięci historycznej i pobudzanie kontaktów gospodarczych. W 2012 r. jednym z beneficjentów wsparcia ze strony Forum było Stowarzyszenie Pomocy Dzieciom i Młodzieży realizujące projekt *Polsko-Czeska Akademia Żywego Słowa – dialog obywatelski bez granic*. W tym samym konkursie rekomendowano działania Stowarzyszenia Solidarności Polsko-Czesko-Słowackiej *Inspiracje Havlovskie* – blok tematyczny w ramach Międzynarodowego Festiwalu Teatralnego¹³. W 2013 r. wyłoniono 11 beneficjen-

¹¹ Forum Polsko-Czeskie, www.msz.gov.pl, (dostęp 02.03.2014).

¹² *Dyplomacja Publiczna 2011*, raport MSZ.

¹³ Ibidem.

tów konkursu, a w tym: Stowarzyszenie Kultura na Granicy (przegląd filmów – Spotkania na Granicy); Centrum Inicjatyw UNESCO (*PoláCzek – jesteśmy sousede*); Towarzystwo Edukacyjno-Naukowe Ośrodek Myśli Politycznej (wymiana doświadczeń w realizacji polityk publicznych); PISM (debata poświęcona bezpieczeństwu z udziałem ministrów obrony V4), Uniwersytet Wrocławski (warsztaty metodologiczne na temat wizerunku medialnego Polski w czeskiej prasie) oraz inicjatywy kulturalne: symposium szkła artystycznego, Polsko-Czeski Pejzaż Kulturowy, młoda krytyka artystyczna¹⁴.

Jedną z form kontaktów realizowanych pod auspicjami MSZ (Polskiego Instytutu Spraw Międzynarodowych) jest współpraca środowisk naukowych i eksperckich w ramach Polsko-Czeskiej Platformy Analitycznej, która zainaugurowała swoje działania 24 października 2009 r. Naukowcy, analitycy zajmują się historycznymi, społecznymi, kulturowymi aspektami współpracy polsko-czeskiej, współpracą regionalną i gospodarczą. Specjaliści reprezentują poza PISM, Ośrodek Studiów Wschodnich, praski Instytut Studiów Międzynarodowych, Międzynarodowy Instytut Politologiczny Masaryka w Brnie, środowiska akademickie obu krajów¹⁵. Spotkania grup ekspertów, urzędników państwowych, samorządowych i dyplomatów w ramach Platformy odbywają się cyklicznie (w Polsce i Republice Czeskiej) i są poświęcone współpracy polsko-czeskiej w zakresie polityki zagranicznej i europejskiej, współpracy w zakresie infrastruktury transportowej, kontaktów transgranicznych. Ich efektem są nie tylko rekomendacje dla wspólnych działań obu państw, ale także stały monitoring stosunków bilateralnych polsko-czeskich¹⁶.

Promocja polskiej kultury za granicą realizowana jest za pośrednictwem przedstawicielstw dyplomatycznych i konsularnych, w tym Instytutów Polskich (21 instytutów w 2009 r. i już 23 placówki w 2012 r.). Placówki realizują samodzielne inicjatywy, wspierają imprezy kulturalne z udziałem polskich twórców oraz współpracują z miejscowymi podmiotami kultury. Podstawowym zadaniem tych instytucji jest upowszechnianie za granicą polskiej kultury, historii, dziedzictwa narodowego, promocja współpracy w dziedzinie kultury, edukacji,

¹⁴ Konkurs „Forum polsko-czeskie- wspieranie rozwoju stosunków polsko-czeskich 2013” – lista podmiotów, które otrzymają dofinansowanie, www.msz.gov.pl, (dostęp 15.02.2014).

¹⁵ *Polsko-Czeska Platforma Analityczna 2010*, www.pism.pl, (dostęp 26.01.2013).

¹⁶ Szerzej na temat spotkań w ramach Platformy analitycznej: www.osw.waw.pl, (dostęp 8.04.2014); www.glosludu.cz (dostęp 15.11.2013).

nauki i życia społecznego¹⁷. Średni budżet IP waha się od 100 do 120 tys. euro. Program pracy Instytutów jest realizowany przez grupę 6–8 osób (dyrektor i pracownik merytoryczny z kraju posiadają status dyplomatyczny) oraz 2–3 ekspertów miejscowych mających dobre kontakty z miejscowymi środowiskami twórczymi. Priorytetem promocji Polski przez kulturę jest przekonanie odbiorców zagranicznych o europejskiej tożsamości i wkładzie polskiej kultury w dziedzictwo europejskie.

Specyfika pracy Instytutu Polskiego w Pradze, obchodzącego w 2014 r. 65-lecie istnienia, polega, zdaniem jego dyrektora Piotra Drobniaka, na łączeniu funkcji impresariatu organizującego wydarzenia promujące Polskę z tradycyjnym modelem ośrodka kultury i informacji¹⁸. Do tych form pracy należy dodać działania podejmowane z inspiracji dyrektora w dziedzinie promocji turystyki, a to z powodu braku w Pradze przedstawicielstwa Polskiej Organizacji Turystycznej. Promocji polskich miast i regionów służył cykl prezentacji *Poznaj Polskę*, ukazujący nie tylko atrakcje turystyczne Polski, ale także sukcesy transformacji gospodarczej i społecznej. W maju 2013 r. z inicjatywy dyrektora IP w Pradze ukazał się numer czasopisma Traveler „National Geographic” pt. *100 Tváři Polska* – w całości poświęcony Polsce, a jego promocję zorganizowano w siedzibie Instytutu¹⁹. Jak stwierdził szef placówki, „o ile kultura polska cieszy się u Czechów dużą renomą i popularnością, to wśród przeciętnych Czechów pokutuje przekonanie, że Polska to kraj mało atrakcyjny turystycznie”. Celem przedsięwzięcia stała się zmiana stereotypowego myślenia sąsiadów i pokazanie turystycznych atrakcji Polski. Numer czasopisma prezentuje walory krajobrazowe i różnorodność kulturową Polski, zwłaszcza regionów mniej znanych Czechom jak Podlasie, Bieszczady i Lubelszczyzna. Ponadto uwzględ-

¹⁷ Informacja na temat misji i zadań Instytutów Polskich na świecie, MSZ Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej, www.polskyinstitut.cz (dostęp 12.02.2014); A. Umińska-Woroniecka, *Instytuty Polskie...*, s. 56–65; tejże, *Działania polskiej dyplomacji w sferze promocji Polski za granicą (na przykładzie Instytutów Polskich)*, w: *Nowe oblicza dyplomacji*, red. B. Surmacz, Lublin 2013, s. 289–296.

¹⁸ *Sprawozdanie z działalności Instytutu Polskiego w Pradze za 2011 r.*, Informacja przekazana przez dyrektora IP w Pradze na zapytanie mailowe, 4.04.2014; Szerzej o działaniach Instytutu Polskiego w Pradze i programie imprez, www.polskyinstitut.cz

¹⁹ *Czesi poznają „100 twarzy Polski”*, www.msz.gov.pl, (dostęp 18.07.2013).

niono w ofercie upodobanie czeskich turystów do aktywnego spędzania czasu prezentując takie możliwości w naszym kraju.

Praga, jako jedna ze stolic kultury europejskiej, stanowi rynek nasycony wydarzeniami kulturalnymi, a przez to wymagający dla artystów i trudny do przyciągnięcia odbiorców. Atutem Instytutu jest jego lokalizacja w samym sercu Pragi i łatwy dostęp dla odwiedzających. Jednak i tak wiele inicjatyw i wydarzeń organizowanych przez IP (ponad 100 imprez w 2011 r., także w ramach polskiej prezydencji w Radzie UE) odbywało się na terytorium całej Republiki Czeskiej, a nie tylko w Pradze. Wystawa autorska instytutu – *Czeski Miłosz* objechała całe Czechy, z kolei impreza literacka – *Instytut Miejsce spotkań autor-skich*, odbyła się w Brnie i Ostrawie.

Działania promocyjne prowadzone przez Instytut w 2011 r. związane były w dużej mierze z polską prezydencją, choć co należy podkreślić, Republika Czeska nie została uznana za kraj priorytetowy dla realizacji programu przewodnictwa w Radzie UE. Cały program kulturalny polskiej prezydencji był też prezentowany w ramach „dni polskich” w Ostrawie, Vodňanach i Kromierzyżu). Polską prezydencję zainaugurował koncert orkiestry *Berg* (prezentacja polskiej muzyki filmowej) 1 lipca 2011 r., ale już w czerwcu w praskim Pałacu Targowym oraz w siedzibie Instytutu Polskiego rozpoczęło się kulturalne preludium do polskiej prezydencji. Inaugurację polskiego przewodnictwa w Unii Europejskiej stanowiła prezentacja wystawy pt. *Polska z lotu ptaka*²⁰.

Instytut realizował program kulturalny, ale też popularyzował wiedzę o współczesnej Polsce w wymiarze politycznym, ekonomicznym i gospodarczym. Podczas festiwalu *Architecture Week* prezentowano najciekawsze projekty architektoniczne polskich miast. Przemiany w Polsce po 1989 r. przedstawił w cyklu prasowych artykułów dziennikarz „Lidových novin” – Jiří Peñas, którego zaproszono wcześniej na dwutygodniową wizytę studyjną w Polsce. Prócz spotkań poświęconych współczesnej Polsce, Europie Środkowej i Republice Czeskiej, z udziałem znaczących osobistości polskiego i czeskiego życia politycznego, społecznego, kulturalnego i mediów, realizowano także szeroki program promocji Partnerstwa Wschodniego. W ramach tej priorytetowej dla polskiej

²⁰ *Polska prezydencja w UE: program kulturalny w Czechach*, www.polskyinstitut.cz, dostęp 9.12.2011; szerzej o programie kulturalnym polskiej prezydencji: A. Umińska-Woroniecka, *Program kulturalny polskiej prezydencji: strategia a rzeczywistość*, „Przegląd Zachodni” nr 2/ 2012, s. 69–83.

prezydencji inicjatywy realizowano projekt – *Na Wschód od Zachodu*, czemu służyły tematyczne publikacje czasopism „Konteksty”, „Babilon” z tekstami i rozmowami ze specjalistami, jak: Krzysztof Szczerski, prof. Andrzej Nowak, Paweł Kowal, Agnieszka Romaszewska-Guzy. Natomiast w Brnie odbyła się polsko-czeska konferencja – *Europa Środkowa, Rosja a obszar postsowiecki*.

Strategia dyplomacji historycznej Polski w 2011 r. wykorzystywała narrację opartą na uczestnictwie konkretnych postaci z polskiej historii oraz wprowadzała do debaty publicznej zagadnienia wzmacniające wizerunek Polski, jako partnera godnego zaufania. Projekty realizowane przez Instytut Polski w Pradze pod hasłem *Rzeczpospolita Wielu Narodów*, prezentowały wielokulturowe dziedzictwo Polski, w tym nie pomijano trudnych relacji polsko-żydowskich. Program obejmował organizację spotkań dyskusyjnych, projekcje filmowe, koncerty, wystawy, których celem było przypomnienie pozytywnych postaci i symboli w historii Polski, jak Janusz Korczak, Irena Sendlerowa, Marek Edelman. Wydano biografię Ireny Sendlerowej (projekt *Hołd Irenie Sendlerowej* stanowił kulminację cyklu *Rzeczpospolita Wielu Narodów*), przypomniano powieść *Austeria* Strykowskiego w czeskim tłumaczeniu, a w Pradze i Brnie wykłady na temat stosunków polsko-żydowskich wygłosił Szewach Weiss. Z kolei redaktora Telewizji Czeskiej zaproszono do udziału w krakowskim Festiwalu Kultury Żydowskiej. W 2012 r. kontynuowano temat relacji polsko-żydowskich w formie projektu *Sezon Polski w Muzeum Żydowski* w Pradze. Wątek historii Żydów polskich był podejmowany w działaniach IP także w 2013 r., a to w związku z otwarciem w Warszawie Muzeum Żydów Polskich. Przypomniano wówczas w czeskich mediach rocznicę powstania w warszawskim getcie, a w Pradze i Ostrawie zorganizowano spotkania z Beatą Chomątkowską, autorką książki *Stacja Muranów*, w Muzeum Sztuki w Ołomuńcu otwarto wystawę *Świat przed katastrofą* o przedwojennym Kazimierzu.

Warte podkreślenia są inicjatywy Polski i Republiki Czeskiej w celu upamiętnienia i wspólnego obchodzenia rocznic wyznaczających kierunki transformacji systemowej obu państw po 1989 r. realizowane pod hasłem *25,15,10: Wspólne rocznice*. W listopadzie 2013 r. w czeskim MSZ odbyła się konferencja – *Co zrobiliśmy z wolnością?*, a w styczniu 2014 r. zorganizowano projekcję filmu dokumentalnego Mirosława Jasińskiego *Europa Środkowa idzie na wolność*. Natomiast w marcu 2014 r. przy współpracy Instytut Polskiego odbyło się spotkanie z udziałem historyków, którego mottem była *Pamięć po komunizmie* (spotkanie w ramach Forum Polsko-Czeskiego). Cały rok 2014 stał pod zna-

kiem obchodów wspólnych rocznic odzyskania wolności i towarzyszyły temu seminaria (*Powrót geopolityki? Ukraina i inne wyzwania dla Polski i Czech 15 lat po wejściu do NATO*; *Pamięć po komunizmie, Europa idzie na wolność*), wystawy oraz projekcje filmów.

Istotnym elementem promującym polską historię na świecie jest film. Instytut Polski w Pradze w 2011 r. połączył czeską premierę filmu Petera Weira *The Way Back* ze wznowieniem książki *Długi marsz* Sławomira Rawicza stanowiącej kanwę filmu. Natomiast w Ostrawie, Pradze i Kromierzyżu wyświetlono film Antoniego Krauze; *Czarny Czwartek*. W 2013 r. nadal obecna i doceniana w Republice Czeskiej była polska produkcja filmowa. Jerzy Stuhr, jako gość honorowy *Febiofestu*, otrzymał nagrodę *Krystian*, a na festiwalu w Karlowych Warach laury otrzymały *Płonące wieżowce* i *Papusza*. Z kolei nagrody specjalne dla polskiej kinematografii przyznano Jerzemu Hoffmanowi i Allanowi Star-skiemu, gościom 39. *Letniej Szkoły Filmowej*.

Rok 2012 był rokiem Janusza Korczaka i przypomnieniu jego postaci poświęcony był projekt realizowany przez Instytut. Podobne działania prowadzono w związku z rocznicą urodzin i śmierci Brunona Schulza – wystawa *Kafka – Schulz* oraz imprezy towarzyszące.

Jednym z najważniejszych wydarzeń kulturalnych w Europie Środkowej wspieranych przez Instytut Polski w Pradze był *Miesiąc spotkań artystycznych* z udziałem 32 pisarzy z Polski. Polski program zdominował także jeden z najważniejszych festiwali muzycznych typu open air – *United Islands of Prague* z udziałem trzech polskich zespołów i występem Teatru Ósmego Dnia. Wspólnie z ambasadą francuską zorganizowano przegląd filmów Romana Polańskiego oraz plakatów do jego twórczości. Polska kinematografia obecna była w Republice Czeskiej dzięki projekcjom filmów *Rewers*, *Tatarak* – wyświetlanych w kinach studyjnych. Polskie produkcje prezentowano podczas Letniej Szkoły w Uherskim Hradišću, na festiwalach filmowych. W 2012 r. polscy artyści wzięli udział w prestiżowych festiwalach i targach: Hanna Krall na targach *Svet Knihy*, Lech Majewski na festiwalu *Febiofest*, Janusz Majewski i Krzysztof Zanussi na festiwalu *Finale Plznen*, Kayah w na festiwalu *Sen nocy letniej*, Olga Pasiecznik w *Letnim Świącie Muzyki Dawnej*. Polskim wydarzeniem muzycznym roku 2013 w Republice Czeskiej były obchody jubileuszu Krzysztofa Pendereckiego w Pradze z udziałem kompozytora. Punktem kulminacyjnym stał się koncert transmitowany przez czeską telewizję inaugurujący festiwal *Praga Dworzaka*, podczas którego wykonano utwór Pendereckiego.

W dziedzinie literatury promowano dorobek noblisty Czesława Miłosza, a wystawa *Czeski Miłosz* była prezentowana w dziesięciu miastach Republiki Czeskiej. Czescy dziennikarze odbyli wizytę studyjną w Polsce śladami Miłosza, której efektem były audycje radiowe i publikacje prasowe. Najważniejszym partnerem IP na czeskim rynku wydawniczym jest wydawnictwo i kawiarnia literacka *Fra*, miejsce spotkań z polskim autorami oraz współwydawca wraz z IP m.in. *Antologii polskiej poezji* oraz dział Krzysztofa Vargi, Rafała Kosika. Polska literatura nadal należy do czwórki najpopularniejszych na czeskim rynku wydawniczym zagranicznej literatury.

Nieco mniejsza jest obecność polskiego teatru w Czechach, a to z powodu wysokich kosztów związanych ze sprowadzeniem polskich produkcji. Mimo to polskie grupy teatralne występowały na festiwalach w Hradec Kralove i Pilźnie. Teatr Kana prezentował się w Pradze. Nadal sporo jest inscenizacji dzieł polskich twórców, w tym na motywach *Gottlandu* Mariusza Szczygła (Ostrawa i Praga) czy Olgi Tokarczuk *Dom dzienny, dom nocny* (Uherskie Hradiste). Nieco bogatszy w wydarzenia kulturalne był 2013 r. W praskim Teatrze Komedia odbył się sezon polski. Dzięki współpracy IP i tegoż teatru wystawiono *Testosteron*, *Pułapkę*, *Pornografię* i *Naszą klasę*. Teatr Narodowy w Brnie wystawił natomiast klasykę teatru – *Wesele*.

Jednym z najważniejszych wydarzeń muzycznych z udziałem polskich artystów, a związanym z polską prezydencją i programem promocji wiedzy o Polsce, był koncert Agi Zaryan w ramach cyklu *Jazz na Hradczanach*, zorganizowany przez prezydenta Republiki Czeskiej. Wśród gości był prezydent Bronisław Komorowski. W rocznicę katastrofy smoleńskiej – *Requiem smoleńskie*. Polscy muzycy jazzowi należą do grona najczęściej zapraszanych do Czech, a dzięki wsparciu IP gościli Adam Pierończyk, Paweł Kaczmarek, Wojciech Mazolewski, Piotr Orzechowski. Zakończenie obchodów Roku Chopina miała miejsce w Kaplicy Betlejemskiej w Pradze z udziałem kwartetu Kwadrofonik.

Rok 2013 był rokiem Witolda Lutosławskiego i wydarzenia organizowane przez IP w Pradze odnosiły się także do tej postaci najwybitniejszego twórcy muzyki współczesnej. Jego twórczość prezentowano podczas koncertów w ramach serii *Salon Polski* i festiwali, z którymi stale współpracuje polska placówka w Pradze: Morawsko-Śląski Festiwal *Maj Janaczka* czy *Festiwal Brikcius*. Obchody Roku Lutosławskiego uświetnił koncert polskiego kwartetu smyczkowego *Baltic Neopolis Quartet* wraz z czeskim wiolonczelistą Petrem Nouzovskim.

Wydarzeniem z zakresu sztuk wizualnych była wystawa Magdaleny Abakanowicz w Muzeum Sztuki w Ołomuńcu, Bronisława Chromego w Pradze czy Tomasza Gudzowskiego w CzechPhoto Galery. IP posiada także własne miejsca wystawiennicze i zapoznaje publiczność z ciekawymi projektami polskich artystów fotografików, polskiej szkoły plakatu.

Od początku swojego istnienia (1949 r.) Instytut Polski zajmował się nauką i promocją języka polskiego, który cieszy się dużą popularnością w Republice Czeskiej. W 2011 r. zorganizowano pięć kurów języka polskiego, w których uczestniczyło 120 osób. Uczestnicy uczą się języka aktywnie poprzez udział w projekcjach filmów czy podczas wycieczek do Polski. W roku 2013 IP brał udział w obchodach powstania polonistyki w Pradze i Brnie i był partnerem organizacji konferencji naukowych. Do tego należy dodać możliwość korzystania z liczącej 9000 woluminów biblioteki oraz mediateki (2000 filmów, płyt CD), będącej największym w Pradze księgozbiorem dzieł polskich i o Polsce. Instytut kontynuuje współpracę z ośrodkami polonistycznymi na czeskich uniwersytetach, a szczególnie w Brnie i Ołomuńcu i Pardubicach.

Promocja Polski, jej kultury i dorobku, prowadzona jest przy współpracy z mediami tak praskimi, jak i regionalnymi. Najważniejszym partnerem IP wśród mediów jest Program 3 Czeskiego Radia oraz Czeska Telewizja, która wspólnie z instytutem zorganizowała kilkadziesiąt reportaży z imprez związanych z polską kulturą. Instytut ściśle współpracuje z portalami informacyjnymi oraz branżowymi, jak www.iliteratura.cz, główny portal literacki czy z www.moderni-dejiny.cz, największym portalem historycznym. Ten ostatni rozpoczął prowadzenie sekcji poświęconych historii Polski i stosunkom polsko-czeskim, przy współpracy z IP, IPN i Forum Polsko-Czeskim. Europejska polityka Polski i Czech była tematem debaty prowadzonej przy merytorycznym wsparciu IP na łamach czasopisma „Revue Politika” (projekt on-line), z udziałem ekspertów. IP kontynuował współpracę z dziennikarzami opiniotwórczego dziennika „Lidové noviny”, w którym regularnie ukazują się materiały poświęcone polskiej historii, kulturze i atrakcjom turystycznym. Problematyką polską zajmowały się także „MF Dnes” i „Hospodářské noviny. Problematyka polska była obecna w czeskich periodykach także w związku z projektem *Na Wschód od Zachodu* oraz *Rokiem Miłosza*, w formie numerów tematycznych – „Kontexty”, „Babylon”, „Host”, „Tygodnik Katolicki”, „Salve”. IP zorganizował kilka wizyt studyjnych dziennikarzy radiowych i prasowych.

Działania Instytutu czasami wykraczają poza jego tradycyjnie rozumiane funkcje, stąd zaangażowanie pracowników w akcję przywracania dobrego imienia polskiej żywności. W I półroczu 2012 r. Instytut przejął inicjatywę stworzenia programu promocji dobrej polskiej kuchni i produktów ekologicznych i regionalnych, a jedną z imprez towarzyszących był *Tydzień polskiej gastronomii*. Niestety ten pogarszający się wizerunek polskiej żywności lansowany głównie przez media, powodował, że także w następnym 2013 roku, IP zaangażował się w projekty promujące polską żywność, polską kuchnię i turystykę kulinarną do Polski i zorganizował w Pradze *Dni Polskiej Gastronomii*.

6 maja 2014 r. podpisano porozumienie dotyczące realizacji Programu Współpracy z Ministerstwem Kultury Republiki Czeskiej na lata 2014–2016, partnerami są Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego RP oraz Ministerstwo Kultury RCz (patrz strona Międzynarodowego Centrum Kultury w Krakowie). Obie strony aktywnie będą wspierały polsko-czeską wymianę kulturalną i rozwijały współpracę w zakresie ochrony dziedzictwa kulturowego i miejsc pamięci. Patrz imprezy kulturalne – wymiana teatrów, wystawy, projekcje filmów, programy translatorskie.

Działania Instytutu Polskiego w Pradze w 2014 r. były skoncentrowane na realizacji imprez i wydarzeń kulturalnych związanych z obchodami 25-lecia odzyskania wolności. 4 czerwca, w rocznicę wyborów do parlamentu, pod hasłem *Wolność się nie starzeje* na terenie Republiki Czeskiej odbyły się happeningi, wystawy, koncerty. Współczesny portret Polaków prezentowała wystawa *Tacy jesteście Polacy 1989–2014*, na którą składały się plakaty ukazujące ostatnich 25 lat, widziane oczami młodych grafików. W czeskich mediach zorganizowano *Rok Polski* na falach Programu 3 Czeskiego Radia, gdzie dominowały audycje poświęcone polskiej literaturze współczesnej, filmowi, teatrowi, sztukom wizualnym. W dniach 18–25 listopada 2014 r. brały w nich udział Olga Tokarczuk i Małgorzata Sikorska-Miszczuk, prezentując słuchowisko radiowe. Jednym z ciekawszych wydarzeń prezentujących osiągnięcia polskiej sztuki filmowej był przegląd filmów pt. *Bardzo Fajny Festiwal*, któremu, poza premierą filmu Wojciecha Smarzowskiego *Pod mocnym aniołem*, towarzyszyła prezentacja muzyki oraz specjałów polskiej kuchni.

Kontynuowano także spotkania przedstawicieli świata nauki, dziennikarzy, analityków i 27 listopada zorganizowano ostatnie z polsko-czeskich seminariów poświęconych upadkowi komunizmu oraz rocznicom wejścia do NATO i UE. Hasło seminarium – *Europa Środkowa a widmo populizmu*.

Reasumując można stwierdzić, że na działania IP w Pradze wpływa wspólna historia i tradycja sąsiedzkich relacji, w tym pokrewieństwo językowe, etniczne, otwarcie granic, wielość kontaktów bilateralnych i multilateralnych. Kolejny czynnik to trwałość zinstytucjonalizowanej obecności Polski i jej kultury w Republice Czeskiej, gdzie polskie placówki informacyjne działają od 1949 r. (Praga, a w Czechosłowacji także Bratysława). Te czynniki powodują, że polska propozycja kulturalna zajmuje ważne miejsce w kalendarzu wydarzeń organizowanych w całej Republice Czeskiej. Sporym wyzwaniem dla IP w Pradze jest wizerunek Polski i stereotypy na temat Polaków funkcjonujące w czeskim społeczeństwie i budowanie nowego wizerunku kraju nowoczesnego i atrakcyjnego turystycznie. Pracownicy IP wychodzą ze swoimi działaniami także poza Pragę do Brna, Ostrawy, Pilzna, Hradec Kralove, Ołomuńca. Na uwagę zasługuje wypracowanie modelu współpracy na poziomie Grupy Wyszehradzkiej – wypracowanie z partnerami V4 regularnego i roboczego modelu spotkań i konsultacji. Placówka promuje Polskę, jako kraj stabilnej, europejskiej demokracji, czerpiący siłę ze swojego bogactwa historycznego i kulturalnego, inicjujący i pielęgnujący kontakty z przedstawicielami świata kultury i nauki, wspierający lektoraty języka polskiego, organizujący wizyty studyjne dziennikarzy.

Poza działaniami w zakresie dyplomacji kulturalnej instrumentem promocji państwa stała się także dyplomacja ekonomiczna, będąca efektem rosnącej roli problematyki gospodarczej w stosunkach międzynarodowych. Stąd też działania państw w sferze polityki zagranicznej nie ograniczają się do tworzenia odpowiednich warunków dla rozwoju wymiany handlowej, ale także wspierają obecność przedsiębiorców na rynkach zagranicznych, promują eksportu własnego kraju i pozyskują zagranicznych inwestorów. Polska dyplomacja ekonomiczna obejmuje działania i instrumenty służące realizacji zadań na rzecz i w imieniu administracji rządowej, tworzenie warunków do rozwoju współpracy gospodarczej oraz analizę polityczną i ekonomiczną. Ma też na celu poprawę pozycji ekonomicznej państwa poprzez działania niewchodzące w skład tradycyjnie rozumianej polityki handlowej²¹.

Powyższe działania, będące zwykle domeną resortu gospodarki, stały się zasadniczym przedmiotem działań polskiej dyplomacji ekonomicznej,

²¹ P. Zerka, *Instrumentarium dyplomacji ekonomicznej: wyzwania i dylematy*. Materiały z trzeciego spotkania z serii „Polska w świecie 2030. Globalizacja polskiej polityki zagranicznej i europejskiej, www.demoseuropa.pl. (dostęp 20.08. 2013).

utworzonej na podstawie porozumienia ministra spraw zagranicznych oraz ministra gospodarki²². Jedną z przesłanek porozumienia było doprowadzenie do ekonomizacji służby zagranicznej i uczynienie z kwestii gospodarczych priorytetu polskiej polityki zagranicznej, zyskującego na znaczeniu po akcesji Polski do Unii Europejskiej.

W zakresie kompetencji polskiej dyplomacji ekonomicznej na początku jej działalności pozostawało identyfikowanie problemów gospodarczych o znaczeniu strategicznym dla gospodarki, analiza współpracy handlowej i inwestycyjnej w ujęciu regionalnym, analiza obrotów handlowych, znoszenie barier na rynku oraz budowa relacji gospodarczych z krajami priorytetowymi²³. Działania te zmierzą także do wspierania eksportu oraz inwestycji zagranicznych, zwłaszcza w dziedzinach kluczowych dla gospodarki narodowej, choć nie tylko, bowiem na wsparcie ze strony służby zagranicznej liczą także przedsiębiorcy i eksporterzy działający na tzw. rynkach trudnych (odległych geograficznie, niestabilnych dla działalności inwestycyjnej i eksportowej)²⁴.

W Polsce mamy do czynienia z podziałem kompetencji w zakresie dyplomacji gospodarczej między Ministerstwem Gospodarki (dział gospodarka) a Ministerstwem Spraw Zagranicznych (dział sprawy zagraniczne)²⁵. Do zadań MG

²² Porozumienie z 7 lutego 2006 r. między Ministrem Spraw Zagranicznych a Ministrem Gospodarki w sprawie ustanowienia dyplomacji ekonomicznej; Porozumienie z 14 września 2006 r. między Ministrem Spraw Zagranicznych a Ministrem Gospodarki w sprawie współpracy w realizacji działań Ministra Gospodarki z zakresu promocji handlu i inwestycji zagranicznych przez polskie placówki zagraniczne, w których nie funkcjonują Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji, www.msz.gov.pl (dostęp 13.07.2007); szerzej na temat dyplomacji ekonomicznej Polski: G. Gawin, *Kształtowanie się i rola...*; A. Szczepańska, *Dyplomacja ekonomiczna Polski 2006–2008*. W: *W kręgu idei, polityki i wojska. Studia dedykowane Profesorowi Januszowi Farysiowi w siedemdziesiątą rocznicę urodzin*, red. T. Sikorski, H. Walczak, A. Wątor, Szczecin 2009; H. Dumala, *Dyplomacja ekonomiczna – założenia i realizacja*. w: *Nowe oblicza dyplomacji*, red. B. Surmacz, Lublin 2013.

²³ Odpowiedź ministra spraw zagranicznych w sprawie zadań wydziałów ekonomicznych polskich placówek zagranicznych, realizowanych na rzecz organów państwa, 23 I 2007, www.orka2.sejm.gov.pl (dostęp 15.08. 2008).

²⁴ *Ekonomiczne zadania dyplomacji*, www.msz.gov.pl. Dostęp 20.08.2013; *Jak dyplomacja wspiera firmy na zagranicznych rynkach, rozmowa z wiceminister spraw zagranicznych Beatą Stelmach*, www.polandgoglobal.pl. (dostęp 30.09.2013).

²⁵ www.sejm.gov.pl, K. Marchewka-Bartowiak, *Dyplomacja ekonomiczna w Polsce – organizacja, zadania i kierunki działania*, „Analizy” Biuro Analiz Sejmowych, nr 6/2014, s. 2 (dostęp 20.09 2014).

należy min. formułowanie założeń współpracy gospodarczej, realizacji polityki handlowej, udział w pracach międzynarodowych organizacji gospodarczych, wspieranie eksportu, promocja gospodarki oraz działania proinwestycyjne. Ustawa o działaniach administracji rządowej z 2007 r. precyzuje także zadania realizowane przez MSZ w ramach działu sprawy zagraniczne i zalicza do nich: koordynację polityki zagranicznej, wspieranie działań promocyjnych oraz dyplomację publiczną.

W praktyce do zadań realizowanych przez polskie placówki zagraniczne należy – wspieranie inicjatyw promocyjnych, w tym uczestnictwa przedsiębiorców w seminariach konferencjach i działaniach PR, doradztwo i informacja, przygotowanie *Informatora Ekonomicznego* oraz przewodników z informacjami o systemie prawnym i gospodarczym kraju urzędowania, współpraca z izbami i klubami gospodarczymi, wspieranie transakcji handlowych i inwestycyjnych, organizacja wizyt studyjnych dziennikarzy zajmujących się problematyką gospodarczą przeprowadzanie interwencji dyplomatycznych²⁶.

W strukturze polskiej dyplomacji ekonomicznej znajdują się podległe MSZ Wydziały Ekonomiczne oraz inne stanowiska ekonomiczne na placówkach zagranicznych. Wydziały Ekonomiczne ambasad RP dokonują analizy współpracy handlowej i inwestycyjnej w regionie i działają na rzecz likwidacji barier w dostępie do rynku, budują relacje gospodarcze z krajami i regionami priorytetowymi, organizują wizyty i negocjacje rządowe, promują polską gospodarkę oraz wspierają interesy polskich przedsiębiorców, a także opracowują informacje makroekonomiczne na temat sytuacji gospodarczej w państwie przyjmującym. Natomiast w gestii Ministerstwa Gospodarki pozostają Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji, będące w strukturze placówek zagranicznych RP, ale merytorycznie, kadrowo i finansowo podległe Ministrowi Gospodarki²⁷. WPHI realizują funkcję promocyjno-informacyjną oraz doradcze w stosunku do małych i średnich przedsiębiorstw, promują polski eksport, udzielają informacji handlowej, organizują spotkania z inwestorami i dostarczają informacji dotyczących warunków inwestowania w danym kraju, a także o imprezach targowych, wystawienniczych, giełdach towarowych, pomagają w uczestnictwie

²⁶ *Materiał informacyjny na posiedzenie Komisji Gospodarki Narodowej Senatu RP w sprawie efektywności promowania polskiej gospodarki w świecie*, www.msz.gov.pl (dostęp 15.08. 2010).

²⁷ H. Dumala, *Dyplomacja ekonomiczna*, s. 265–268.

w tego typu wydarzeniach. Wydziały przekazują dane na temat propozycji ofertowych lub potencjalnych kontrahentów i inwestorów, uczestniczą w misjach gospodarczych polskich przedsiębiorców inspirując i dostarczają materiałów do programów i informacji w mediach oraz udzielają wywiadów i przygotowują informatory i biuletyny gospodarcze²⁸.

W skład omówionego powyżej systemu wsparcia polskiego eksportu wchodzi portale internetowe prowadzone przez Ministerstwo Gospodarki – Portal Promocji Eksportu (www.eksporter.gov.pl), serwis informacyjny WPHI (www.trade.gov.pl)²⁹.

Wzrost aktywności polskich przedsiębiorstw oraz ekonomizację działań polskiej dyplomacji można prześledzić także na przykładzie relacji polsko-czeskich, zważywszy fakt, że Republika Czeska jest jednym z najważniejszych partnerów gospodarczych Polski i pomimo odczuwalnej w ostatnich latach recesji, obroty z tym krajem w ciągu 10 lat po akcesji, wzrosły do poziomu 15 mld euro. Kraj ten jest trzecim partnerem eksportowym Polski oraz zajmuje siódme miejsce w polskim imporcie³⁰. Podobnie Polska jest ważnym partnerem handlowym Republiki Czeskiej, zajmując trzecie miejsce pod względem importu (po Niemczech, Chinach a przed Słowacji) oraz trzecie pod względem eksportu (po Niemczech i Słowacji). Od 2005 r. Polska odnotowuje dodatni bilans w handlu z tym krajem. W strukturze obrotów handlowych dominują produkty wysoko przetworzone: urządzenia mechaniczne i elektryczne do rejestracji dźwięku i obrazu, pojazdy samochodowe, wyroby metalurgiczne, chemiczne, artykuły rolno-spożywcze, produkty mineralne. Mniejszą rolę odgrywają produkty rolne i spożywcze, choć w 2014 r. nastąpił wzrost importu polskiej żywności o 2% – największy udział wyrobów mięsnych, mleczne, jaja, zboża warzywa i owoce.

Dobrze rozwija się także współpraca inwestycyjna, bowiem polskie firmy zainwestowały 1,5 mld euro (poziom inwestycji ze Szwecji czy Japonii). W Re-

²⁸ Dane za rok 2012, za: www.sejm.gov.pl, K. Marchewka-Bartkowiak, *Dyplomacja ekonomiczna w Polsce- organizacja, zadania i kierunki działania*, „Biuro Analiz Sejmowych” nr 6/2014, s. 5 (dostęp 20.09.2014).

²⁹ H. Dumała, *Dyplomacja ekonomiczna*, s. 270.

³⁰ www.praha.trade.gov.pl, *Republika Czeska. Przewodnik po rynku*, WPHI Praga. grudzień 2013; tamże *Biuletyn WPHI* październik 2014; www.mg.gov.pl, *Spotkanie wicepremiera J. Piechocińskiego z ministrem przemysłu i handlu Republiki Czeskiej*, Warszawa 5.03.2014.

publice Czeskiej działa 1 100 spółek prawa handlowego z polskim kapitałem na poziomie 25%. Widoczna jest koncentracja tych firm w Pradze (400), Brnie oraz w pasie przygranicznym: Czeski Cieszyn, Trzyniec, Nachod, Havirov. Do największych inwestycji na rynku Republiki Czeskiej należą: PKN Orlen (zakup udziałów w koncernie petrochemicznym Unipetrol), Synthos S.A (zakup firmy chemicznej Kauczuk), Asseco Poland (przejęcie Zakładu Techniki Obliczeniowej PVT oraz udziałów w firmach informatycznych LCS International i Berit), Zakłady Azotowe Anwil, mBank, Tymbark, VAB Tychy, TelForceOne S.A – sieć sklepów z oprzyrządowaniem do telefonów komórkowych, Malborskie Zakłady Chemiczne „Organika”, Mokate S.A, Tauron Polska Energia. Poza tym mniejsze podmioty z branży obuwniczej, meblarskiej, odzieżowej (Reserved, Tatum, CCC, Ryłko, Alpinus, Reporter, Gino Rossi, Kler, Vox, Wojas). Wartość czeskich inwestycji w Polsce na koniec 2012 r. wynosiła 421 mln euro, jednak globalny charakter przedsiębiorstw powoduje, że czeskie firmy inwestują za pośrednictwem swoich zagranicznych przedstawicielstw, stąd dane te nie są dokładne. Najważniejsze inwestycje w Polsce – ČEZ (koncern energetyczny zakupił udziały w elektrociepłowniach i w Elektrowni Skawina), Fundusz kapitałowy Penta Investments (grupa Empik), Fortuna zakłady buchmacherskie, Dr Max, Alpha Medical Polska, Car System, EPH holding węglowy (kopalnia Silesia), Kofola, Obaly – opakowania, Delta Pekary pieczywo mrożone, Zetor Brno, Bohemia Group, Brever – browary półczyńskie, Ferona dystrybucja wyrobów hutniczych. Duża aktywność w sektorze energetycznym – budowa zakładu wydobywczego w zlikwidowanej kopalni Dębieńsko i kopalnia Silesia.

Rozwijająca się współpraca gospodarcza prowadzi do stałego zwiększania zainteresowania przedsiębiorców rynkiem drugiego kraju, stąd wzrost zaangażowania polskiej dyplomacji w realizację zagranicznej polityki ekonomicznej. Zadania dyplomacji ekonomicznej są realizowane przez Wydział Polityczno-Ekonomiczny Ambasady w Pradze, który istnieje pod tą nazwą od 2010 r. Jej zmiana wynikała z nowych przepisów resortu spraw zagranicznych dotyczących obsady kadrowej placówek, a liczba pracowników Wydziału Ekonomicznego w Pradze nie pozwalała na istnienie samodzielnej jednostki organizacyjnej³¹. W strukturze WPE znajduje się Referat ds. Ekonomicznych zajmujący się dwustronnymi stosunkami ekonomicznymi między Polską a Republiką

31 *Informacja na temat działań Wydziału Polityczno-Ekonomicznego Ambasady RP w Pradze otrzymana od II sekretarza ambasady, listopad 2014.*

Czeską. Poza tym Wydział realizuje zadania przewidziane dla tego typu jednostek, jak: analizuje sytuację polityczną i sytuację gospodarczą w kraju urzędowania oraz jej wpływ na współpracę z Polską, dokonuje analizy stanowiska Republiki Czeskiej wobec globalnych problemów ekonomicznych i promuje polskie stanowisko wobec nich, prowadzi działania na rzecz promocji i ochrony polskich interesów gospodarczych, a szczególnie przedsiębiorstw o charakterze strategicznym, uczestniczy w przygotowaniu organizacyjnym i merytorycznym wizyt przedstawicieli resortów gospodarczych, przygotowuje *Informator Ekonomiczny* o Republice Czeskiej oraz zajmuje się działaniami w ramach Polsko-Czeskiej Komisji Międzyrządowej ds. Współpracy Transgranicznej oraz dwustronnej współpracy regionalnej i samorządowej w odniesieniu do spraw gospodarczych.

Gros zadań z zakresu zagranicznej polityki gospodarczej realizuje Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Republice Czeskiej. Wydział wykonuje zadania zatwierdzone przez Ministerstwo Gospodarki i polegające na rozwoju współpracy handlowej, pozyskiwaniu inwestycji zagranicznych do Polski oraz nowych technologii³². WPHI identyfikuje możliwości wspierania polskiego eksportu, analizuje sytuację gospodarczą Republiki Czeskiej oraz możliwości rozwoju dwustronnej współpracy, organizuje seminaria i konferencje promocyjne, stoiska targowe, spotkania z inwestorami i przedstawicielami firm, izbami handlowymi. W realizacji swoich zadań współpracuje z Wydziałem Polityczno-Ekonomicznym Ambasady.

Przez dwa lata (2010–2012) misji ambasadora Jana Pastwy zorganizowano 45 misji oficjalnych i roboczych o tematyce ekonomicznej, przeprowadzono ok. 70 konsultacji i spotkań z administracją kraju urzędowania oraz 26 spotkań, konferencji, seminariów i misji gospodarczych z udziałem polskich i czeskich przedsiębiorców³³. Corocznie odbywają się spotkania ambasadora z przedstawicielami resortów rządu RCz. podsumowujące dwustronną współpracę,

³² Dz.Urz. MG. z 13 grudnia 2011, *Zarządzenie Ministra Gospodarki z 8 grudnia 2011 w sprawie statutu jednostki budżetowej – Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP z siedzibą w Pradze*.

³³ www.sejm.gov.pl – Janusz Cisek, podsekretarz stanu w MSZ, w odpowiedzi na interpelację nr 14570 posła Zbigniewa Girzyńskiego oraz grupy posłów w sprawie wywiązywania się ze swych ustawowych obowiązków przez ambasadorów w poszczególnych placówkach z dnia 20 II 2013, Warszawa 2 kwietnia 2013 (dostęp 9.08.2014).

a Ambasada RP objęła patronat nad organizacją Polsko-Czeskiego Forum Gospodarczego.

Działania realizowane przez WPHI mają na celu kształtowanie pozytywnego wizerunku Polski i jej gospodarki przez promocję polskich produktów i usług na rynku Republiki Czeskiej oraz promocji Polski, jako kraju atrakcyjnego gospodarczo³⁴. Wydział organizuje stoiska informacyjno-promocyjne podczas targów i imprez wystawienniczych, organizuje bądź uczestniczy w seminariach, szkoleniach, konferencjach i spotkaniach z udziałem polskich i czeskich przedsiębiorców, prowadzi strony internetowe z informacjami o czeskim rynku dla polskich przedsiębiorców i na temat polskiego rynku dla czeskich importerów, inwestorów i firm zainteresowanych współpracą.

Do najbardziej efektywnych form promocji gospodarczej należy prezentacja oferty eksportowej podczas imprez targowych i wystawienniczych. WPHI w Pradze prezentuje na stoiskach własne materiały promocyjne i informacyjne o tematyce gospodarczej, prawnej, jak też oferty polskich podmiotów gospodarczych. W 2011 r. Wydział uczestniczył w sześciu, a w 2012 r. w ośmiu, imprezach targowych, natomiast indywidualne stoiska prezentowano podczas targów organizowanych w Brnie – odzieżowych (*Styl/Kabo*), sprzętu i elektrotechniki (*Amper*), budowlanych, meblarskich i wyposażenia wnętrz (*IBF, Mobitex*), a także praskich targów transportu, spedycji i logistyki (*EastLong*) i targów rolno-przemysłowych w Czeskich Budziejowicach (*Země Zivitelka*). Polska uzyskała status kraju partnerskiego targów maszynowych w Brnie (*MSV*), gdzie prezentowano wspólne stoisko narodowe WPHI oraz Agencji Rozwoju Przemysłu. W 2014 r. na tych samych targach zorganizowano stoisko narodowe, przy którym doszło do bezpośrednich spotkań B2B czeskich i polskich przedsiębiorców. Udział polskich wystawców został objęty wsparciem finansowym w ramach promocji polskiego eksportu z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Ponadto Wydział zaproponował polskim wystawcom wspólną ekspozycję w celu kompleksowej prezentacji oferty promocyjnej oraz uzyskania

³⁴ *Sprawozdanie z działalności za 2011 r.*, Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Pradze, Praga marzec 2012, Informacja przesłana przez kierownika Wydziału, radcę W. Pobóg-Pągowskiego na zapytanie autorki, listopad 2014; www.praha.trade.gov.pl, *Republika Czeska. Przewodnik po rynku*, WPHI Praga, grudzień 2013; tamże „Biuletyn Informacyjny WPHI” Praga, październik 2014 (dostęp 12 X 2014).

efektu synergii prezentacji wyrobów i usług inwestycyjnych³⁵. W 2012 r. wśród imprez targowych, w których uczestniczył WPHI w ramach wspierania polskiego eksportu, znalazły się też targi rolno-spożywcze *Salima* w Brnie, gdzie zorganizowano stoisko narodowe wspólnie z Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Taka forma organizacji jest efektywniejsza i korzystniejsza dla promocji branży i nawiązania współpracy handlowej, co w przypadku problemów ze sprzedażą polskiej żywności i jej dyskryminacją na czeskim rynku, jest szczególnie ważne. Wydział uczestniczył w targach i imprezach wystawienniczych: turystycznych, przemysłu obronnego, maszynowych, branży drzewnej, biżuteryjnej, turystycznej, kosmetycznej, gdzie koncentrowano się na prowadzeniu konsultacji z polskimi wystawcami w sprawach dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej na terenie Republiki Czeskiej i identyfikacji trudności w dostępie do rynku³⁶.

WPHI w Pradze aktywnie uczestniczy w imprezach o charakterze seminaryjno-biznesowym. Współpracuje z instytucjami rządowymi i samorządowymi, branżowymi izbami gospodarczymi z Polski i Republiki Czeskiej, PAIZ, Centrami Obsługi Inwestorów i Eksporterów. Integruje środowiska biznesowe obu państw wspierając działania Klubu Polskiego Biznesu w Pradze. Do działań tego typu należą cykliczne imprezy jak Spotkania polsko-czeskiego biznesu, które są organizowane corocznie w czerwcu. Ich organizatorem jest Czesko-Polska Izba Handlowa w Ostrawie oraz WPHI w Pradze. Podczas spotkania w 2011 r. miała miejsce konferencja gospodarcza pt. *Prezydencja Polski w Radzie UE. Współpraca Polska-Republika Czeska*. Polska prezydencja w Radzie UE była także wiodącym tematem II Polsko-Czeskiego Forum Gospodarczego, zorganizowanego w październiku 2011 r. w Brnie, przez WPHI, Ministerstwo Przemysłu i Handlu RCz, oraz Klub Polskiego Biznesu w Republice Czeskiej, i kontynuującego tradycję zapoczątkowaną pierwszym praskim Forum z poprzed-

³⁵ www.praha.trade.gov.pl, „Biuletyn Informacyjny WPHI” Praga kwiecień 2012 (dostęp 20.09.2014); „Biuletyn Informacyjny WPHI” Praga wrzesień 2013.

³⁶ *Sprawozdanie z działalności za 2011 r.; Sprawozdanie z działalności za rok 2012*, Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Pradze, Praga marzec 2012; www.praha.trade.gov.pl, „Biuletyn Informacyjny WPHI” Praga kwiecień 2011; tamże „Biuletyn Informacyjny WPHI” Praga czerwiec 2012; www.mg.gov.pl, Prezentacje z narady radców WPHI 1.01.2014, W. Pobóg-Pągowski, I radca WPHI Ambasady RP w Pradze, *Przemysł biotechniczny i farmaceutyczny*, 2013 r.

niego roku³⁷. Pierwszy panel dyskusyjny z udziałem przedstawicieli resortów gospodarki oraz izb gospodarczych, zrzeszeń przedsiębiorców, był poświęcony współpracy handlowej i inwestycyjnej oraz interesom obu państw na forum UE w sektorze energetyki i rynku wewnętrznego. Natomiast kwestie wspierania przedsiębiorczości, współpracy inwestycyjnej, projekty infrastrukturalne i udział czeskich inwestorów w procesie prywatyzacji w Polsce, były przedmiotem dyskusji z udziałem przedstawiciela PAIZ, CzechTrade, CzechInvest oraz prezesa Klubu Polskiego Biznesu w Pradze. W kolejne edycji Forum, jaka miała miejsce 12 października 2012 r., udział wzięli prezydenci Polski Bronisław Komorowski i Republiki Czeskiej Vaclav Klaus oraz szefowie resortów gospodarki. Rozmowy dotyczyły współpracy na forum UE, polityki klimatyczno-energetycznej, energetyki jądrowej, dwustronnych relacji gospodarczych, a zwłaszcza barier w jej rozwoju. Prezydent Klaus podkreślał bark poważniejszych problemów we współpracy czesko-polskiej, jednak obaj prezydenci zwracali uwagę na konieczność rozbudowy infrastruktury drogowej i przesyłowej – energii i gazu, jako warunku rozwoju współpracy gospodarczej ale i zapewnienia bezpieczeństwa energetycznego obu państwom³⁸.

W 2012 r. WPHI podjął działania związane z organizacją IV Europejskiego Kongresu Gospodarczego w Katowicach oraz uczestniczył w przygotowaniu konferencji poświęconej polsko-czeskim relacjom gospodarczym, jaka odbyła się 29 marca w Ambasadzie RP w Pradze. Pracownicy WPHI, wraz z przedstawicielami Ministerstwa Gospodarki, brali udział w dyskusji panelowej poświęconej czesko-polskiej współpracy w energetyce jądrowej, potwierdzając znaczenie kwestii energetycznych, jako ważnego obszaru współpracy oraz inwestycji, podobnie jak i sektora paliwowego.

Współpraca obu państw w ramach Grupy Wyszehradzkiej oraz świadomość, że wielu inwestorów postrzega region Europy Środkowej jako całość, skłania do podejmowania wspólnych działań na rzecz promocji całego regionu oraz wzmocnienia wzajemnych kontaktów gospodarczych. Temu służyła konferencja zorganizowana podczas XVIII spotkania czeskiego i polskiego biznesu

³⁷ www.praha.trade.praha.gov.pl; „Biuletyn Informacyjny WPHI” Praga październik 2011 (dostęp 9.04.2012).

³⁸ www.praha.trade.gov.pl, „Biuletyn Informacyjny WPHI” Praga październik 2012 (dostęp 16.10.2014); www.ptwp.pl, *Polsko-czeska współpraca gospodarcza. Fakty – tendencje – potencjał*. Materiał po Forum Gospodarczym Czechy-Polska 12 października 2012, Polskie Towarzystwo Wspierania Przedsiębiorczości.

w czerwcu 2012 r. pod hasłem *Czechy-Polska. Otwieramy platformę współpracy państw Europy Środkowej* z udziałem przedstawicieli resortów gospodarczych, władz lokalnych, instytucji i zrzeszeń branżowych oraz przedsiębiorców³⁹.

Biorąc pod uwagę długie tradycje współpracy obu państw w zakresie wykorzystania polskich portów, za istotną należy uznać inicjatywę realizowaną przez WPHI w Pradze wraz z Ministerstwem Infrastruktury i Rozwoju, Krajową Izbą Gospodarki Morskiej, jaką są *Dni Morza*, których celem jest promocja polskiego sektora morskiego, pomoc w nawiązywaniu kontaktów handlowych, prezentacja ofert polskich portów, firm spedycyjnych⁴⁰. W seminariach i spotkaniach uczestniczą przedstawiciele portów w Gdyni, Gdańsku, Szczecinie-Świnoujściu, przedsiębiorstw żeglugowych – Polskiej Żeglugi Morskiej, DCT – Deep Water Terminal, Unity Line oraz czescy przedsiębiorcy prowadzący działalność spedycyjną.

Działania WPHI w Pradze obejmują także problemy trójstronnej, polsko-czesko-niemieckiej współpracy gospodarczej, zwłaszcza w wymiarze transgranicznym. Stąd uczestnictwo w Transgranicznym Forum Gospodarczym w Cieszynie czy Polsko-Niemiecko-Czeskie Forum Kooperacji Przedsiębiorstw w Jeleniej Górze⁴¹. W wydarzeniach tych uczestniczy kilkadziesiąt przedsiębiorców polskich i czeskich i są okazją do wymiany doświadczeń, uzyskania porad prawnych, handlowych oraz promocji firm, a także wspierania małych i średnich przedsiębiorstw w rozpoczęciu współpracy handlowej z firmami czeskimi i niemieckimi.

Działania promocyjne i informacyjne oraz pomoc w nawiązaniu współpracy podmiotów gospodarczych są realizowane w ramach tzw. „pierwszego kontaktu”. Przekazywane są w ten sposób informacje na temat potencjalnych partnerów handlowych oraz obowiązujących przepisów prawnych w zakresie obrotu towarowego, świadczenia usług, prowadzenia działalności gospodarczej. Indywidualne konsultacje adresowane do przedsiębiorców odbywają się w ramach *Dni kontaktów handlowych z Polską*, a ich organizatorami są WPHI oraz regionalne izby gospodarcze. Spotkania odbywające się w Pradze oraz

³⁹ Ibidem.

⁴⁰ *Sprawozdanie w działalności za 2012 r.*; www.praha.trade.gov.pl, „Biuletyn Informacyjny WPHI” październik 2014 (dostęp 19.11.2014).

⁴¹ *Sprawozdanie z działalności za 2012 r.*; www.mg.gov.pl, Prezentacje z narady radców WPHI 1.01.2014, W. Pobóg-Pągowski, I radca WPHI Ambasady RP w Pradze, *Przemysł biotechniczny i farmaceutyczny*, 2013.r.

kilku innych miastach stanowią okazję do kojarzenia gospodarczych i handlowych partnerów biznesowych, udzielania informacji na temat warunków prowadzenia działalności gospodarczej w RCz. systemu podatkowego, ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych. W 2011 r. pracownicy Wydziału udzielili 1144 odpowiedzi na takie zapytania, a w 2012 r. – 1121, większość drogą elektroniczną. W 2013 r. udzielono 1589 informacji o przetargach, udzielono odpowiedzi na 122 zapytania, w ramach pomocy w nawiązaniu współpracy między firmami (tzw. „pierwszy kontakt”) udzielono 1257 odpowiedzi. Jednym z projektów realizowanych od czerwca 2011 r. przez WPHI jest Centrum Informacji Gospodarczej o Republice Czeskiej, w formule cyklicznych spotkań konsultacyjnych z udziałem pracowników WPHI oraz ekspertów z Klubu Polskiego Biznesu.

Analiza realizowanych zadań oraz zapytań przekazywanych do WPHI potwierdza dużego wzrostu zainteresowania rynkiem czeskim ze strony polskich firm budowlanych, meblowych, rolno-spożywczych, motoryzacyjnych i chemicznych⁴².

Wydział prowadzi działalność wydawniczą i współpracuje z mediami. Merytorycznie odpowiada za treści gospodarcze zamieszczone na stronie internetowej ambasady: bieżące informacje makroekonomiczne i rynkowe, oferty współpracy, kalendarium wydarzeń targowych i wystawienniczych, opracowanie w wersji polskiej i czeskiej biuletynów, wydawanie przewodnika po rynku czeskim dla firm z Polski, („Biuletyn Informacyjny WPHI”, „Makroekonomiczne informacje”). W ramach współpracy z mediami pracownicy Wydziału przygotowują konferencje prasowe odbywające się podczas imprez targowych czy w ramach Czesko-Polskiego Forum Kooperacyjnego poświęconego współpracy transgranicznej. Przygotowują artykuły prasowe na temat polskiego przemysłu celem jego promocji, a także informacje i dodatki do prasy gospodarczej (jak *Hospodarske Noviny*), ukazujące się podczas targów⁴³.

Zadania informacyjno-analityczne są realizowane przez pracowników WPHI w Pradze poprzez przygotowanie fachowych ekspertyz i analiz rynkowych, w formie przewodnika po rynku Republiki Czeskiej (w liczbie 1200 egzemplarzy) przeznaczonego dla eksporterów i inwestorów i stanowiącego kompendium wiedzy na temat prowadzenia działalności gospodarczej w RCz.

⁴² Sprawozdanie za 2012 r.

⁴³ Sprawozdanie z działalności z 2011 r.; Sprawozdanie z działalności za 2012 r..

Z drugiej strony WPHI opracowuje także przewodniki po polskim rynku przeznaczone dla czeskich inwestorów i zawierające podstawowe informacje w zakresie polskiego prawa gospodarczego, podatkowego oraz prawa pracy. WPHI wydaje także kilka broszur branżowych w języku czeskim poświęconych branży odzieżowej, budowlanej, elektronicznej, spożywczej i maszynowej w Polsce. Do tego należy dodać sporządzanie opracowań analitycznych (ponad 20 rocznie) na potrzeby Ministerstwa Gospodarki oraz innych instytucji krajowych⁴⁴.

W zakresie informacji ekonomicznej i handlowej Wydział współpracuje z Portalem Promocji Eksportu, przekazując opracowania informatyczno-analityczne (130 w 2012 r., w sumie 488 informacji) na temat sytuacji gospodarczej Republiki Czeskiej oraz zapytania ofertowe czeskich firm. W 2013 r. zamieszczono na portalu 150 materiałów analitycznych i informacyjnych, 1589 informacji o przetargach⁴⁵.

WPHI w Pradze realizuje swoje zadanie we współpracy z polskimi i czeskimi instytucjami. Wśród najważniejszych polskich partnerów można zaliczyć Polską Agencję Informacji i Inwestycji Zagranicznych wspierającą organizację Czesko-Polskiego Forum Gospodarczego, podczas którego pracownicy PAIZ spotkali się z przedstawicielami Klubu Polskiego Biznesu w RCz. i omawiali możliwości wsparcia dla polskich przedsiębiorców i inwestorów na rynku czeskim. W 2012 r. PAIZ i WPHI współpracowały przy organizacji wystawy polskich produktów i wzornictwa przemysłowego *Designed in Poland*, której towarzyszyła szeroka akcja marketingowa w mediach. PAIZ udzielała wsparcia dla organizacji seminarium poświęconego konkurencyjności przedsiębiorstw z polskim kapitałem na rynku czeskim oraz spotkania z Klubem Polskiego Biznesu w RCz. na temat wsparcia dla polskiego kapitału i przedsiębiorców.

Partnerami WPHI są między innymi: Pracodawcy RP, Stowarzyszenie Eksporterów Polskich, Klub Przedsiębiorcy w Cieszynie, Centra Obsługi Inwestorów i Eksporterów, Specjalne strefy ekonomiczne w Tarnobrzegu, Mielcu i Gdańsku, krajowe i regionalne izby gospodarcze. Na uwagę zasługuje także współpraca z czeskimi partnerami: Ministerstwem Przemysłu i Handlu, Cze-

⁴⁴ *Sprawozdanie z działalności za 2012 r.*

⁴⁵ W. Pobóg-Pągowski, Prezentacja – *Przemysł biotechniczny i farmaceutyczny*, Informacja w narady radców WPHI, Warszawa 1.07.2014, www.mg.gov.pl (dostęp 12.09.2014).

ską Inspekcją handlową, agencjami wspierającymi handel i inwestycje – Czech-Trade, CzechInvest, Zrzeszeniem Handlu i Turystyki, Czeską Izbą Handlową w Ostrawie.

Aktywność WPHI w Pradze w zakresie promocji polskiego eksportu oraz polskich przedsiębiorstw została uznana i uhonorowana tytułem *Lidera Polskiego Eksportu 2014* przez Stowarzyszenie Polskich Eksporterów, co należy uznać za duże wyróżnienie⁴⁶.

Działania WPHI Ambasady RP w Pradze wpisują się w długoletnie tradycje kontaktów gospodarczych polsko-czechosłowackich i polsko-czeskich, których rozwój ułatwia nie tylko bezpośrednie sąsiedztwo, ale też członkostwo w UE. Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że priorytety rozwoju gospodarczej polityki zagranicznej Polski, jak i promocji polskiej gospodarki, ukierunkowane są geograficznie, co oznacza większe zainteresowanie państwa ekspansją gospodarczą na Wschodzie (program GoChina) czy w Afryce (GoAfrika). Ostatnie lata przyniosły wzmocnienie działań dyplomacji ekonomicznej Polski właśnie na tym obszarze. Jednocześnie widoczne jest duże zainteresowanie polskich przedsiębiorców rynkami europejskimi, w tym rynkiem Republiki Czeskiej. Pomimo braku źródeł pozwalających ocenić efektywność działań polskiej służby zagranicznej w Republice Czeskiej, w odniesieniu do liczby zawieranych kontraktów handlowych, napływu inwestycji, zarejestrowanych firm polskich, to aktywność WPHI w Pradze zasługuje na pozytywną ocenę, zwłaszcza forma bezpośrednich kontaktów z organizacjami reprezentującymi interesy małych i średnich przedsiębiorców. Kwestią czasu jest natomiast ocena skuteczności działań polskiej dyplomacji publicznej i ekonomicznej, bowiem na zmianę wizerunku Polski i Polaków wpływa nie tylko ekspansja polskich firm i produktów, ale także działania w sferze kultury i kontaktów społecznych.

⁴⁶ www.trade.praga.gov.pl, „Biuletyn Informacyjny WPHI” listopad 2014.

Publikacja jest poświęcona ćwierćwieczu polityki zagranicznej Polski od chwili przemian ustrojowych na przełomie 1989 i 1990 r. W zebranych artykułach zostały opisane zarówno sukcesy polskiej dyplomacji, jak i wyzwania, przed którymi stoi III Rzeczpospolita na arenie międzynarodowej. Monografia składa się z czterech bloków tematycznych. Trzy pierwsze dotyczą relacji Polski z poszczególnymi regionami – Unią Europejską, Europą Wschodnią oraz krajami pozaeuropejskimi, zaś czwarty – polityki bezpieczeństwa Rzeczypospolitej.

Ocena efektów polityki zagranicznej Polski w ciągu ostatnich 25 lat nie jest jednoznaczna. Z jednej strony Polska do sukcesów zaliczyć może wstąpienie do Paktu Północnoatlantyckiego i Unii Europejskiej, pojednanie z Niemcami oraz stworzenie w miarę stabilnych warunków rozwoju gospodarczego. Z drugiej strony pewne problemy międzynarodowe, np. pojednanie z Rosją, pozostały nierozwiązane. Niniejsza książka pozwala lepiej zrozumieć uwarunkowania polityki zagranicznej Polski i ocenić, na ile polskie służby dyplomatyczne podołały wyzwaniom po 1989 r.

WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 665 58 63

Książka dostępna
jako e-book

ISBN 978-83-8088-107-5

9 788380 881075