

## DZIAŁALNOŚĆ PROMOCYJNA WOJSKA POLSKIEGO W LATACH 2002–2009

Prowadzenie skutecznej, systematycznej i kompleksowej działalności promocyjnej resortu obrony narodowej w dobre znacznego przyspieszenia możliwości komunikacji społecznej jest niezwykle trudnym zadaniem. O ile rynek biznesu posiada już wypracowane metody i formy marketingowe, które w naturalny sposób ewaluują – to nie znalazł się jeszcze nikt, kto napisałby podręcznik wojskowego PR. PR-owskie środowisko (tym bardziej wojskowe) cywilne nigdy jeszcze w Polsce nie zorganizowało seminarium, ani konferencji, której głównym tematem byłoby wojskowa działalność promocyjna. Owszem w mediach znaleźć można bardzo dużo materiałów o wojskowym PR. Mają one jednak charakter sensacyjny, oskarżycielko-krytykancki i tylko pośrednio posiadają wartości edukacyjne. Głównym powodem uniemożliwiającym szybkie rozwiązanie ww. problemu jest stereotyp, że *każdy się na promocji zna* oraz że *za obronność odpowiedzialne jest całe społeczeństwo*, a także dynamizm wprowadzanych w życie rozwiązań kadrowo-strukturalnych, który jest zarazem powodem poczucia braku stabilizacji. Jednak mimo wszystko należy zaznaczyć, że działalność promocyjna resortu obrony narodowej staje się coraz bardziej definiowalna i ukierunkowana. Podkreślić także trzeba na plus, że realizacja kilku ogólnopolskich kampanii promocyjnych resortu (Tradycja Zobowiązuje, Zawsze z Biało-Czerwoną, Czas profesjonalistów, Żołnierska Pamięć<sup>1</sup> oraz Zostań Żołnierzem Inwestuj w Przyszłość – dotycząca profesjonalizacji), może już świadczyć o funkcjonowaniu systemu promocji Sił Zbrojnych RP.

Zadanie to koordynują (i realizują) Departament Wychowania i Promocji Obronności (DWiPO) oraz Departament Prasowo-Informacyjny MON (DPI)<sup>2</sup>, a także Zespół ds. Promocji Sił Zbrojnych RP<sup>3</sup> (rys. 1).

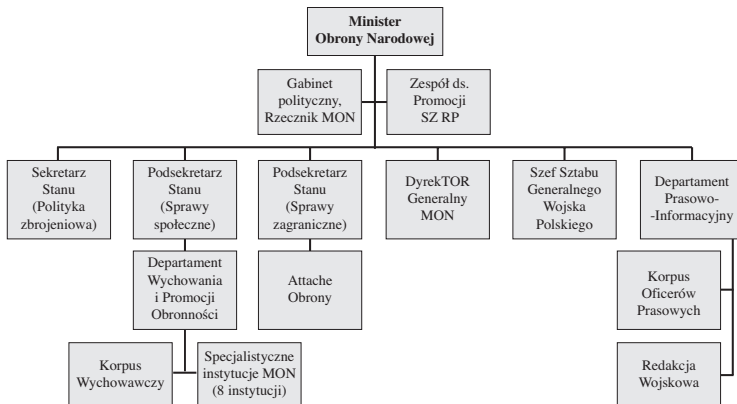
---

<sup>1</sup> *Wojsko w Społeczeństwie*, Wydawnictwo DWiPO, Warszawa 2006, s. 8.

<sup>2</sup> *Zarządzenie nr 40/MON Ministra Obrony Narodowej w sprawie regulaminu organizacyjnego Ministerstwa Obrony Narodowej z dnia 22 listopada 2006 r.*

<sup>3</sup> *Powołany Decyzją nr 348/MON Ministra Obrony Narodowej w sprawie powołania Zespołu do Spraw Promocji Sił Zbrojnych z dnia 2 sierpnia 2007 r.* Uwaga! W 2008 roku komórka ta została zlikwidowana.

Rys. 1. Struktura kompetencyjna działalności promocyjnej urzędu MON<sup>4</sup>



W wyniku dynamiczność działań podejmowanych w ostatnich latach w resorcie obrony narodowej, od 1 sierpnia 2006 r. unormowano funkcjonowanie **służby prasowej** w wojsku<sup>5</sup> na czele z Departamentem Prasowo-Informacyjnym MON. Do podstawowych zadań służby prasowej należy<sup>6</sup>:

- realizacja polityki informacyjnej resortu obrony narodowej,
- organizowanie publicznych kontaktów organów dowodzenia i kierowania poszczególnych szczebli organizacyjnych resortu, realizowanych z udziałem lub za pośrednictwem mediów;
- informowanie opinii publicznej o sprawach obronności państwa i przedsięwzięciach realizowanych w ramach resortu;
- informowanie kierownictwa resortu, o społecznym odbiorze problematyki związanej z obronnością państwa.

Drugim niezwykle ważnym ogniwem promującym obronność jest powołany 1 stycznia 2007 roku, **korpusu wychowawczy**<sup>7</sup>, którym merytorycznie

<sup>4</sup> Na podstawie Statutu MON, Regulaminu Organizacyjnego MON i Decyzji nr 348/MON z 2 VIII 2007 r.

<sup>5</sup> Decyzja nr 298/MON Ministra Obrony Narodowej w sprawie służby prasowej w resorcie obrony narodowej z dnia 1 sierpnia 2006 r.

<sup>6</sup> Szczegółowy zakres służby prasowej resortu obrony narodowej zawiera Załącznik nr 1 Decyzji nr 298/MON w sprawie służby prasowej w resorcie ON z dnia 1 sierpnia 2006 r.

<sup>7</sup> Decyzja nr 285/MON Ministra Obrony Narodowej w sprawie podjęcia działań organizacyjnych dla wprowadzenia nowej organizacji działalności wychowaw-

zawiaduje Departament Wychowania i Promocji Obronności MON. Do głównych obszarów działalności służby wychowawczej należy<sup>8</sup>:

- edukacja obywatelska i dziedziczenie tradycji,
- kształtowanie stosunków społecznych poprzez przeciwdziałanie naruszeniom prawa i zasad dyscypliny wojskowej oraz ograniczanie patologii społecznych w środowisku wojskowym,
- kultura i oświata,
- wsparcie psychologiczne,
- współpraca z instytucjami państwowymi i organizacjami pozarządowymi na rzecz tworzenia obywatelskiego zaplecza systemu obronności,
- promocja obronności i budowa wizerunku Sił Zbrojnych,
- posługa duszpasterska.

Dodatkowo od dnia 6 sierpnia 2007 roku powołano **Zespół do Spraw Promocji Sił Zbrojnych RP**, który usytuowany został w bezpośredniej bliskości Ministra Obrony Narodowej. Do zadań Zespołu należy w szczególności<sup>9</sup>:

- opracowanie strategii dotyczącej promocji wizerunku Sił Zbrojnych RP oraz wizerunku żołnierza polskiego w kraju i zagranicą,
- inicjowanie nowych rozwiązań w zakresie promocji Sił Zbrojnych RP i wizerunku żołnierza polskiego,
- reagowanie na bieżące zjawiska wpływające negatywnie na wizerunek Sił Zbrojnych RP oraz wizerunek żołnierza polskiego w kraju i za granicą,
- przygotowywanie analiz i wniosków dla Ministra Obrony Narodowej oraz doradztwo w zakresie działalności promocyjnej,
- przygotowywanie projektów dokumentów normatywnych w zakresie celów i kierunków promocji Sił Zbrojnych RP i wizerunku żołnierza polskiego w kraju i za granicą.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że po wyborach w 2008 r. komórka ta przestała funkcjonować.

Powołanie nowych służb w restrukturyzowanej od wielu lat armii oraz ww. Zespołu świadczy o docenieniu znaczenia promocji obronności w kształtowaniu poczucia bezpieczeństwa w polskim społeczeństwie. Między innymi w tym celu Minister Obrony Narodowej 6 lipca 2006 r. wydał decyzję nr 274/MON

---

*czej i utworzenia struktur wychowawczych w resorcie obrony narodowej z 19 lipca 2006 r.*

<sup>8</sup> *Wytyczne Podsekretarza Stanu w MON w sprawie obszarów funkcjonowania i zakresu zadań struktur wychowawczych w Siłach Zbrojnych RP*, Warszawa 2007.

<sup>9</sup> *Decyzja nr 348/MON Ministra Obrony Narodowej w sprawie powołania Zespołu do Spraw Promocji Sił Zbrojnych z dnia 2 sierpnia 2007 r.*

w sprawie wprowadzenia do użytku „**Strategii informowania i promocji obronności resortu obrony narodowej**”. Istotą tego dokumentu jest dbanie o rzetelny i aktualny przepływ informacji pomiędzy czynnikami władzy cywilnej i wojskowej, a społeczeństwem w sprawach dotyczących polityki obronnej oraz działalności Sił Zbrojnych RP. Oczywiście jest, że w państwach demokratycznych podjęcie jakiegokolwiek strategicznej decyzji, wymaga akceptacji i poparcia szerokiej opinii publicznej. Przekazywanie więc wiedzy dotyczącej zużycia funduszu publicznego na cele obronne jest konieczne, ponieważ sfera obronna Państwa wymaga znacznych nakładów finansowych, a owoce jej działalności są trudne do zaobserwowania w czasie pokoju.

Jest również oczywiste, że realizacja większości przedsięwzięć jest zależna od współpracy i właściwego zaangażowania wszystkich jednostek i komórek organizacyjnych resortu obrony narodowej, środowiska wojskowego oraz organizacji pozarządowych działających na rzecz obronności kraju.

Fundamentalnym dokumentem działalności promocyjnej resortu obrony narodowej jest wspomniana wcześniej Strategia informowania i promocji obronności...<sup>10</sup>.

Misją strategii jest stworzenie systemu promocji obronności oddziałującego na zewnątrz i wewnątrz resortu Obrony Narodowej i Sił Zbrojnych RP, w celu kreowania pozytywnego wizerunku Wojska Polskiego, budowania wielopłaszczyznowej aprobaty społeczeństwa dla zadań resortu ON i SZ RP, a także kształtowania świadomości obywateli Rzeczypospolitej Polskiej w zakresie bezpieczeństwa i obronności Państwa.

Wizją strategii jest funkcjonowanie Wojska Polskiego jako instytucji publicznej cieszącej się największym zaufaniem obywateli RP, a także postrzeganego na arenie międzynarodowej jako wiarygodnego i skutecznego uczestnika procesu utrzymania pokoju na świecie. Zgodnie ze Strategią do obszarów priorytetowych działalności promocyjnej, prowadzonej w Ministerstwie Obrony Narodowej i Siłach Zbrojnych RP należą<sup>11</sup>:

- stworzenie i koordynowanie systemu promocji obronności;
- budowanie społecznego zaplecza Sił Zbrojnych RP;
- prezentacja procesu przemian w Siłach Zbrojnych RP (modernizacja techniczna, profesjonalizacja, restrukturyzacja) oraz rekrutacja do służby wojskowej;

---

<sup>10</sup> *Decyzja Ministra Obrony Narodowej nr 274/MON w sprawie wprowadzenia do użytku „Strategii informowania i promocji obronności resortu obrony narodowej” z 6 lipca 2006 r.*

<sup>11</sup> Tamże.

- promocja udziału Wojska Polskiego w misjach zagranicznych w ramach NATO, UE i ONZ oraz misjach koalicyjnych;
- promocja Wojska Polskiego za granicą.

Zgodnie z *Oceną systemu promocji obronności resortu obrony narodowej w roku 2006* do mocnych stron funkcjonowania systemu zaliczono następujące najważniejsze elementy:

- Wojsko Polskie – instytucja zaufania społecznego (wysokie poparcie społeczne);
- zdefiniowane obszary działalności promocyjnej;
- Wojsko Polskie jako marka;
- współpraca z partnerami społecznymi (jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, placówki oświatowo-wychowawcze);
- organizacja uroczystości patriotycznych, wojskowych i religijnych;
- promocja Sił Zbrojnych RP w internecie;
- zasięg terytorialny Systemu Promocji Obronności.

W ww. dokumencie, który został opracowany na podstawie podobnych dokumentów przesłanych z dowództw Rodzajów Sił Zbrojnych, do słabych stron systemu zaliczono:

- ograniczone środki finansowe;
- brak wysokonakładowych form promocji w środkach masowego przekazu;
- niezadowolające poparcie ze strony opinii publicznej dla uczestnictwa Polski w misjach stabilizacyjnych;
- zróżnicowane podejście do promocji w poszczególnych Rodzajach SZ;
- promocja traktowana jako element edukacji (kształcenia obywatelskiego);
- ograniczone kontakty z mediami w zakresie promocji obronności;

### **Specyfika działalności promocyjnej korpusu wychowawczego**

Ze względu na zakres oddziaływania edukacyjno-promocyjnego w obszarze bezpieczeństwa i obronności kraju oraz możliwości strukturalno-instrumentalnych kluczową instytucją resortu w zakresie koordynacji działalności promocyjnej jest Departament Wychowania i Promocji Obronności, którego dyrektor jest gestorem korpusu wychowawczego. Został on powołany przez Ministra Obrony Narodowej Zarządzeniem nr 5/MON z dnia 5 lutego 2002 roku. Formowanie tej instytucji zostało przeprowadzone na bazie Departamentu

Społeczno-Wychowawczego. W przeciągu pięciu lat nastąpiło wiele reorganizacji tej instytucji i systemu promocji. Do największych należy zaliczyć podporządkowanie na zasadzie Gestora – korpusu wychowawczego, oraz przejęcie struktur i odpowiedzialności od Sztabu Generalnego WP w zakresie dyscypliny wojskowej. Aktualną strukturę DWiPO przedstawia rysunek 2.

**Rys. 2. Struktura Departamentu Wychowania i Promocji Obronności MON<sup>12</sup>**



Do najważniejszych zadań Departamentu należy<sup>13</sup>: analizowanie, programowanie i realizowanie zadań wychowawczych, dyscypliny wojskowej, profilaktyki psychologicznej, edukacji obywatelskiej, działalności kulturalno-oświatowej, promocji obronności w kraju i poza jego granicami, współdziałania z instytucjami państwowymi, organami samorządu terytorialnego, oraz organizacjami pozarządowymi w dziedzinie tworzenia obywatelskiego zaplecza systemu obronności, monitorowania i analizowania społecznych problemów służby, organizowania szkoleń dla żołnierzy zawodowych i pracowników wojska w zakresie doskonalenia zawodowego w obszarze: działalności wychowawczej, kształtowania dyscypliny, psychoprofilaktyki i kultury oraz promocji obronności.

Żeby dokładniej poznać specyfikę i zakres działania DWiPO poniżej przedstawiono zasadnicze zadania poszczególnych oddziałów departamentu<sup>14</sup> wraz z ich najważniejszymi działaniami realizowanymi w skali roku<sup>15</sup>:

<sup>12</sup> Opracowanie DWiPO zaprezentowane podczas wizyty delegacji Ukrainy 19 października 2007 r.

<sup>13</sup> *Zarządzenie nr 40/MON Ministra Obrony Narodowej w sprawie regulaminu organizacyjnego Ministerstwa Obrony Narodowej* z dnia 22 listopada 2006 r. (paragraf 37).

<sup>14</sup> Opracowanie DWiPO zaprezentowane podczas warsztatów szkoleniowych dla oficerów Korpusu Wychowawczego Wojsk Lądowych w Zakopanem w dniach 14–17 maja 2007 r.

<sup>15</sup> Opracowanie DWiPO MON przedstawione 10.01.2007 r. Sejmowej Komisji Obrony Narodowej – dane dostępne w formie elektronicznej na stronie internetowej Sejmu (Komisji Obrony Narodowej).

### ***Oddział Społecznych Problemów Służby***

- monitorowanie zjawisk i tendencji w życiu społecznym wojska pod kątem prognozowania zagrożeń,
- kierowanie realizacją zadań wynikających z ustaw i krajowych programów przeciwdziałania patologiom społecznym,
- koordynowanie działalności psychologicznej i realizacja przedsięwzięć profilaktyki psychologicznej SZ RP,
- organizowanie i nadzorowanie systemu opieki psychologicznej nad żołnierzami uczestniczącymi w misjach poza granicami kraju.

Na podstawie sprawozdań dowództw Rodzajów Sił Zbrojnych, Oddział opracowuje dla kierownictwa MON okresowe analizy i oceny nastrojów w Siłach Zbrojnych. Szkoli kadry i opracowuje materiały dydaktyczne w zakresie profilaktyki wychowawczej, psychoprofilaktyki, patologii społecznych (alkohol, narkomania, stosunki społeczne, HIV, AIDS itp.). Koordynuje działalność Wojskowego Telefonu Zaufania. W okresie od 2002 do 2006 roku zatelefonoowało 2346 osób. Interwencję podjęto w 853 sprawach, a w 316 zarzuty się potwierdziły.

### ***Oddział Promocji Obronności***

- programowanie i koordynacja promocji obronności,
- planowanie i realizacja działalności wydawniczej,
- kreowanie wizerunku Sił Zbrojnych RP (w tym prowadzenie wortalu [www.wojsko-polskie.pl](http://www.wojsko-polskie.pl)),
- prowadzenie działalności szkoleniowej z zakresu Public Relations.

Oddział koordynuje kwestie zakupu i dystrybucji materiałów promocyjnych o Wojsku Polskim. Udziela w imieniu Ministra patronatów MON nad ogólnopolskimi przedsięwzięciami organizacji pozarządowych promujących obronność<sup>16</sup>. O skuteczności podejmowanych form promocji obronności, świadczy między innymi niesłabnące zainteresowanie stroną internetową ([www.wojsko-polskie.pl](http://www.wojsko-polskie.pl)) /ponad 100 tys. odwiedzin w listopadzie 2006/. Wysoko ocenianą przez niezależną prasę i ekspertów. W marcu 2004 r. utworzono na portalu internetowym DWiPO Internetową Skrzynkę Zaufania. Od początku jej funkcjonowania tj. od marca 2004 r. do 31 grudnia 2006 r. zgłoszono 2666 spraw. W 2006 roku Oddział uczestniczył w 15 przedsięwzięciach w tym

---

<sup>16</sup> W skali roku jest to przeciętnie ok. 100 patronatów (w tym przekazane przez MON do realizacji innym dowódcom).

w targach i imprezach masowych w formie stoiska promocyjnego. Pionierskim narzędziem dbania o wizerunek wojska był wspomniany wcześniej program „**TRADYCJA ZOBOWIĄZUJE**”, realizowany na terenie całego kraju we współpracy ze szkołami. W roku 2006 w ramach pięciu kursów dla osób odpowiedzialnych za budowanie wizerunku jednostek wojskowych przeszkolono 98 oficerów ze wszystkich rodzajów Sił Zbrojnych RP.

### *Oddział Kultury i Oświaty*

- określanie kierunków działalności kulturalno-oświatowej w resorcie i zasad funkcjonowania wojskowych instytucji i ośrodków kultury,
- opracowywanie dokumentów normatywnych regulujących działania kulturalno-oświatowe i rekreacyjne w resorcie,
- kontrolowanie i nadzór instytucji, ośrodków kultury, bibliotek i orkiestr wojskowych w części dotyczącej działalności kulturalno-oświatowej,
- organizowanie specjalistycznej edukacji pracowników kultury i oświaty.

Sprawuje nadzór nad sferze kultury nad działalnością 271 instytucji i ośrodków kultury w Siłach Zbrojnych RP.<sup>17</sup> Prowadzi centralny zakup książek do wszystkich bibliotek wojskowych. W 2006 roku, koordynował 47 centralnych imprez kulturalnych i turystycznych, około 4000 imprez środowiskowych na szczeblu garnizonów oraz 2800 występów orkiestr wojskowych. Przedsięwzięcia organizowane przez Wojskowe Ośrodki Kultury skupiają w skali roku wielomilionową rzeszę odbiorców (szacunkowo 5 mln. osób). Do najważniejszych imprez należy: Międzynarodowy Festiwal Orkiestr Wojskowych w Krakowie, Młodzieżowe Zawody „Sprawni jak Żołnierze”, przeglądy form scenicznych środowiska wojskowego itp. Z dużym uznaniem środowiska wojskowego odbierane są imprezy organizowane na rzecz rodzin żołnierzy pełniących służbę w misjach pokojowych poza granicami kraju. Ciekawą formą są imprezy rekreacyjno-sportowe i turystyczno-krajoznawcze, prowadzone w oparciu o 18 wojskowych oddziałów PTTK (ok. 3 500 członków, 200 kół i klubów). Każdego roku organizowanych jest 80 ogólnopolskich i regionalnych imprez turystycznych oraz ok. 1000 środowiskowych. Rocznie w imprezach bierze udział ponad 200 000 osób (w tym ok. 35% żołnierzy). Sfera działalności kulturalno-oświatowej wspierana jest przez liczne organizacje pozarządowe w tym przez Caritas Ordynariatu Polowego WP.

---

<sup>17</sup> 20 orkiestr, 95 klubów garnizonowych, 150 klubów żołnierskich, 265 bibliotek, 18 Oddziałów PTTK. Łącznie ok. 1400 etatów, w tym 380 żołnierzy zawodowych.



### ***Oddział Edukacji Obywatelskiej i Ceremoniału Wojskowego***

- koordynowanie zadań w zakresie edukacji obywatelskiej w SZ RP,
- upowszechnianie międzynarodowego prawa konfliktów zbrojnych i ochrony dóbr kultury na wypadek konfliktów zbrojnych,
- promowanie historii, tradycji, symboliki, ceremoniału wojskowego i edukacji obronnej w społeczeństwie (olimpiady, seminaria, wykłady itp.),
- koordynowanie procesu przyjmowania tradycji orężnych przez jednostki i instytucje wojskowe.

Oddział koordynuje z ramienia MON przygotowanie centralnych obchodów świąt państwowych i wojskowych oraz rocznic o charakterze patriotycznym w zakresie ceremoniału wojskowego<sup>18</sup>. Uzgadnia treść i program apeli poległych realizowanych we wszystkich garnizonach. Organizuje zawody sprawnościowo-obronne studentów.

### ***Oddział Komunikacji Społecznej***

- koordynowanie współpracy resortu z organizacjami pozarządowymi, instytucjami państwowymi i samorządem,
- zlecanie i nadzór nad realizacją zadań publicznych,
- opiniowanie wniosków i nieodpłatne przekazywanie mienia ruchomego Skarbu Państwa będącego w użytkowaniu jednostek podporządkowanych Ministrowi Obrony Narodowej lub przez niego nadzorowanych (w latach 2004–2006 przekazano mienie o wartości 20 942 136 zł),
- nadzór nad fundacjami, dla których MON jest ministrem właściwym.

Wydaje informator „Wojsko w Społeczeństwie”.<sup>19</sup> Od 1993 r. Minister Obrony Narodowej podpisał 128 porozumień z organizacjami pozarządowymi o współpracy w dziedzinie promowania obronności. W 2007 roku, 32 fundacje działające obszarze obronności wskazały Ministra Obrony Narodowej jako ministra właściwego ze względu na cele organizacji. Przydziela na działalność pro obronną organizacjom, szkołom, bibliotekom i muzeom – mienie ruchome zbędne wojsku. Oddział po zaopiniowaniu przez niezależną komisję przydziela (kontroluje i rozlicza) środki finansowe organizacjom pozarządowym. W 2006 roku udzielono dotacji na:

---

<sup>18</sup> W ciągu roku jest to blisko 80 uroczystości (w tym za granicą np. Monte Casino, Tobruk, Wilno, Katyń itp.).

<sup>19</sup> Publikacja wydawana jest dwa razy do roku. Tematyka: obronność. W całości dostępna w Internecie na stronie DWiPO.

- kształtowanie i doskonalenie wiedzy oraz umiejętności w dziedzinie obronności, w tym szkolenia w specjalnościach przydatnych w SZ (2 227 370 zł),
- promocja obronności – tworzenie pozytywnego wizerunku SZ oraz upowszechnianie tradycji oręża polskiego (3 830 331 zł),
- ochotnicza działalność żołnierzy rezerwy w ramach Międzysojuszniczej Konfederacji Oficerów Rezerwy i Europejskiego Stowarzyszenia Oficerów Rezerwy (269 675 zł),
- upowszechnianie sportu wojskowego i udział reprezentacji WP w międzynarodowych zawodach sportowych ( 5 088 135 zł),
- działalność edukacyjna oraz szkoleniowo-wychowawcza i kulturalna skierowana do żołnierzy oraz pracowników wojska, środowiska szkolnych i akademickich (1 135 048 zł),
- organizowanie opieki paliatywnej dla żołnierzy zawodowych, którzy uzyskali uprawnienia do emerytury lub renty inwalidzkiej (410 764 zł).

### ***Oddział Dyscypliny Wojskowej***

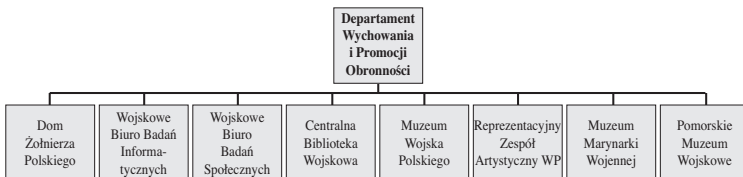
- monitorowanie zjawisk i tendencji w dyscyplinie wojskowej,
- określanie kierunków w zakresie kształtowania dyscypliny wojskowej,
- przygotowywanie dokumentów normatywnych dotyczących dyscypliny,
- szkolenie w zakresie stosowania przepisów dotyczących dyscypliny,
- prowadzenie postępowań dyscyplinarnych prowadzonych przez kierownictwo Ministerstwa Obrony Narodowej.

Oddział koordynuje także kwestię wpisania zasług żołnierzy do Księgi Honorowej MON, nadania tytułów honorowych: Zasłużonego Pilota Wojskowego oraz Znaku Honorowego Sił Zbrojnych wyróżniającym się oddziałom wojskowym. W celu przeciwdziałania negatywnym zjawiskom występującym w Siłach Zbrojnych minimalizowania ich negatywnego wpływu, podejmowane są wielopłaszczyznowe działania o charakterze systemowym. Dotyczy to przede wszystkim takich patologii, jak: narkomania, alkoholizm i „fala”. Wydano szereg zaleceń ukierunkowanych na poprawę warunków służby. Szkolono zespoły ludzi – dowódców pododdziałów, oficerów wychowawczych i psychologów, przygotowywanych do samodzielnej realizacji zadań edukacyjnych, instruktażowych i profilaktycznych. Intensywną działalność profilaktyczną na rzecz wojska prowadzą prokuratorzy i ŻW. Realizowano zadania sektorowe określone w krajowych programach: Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, Przeciwdziałania Narkomanii, Programu zwalczania AIDS

i zapobiegania Zakazeniom HIV, Programu Bezpieczeństwa Ruchu drogowego, zwalczania korupcji i przeciwdziałania przemocy w rodzinie. Opracowywany jest „PROGRAM przeciwdziałania przestępstwom i patologii w SZ RP”, który agreguje zadania „rozproszone” w programach krajowych, dokumentach resortowych, harmonogramach i planach działania instytucji i komórek organizacyjnych. Przyjęcie jednolitego programu pozwoli lepiej koordynować działalność profilaktyczną na wszystkich szczeblach dowodzenia, aktywizować i dynamizować współpracę między instytucjami i komórkami organizacyjnymi, właściwie planować i efektywnie wykorzystywać środki finansowe przeznaczone na działalność profilaktyczną. Efektywnie w tym zakresie przebiega współpraca wojska z instytucjami państwowymi, samorządowymi, organizacjami i agendami pozarządowymi.

Dyrektorowi Departamentu Wychowania i Promocji Obronności podporządkowane są następujące jednostki organizacyjne resortu (rys. 3)<sup>20</sup>:

**Rys. 3. Instytucje resortu ON podporządkowane Dyrektorowi DWiPO**



Najwszechstronniejszą instytucją wspierającą DWiPO w działaniu jest **Dom Żołnierza Polskiego**. Do podstawowych zadań DŻP należy:

- realizacja różnorodnych form doskonalenia zawodowego dla korpusu wychowawczego oraz kierowników i pracowników wojskowych ośrodków kultury,
- organizacja ogólnopolskich imprez promujących kulturalny dorobek wojska (środowiska wojskowego),
- realizacja zadań DWiPO związanych ze sprawowaniem funkcji gestora sprzętu, materiałów i wyposażenia kulturalno-oświatowego.

<sup>20</sup> Wytyczne Podsekretarza Stanu w MON w sprawie obszarów funkcjonowania i zakresu zadań struktur wychowawczych w Siłach Zbrojnych RP, Warszawa 2007.

DŹP wspomaga Departament w praktycznie każdej dziedzinie odpowiedzialności DWiPO. Zaopatruje Siły Zbrojne (łącznie z misjami) w prasę krajową i specjalistyczną (w tym zagraniczną). Przygotowuje (opracowywanie, łamanie, druk, dystrybucja) wydawnictw i multimediiów. Organizuje centralne i środowiskowe (wojskowe) przedsięwzięcia artystyczne, turystyczne, rekreacyjne i kulturalne. Realizuje oprawę plastyczną rocznic i świąt państwowych i wojskowych. Prowadzi szeroko rozumianą działalność filmowo-fotograficzną. Ewidencjonuje utwory plastyczne, filmowe i fotograficzne będące na wyposażeniu Wojska Polskiego. Pełni funkcje impresariatu dla urzędu i resortu ON.

### ***Wojskowe Biuro Badań Historycznych***

- badania naukowe i inicjatywy wydawnicze,
  - działalność informacyjno-naukowa,
- Gromadzi i opracowuje materiały źródłowe dotyczące historii wojska i wojskowości. Przygotowuje i realizuje podróże historyczno-wojskowe dla kadry Wojska Polskiego i innych armii NATO. Wydaje „Przegląd Historyczno-Wojskowy” (5 edycji rocznie) oraz „Kronikę Wojska Polskiego”.

### ***Wojskowe Biuro Badań Społecznych***

- działalność badawcza w dziedzinie rozpoznawania procesów i zjawisk społecznych, zachodzących w Siłach Zbrojnych i poza nimi, istotnych z punktu widzenia obronności i bezpieczeństwa państwa.
- Dostarcza kierownictwu resortu ON informacji (diagnoza) o stanie świadomości środowisk wojskowych w sferze bezpieczeństwa, polityki obronnej, funkcjonowania jednostek, szkolenia i wychowania.

### ***Centralna Biblioteka Wojskowa***

**Centralna Biblioteka Wojskowa** jest główną księżnicą resortu obrony narodowej. Pełni funkcję biblioteki wiodącej w zakresie zbiorów dotyczących: nauki wojennej, sił zbrojnych i techniki wojskowej.

- gromadzenie, opracowywanie, wydawanie, przechowywanie i ochrona materiałów bibliotecznych,
- obsługa użytkowników (udostępnianie zbiorów, udzielanie informacji),
- działalność bibliograficzna, naukowo-badawcza i instruktorsko-metodyczna oraz wystawiennicza.

## *Muzea*

Podległe DWiPO MON muzea (**Muzeum Wojska Polskiego, Muzeum Marynarki Wojennej, Pomorskie Muzeum Wojskowe**) są miejscami promocji Sił Zbrojnych RP i tradycji oręża polskiego. Zapleczem do pracy naukowo-badawczej i edukacyjnej dla młodzieży szkolnej. Atrakcyjnym miejscem realizacji wszelkich działań promocyjnych środowiska wojskowego. Głównymi zadaniami muzeów jest:

- gromadzenie, konserwacja i ochrona dóbr kultury,
- udostępnianie zbiorów,
- katalogowanie i naukowe opracowanie zgromadzonych muzealiów.

### *Reprezentacyjny Zespół Artystyczny Wojska Polskiego*

Zasadniczym zadaniem **Reprezentacyjnego Zespołu Artystycznego Wojska Polskiego** jest upowszechnianie kultury muzycznej w wojsku, wspieranie procesu wychowawczego oraz zaspokajanie potrzeb kulturalnych środowiska wojskowego poprzez prezentowanie różnorodnych form sztuki scenicznej w garnizonach z okazji świąt oraz rocznic państwowych i wojskowych. RZA WP promuje kulturę narodową, chlubne tradycje oręża i współczesnego Wojska Polskiego w kraju oraz poza jego granicami poprzez prezentację widowisk i programów historycznych. Realizuje nagrania fonograficzne, filmowe i telewizyjne oraz prowadzi działalność wydawniczą związaną z utrwalaniem i popularyzowaniem twórczości artystycznej o tematyce wojskowej i patriotycznej. Trzon zespołu tworzą soliści, chór, balet, orkiestra symfoniczna i orkiestra koncertowa.

Głównymi dokumentami, które można potraktować jako przewodniki do pracy dla **Korpusu Wychowawczego** są wydawane na konkretny okres Wytyczne Sekretarza Stanu (lub właściwego Podsekretarza Stanu) do działalności społeczno-wychowawczej<sup>21</sup> oraz Wytyczne Podsekretarza Stanu w MON z 16 kwietnia 2007 r. w sprawie obszarów funkcjonowania i zakresu zadań struktur wychowawczych w Siłach Zbrojnych RP<sup>22</sup>. Nadają one priorytety i wyznaczają cele do osiągnięcia w obszarze działalności wychowawczej i pro-

---

<sup>21</sup> W 2007 r. obowiązują wytyczne Sekretarza Stanu w MON z dnia 1 lutego 2006 r. do działalności społeczno-wychowawczej, socjalnej i rekonwersyjnej oraz promocji obronności w Siłach Zbrojnych RP na lata 2006–2007, Warszawa 2006.

<sup>22</sup> *Wytyczne Podsekretarza Stanu w MON w sprawie obszarów funkcjonowania i zakresu zadań struktur wychowawczych w Siłach Zbrojnych RP*, Warszawa 2007 r.

racji obronności. Aktualny model działalności wychowawczej i funkcjonujące struktury są rezultatem bieżącego dostosowania tej działalności do kierunków przemian ustrojowych państwa oraz przebudowy Wojska Polskiego. Utworzenie korpusu wychowawczego pozwoliło podnieść rangę służbową ogniw wychowawczych, a co za tym idzie – spraw przez ich podejmowanych. Zwiększenie o 100 etatów wojskowych w obszarze tworzonego jednolitego systemu działalności wychowawczej to niezwykle cenny kapitał do rozwoju również systemu promocji obronności. Projekt ujmuje następujące usytuowanie struktur wychowawczych<sup>23</sup> w Siłach Zbrojnych:

- oddział wychowawczy<sup>24</sup> na szczeblu dowództwa rodzaju Sił Zbrojnych,
- wydział wychowawczy<sup>25</sup> w strukturze dowództwa okręgu wojskowego,
- sekcja wychowawcza<sup>26</sup> na szczeblu brygady,
- oficer wychowawczy<sup>27</sup> w batalionie.

Na uwagę zasługuje fakt, że zwiększenie etatów nie nastąpiło kosztem wcześniej istniejącego stanu etatowego oficerów (podoficerów, pracowników wojska) wykonujących zadania w obszarze pracy wychowawczej. Sprawozdania z działalności promocyjnej realizowanej w jednostkach wojskowych w 2006 r. świadczą o ogromnym zaangażowaniu i świadomości misyjnej kadry i pracowników Wojska Polskiego.

### **Oddziaływanie Korpusu oficerów prasowych na promocję obronności**

Drugim ważnym ogniwem w działalności promocyjnej resortu jest wspomniany wcześniej **Departament Prasowo-Informacyjny**, którego dyrektor jest zarazem gestorem Korpusu oficerów prasowych (rys. 4). Do najważniejszych zadań DPI należy informowanie opinii publicznej o wojsku i obronności oraz

---

<sup>23</sup> *Decyzja nr 285/MON Ministra Obrony Narodowej w sprawie podjęcia działań organizacyjnych dla wprowadzenia nowej organizacji działalności wychowawczej i utworzenia struktur wychowawczych w resorcie obrony narodowej z 19 lipca 2006 r.*

<sup>24</sup> Na szczeblu rodzaju Sił Zbrojnych oraz równorzędnego dowództwa np. Dowództwa Garnizonu Warszawa, Komendy Głównej Żandarmerii Wojskowej.

<sup>25</sup> Na szczeblu okręgu wojskowego, korpusu, akademii wojskowej, wyższej szkoły oficerskiej, dywizji, flotylii.

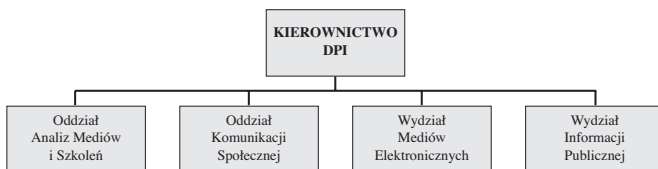
<sup>26</sup> Na szczeblu brygady, bazy, pułku, samodzielnego batalionu, dywizjonu, eskadry.

<sup>27</sup> Na szczeblu batalionu usytuowanego w strukturze jednostki organizacyjnej.

promowanie spraw wojska i obronności w celu uzyskania zrozumienia i poparcia społecznego. Priorytetami działalności informacyjnej departamentu są<sup>28</sup>:

- armia zawodowa;
- modernizacja techniczna SZ RP;
- udział żołnierzy WP w misjach pokojowych i stabilizacyjnych poza granicami kraju;
- reorganizacja systemu dowodzenia i kierowania wojskami;
- reorganizacja szkolnictwa wojskowego;
- wdrożenie nowoczesnych systemów informacyjnych;
- procedury reagowania kryzysowego.

**Rys. 4. Struktura Departamentu Prasowo-Informacyjnego MON**



Do głównych zadań **Oddziału Analiz, Planowania i Szkoleń** należy przegląd mediów (trzy razy dziennie), okresowe analizy tendencji medialnych, organizacja szkoleń specjalistycznych dla służby prasowej, kadry dowódczej w dziedzinie komunikacji społecznej i współpracy z mediami, redakcja Vademecum Oficera Prasowego, współpraca zagraniczna (wojskowa).

**Oddział Komunikacji Społecznej** przygotowuje i dystrybuuje materiały informacyjne, bieżąca współpraca z mediami (akredytacje, wizyty dziennikarzy w jednostkach, organizowanie konferencji i briefingu prasowych), pozyskuje od oficerów prasowych informacje dot. najważniejszych wydarzeń istotnych dla mediów, redakcja resortowego cotygodniowego „serwisu prasowego”, obsługa wizyt delegacji zagranicznych, przygotowywanie zagranicznych podróży studyjnych personelu prasowo – informacyjnego;

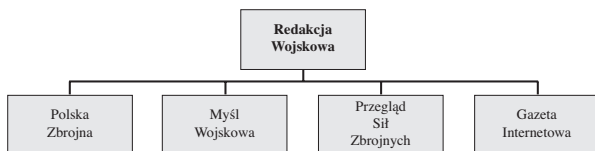
**Wydział Mediów Elektronicznych** administruje stroną internetową MON [www.mon.gov.pl](http://www.mon.gov.pl) oraz wewnętrzną bazą danych DPI MON, prowadzi archiwum elektroniczne (Internet, radio, TV, foto.).

<sup>28</sup> Opracowanie DPI MON zaprezentowane podczas warsztatów szkoleniowych w zakresie PR dla oficerów Korpusu Wychowawczego Wojsk Lądowych w Zakopanem w dniach 14–17 maja 2007 r.

**Wydział Informacji Publicznej** redaguje i administruje Biuletyn Informacji Publicznej MON, realizuje szkolenia i udziela obywatelom informacji publicznej, realizuje badania socjologiczne.

Departamentowi Prasowo-Informacyjnemu bezpośrednio podlega **Redakcja Wojskowa** z siedziba w Warszawie (rys. 5 – struktura redakcji), która została stworzona z połączenia wszystkich wcześniej funkcjonujących pism resortowych<sup>29</sup>.

Rys. 5. Struktura Redakcji Wojskowej



Zadaniem redakcji jest wydawanie w resorcie ON biuletynów wewnętrznych, w tym również pism specjalistycznych i fachowych adresowanych do ściśle określonego odbiorcy: żołnierzy zawodowych, pracowników wojska, korpusu służby cywilnej resortu ON oraz emerytów wojskowych i osób związanych z obronnością kraju, tj.:

- tygodnika „Polska Zbrojna” z wkładkami tematycznymi RSZ i Żandarmerii Wojskowej, w miejsce likwidowanych dwutygodników: „Wojska Lądowe” i „Wiraze”, miesięcznika „Bandera” oraz „Biuletynu Informacyjnego ŻW”.
- miesięcznika „Przegląd Sił Zbrojnych” w miejsce likwidowanych miesięczników: „Przeglądu Wojsk Lądowych”, „Przeglądu Sił Powietrznych” i „Przeglądu Morskiego”,
- kwartalnika „Myśl Wojskowa” – wersja jawna (dotychczas dwumiesięcznik),
- periodyku „Myśl Wojskowa” – wersja niejawna elektroniczna, w zastrzeżonym wojskowym systemie informatycznym MIL-WAN,
- Biuletyn Informacyjny SG WP,
- gazety internetowej.

W Redakcji Wojskowej przewidziano 42,5 etaty, w tym 8 żołnierzy zawodowych. Utrzymanie etatów wojskowych wynika m.in. z doświadczeń innych

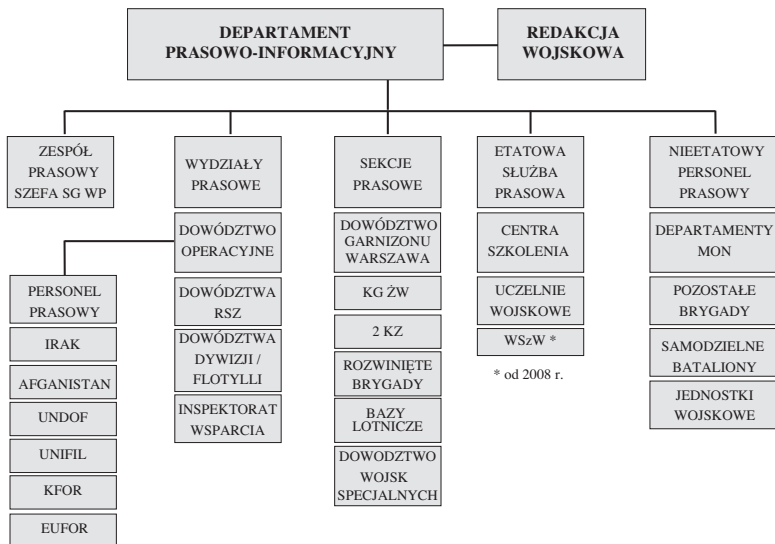
<sup>29</sup> Zarządzenie nr 22/MON Ministra Obrony Narodowej w sprawie powołania Redakcji Wojskowej z siedzibą w Warszawie z dnia 28 lipca 2006 r.



armii sojuszu oraz konieczności wysyłania żołnierzy – dziennikarzy w rejon odpowiedzialności polskich kontyngentów wojskowych (fotoreporterów, korespondentów wojennych oraz zespołów typu combat camera).

Dodatkowo niezwykle cennym nabytkiem do działalności informacyjnej (promocyjnej) resortu ON jest nowopowstały **Korpus Oficerów Prasowych**. Schemat organizacyjny Służby Prasowej przedstawia rys. 6.<sup>30</sup>

Rys. 6. Struktura Służby Prasowej resortu ON



Siły Zbrojne RP z roku na rok ponoszą coraz większe koszty z tytułu prowadzenia działalności promocyjnej. Dobry wizerunek<sup>31</sup> armii w społeczeństwie to także gwarancja napływu odpowiedniej ilości chętnych do pracy, z których można wybrać najodpowiedniejszych kandydatów do zawodowej służby wojskowej. Przy okazji prowadzenia działalności promocyjnej resortu ON spo-

<sup>30</sup> Opracowanie DPI MON zaprezentowane podczas warsztatów szkoleniowych w zakresie PR dla oficerów Korpusu Wychowawczego Wojsk Lądowych w Zakopanem w dniach 14–17 maja 2007 r.

<sup>31</sup> Wizerunek to wyobrażenie o danych przedmiotach otoczenia, które pomagają nam kategoryzować i porządkować to, z czym się stykamy. B. Ociepka (red.) *Kształtowanie wizerunku*, Wydawnictwo UW, Wrocław 2006, s. 56.

łeczeństwo otrzymuje aktualną informację o Siłach Zbrojnych RP. W chwili obecnej dotarcie tej informacji jest spotęgowane wciąż przeprowadzanym powszechnym poborem zasadniczej służby wojskowej. Jednakże w związku decyzją przejścia polskiej armii od 2010 roku na 100% zawodowstwo, powstanie nowa sytuacja, w której zabraknie tak istotnego czynnika łączącego środowisko wojskowe ze społeczeństwem.

Do niedawna w związku z faktem najwyższego zaufania społeczeństwa polskiego do zawodu żołnierza zawodowego<sup>32</sup>, który w lutym 2007 r. osiągnął poziom 73%, (wzrost o 6 pkt. w stosunku do badań z października 2006 r.) wydało się, że promocja obronności jest właściwie realizowana przez resort obrony narodowej. Niestety w nawiązaniu do badań z czerwca br. przez CBOP, ponownie zanotowano rekordowy 6 punktowy spadek zaufania polskiego społeczeństwa do Wojska Polskiego! Dokładniejsza analiza badań zostanie dokonana w dalszej części pracy. Jednakże już sygnalne wymienienie wyżej wymienionych wyników badań świadczy o niezwyklej dynamiczności i wrażliwości opinii publicznej w kwestii spraw obronnych państwa oraz o skuteczności systemu promocji obronności Wojska Polskiego.

---

<sup>32</sup> *Komunikat z badań CBOS nr 17 „Opinie o działalności instytucji publicznych”*, Warszawa luty 2007,