

Anna Siewierska-Chmaj*

MIT POLITYCZNY JAKO NARZĘDZIE DYPLOMACJI PUBLICZNEJ I ELEMENT STOSUNKÓW MIĘDZYNARODOWYCH

Streszczenie

Autorka prezentuje mit polityczny jako narzędzie dyplomacji publicznej i element stosunków międzynarodowych, opierając się na przykładzie amerykańskich mitów politycznych po 2001 roku. Ogłoszona przez Georga W. Busha *wojna z terrorem (War on Terror)* wymagała stworzenia politycznych mitów usprawiedliwiających moralnie polityczne i militarne działania Stanów Zjednoczonych. Zadaniem amerykańskiej dyplomacji publicznej w tym okresie było uzyskanie społecznej akceptacji dla tego rodzaju działań, co częściowo udało się w odniesieniu do społeczeństwa amerykańskiego, lecz zakończyło fiaskiem w odniesieniu do światowej opinii publicznej. W ocenie autorki „walka o serca i umysły” globalnej publiczności została przegrana, ponieważ przyjęto błędne założenie o uniwersalności amerykańskiego mitu politycznego, nie zadając sobie trudu poznania i zrozumienia symboliczno-mitycznego kapitału innych uczestników gry.

52

Słowa kluczowe

mit polityczny, dyplomacja publiczna, dyplomacja 2.0., stosunki międzynarodowe



Nowa dyplomacja publiczna

Rewolucja medialna spowodowała gwałtowny wzrost znaczenia opinii publicznej w sferze polityki zagranicznej, a w konsekwencji także dyplomacji publicznej, zdefiniowanej w 1965 roku przez Edmunda

* **Anna Siewierska-Chmaj** – politolog. Doktoryzowała się na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Wicedyrektor Instytutu Badań nad Cywilizacjami w Rzeszowie. Autorka wielu monografii i artykułów naukowych z zakresu mitologii i teologii politycznej, polityki migracyjnej, języka polityki, mediów, m.in.: *Polska polityka migracyjna. W poszukiwaniu nowego modelu*, R. Matyja, A. Siewierska-Chmaj, K. Pędziwiatr, WUW, Warszawa 2015; *Religia a polityka. Chrześcijaństwo*, WUW, Warszawa 2013; *Nepal. Od królestwa do republiki*, A. Siewierska-Chmaj, P. Kłodkowski, Rzeszów 2008; *Język polskiej polityki. Politologiczno-semantyczna analiza expose premierów Polski w latach 1919-2004*, Rzeszów 2006.

Gulliona jako realizacja polityki zagranicznej państwa poprzez szeroko pojętą komunikację międzynarodową. „Centralnym punktem dyplomacji publicznej jest ponadnarodowy przepływ informacji i idei”, twierdził Gullion i wydaje się, że czas jedynie potwierdził ten pogląd (Gullion 1965). Większość współczesnych definicji podkreśla rolę mediów, przede wszystkim Internetu, w nowej dyplomacji publicznej. Postulatu, aby zrozumieć, informować i mieć wpływ (*understand, inform, influence*), nie można zrealizować bez właściwego wykorzystania technologicznego potencjału ery 2.0. (Pamment 2013). Nicholas J. Cull twierdzi wręcz, że od 2008 roku można mówić o połączeniu się terminów dyplomacja publiczna i dyplomacja publiczna 2.0. (Cull 2013: 125).

Różnica między starym a nowym rodzajem dyplomacji publicznej sprowadza się, w gruncie rzeczy, jedynie do ilości aktorów i kierunku przepływu informacji. Podczas gdy konwencjonalna dyplomacja opiera się na wzajemnej relacji rządów czy polityków równego szczebla, a zatem jest raczej „komunikacją pośrednią” (Hendry and Watson 2001), dyplomacja publiczna jest bardziej otwarta i ukierunkowana na szerszy udział społeczeństwa, włączając w to jednostki i grupy, które nie są oficjalnymi przedstawicielami państwa. Nowa dyplomacja publiczna, wykorzystując media społecznościowe i inne dostępne narzędzia komunikacji, rozszerzyła swoje pole działania, nie zmieniając jednak zasadniczo celu podejmowanych działań. Beata Ociepka określa ją jako „dialogową formę międzynarodowego komunikowania politycznego, które przez budowanie wzajemnie korzystnych relacji z partnerami za granicą, ułatwia realizację celów państwa w środowisku międzynarodowym” (Ociepka 2012: 130).

Cull dodaje, że świadectwem szczególnej mocy dyplomacji publicznej 2.0. jest fakt, iż wypełniając wszystkie tradycyjne zadania dyplomacji publicznej, zdecydowanie zwiększa siłę oddziaływania poprzez wykorzystanie takich narzędzi, jak tweety i re-tweety, co pozwala na bieżąco badać reakcję na wysyłane komunikaty i podejmowane działania, śledzenie blogosfery i czerpanie z niej pomysłów, czy wymiana treści kulturowych za pośrednictwem Internetu i budowanie relacji międzyludzkich poprzez media społecznościowe (Cull 2013: 125-126).

Joseph Nye podkreśla z kolei związek dyplomacji publicznej z pojęciem miękkiej siły (*soft power*): „Ewolucja dyplomacji publicznej od jednokierunkowej komunikacji do dwukierunkowego dialogu traktuje opinię publiczną jako współtwórców znaczenia i komunikacji (...). Inteligentna dyplomacja publiczna wymaga zrozumienia wiarygodności, samokrytyki i roli społeczeństwa obywatelskiego w tworzeniu miękkiej siły” (Nye 2010). Nye podkreśla, że przekroczenie cienkiej linii między dyplomacją publiczną a propagandą przekreśla znaczenie

miękkiej siły. Musi ona pozostać procesem dwukierunkowym, „ponieważ miękka siła polega przede wszystkim na zrozumieniu umysłów innych ludzi”. Do zagadnień z teorii stosunków międzynarodowych, komunikacji politycznej i public relations włącza zatem Nye także psychologię komunikowania i antropologię.

Kształtowanie wizerunku kraju – *branding* narodowy – wymaga stosowania narzędzi znacznie wykraczających poza proste techniki propagandowe. Tess Altman i Cris Shore podsumowują cztery najważniejsze cechy dyplomacji publicznej, czyniące z niej istotny element stosunków międzynarodowych (Altman and Shore 2014: 339):

1. „Dyplomacja publiczna” jest pojęciem wieloznacznym, nieustannie kształtowanym przez szereg zmian, takich jak globalizacja, zmiany w technologiach informacyjnych i komunikacyjnych (w tym media społecznościowe), włączając w to również rosnącą złożoność marketingu i technik branding (Gilboa 2008: 55).

2. Koncepcja ta jest coraz częściej wykorzystywana zarówno przez państwowych jak i niepaństwowych aktorów, pragnących legitymizować swoje działania. Organizacje pozarządowe, korporacje, instytucje ponadnarodowe i inne podmioty międzynarodowe stają się mistrzami w wykorzystaniu dyplomacji publicznej do budowania sieci współpracy i kształtowania norm społecznych i politycznych. Dyplomacja publiczna może w rzeczywistości być nawet ważniejszym narzędziem dla stosunkowo nowych globalnych podmiotów, które nie posiadają kapitału kulturowego państw narodowych, uzyskanych w trakcie długiej historii dyplomacji i budowania narodu.

3. Dyplomacja staje się inkluzywna, otwarta i zaangażowana w dialog z zagranicznymi społeczeństwami bardziej, niż pozwalała na to tradycyjna dyplomacja.

4. Jest to forma miękkiej siły, która stara się wpływać na normy i tożsamości przez „komunikowanie narracji” (Cross and Melissen 2013: 5).

54

Mit polityczny

„Komunikowanie narracji” czy „opowiadanie narodu o sobie” (Schneider 2004: 1) jest nieodłącznym elementem dyplomacji publicznej, w dużej mierze decydującym o jej skuteczności. Narzędziem idealnym do tego celu wydają się być polityczne mity, rozumiane jako wielkie narracje wpływające na kształt politycznej rzeczywistości poprzez wzmacnianie tożsamości narodowej czy legitymizowanie władzy. Wielokierunkowość i rozproszenie charakteryzujące współczesne procesy komunikacji są dużym wyzwaniem przy projektowaniu strategii

nowej dyplomacji publicznej. Nadmiar bodźców i chaotyczność informacji sprawiają, że zarówno pojedynczy odbiorca, jak i całe społeczeństwa potrzebują obrazów porządkujących, nakładających siatkę pojęć, wartości i norm na zmultiplikowaną rzeczywistość. Zrozumienie mechanizmu, zgodnie z którym mit interpretuje i przekształca świat, pozwala spojrzeć na relacje państw i stosunki międzynarodowe z dużo szerszej perspektywy.

Nie tylko w pozaeuropejskim kręgu cywilizacyjnym XXI wiek jest pełen mitów. Wielkie narracje – poprzez podtrzymywanie więzów grupowych, redefiniowanie wzorów kultury, dostarczanie wspólnego aksjologicznego podłoża – kształtują rzeczywistość społeczną na każdym niemal jej poziomie. W sferze politycznej być może nawet silniej niż w jakiegokolwiek innej, są bowiem nie tylko budulcem tożsamości narodowych i źródłem socjopolitycznej rewitalizacji, ale przede wszystkim specyficznym filtrem, który ułatwia zrozumienie świata. Mity, dzięki swojej rozmytej, narracyjnej konstrukcji mają niezwykłą zdolność przystosowywania się do szybko zmieniającego się świata. Nawet jeśli pierwotnie nie są polityczne, wykorzystane w odpowiedni sposób, polityczne się stają. Tę niezwykłą zdolność do wewnętrznych przekształceń i jednocześnie zewnętrznego oddziaływania podkreśla Claude Lèvi-Strauss, określając mit jako *bricolage*: „W porządku spekulatywnym myślenie mityczne działa tak, jak majsterkowanie na planie praktycznym; dysponuje ono skarbnicą obrazów zebranych przez obserwację świata naturalnego (...). Myślenie mityczne kombinuje te elementy, aby stworzyć sens tak, jak majsterkowicz, podejmując się jakiegoś zadania, używa materiałów będących pod ręką, aby nadać im inne znaczenie, (...) niż to, jakie wynikało z ich pierwotnego przeznaczenia” (Lèvi-Strauss, Eribon 1994: 132). Koncepcję tę rozwinął Hans Blumenberg pisząc o mitach jako historiach, których narracyjny rdzeń cechuje wysoki stopień trwałości, a jednocześnie występuje również wysoka zdolność tworzenia wariantów tej opowieści i potencjału do przekazywania ich dalej (Blumenberg 2009: 32).

Symboliczny kapitał mitów politycznych wydaje się nie do zastąpienia – tak w polityce wewnętrznej, jak i w stosunkach międzynarodowych. Alexander Wendt zakłada nawet, że w przestrzeni międzynarodowej kultura jest samospełniającą się przepowiednią (Wendt 2008: 177), a zatem mity, jako integralna część „pamięci zbiorowej” i kultury narodowej, mogą być istotnym czynnikiem zmiany. O ile bowiem komunikacja między państwami o podobnej kulturze przebiega w sposób, w dużej mierze, przewidywalny i bezkonfliktowy, o tyle komunikacja pomiędzy podmiotami stosunków międzynarodowych o zupełnie odmiennych kulturach, jest bardziej skomplikowana. Zwłaszcza przy obec-

nym umasowieniu komunikacji społecznej, która przesuwa środek ciężkości dyskursu w kierunku kwestii ekonomicznych lub kulturalnych, kosztem problematyki *stricto* politycznej (Kuźniar 2006: 23).

Patryk Wawrzyński twierdzi, że przy ocenie roli mitu w stosunkach międzynarodowych, a przede wszystkim w kształtowaniu wizerunku państwa jako podmiotu tych stosunków, szczególną uwagę należy zwrócić na to, że mit:

- pełni rolę normy społecznej oraz powszechnie akceptowanego wzorca zachowań, zarówno na poziomie mikrostruktury, jak i makrostruktury. W pierwszym przypadku dotyczy ona znaczenia kultury narodowej i oczekiwań społeczeństwa wobec realizowanej przez władzę polityki zagranicznej, a więc odnosi się do mitu, jako czynnika współtworzącego tożsamość narodową i interesy narodowe. W drugim zaś mit stanowi ramę dla każdej interakcji pomiędzy uczestnikami stosunków międzynarodowych;

- stanowi źródło powszechnie podzielanej i niepodważalnej wiedzy, opiera się bowiem nie tylko na obrazach i symbolach, ale przede wszystkim na wierze w ich prawdziwość. Wiedza wypływająca z mitu oddziałuje na zachowania poprzez emocjonalny związek z kulturą, nie zaś jedynie ze względu na jej znajomość;

56

- wynika z procesu socjalizacji państwa, dzięki któremu uczestnicy uczą się swoich ról społecznych i tożsamości, zdobywają wiedzę o sobie i innych z doświadczenia kultury, w tym mitów;

- współdecyduje o komunikacji oraz interakcjach pomiędzy aktorami stosunków międzynarodowych, konstruuje porządek społeczny w oparciu o podłoże symboliczne;

- określa zarówno przekonania, jak i oczekiwania, co oznacza, że „mit jest nie tylko elementem kultury, ale poprzez swój wpływ na tożsamość i interesy staje się wręcz, w pewnym zakresie, częścią samego państwa, jako członka społeczności” (Wawrzyński 2011: 95-96).

Skuteczność mitu w dyplomacji publicznej wynika także z jego specyficznej struktury, spełniającej cztery kryteria techniki wywierania wpływu. Anthony Pratkanis i Elliot Aronson, opierając się na wskazówkach arystotelesowskiej *Retoryki*, wyodrębnili poziomy perswazji, spośród których pierwszym i niezbędnym jest perswazja wstępna, która ustala to, „co każdy wie” i „co wszyscy uważają za oczywiste”. Zręczne sformułowanie problemu i zdefiniowanie sposobu, w jaki należy o nim dyskutować – twierdzą Pratkanis i Aronson – może wpłynąć na reakcje poznawcze i uzyskanie zgody uczestników komunikacji, nie stwarzając przy tym wrażenia, że zostali do czegośkolwiek przekonani. Mit jest idealnym tworzywem do tego rodzaju perswazji – daje nieograniczony zasób elementów do kreowania wspólnoty przekonań,

a jednocześnie pozwala ukryć perswazyjność przekazu. Nie odnosi się bowiem wprost do kontrowersyjnych treści, lecz jedynie zaznacza obszar mityczny, z którego bogatych źródeł czerpie inspirację i odwołania. Kolejne techniki wymienione przez Pratkanisa i Aronsona to wiarygodność źródła, właściwa konstrukcja komunikatu i kontrolowanie uczuć odbiorców (Pratkanis i Aronson 2005: 48-49). Również tutaj postrzeganie mityczne idealnie wpisuje się w działanie perswazyjne. Mit jest niesprawdzalny, a zatem nie da się podważyć jego wiarygodności, ma wręcz status prawdy uświęconej. Jego konstrukcja jest zbudowana wokół niepodważalnych twierdzeń i bezdyskusyjnych symboli, więc jako komunikat spełnia wymogi perswazji – odwraca uwagę od potencjalnych argumentów przemawiających przeciwko, koncentrując się tylko na meritum. A co najważniejsze jest przesycony emocjami, często skrajnymi. Mit nie zna kompromisów, letnich uczuć, dyskusji o wartościach – mit jest bardziej kwestią wiary niż rozumu. Chociaż nie wyklucza wcale racjonalności, jednak odnosi się do innego jej poziomu. Mit się przeżywa, mit wzywa do działania i naśladownictwa.

Badanie mitu w kontekście jego wpływu na stosunki międzynarodowe pozwala dostrzec pewne ustalone, choć często niezwerbalizowane wzory postępowania poszczególnych podmiotów, zrozumieć kierującą nimi motywację, a przede wszystkim przewidzieć ich sposób podejmowania decyzji i zachowanie. Mit jest zatem nie tylko narzędziem dyplomacji publicznej, pozwalającym *rozumieć, informować i wywierać wpływ*, ale także trwałym elementem systemu międzynarodowego, którego analiza pozwala zwiększyć skuteczność poszczególnych aktorów. Ważne jest nie tylko właściwe użycie mitów politycznych z własnego, narodowego zasobu symbolicznego, co pozwala zaprojektować skuteczny proces komunikacji akceptowany przez wszystkich uczestników gry (publiczność wewnętrzną i zewnętrzną), ale także rozumienie mitów, którymi posługują się inni. Koncentracja na własnym przekazie, bez gruntownej analizy symboliczno-mitycznego kapitału pozostałych podmiotów stosunków międzynarodowych jest jednym z najważniejszych błędów popełnianych przez państwa. Wiara w absolutną pragmatyczność polityki i pochopna obiektywizacja wiedzy z zakresu stosunków międzynarodowych prowadzi do niedostrzegania złożoności zjawisk i niezrozumienia decyzji podejmowanych przez poszczególnych graczy.

Chiara Bottici tłumaczy, że to ponowoczesne ataki na wielkie narracje, akcentujące bądź ich banalność, bądź płynące z nich zagrożenie, uczyniły nas krótkowzrocznymi wobec mitów. Tymczasem „istnieje szansa, że wielkie narracje polityczne wyrzucone za drzwi przez postmetafizyczne myślenie, wróciły przez okno” (Bottici 2007: 247).

Autorka *Filozofii mitu politycznego* podkreśla znaczenie nowych technologii medialnych i ich globalne oddziaływanie, które czynią mity polityczne nieporównanie bardziej złowieszczy niż były kiedykolwiek wcześniej. Logika komunikacji masowej sprawia, że oddziaływanie mitu politycznego jest dużo bardziej podstępne, ponieważ ukrywa jego polityczny charakter – wydarzenie sportowe czy hollywoodzki film, nie będąc politycznymi *per se*, mogą nabrać takiego znaczenia, wpływając na przyjęcie lub odrzucenie określonej polityki czy opcji politycznej (Bottici 2007: 258).

Polityczne mity Stanów Zjednoczonych po 2001 roku

Większość autorów, niezależnie od oceny, zgadza się co do tego, że wydarzenia z 11 września 2001 roku były dla Stanów Zjednoczonych punktem przełomowym, który zmienił nie tylko politykę zagraniczną i wewnętrzną tego kraju, ale także sposób jego postrzegania zarówno przez własnych obywateli, jak i światową opinię publiczną.

Według Joanne Esch nie da się zrozumieć istotnych wydarzeń politycznych naszych czasów, pomijając wielkie narracje i procesy mitologizowania rzeczywistości, które każdego dnia na nowo tworzą znaczenie dla członków własnej grupy. Esch, która przeanalizowała oficjalne dokumenty amerykańskich organów rządowych i język polityki po 2001 roku, dowodzi, że na potrzeby *wojny z terrorem* (*War on Terror*) stworzono lub przetworzono mity polityczne, które miały legitymizować polityczne i militarne działania Stanów Zjednoczonych. *Amerykańska wyjątkowość* i *Cywilizacja kontra barbarzyństwo* miały definiować idealny obraz Ameryki i jej miejsce w świecie, a także konstruować amerykańską tożsamość narodową w opozycji do „zła innych” – twierdzi Esch i podkreśla rolę mitów politycznych w dostarczaniu moralnego usprawiedliwienia działań zbrojnych i *wyprzedzającego uderzenia* (Esch 2010: 358). Rdzeniem obu tych mitów jest dychotomiczny obraz świata i podział na „dobrych” i „złych”, występujący zresztą w większości mitów politycznych. Problem polegał jednak na tym, że mity stworzone na potrzeby amerykańskiego społeczeństwa¹ zupełnie nie sprawdziły się w szerszej perspektywie. Zamiast działać inklu-

¹ Badania opinii społecznej przeprowadzone jeszcze za kadencji Georga W. Busha wykazały, że społeczeństwo amerykańskie lepiej przyjmuje argumentację natury aksjologicznej (w tym także mitologiczną), niż *stricte* polityczną czy ekonomiczną. Respondenci byli bardziej skłonni poprzeć wojnę w Zatoce Perskiej, jeśli jako powód wojny podawano „zło” (*evil*) Saddama Husseina (Rottinghaus 2008).

zywnie, włączając do grupy „dobrych” jak największą część światowej opinii publicznej, działały wykluczająco i stygmatyzująco, zwiększając szeregi „złych”.

Zdanie to podziela Stephen Burman, który opisuje wpływ wydarzeń z 11 września 2001 roku na amerykańską politykę zagraniczną w kontekście psychicznej traumy, jaką przeżyli Amerykanie obserwując upadek Twin Towers. Przekonuje, że George W. Bush, dążąc do hegemonii Stanów Zjednoczonych na niespotykaną dotąd skalę, stworzył polityczne mity, które uzasadniały tak wielkie aspiracje. Politykę Białego Domu postrzegano jako walkę dobra ze złem i sformułowano w kategoriach mesjanistycznych i manichejskich. Doktryna Busha mogła jednak tworzyć potencjalne napięcia pomiędzy realizmem a moralnością, praktyką polityczną a narodowym mitem, dlatego potrzebowała silnego, niemal religijnego uzasadnienia. Bez tego mityczno-religijnego podłoża „usprawiedliwienie amerykańskiej polityki stawało się banalne”. Według Burmana polityka zagraniczna administracji Busha działała na granicy tego, co świeckie i tego, co religijne. Nie było to zresztą nic nowego, amerykańska polityka ma długą historię powoływania się na Boga. „Koncepcja ta była łatwa do przyjęcia w walce z bezbożnym komunizmem, okazała się jednak bardzo plastyczna i dostosowana także z powodzeniem do walki z islamem, w zakresie w jakim jest on postrzegany jako nierozzerwalnie związany z terrorem i zagrożeniem dla amerykańskiego świata” (Burman 2006: 23-24).

Nicholas J. Cull tłumaczy, że amerykańska administracja rządowa była zupełnie nieprzygotowana na to, co się stało, a „ataki terrorystyczne z 9/11 były brutalnym przebudzeniem dla amerykańskiej dyplomacji, zarówno tej tradycyjnej, jak i cyfrowej” (Cull 2013: 129). Nowy sekretarz stanu, Colin Powell „postanowił przenieść cały Departament Stanu w XXI wiek” – założono biuro E-Dyplomacji, obsadzone przez specjalistów technicznych i personel służby zagranicznej. Wszystkich dyplomatów i ambasady poproszono o prowadzenie i aktualizowanie stron internetowych, digitalizowano, tłumaczono na języki obce i udostępniano tysiące materiałów propagandowych masowo produkowanych przez amerykańskich urzędników. W Jekaterynburgu w Rosji uruchomiono nawet pierwszy wirtualny e-konsulat USA.

Podsekretarz Charlotte Beers, próbując odbudować stosunki Stanów Zjednoczonych ze światem arabskim, zainicjowała kampanię „Shared Values”, której komponentem była cyfrowa platforma wymiany opinii i doświadczeń o nazwie *www.opendialogue.org*. Ogromny budżet przeznaczony na to przedsięwzięcie zaowocował minimalnym odzewem – zamieszczono około tysiąca postów.

Administracja Busha postanowiła także konkurować bezpośrednio z Al-Jazeera i zadania dyplomacji publicznej skierowane do muzułmanów zaczęła realizować za pośrednictwem satelitarnego kanału telewizyjnego Al Hurra (do 2009 roku na ten cel przyznano już ponad 650 mln dolarów). Jak zauważa Marc Lynch, „założycielom telewizji Al Hurra wydawało się, że świat arabski jest podobny do dawnego obozu sowieckiego, pozbawionego informacji i rozpaczliwie pragnącego obiektywnych i wiarygodnych źródeł wiadomości oraz swobodnej debaty publicznej” (Lynch 2007). Jednak w momencie premiery świat arabski faktycznie tonął w zalewie telewizji satelitarnych i Al Hurra, z piętnem amerykańskiego finansowania, nigdy nie miała szansy być więcej niż kroplą w morzu innych arabskich mediów. Badania przywoływane przez Thomasa J. Johnsona i Shahirę Fahmy wskazują, że Al Hurra nie tylko nie jest skutecznym narzędziem dyplomacji publicznej USA, ale w niektórych krajach pogorszyła wręcz opinię na temat Stanów Zjednoczonych, pokazując amerykański punkt widzenia i promując amerykańską ideologię (Johnson i Fahmy 2010: 6-7).

Wszystkie opisane wyżej działania opierały się właściwie na jednym tylko elemencie dyplomacji publicznej – informowaniu, pozostałe zostały niemal całkowicie zaniedbane. „Podejście rzecznictwa pannaowało”, twierdzi Cull i cytuje słowa senatora Richarda Lugara, który w 2003 roku powiedział: „Na każdego dolara wydanego przez rząd Stanów Zjednoczonych na wojsko, przypada tylko siedem centów wydawanych na dyplomację, a z tych siedmiu centów tylko ćwierć przeznaczona się na dyplomację publiczną” (Lugar 2003).

Matt Armstrong, ekspert w dziedzinie dyplomacji publicznej i popularny bloger polityczny, a od 2013 roku także członek Broadcasting Board of Governors, który z grantu rządu USA finansuje telewizję Al Hurra, alarmował: „Amerykańska dyplomacja publiczna nosi wojskowe buty”. Przypominał również słowa byłego asystenta sekretarza stanu i wieloletniego dyplomaty Richarda Holbrooka, który wkrótce po zamachach z 11 września 2001 roku napisał, że „walka na idee jest równie ważna, jak każdy inny aspekt walki, w którą jesteśmy zaangażowani” (Armstrong 2008). Sporą część środków finansowych i zadań dyplomacji publicznej przyznano Departamentowi Obrony i Pentagonowi, w których dominowała huntingtonowska wizja *zderzenia cywilizacji*. Amerykańska dyplomacja publiczna przypominała strażaka piromana: promowała wizję Stanów Zjednoczonych jako jedynej potęgi zdolnej walczyć w obronie pokoju i wolności przeciwko terroryzmowi islamskiemu, a jednocześnie podsyciała wrogość do świata Zachodu, przedstawiając konflikty w kategoriach manichejskich i do tego w mitologicznym anturazju. „Walka o serca i umysły” została przegrana,

ponieważ przyjęto błędne założenie o uniwersalności amerykańskiego mitu politycznego, nie zadając sobie trudu poznania i zrozumienia symboliczno-mitycznego kapitału innych uczestników gry.

Niemal wszystkie amerykańskie mity polityczne, począwszy od założycielskiego mitu Stanów Zjednoczonych *City upon a Hill*, mają wyraźnie chrześcijański, a nawet millenarystyczny rdzeń, który sprawia, że są trudne do przyjęcia przez wyznawców innych religii. Zamachy z 11 września 2001 roku naruszyły delikatną równowagę pomiędzy USA a światem muzułmańskim. Przyjęcie przez administrację Busha parareligijnej retoryki zaostriżyło tylko sytuację i paradoksalnie było na rękę Al-Kaidzie. Potwierdzało bowiem tezę głoszoną przez Osamę bin Ladena o chrześcijańskiej krucjacie przeciwko islamowi i wzmacniało jego wezwanie do obrony muzułmańskich wartości, skierowane do wyznawców tej religii w fatwie z 1998 roku (Lewis 1998).

Przedstawianie zamachów na WTC w kategoriach wojny między religiami czy cywilizacjami oraz późniejsza próba legitymizacji działań militarnych w Iraku i Afganistanie przez amerykańskie mity polityczne sprawiły, że Amerykanie stracili szansę na pozyskanie sympatii opinii publicznej w krajach muzułmańskich i nie tylko. Budowa szerokiej koalicji militarnej opierała się na współpracy politycznej, ale nie pociągnęła za sobą równie szerokiego sojuszu ideologicznego. Tuż po zamachach w 2001 roku zarówno francuski lewicowy dziennik „Le Monde”, jak i prawicowy brytyjski „The Daily Mail” deklarowały solidarność z USA i głosiły „Wszyscy jesteśmy Amerykanami”. Światowe media informowały o dzieciach z Korei Południowej, które zmówiły modlitwę pod ambasadą amerykańską w Seulu, strażakach z Ekwadoru oddających hołd swoim zmarłym kolegom, a nawet Irańczykach palących świeczki za zmarłych. Intensywna akcja informacyjna amerykańskiej dyplomacji publicznej, wykorzystująca millenarystyczne mity polityczne zakorzenione w religii chrześcijańskiej zburzyła tę chwilową sympatię dla USA, ożywiając i wzmacniając muzułmański mit krucjat, wciąż żywy w krajach arabskich.

Zadaniem amerykańskiej dyplomacji publicznej było zminimalizowanie rozdźwięku między wizerunkiem Stanów Zjednoczonych jako kraju promującego wolność i jednocześnie uzasadnienie globalnej wojny z terrorem, którą administracja Busha traktowała jako III wojnę światową, co prezydent USA powiedział wprost w wywiadzie dla telewizji ABC News (ABC News 2015). Wyraźna niespójność tych dwóch przekazów sprawiła, że działalność Departamentu Stanu USA, odpowiedzialnego w tym okresie za dyplomację publiczną, jest klasycznym przykładem błędnej oceny sytuacji i kompletnego niezrozumienia światowej opinii publicznej.

Bibliografia

- Altman, Tess; Shore, Cris (2014), *Paradoxes of 'Public Diplomacy': Ethnographic Perspectives on the European Union Delegations in the Antipodes*, "The Australian Journal of Anthropology" 2014, nr 25.
- Blumenberg, Hans (2009), *Praca nad mitem*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Bottici, Chiara (2007), *A Philosophy of Political Myth*, New York: Cambridge University Press.
- Burman, Stephen (2006), "If I ruled the world". *National Interest and Global Responsibility in American Foreign Policy* [w:] *Nationalist Myths and Modern Media: Contested Identities in the Age of Globalization*, J. H. Brinks, S. Rock, E. Timms (ed.), London-New York: Tauris Academic Studies.
- Cross, Mai'a K. Davis.; Melissen, Jan (2013), *European Public Diplomacy: Soft Power at Work* (ed.), New York: Palgrave Macmillan.
- Cull, Nicholas J. (2013), *The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy*, "International Studies Review" (2013) 15.
- Esch, Joanne (2010), *Legitimizing the "War on Terror": Political Myth in Official-Level Rhetoric*, "Political Psychology", Vol. 31, No. 3.
- Gilboa, Eytan (2008), *Searching for a Theory of Public Diplomacy*, "The Annals of the American Academy of Political and Social Science", 616 (1).
- Hendry, Joy, Watson, Clarence Wayland (2001), *An Anthropology of Indirect Communication*, London-New York: Routledge.
- Johnson, Thomas J., Fahmy, Shahira (2010), *Who is Winning the Hearts and Minds of the Arab Public? An examination of how Arab viewers judge the credibility of Al-Jazeera, Al-Arabiya, Al-Hurra and local Arab stations*, "International Communication Research Journal", January 2010.
- Kuźniar, Roman (2006), *Stosunki międzynarodowe – istota, uwarunkowania, badanie* [w:] E. Halizak, R. Kuźniar (red.), *Stosunki międzynarodowe. Geneza, struktura, dynamika*, Warszawa: WUW.
- Lewis, Bernard (1998), *License to Kill: Usama bin Ladin's Declaration of Jihad* [online], "Foreign Affairs" 11/12, <http://www.foreignaffairs.com/articles/54594/bernard-lewis/license-to-kill-usama-bin-ladins-declaration-of-jihad> [23 lutego 2015].
- Lévi-Strauss, Claude, Eribon, Didier (1994), *Z bliska i z oddali*, Łódź: Wydawnictwo Opus.
- Lugar, Richard (2003), *Senate Committee on Foreign Relations, Hearing on American Public Diplomacy and Islam, panel one, 27 February 2003*, <http://www.foreign.senate.gov/imo/media/doc/LugarStatement030227.pdf> [20 lutego 2015].
- Lynch, Marc (2007), *The Alhurra Project: Radio Marti of the Middle East* [online], <http://www.arabmediasociety.com/?article=268> [24 lutego 2015].
- Nye, Joseph (2010), *The New Public Diplomacy* [online], "Project Syndicate", <http://www.project-syndicate.org/commentary/nye79/English>, [18 lutego 2015].
- Ociepka, Beata (2012), *Nowa dyplomacja publiczna – perspektywa teorii stosunków międzynarodowych i komunikowania politycznego*, „Przegląd Strategiczny” 2012, nr 1.
- Pamment, James (2013), *New Public Diplomacy in the 21st Century: A Comparative Study of Policy and Practice*, New York: Routledge.
- Pratkanis, Anthony, Aronson, Elliot (2005), *Wiek propagandy*, Warszawa: PWN.

- Rottinghaus, Brandon (2008), *Presidential leadership on foreign policy, opinion polling, and the possible limits of "crafted talk"*, "Political Communication", 25(2).
- Sawicka, Zofia (2012), *Silent Media: The Role and Place of Media in the Arab world*, [w:] A. Siewierska-Chmaj (red.), *Media Mosaic. Modern Media in the World*, Kraków-Rzeszów-Zamość: Konsorcjum Akademickie.
- Schneider, Cynthia P. (2004), *Culture communicates: US diplomacy that works* [online], http://www.clingendael.nl/sites/default/files/20040300_cli_paper_dip_issue94.pdf [18 lutego 2015].
- Siewierska-Chmaj, Anna (2009), *Mitologia polityczna jako fundament ideologii. Próba analizy* [w:] A. Siewierska-Chmaj, J. Chłopecki i in., *Przekazy polityki*, Kraków-Rzeszów-Zamość: Konsorcjum Akademickie.
- Wawrzyński, Patryk (2001), *Mit kulturowy jako czynnik kształtujący stosunki międzynarodowe*, Toruń: Wydawnictwo Mado.

Strony internetowe

- ABC News (2015), <http://web.archive.org/web/20110204112337/http://www.abc.net.au/news/newsitems/200605/s1632213.html> [25 lutego 2015].
- Al bab (2015), *An open door to the Arab world*. Portal poświęcony mediom arabskim, <http://www.al-bab.com/media/alhurra.html> [24 lutego 2015].
- Al-Hurra (2015), <http://www.alhurra.com/info/about-us/112.html> [20 lutego 2015].
- MountainRunner.us (2015), Blog poświęcony dyplomacji publicznej, http://mountainrunner.us/2008/10/iraq_and_the_warofideas/#.VOB-NfmG_k [20 lutego 2015].
- The Fletcher School of Law and Diplomacy (2015), Tufts University, <http://fletcher.tufts.edu/Murrow/Diplomacy> [18 lutego 2015].



Anna Siewierska-Chmaj – a political scientist. She completed her PhD at the faculty of Journalism and Political Science of the University in Warsaw, Poland. She is the Vice-Director of the Institute for Research of Civilizations in Rzeszów. She is the author of a number of monographs and academic articles in the field of mythology and political theology, migration policy, the language of politics and media, including: *Polska polityka migracyjna. W poszukiwaniu nowego modelu*, R. Matyja, A. Siewierska-Chmaj, K. Pędziwiatr, WUW, Warsaw 2015; *Religia a polityka. Chrześcijaństwo*, WUW, Warsaw 2013; *Nepal. Od królestwa do republiki*, A. Siewierska-Chmaj, P. Kłodkowski, Rzeszów 2008; *Język polskiej polityki. Politologiczno-semantyczna analiza expose premierów Polski w latach 1919-2004*, Rzeszów 2006.

Abstract

Based on the example of American political myths created after 2001, a political myth has been presented in this article as a tool of public diplomacy and an element of international relations. The *War on Terror* declared by George W. Bush created a need for political myths that would morally justify political and mili-

tary actions to be undertaken by the United States. What came as the main objective of the then U.S. public diplomacy was to achieve social acceptance of this type of actions. As far as American citizens are concerned, the task was partially fulfilled, yet in terms of the reaction on the part of the global public opinion it turned out to be a complete fail. In view of the author the “fight for people’s hearts and minds” was lost because of the mistaken assumption of the universality of the American political myth, without a proper analysis of main symbols and myths underlying other involved countries.

Keywords

political myth, public diplomacy, diplomacy 2.0, international relations