

POSZERZAMY HORYZONTY

TOM XLII

CZĘŚĆ I

Redakcja naukowa

Dr inż. Renata Matysik-Pejas, prof. URK

Dr inż. Małgorzata Bogusz

Dr Paweł Dziekański

Dr Piotr Rachwał

MONOGRAFIA

SŁUPSK, WRZESIEŃ 2024

RECENZENCI:

Dr hab. Artur Jacek Kożuch prof. nadzw. UHP - Uniwersytet Przyrodniczo -Humanistyczny w Siedlcach, Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych

Dr hab. Barbara Zwolińska, prof. nadzw. UG - Uniwersytet Gdański, Wydział Filologiczny

Dr hab. Wiesław Dyk, prof. nadzw. US - Uniwersytet Szczeciński, Wydział Teologiczny

Dr inż. Małgorzata Bogusz - Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie, Wydział Rolniczo-Ekonomiczny

Dr inż. Anna Sieczko - Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Nauk Ekonomicznych

Dr inż. Piotr Prus - Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy, Wydział Rolnictwa i Biotechnologii

Dr Jan Zawadka - Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Nauk Ekonomicznych

Dr Piotr Rachwał - Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie, Wydział Rolniczo-Ekonomiczny

Dr Maciej Jewczak - Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny

Dr Anna Janicka - Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie, Wydział Rolniczo-Ekonomiczny

Dr Monika Wojcieszak - Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Wydział Ekonomiczno - Społeczny

Dr Lidia Jabłońska-Porzuczek - Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Wydział Ekonomiczno -Społeczny

Dr Agnieszka Żur - Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Instytut Ekonomii, Katedra Przedsiębiorczości i Innowacji

Dr Witold Trela - Prywatna działalność gospodarcza

WYDAWNICTWO:

Mateusz Weiland Network Solutions

Druk publikacji wykonano na podstawie dostarczonych oryginalnych tekstów, na odpowiedzialność autorów poszczególnych prezentacji.

ISBN: 978-83-63216-99-3

SPIS TREŚCI

I NAUKI SPOŁECZNO-EKONOMICZNE, O JAKOŚCI I ZARZĄDZANIU ORAZ HUMANISTYCZNE

1. O ISTOCIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W SFERZE EKONOMICZNEJ Marcin Murzyn, Daria Rejus.....	8
2. WPŁYW OUTSOURCINGU LOGISTYCZNEGO NA EFEKTYWNOŚĆ OPERACYJNĄ E-COMMERCE Justyna Kozłowska.....	16
3. WPŁYW KULTURY ORGANIZACYJNEJ NA PRZEWAGĘ KONKURENCYJNĄ WSPÓŁCZESNEJ FIRMY Marcin Murzyn, Daria Rejus.....	29
4. ANALIZA FORM OPODATKOWANIA NA PODSTAWIE MAŁYCH PRZEDSIĘBIORSTW Monika Brol.....	42
5. KOMUNIKACJA MARKETINGOWA W BRANŻY GIER WIDEO. STUDIUM PRZYPADKU EPIC GAMES Mateusz Bieńkowski.....	52
6. FUNDUSZE EUROPEJSKIE JAKO JEDNO Z ŹRÓDEŁ FINANSOWANIA INWESTYCJI GMINNYCH Kornelia Warkocz.....	64
7. ZNACZENIE ARTETERAPII W ROZWOJU EMOCJONALNYM DZIECKA W WIEKU PRZEDSZKOLNYM ORAZ WCZESNOSZKOLNYM Natalia Martenka.....	71
8. AI ACT: REGULACJA PRZYSZŁOŚCI SZTUCZNEJ INTELIGENCJI W EUROPIE Aleksandra Chciuk, Oliwia Maga.....	81

9. METODYKI ZARZĄDZANIA PROJEKTAMI	
Alicja Wielgus	89
10. WYZWANIA EDUKACYJNE I ZAGROŻENIA CYWILIZACYJNE WE WSPÓŁCZESNEJ SZKOLE	
Beata Szczawińska	98
11. EWOLUCJA PODRÓŻY OD STAROŻYTNOŚCI DO WSPÓŁCZESNOŚCI	
Karolina Kosecka	105
12. ATTITUDES TOWARD VIOLENCE	
Malwina Dankiewicz, Krystian Macheta, Angelika Jezuit, Aleksandra Janusz	111
13. WPŁYW PRZESTRZENI DŹWIĘKOWYCH NA LUDZKI MÓZG: EKSPŁORACJA RELACJI CZŁOWIEK-MASZYNA	
Julia Sikorska, Karolina Bielecka, Mateusz Iwicki	118
14. MOC INTERAKTYWNEJ NARRACJI: OPOWIADANIE PRZEZ OTOCZENIE NA PRZYKŁADZIE DEUS EX: HUMAN REVOLUTION	
Albert Wróbel	127
15. PRZEJAWY I IDENTYFIKACJA NIEPOWODZEŃ SZKOLNYCH UCZNIÓW ZDOLNYCH	
Michalina Todorowska	143
16. STRES, DOBROSTAN I ORIENTACJA TEMPORALNA. EFEKTYWNOŚĆ TRENINGU UWAGAŃ	
Dominika Dobrowolska	150
17. MARKETING INFLUENCERSKI – PERSPEKTYWA PSYCHOLOGICZNA	
Wojciech Pietrzak	156
18. ANALIZA STRATEGII CSR NA POLITECHNICE ŁÓDZKIEJ – BADANIE DZIAŁAŃ CSR PODEJMOWANYCH PRZEZ UCZELNIĘ ORAZ ICH WPŁYWU NA SPOŁECZNOŚĆ AKADEMICKĄ I ŚRODOWISKO	
Zuzanna Piatka	168

19. CHARAKTERYSTYKA POLITYKI ENERGETYCZNEJ I BEZPIECZEŃSTWA ENERGETYCZNEGO WĘGIER	
Aleksandra Roszak	184
20. ROZWIJANIE DZIECIĘCEJ TWÓRCZOŚCI I KREATYWNOŚCI W PROCESIE UCZENIA SIĘ	
Natalia Martenka	194
21. ZAGROŻENIA VIRAL MARKETINGU: JAK NIEPRZEWIDYWALNOŚĆ KAMPANII VIRALOWEJ WPŁYWA NEGATYWNIE NA PRZEDSIĘBIORSTWA W BRANŻY GIER WIDEO?	
Jacek Grzegorzewski, Cezary Wojciechowski	204
22. ZAMÓWIENIA PUBLICZNE W KULTURZE – WYZWANIA SPECJALISTÓW DS. ZAKUPÓW PUBLICZNYCH W INSTYTUCJACH KULTURY	
Magdalena Kopyś	213
23. KODEKS PRAWA RODZINNEGO I OPIEKUŃCZEGO AND OBITELJSKI ZAKON ON DOMESTIC ADOPTION: A COMPARATIVE ANALYSIS OF ADOPTION LAW IN POLAND AND CROATIA	
Iga Rosołowska	222
24. BENEFIT FOR INABILITY TO WORK DUE TO ILLNESS FROM HEALTH OR ACCIDENT INSURANCE ANALYSIS OF CASES INVOLVING MISUSE OF BENEFITS IN POLAND	
Iga Rosołowska	239
25. BILATERAL AND MULTILATERAL DIPLOMACY: CONCEPT, SPECIFICITY AND CONTEMPORARY CHALLENGES	
Iga Rosołowska	247
26. POSTAWY PERSONELU SZPITALI WOBEC EDUKACJI W ZAKRESIE ROBOTYZACJI, SZTUCZNEJ INTELIGENCJI I NOWOCZESNYCH TECHNOLOGII W OPIECIE NAD SENIORAMI	
Katarzyna Joanna Ludwiczak	252

27. WPŁYW STYLÓW PRZYWIĄZANIA NA JAKOŚĆ ŻYCIA W RELACJACH PARTNERSKICH	
Katarzyna Krenska	262
28. WPŁYW INICJATYW ŚRODOWISKOWYCH NA KONKURENCYJNOŚĆ FIRM	
Malwina Najder, Zofia Wosik	279
29. FUNDAMENTY MIĘDZYNARODOWEJ WSPÓŁPRACY POLICYJNEJ W EUROPIE: OD MIĘDZYNARODOWEJ KONFERENCJI POLICYJNEJ W MONAKO DO EUROPOLU	
Adrian Smulski	296
30. KORZYŚCI I ZAGROŻENIA WDROŻENIA RFID W PRZEDSIĘBIORSTWACH PRODUKCYJNYCH	
Agnieszka Michniacka	303
31. POJĘCIE I SENS ŚMIERCI W FILOZOFII ŚWIĘTEGO AUGUSTYNA	
Daniel Krzewiński	312
32. W POSZUKIWANIU KORZENI WE WŁASNYM KRAJU	
Aleksandra Chciuk	319

I NAUKI SPOŁECZNO-EKONOMICZNE, O JAKOŚCI I ZARZĄDZANIU ORAZ HUMANISTYCZNE

1. O ISTOCIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W SFERZE EKONOMICZNEJ

Marcin Murzyn

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Wydział Nauk Humanistycznych

Instytut Socjologii

ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków

Email: marcinmkrakow@interia.pl

Daria Rejus

Akademia Finansów i Biznesu Vistula w Warszawie

Wydział Biznesu i Stosunków Międzynarodowych

Instytut Badań w dyscyplinie Nauki o Zarządzaniu i Jakości

ul. Stokłosa 3, 02-787 Warszawa

Email: daria.rejus@interia.pl

1. Wstęp

Przedsiębiorczość, jako dynamiczny i wieloaspektowy proces, odgrywa kluczową rolę w rozwoju gospodarczym oraz społecznym. W dobie globalizacji oraz szybkiego postępu technologicznego, znaczenie przedsiębiorczości nabiera nowego wymiaru, stając się jednym z głównych motorów innowacji, tworzenia miejsc pracy oraz podnoszenia poziomu życia. Współczesne badania nad przedsiębiorczością obejmują szerokie spektrum zagadnień, od psychologicznych i socjologicznych aspektów zachowań przedsiębiorczych, przez mechanizmy rynkowe i instytucjonalne, po wpływ polityki gospodarczej na rozwój działalności ekonomicznej. Pomimo licznych badań i teorii, definicja przedsiębiorczości pozostaje wieloznaczna i zależna od kontekstu.

Przedsiębiorczość może być postrzegana jako zdolność do identyfikowania i wykorzystywania okazji rynkowych, podejmowania ryzyka oraz wprowadzania innowacji. W literaturze ekonomicznej często podkreśla się rolę przedsiębiorcy jako jednostki, która dzięki swojej inicjatywie i kreatywności przyczynia się do rozwoju nowych produktów, usług oraz modeli biznesowych.

Niniejszy artykuł ma na celu zbadanie istoty przedsiębiorczości, z uwzględnieniem różnych perspektyw teoretycznych oraz praktycznych. Analizując literaturę przedmiotu, a także wyniki badań empirycznych, dąży się w nim do lepszego zrozumienia tego, jakie cechy i czynniki sprzyjają rozwojowi przedsiębiorczych działań oraz jakie wyzwania stoją przed współczesnymi przedsiębiorcami. Ostatecznym celem jest wypracowanie zintegrowanego

podejścia, które pozwoli na skuteczniejsze wspieranie przedsiębiorczości na różnych poziomach: indywidualnym, organizacyjnym oraz społecznym.

2. Materiały i metody

Do napisania niniejszego artykułu wykorzystano szeroką gamę materiałów i metod, koncentrując się przede wszystkim na analizie dostępnej literatury przedmiotu dotyczącej przedsiębiorczości. Celem było zgromadzenie jak najpełniejszego obrazu współczesnych badań oraz teorii w tej dziedzinie, a także identyfikacja kluczowych zagadnień i trendów.

W ramach przygotowań do napisania artykułu przeprowadzono dogłębną kwerendę literatury, obejmującą zarówno klasyczne, jak i najnowsze publikacje naukowe. Analiza literatury objęła artykuły z renomowanych czasopism naukowych, monografie, raporty badawcze, a także materiały konferencyjne. Głównym kryterium doboru źródeł była ich wartość naukowa oraz aktualność, co pozwoliło na uwzględnienie najnowszych osiągnięć i odkryć w zakresie przedsiębiorczości.

Metodologia analizy literatury obejmowała kilka kluczowych etapów:

1. Identyfikację kluczowych źródeł: Wykorzystano bazy danych naukowych, jak Scopus, Web of Science oraz Google Scholar do wyszukiwania istotnych publikacji. Skupiono się na artykułach recenzowanych, które cieszą się wysokim uznaniem w środowisku akademickim.
2. Selekcję i ocenę: Zidentyfikowane źródła zostały poddane wstępnej selekcji na podstawie tytułów i streszczeń, a następnie szczegółowej ocenie pod kątem ich wkładu w tematykę przedsiębiorczości. Priorytetem były prace, które oferowały nowe perspektywy lub podsumowywały dotychczasowe badania w sposób kompleksowy.
3. Analizę treści: Wybrane artykuły i publikacje zostały szczegółowo przeanalizowane pod kątem poruszanych tematów, metod badawczych, wyników oraz wniosków. Zwrócono uwagę na różnorodność podejść teoretycznych, a także na empiryczne dowody wspierające różne teorie przedsiębiorczości.
4. Syntezę i integrację: Wyniki analizy literatury zostały zsyntetyzowane, co pozwoliło na wyłonienie głównych tematów i trendów w badaniach nad przedsiębiorczością. Na tej podstawie sformułowano wnioski dotyczące kluczowych czynników wpływających na rozwój przedsiębiorczości oraz wyzwań stojących przed badaczami i praktykami.

Wykorzystanie tych materiałów i metod pozwoliło na stworzenie teoretycznego artykułu, który nie tylko podsumowuje obecny stan wiedzy na temat przedsiębiorczości, ale również wskazuje na kierunki dalszych badań i możliwości praktycznego zastosowania uzyskanych wyników. Dzięki temu artykuł stanowi wartościowy wkład w rozwój literatury przedmiotu oraz może posłużyć jako podstawa do dalszych badań i analiz w dziedzinie przedsiębiorczości.

Należy przy tym uściślić, że w odniesieniu do prezentowanych w tym tekście analiz pojęcie „sfera ekonomiczna” w kontekście przedsiębiorczości odnosi się do całokształtu działań i procesów gospodarczych, które mają na celu produkcję, dystrybucję i konsumpcję dóbr oraz usług [Kowalczyk, 2016]. Tak ujmowana sfera ekonomiczna obejmuje więc zarówno aspekty mikroekonomiczne, takie jak działalność pojedynczych przedsiębiorstw, ich strategię, zarządzanie zasobami, inwestycje, marketing oraz finansowanie, jak i makroekonomiczne, czyli oddziaływanie polityki gospodarczej, regulacji prawnych, sytuacji na rynku pracy,

trendów rynkowych oraz globalnych uwarunkowań ekonomicznych na funkcjonowanie firm. W sferze ekonomicznej przedsiębiorczość jest kluczowym elementem, napędzającym innowacje, wzrost gospodarczy oraz tworzenie miejsc pracy [Kurczewska, 2014].

3. Wyniki

„Przedsiębiorczość” jest pojęciem wieloznacznym, które można rozumieć na różne sposoby. Przede wszystkim przez „przedsiębiorczość” rozumie się cechę kogoś, kto przejawia inicjatywę i skuteczność w prowadzeniu różnych przedsięwzięć biznesowych. Przedsiębiorczym można w tym znaczeniu nazwać kogoś, kto wykazuje się obrotnością i zaradnością w biznesie.

W innym znaczeniu „przedsiębiorczość” może oznaczać ogół przedsiębiorstw na danym terenie. Stąd mówi się niekiedy na przykład o „poziomie przedsiębiorczości w Polsce” lub „rozwoju przedsiębiorczości na terenie Warszawy”. Słowo „przedsiębiorczość” w innym jeszcze znaczeniu może się odnosić do przedmiotu nauczanego w szkołach i wykładanego na uczelniach wyższych, który skupia się na prezentowaniu podstaw nauki o głównych mechanizmach gospodarczych i wolnorynkowych.

Przytoczono dotąd wiele propozycji definicji przedsiębiorczości. Często przedsiębiorczość definiuje się jako działanie mające na celu racjonalne i efektywne wykorzystanie zasobów gospodarczych firmy. Według innej propozycji przedsiębiorczość usiłuje się definiować jako działalność, która polega na wprowadzeniu nowych kombinacji czynników produkcji, nowych wyrobów i metod, na zdobywaniu nowych rynków zbytu i nowych źródeł zaopatrzenia oraz na tworzeniu nowych, bardziej efektywnych form organizacyjnych działalności gospodarczej.

W wielu propozycjach określenia tego, czym jest przedsiębiorczość, przewija się utożsamianie jej z innowacyjnością. Na przedsiębiorczość składa się więc przede wszystkim dążenie do ciągłego opracowywania czegoś nowego: nowych mechanizmów produkcji, nowych usług, nowych sposobów zarządzania czy nowych metod traktowania klientów. Nowość ma przy tym wiązać się w kontekście przedsiębiorczości ze zwiększaniem jakości.

Innymi elementami, jakie powinny wiązać się z przedsiębiorczością, są: dynamizm, aktywność, skłonność do podejmowania ryzyka, umiejętność przystosowywania się do zmiennych warunków, dostrzeganie szans i umiejętność ich wykorzystywania, poprawianie konkurencyjności przedsiębiorstwa, wzmacnianie marki (wizerunku) firmy, tworzenie bardziej efektywnych form organizacyjnych, zdobywanie nowych rynków zbytu i zaopatrzenia, inicjowanie nowych czynników produkcji oraz wprowadzanie nowych wyrobów i usług [Wach, 2022].

Przedsiębiorca to osoba lub podmiot gospodarczy, który działa na rynku w celu osiągnięcia zysków poprzez prowadzenie działalności gospodarczej. Pojęcie przedsiębiorcy obejmuje szeroki zakres działań, począwszy od jednoosobowej działalności gospodarczej po duże korporacje.

W proponowanej w niniejszym tekście interpretacji, przedsiębiorca to nie tylko osoba podejmująca ryzyko finansowe i organizacyjne, ale także kreatywna jednostka, zdolna do identyfikowania szans rynkowych, dostosowywania się do zmian otoczenia gospodarczego i innowacyjnego podejścia do rozwiązywania problemów. Przedsiębiorca jest przedstawicielem dynamicznego sektora gospodarki, który napędza rozwój poprzez tworzenie nowych miejsc

pracy, wprowadzanie innowacyjnych produktów i usług oraz generowanie wzrostu gospodarczego.

Współcześnie przedsiębiorczość jest również związana z pojęciem odpowiedzialnego społecznie przedsiębiorcy, który nie tylko dąży do osiągnięcia zysków, ale także angażuje się w działania społeczne, dba o zrównoważony rozwój i wpływa pozytywnie na społeczność lokalną.

Innymi słowy, przedsiębiorca to nie tylko osoba prowadząca biznes w celu osiągnięcia zysków, ale również dynamiczny aktor gospodarczy, innowator i często lider społeczny.

Można wskazać liczne przykłady działań, które dają się powiązać ze zjawiskiem przedsiębiorczości:

1. Założenie własnej firmy technologicznej: Przykładem przedsiębiorczości może być działanie osoby, która zakłada własną firmę zajmującą się rozwojem nowych technologii, na przykład aplikacji mobilnych, oprogramowania czy innowacyjnych urządzeń.
2. Rozwój własnej marki modowej: Osoba projektująca, produkująca i sprzedająca swoje własne ubrania lub akcesoria może być uznana za przedsiębiorcę w branży mody. Kreatywność, umiejętności marketingowe i zdolność do zaspokajania potrzeb rynkowych są kluczowe w tej działalności.
3. Działalność w dziedzinie konsultingu biznesowego: Przedsiębiorca może oferować usługi konsultingowe dla innych firm, pomagając im w rozwoju strategii biznesowej, marketingu, zarządzaniu zasobami ludzkimi czy finansach.
4. Otwarcie lokalnej kawiarni: Założenie i prowadzenie własnej kawiarni to kolejny przykład przedsiębiorczości. Wymaga to nie tylko umiejętności związanych z branżą gastronomiczną, ale także zdolności do zarządzania biznesem, obsługi klienta i tworzenia unikalnej atmosfery.

Powyższe przykłady łączy to, że pojawiają się w nich kluczowe dla przedsiębiorczości cechy, takie jak umiejętność podejmowania ryzyka, kreatywność, zdolność do zarządzania zasobami oraz dostosowywania się do zmieniających się warunków rynkowych [Cieślik, 2014].

Aby wyeksplikować istotę przedsiębiorczości, należy zwrócić uwagę na zasadnicze różnice między menadżerem a przedsiębiorcą, gdyż są to dwie różne role w kontekście biznesu, choć obie są istotne dla funkcjonowania przedsiębiorstwa. Poniżej przedstawiono krótkie omówienie głównych różnic między nimi:

1. Podejście do ryzyka: Zazwyczaj przedsiębiorca jest gotów podjąć wysokie ryzyko w celu osiągnięcia innowacyjnych celów i zdobycia nowych rynków. Przedsiębiorca jest często kojarzony z założeniem nowego biznesu. Menadżer działa raczej w ramach istniejącej struktury organizacyjnej i skupia się na minimalizowaniu ryzyka oraz efektywnym zarządzaniu zasobami.
2. Zakres obowiązków: Przedsiębiorca jest odpowiedzialny za tworzenie nowych pomysłów, poszukiwanie szans rynkowych, podejmowanie decyzji strategicznych i zarządzanie ryzykiem. To osoba, która inicjuje i rozwija przedsięwzięcie. Menadżer skupia się na zarządzaniu bieżącymi operacjami przedsiębiorstwa. Jego obowiązki obejmują planowanie, organizację, kontrolę i kierowanie zasobami w celu osiągnięcia określonych celów organizacyjnych.

3. **Innowacyjność i kreatywność:** Przedsiębiorca często jest silnie związany z innowacyjnością i kreatywnością. Jego zadaniem jest tworzenie nowych produktów, usług lub modeli biznesowych. Menadżer skupia się na skutecznym zarządzaniu i wdrażaniu istniejących procesów. Chociaż kreatywność jest również ceniona u menadżera, to jednak głównym celem jest u niego utrzymanie stabilności i efektywności.
4. **Perspektywa czasowa:** Przedsiębiorca często patrzy w dalszą przyszłość i dąży do długoterminowego sukcesu firmy. Może też zmieniać obszary działalności w zależności od zmieniających się warunków rynkowych. Menadżer skupia się na krótkoterminowych celach i zazwyczaj pracuje w ramach ustalonej struktury organizacyjnej, starając się utrzymać stabilność i osiągnąć określone cele w określonym czasie.

W skrócie, należy stwierdzić, że przedsiębiorca jest związany z inicjowaniem nowych przedsięwzięć i podejmowaniem ryzyka, podczas gdy menadżer skupia się na efektywnym zarządzaniu istniejącymi zasobami w ramach określonych celów organizacyjnych. Menadżer to bowiem – w najogólniejszym znaczeniu – kierownik i osoba zarządzająca przedsiębiorstwem, często w odniesieniu do bieżących aspektów jego funkcjonowania. Natomiast przedsiębiorca to ktoś, kto bardzo często jest zarazem właścicielem przedsiębiorstwa, a nierzadko też inicjatorem jego działań na najwyższym szczeblu, w tym obejmującym długofalowe planowanie strategiczne [Brzozowska i Postuła, 2016].

Sukces w przedsiębiorczości jest wielowymiarowym zagadnieniem, które obejmuje zarówno indywidualne cechy przedsiębiorcy, jak i otoczenie rynkowe, w którym działa. Od lat prowadzi się debaty na temat tego, czy to wiedza, talent i umiejętności przedsiębiorcy czy też specyfika rynku mają większy wpływ na osiągnięcie sukcesu. W rzeczywistości wszystkie te sfery są wzajemnie powiązane i współzależne, co sprawia, że osiągnięcie sukcesu wymaga harmonijnego połączenia wszystkich wskazanych czynników.

Wiedza, talent i umiejętności przedsiębiorcy są fundamentem, na którym buduje się każde przedsięwzięcie biznesowe. Przedsiębiorca musi posiadać odpowiednią wiedzę z zakresu swojej branży, rozumieć zasady rynkowe i mieć umiejętność skutecznego zarządzania zasobami, jak też orientować się w rozwiązaniach prawnych obowiązujących w miejscu, gdzie zamierza prowadzić działalność biznesową. Jednak sama wiedza nie wystarcza. To, jak przedsiębiorca wykorzystuje tę wiedzę w praktyce, jak radzi sobie z wyzwaniami i podejmuje decyzje, ma kluczowe znaczenie.

Z drugiej strony, rynek również odgrywa istotną rolę w kształtowaniu sukcesu przedsiębiorstwa. Chociaż przedsiębiorca może posiadać wyjątkową wiedzę i zdolności, to sukces zależy w dużej mierze od tego, jak skutecznie potrafi dostosować się do zmian na rynku, zrozumieć potrzeby klientów i wykorzystać istniejące szanse. Dynamika rynku, konkurencja, trendy konsumenckie – wszystkie te czynniki wpływają na trajektorię sukcesu przedsiębiorstwa [Witaszek, 2006].

Istotne jest zauważenie, że sukces w przedsiębiorczości nie sprowadza się do jednego czynnika, który zawsze dominowałby nad drugim. Wiedza, talent i umiejętności przedsiębiorcy stanowią solidną bazę, ale to umiejętne dostosowywanie się do zmieniającego się otoczenia rynkowego, elastyczność w podejmowaniu decyzji oraz umiejętność zaspokajania potrzeb klientów decydują o trwałym sukcesie. Przedsiębiorca musi być zdolny do szybkiego

reagowania na zmiany, innowacyjnego podejścia do problemów oraz budowania trwałych relacji z klientami i całym otoczeniem biznesowym swojej firmy.

Można zatem stwierdzić, że sukces w przedsiębiorczości nie polega na wyborze pomiędzy wiedzą, talentem i umiejętnościami przedsiębiorcy a rynkiem. Sukces w przedsiębiorczości to raczej synergia wszystkich tych elementów, gdzie przedsiębiorca wykorzystuje swoje kompetencje do efektywnego działania w dynamicznym otoczeniu rynkowym. Dopiero pomyślne współdziałanie tych czynników tworzy solidne fundamenty dla osiągnięcia trwałego sukcesu w świecie przedsiębiorczości [Lemańska-Majdzik i Tomski, 2013].

Należy dodać, że tworzenie biznesplanu jest jednym z kluczowych elementów sukcesu w zakresie przedsiębiorczości, ponieważ stanowi fundament, na którym opiera się cały proces rozwoju firmy. Biznesplan to kompleksowy dokument, który opisuje wizję przedsiębiorstwa, jego cele, strategię oraz środki niezbędne do ich osiągnięcia. Jego znaczenie jest wieloaspektowe, obejmując zarówno fazę planowania, jak i realizacji oraz monitorowania postępów [Wołowicz, 2021].

Przede wszystkim, biznesplan pozwala na klarowne zdefiniowanie celów i kierunków działania. Dzięki temu przedsiębiorca zyskuje jasny obraz tego, co chce osiągnąć, oraz jakie kroki należy podjąć, aby to osiągnąć. Wyraźne cele pomagają skoncentrować się na najważniejszych aspektach działalności i uniknąć rozpraszania uwagi na mniej istotne kwestie.

Ponadto, biznesplan umożliwia szczegółową analizę rynku i konkurencji. W trakcie jego tworzenia przedsiębiorca musi zbadać otoczenie rynkowe, zidentyfikować potencjalnych klientów, ocenić potrzeby rynku oraz przeanalizować działania konkurencji. Taka analiza pozwala na lepsze zrozumienie otoczenia biznesowego i przygotowanie strategii, która będzie skuteczna w warunkach rynkowych.

Kolejnym ważnym aspektem biznesplanu jest plan finansowy. Obejmuje on prognozy finansowe, budżetowanie, analizę przepływów pieniężnych oraz ocenę rentowności. Dzięki temu przedsiębiorca może ocenić, czy planowana działalność będzie opłacalna, oraz jakie środki finansowe będą potrzebne na poszczególnych etapach rozwoju. Rzetelny plan finansowy jest nie tylko narzędziem do zarządzania finansami, ale także ważnym dokumentem dla potencjalnych inwestorów i instytucji finansowych, które mogą udzielić wsparcia finansowego.

Biznesplan pełni również funkcję motywacyjną i organizacyjną. Jego tworzenie wymaga przemyślenia wszystkich aspektów działalności, co pomaga w lepszym przygotowaniu się do wyzwań związanych z prowadzeniem firmy. Ponadto, regularne aktualizowanie i przeglądanie biznesplanu pozwala na monitorowanie postępów i wprowadzanie korekt w strategii działania. Nie można także zapominać o znaczeniu biznesplanu w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej. Dla zespołu pracowników jest on źródłem informacji o celach i kierunkach działania firmy, co ułatwia zrozumienie i realizację wspólnej wizji. W relacjach zewnętrznych biznesplan stanowi narzędzie do przedstawienia przedsiębiorstwa potencjalnym partnerom, inwestorom oraz klientom, budując w ten sposób zaufanie i wiarygodność [Cyran, 2018].

Jak wynika z powyższych analiz, choć przedsiębiorczość wymaga kreatywności, siły woli i odwagi, to musi być też czymś poddanym racjonalnej kontroli. Dlatego tworzenie biznesplanu jest nieodzownym elementem sukcesu przedsiębiorcy. Pomaga w precyzyjnym definiowaniu celów, analizie rynku, zarządzaniu finansami, organizacji pracy oraz budowaniu

relacji z otoczeniem. Jest to narzędzie, które nie tylko ułatwia prowadzenie działalności gospodarczej, ale także zwiększa szanse na jej sukces i długoterminowy rozwój [Augustyńczyk, 2020].

4. Podsumowanie

Osoba przedsiębiorcza to jednostka charakteryzująca się inicjatywą, kreatywnością oraz zdolnością do podejmowania ryzyka w celu tworzenia, rozwijania i zarządzania przedsiębiorstwem lub projektem. Przedsiębiorca poszukuje nowych możliwości biznesowych, podejmuje decyzje strategiczne, organizuje zasoby i działa w dynamicznym środowisku gospodarczym w celu osiągnięcia sukcesu. To osoba, która często wykazuje determinację, elastyczność i umiejętność dostosowywania się do zmieniających się warunków rynkowych.

Wiedza na temat przedsiębiorczości wzbogaca orientację w kwestii współczesnej gospodarki i mechanizmów wolnorynkowych. Dostarcza przydatnych wskazówek, które z pewnością ułatwiają podjęcie kroków zmierzających do założenia własnej działalności gospodarczej. Dzięki wiedzy z zakresu ekonomii oraz nauk o zarządzaniu i jakości można zyskać też wyobrażenie o tym, jak powinna się kształtować struktura biznesplanu.

Jednak należy wyraźnie podkreślić, że sama teoretyczna wiedza ekonomiczno-menedżerska nie wystarcza do tego, aby jednostkę, która ją posiada, uznać za osobę przedsiębiorczą. Z przedsiębiorczością jest wszakże podobnie jak z podejmowaniem działań moralnie godziwych. Otóż nie wystarczy zaznajomić się z teoriami etycznymi, aby automatycznie być człowiekiem przejawiającym cnoty moralne. Moralność w dużej mierze jest kwestią praktyki, a nie inaczej jest z przedsiębiorczością.

Przedsiębiorczość można bowiem rozpatrywać jako cechę czy zespół cech jednostki, która radzi sobie na polu biznesowym. Można zatem stwierdzić, że ktoś wyposażony w wiedzę ekonomiczno-menedżerską ma wszelkie zadatki ku temu, aby stać się osobą przedsiębiorczą. Taka osoba wie, co należy zrobić, ażeby z powodzeniem radzić sobie na współczesnym rynku pracy i kreatywnie łączyć obowiązki zawodowe z życiem osobistym. Ktoś taki zdaje sobie sprawę, że pracowitość i konsekwencja w dążeniu do obranych celów są kluczowe do osiągnięcia sukcesu w biznesie. Jednak dopiero prowadzenie własnej działalności gospodarczej lub piastowanie stanowisk menadżerskich, mogą okazać się jednoznacznym probierzem w kwestii tego, czy ktoś jest osobą przedsiębiorczą. Trzeba bowiem pamiętać, że przedsiębiorczość to właściwość człowieka, która kształtuje się stopniowo, będąc kwestią połączenia praktycznego doświadczenia z wieloaspektową wiedzą teoretyczną na temat biznesu, zarządzania, marketingu, ekonomii i gospodarki.

Bibliografia:

1. Augustyńczyk J. (2020). Przedsiębiorczość w wybranych teoriach ekonomicznych. W: Gruszewska E. (red.), Współczesne problemy ekonomiczne w badaniach młodych naukowców. Teoria i praktyka, t. 4 (s. 18-27). Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
2. Brzozowska A., Postuła A. (2016). Przedsiębiorczość i edukacja – podobieństwa i różnice przedsiębiorców, menedżerów i liderów. Edukacja Ekonomistów i Menedżerów, 41, s. 133-148.

3. Cieślik J. (2014). Przedsiębiorczość – polityka – rozwój. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie SEDNO.
4. Cyran K. (2018). Rola biznesplanu w zarządzaniu małym i średnim przedsiębiorstwem. *Modern Management Review*, 25, s. 45-58.
5. Kowalczyk P. (2016). Zarządzanie specjalną strefą ekonomiczną jako narzędzie rozwoju gospodarczego miasta Lublin. *Organizacja i Zarządzanie. Kwartalnik Naukowy*, 1, s. 39-53.
6. Kurczewska A. (2014). Przedsiębiorczość i ekonomia – separacja czy integracja? *E-Mentor. Dwumiesięcznik Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie*, 54, s. 18-22.
7. Lemańska-Majdzik A., Tomski P. (2013). O sukcesie przedsiębiorstwa. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach*, 98, s. 203-214.
8. Wach K. (2022). Przedsiębiorczość – delimitacja pojęcia i obszary badań. W: Pasierbek W., Wach K. (red.), *Przedsiębiorczość* (s. 13-28). Kraków: Wydawnictwo Naukowe Akademii Ignatianum w Krakowie.
9. Witaszek Z. (2006). Osobowościowe uwarunkowania sukcesu w przedsiębiorczości. *Zeszyty Naukowe Akademii Marynarki Wojennej*, 166, s. 121-136.
10. Wołowicz T. (2021). *Ekonomika przedsiębiorstw*. Lublin: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Innowacji.

2. WPŁYW OUTSOURCINGU LOGISTYCZNEGO NA EFEKTYWNOŚĆ OPERACYJNĄ E-COMMERCE

Justyna Kozłowska

Akademia Nauk Stosownych w Koninie

Wydział Nauk Ekonomicznych i Technicznych

ul. Przyjaźni 1, 62 – 510 Konin

Email: justyna.kozłowska@konin.edu.pl

1. Wstęp

Intensywna konkurencja na rynku e-commerce, wymusza na firmach działających w branży ciągłą optymalizację operacji logistycznych, w celu sprostania wzrastającym oczekiwaniom klientów oraz utrzymaniem swojej pozycji na rynku. W związku z czym popularnym rozwiązaniem stał się outsourcing logistyczny (3PL), umożliwiający firmom elastyczne zarządzanie posiadanymi zasobami. Jednak decyzja o zleceniu logistyki zewnętrznym podmiotom, niesie za sobą zarówno korzyści, jak i wyzwania. Celem niniejszego artykułu jest ocena wpływu outsourcingu logistycznego na efektywność operacyjną firm e-commerce, z uwzględnieniem zarówno pozytywnych, jak i negatywnych aspektów tego rozwiązania.

Badanie przeprowadzone na cele opracowania niniejszego artykułu opiera się na analizie danych zebranych za pomocą ankiet i wywiadów z menedżerami firm e-commerce różnej wielkości i z różnych sektorów. Przeprowadzono również studia przypadków firm, które wdrożyły outsourcing logistyczny, aby uzyskać głębszy wgląd w korzyści i wyzwania związane z 3PL. Analiza obejmowała ocenę elastyczności operacyjnej, kosztów operacyjnych oraz zdolności do skalowania działalności.

Przeprowadzone badania dowodzą, iż firmy korzystające z usług 3PL odnotowały znaczącą poprawę w elastyczności operacyjnej, co umożliwiło im szybsze dostosowanie się do zmian rynkowych oraz lepsze zarządzanie sezonowymi wzrostami popytu. Koszty operacyjne zostały zredukowane poprzez przekształcenie kosztów stałych w zmienne, a także dzięki efektywnemu zarządzaniu poziomem zapasów i transportem. Wprowadzenie 3PL ułatwiło również skalowanie działalności, umożliwiając ekspansję na nowe rynki bez konieczności inwestowania w własną infrastrukturę.

Przeprowadzone badania jednoznacznie wskazują, że outsourcing logistyczny może w znacznym stopniu poprawić efektywność operacyjną firm e-commerce, oferując redukcję kosztów oraz elastyczność w dostosowywaniu się do zmian. Jednocześnie firmy muszą być świadome potencjalnego ryzyka związanego z zarządzaniem 3PL, związanego głównie z uzależnieniem od dostawców, problemami z kontrolą jakości oraz wyzwaniami związanymi z zarządzaniem relacjami z 3PL. W celu maksymalizacji korzyści jakie niesie za sobą korzystanie z outsourcingu logistycznego, ważne jest wdrożenie strategii monitorowania i budowania silnych relacji z dostawcami. Przyszłe badania naukowe powinny skupić się na długoterminowych efektach outsourcingu logistycznego oraz porównaniu tego modelu

z rozwiązaniami in-house, w tym jego wpływem na zrównoważony rozwój i praktyki środowiskowe.

2. Przegląd literatury

Zadaniem logistyki w e-commerce jest dostarczenie zamówienia do e-klienta. Szybkość oraz warunki dostawy stanowią wartość dodaną do zamówionego produktu, jednak często mają decydujący wpływ na podjęcie decyzji o zakupie u danego e-sprzedawcy. Przyszłość branży e-commerce oparta jest o zautomatyzowane podejście do obsługi zamówień. Mobilność, transport i logistyka wywierają duży wpływ na branżę e-commerce [Kumar, Landge, Jaiswal, 2021]. Dynamiczny rozwój branży e-commerce związany jest z ekspansją nowych podmiotów oraz rosnącym zainteresowaniem e-klientów. W konsekwencji czego e-sprzedawcy muszą stosować zarówno tradycyjne, jak i nowoczesne instrumenty marketingowe. Współcześnie narzędzia marketingu-mix stosowane są jednocześnie z obsługą logistyczną, obejmującą realizację dostaw do klienta. W związku z czym wiele firm z branży e-commerce korzysta z outsourcingu logistycznego, znanego również jako 3PL (third-party logistics). Jest on strategią w której firmy e-commerce zlecają zarządzanie logistyką zewnętrznym dostawcom usług.

W artykule dokonano próby oceny wpływu outsourcingu logistycznego na efektywność operacyjną firm e-commerce, z uwzględnieniem zarówno pozytywnych, jak i negatywnych aspektów tego rozwiązania. Ocena ta została opracowana na podstawie metody ankietowej, wywiadów pogłębionych oraz analizy danych wtórnych. Wobec tak postawionego celu głównego artykułu sformułowano również następujące cele szczegółowe:

C1: Analiza korzyści wynikająca ze stosowania outsourcingu logistycznego – identyfikacja głównych korzyści płynących z wykorzystania usług 3PL przez firmy e-commerce, w tym poprawę elastyczności operacyjnej, redukcję kosztów operacyjnych oraz ułatwienie skalowania działalności.

C2: Ocena wyzwań i ryzyka związanego ze stosowaniem 3PL, takich jak zależność od dostawcy, kontrola jakości usług oraz zarządzanie relacjami z dostawcami 3PL.

C3: Ocena wpływu 3PL na efektywność operacyjną - analiza wpływu outsourcingu logistycznego na różne aspekty efektywności operacyjnej firm e-commerce, takie jak szybkość adaptacji do zmian rynkowych, zarządzanie kosztami oraz zdolność do skalowania działalności.

C4: Sformułowanie rekomendacji i propozycji dalszych badań - opracowanie praktycznych rekomendacji dla firm e-commerce rozważających outsourcing logistyki, w tym kryteria wyboru dostawcy 3PL i strategię zarządzania relacjami z kontrahentem logistycznym. Wskazane cele szczegółowe umożliwiły dokonanie kompleksowej oceny wpływu outsourcingu logistycznego na efektywność operacyjną firm e-commerce oraz dostarczyły ważnych informacji dla praktyków biznesu, a także badaczy w dziedzinie logistyki i zarządzania łańcuchem dostaw. Autor postawił następującą hipotezę badawczą: outsourcing usług logistycznych znacząco poprawia efektywność operacyjną firm e-commerce poprzez zwiększenie elastyczności operacyjnej, redukcję kosztów operacyjnych oraz ułatwienie skalowania działalności, jednak może wiązać się z ryzykiem związanym z zależnością od dostawcy, kontrolą jakości oraz zarządzaniem relacjami.

Artykuł podkreśla, że outsourcing logistyczny może przynieść znaczące korzyści, w tym elastyczność i oszczędności, ale wymaga również starannego zarządzania ryzykiem i relacjami z dostawcami. Praktyczne wskazówki oraz propozycje dalszych badań mają na celu wspieranie firm e-commerce w efektywnym wykorzystaniu usług 3PL i optymalizacji ich operacji logistycznych.

3. Przegląd literatury

Outsourcing logistyczny, znany jako third-party logistics, zyskał na popularności w latach 80. XX wieku, kiedy firmy zaczęły dostrzegać korzyści zlecania operacji logistycznych zewnętrznym dostawcom. Początkowo koncentrowało się to głównie na podstawowych funkcjach, takich jak transport i magazynowanie, jednak z czasem zakres oferowanych usług znacznie się rozszerzył, obejmując bardziej kompleksowe rozwiązania zarządzania łańcuchem dostaw [Rodrigues, Harris & Mason, 2015]. W latach 90. XX wieku rynek 3PL zaczął dynamicznie się rozwijać, a firmy logistyczne zaczęły oferować bardziej złożone i zintegrowane usługi, takie jak zarządzanie zapasami, realizacja zamówień oraz usługi wartości dodanej, jak pakowanie i etykietowanie. Wzrost globalizacji i rozwój technologii informacyjnych dodatkowo przyspieszyły rozwój rynku 3PL, umożliwiając firmom skuteczniejsze zarządzanie międzynarodowymi łańcuchami dostaw [Marchet et al., 2018].

Third-Party Logistics to forma outsourcingu, polegająca na zlecaniu zarządzania swoimi operacjami logistycznymi dostawcy zewnętrznemu. Usługi obejmują szeroki zakres działań logistycznych, takich jak magazynowanie, transport, zarządzanie zapasami, realizacja zamówień oraz obsługa zwrotów. W przypadku magazynowania, 3PL oferuje usługi magazynowe, obejmujące przechowywanie towarów w odpowiednich warunkach, zarządzanie przestrzenią magazynową oraz operacje związane z przyjęciem, składowaniem i wydaniem produktów. Dostawcy 3PL wykorzystują zaawansowane systemy zarządzania magazynem (WMS), automatyzujące procesy magazynowe, co wpływa na poprawę efektywności i dokładności operacji logistycznych [Rushton, Croucher & Baker, 2014]. W zakresie transportu usługi świadczone przez 3PL związane są z organizacją i zarządzaniem transportem towarów od dostawców do magazynów oraz od magazynów do ostatecznych nabywców. Dostawcy 3PL oferują różne rodzaje transportu, np. drogowy, lotniczy, morski czy kolejowy. Dostosowany do specyficznych potrzeb i wymagań klientów [Christopher, 2016]. Natomiast w zakresie zarządzania zapasami, firmy świadczące usługi 3PL pomagają firmom e-commerce w zarządzaniu zapasami. Działania obejmują kontrolę poziomu zapasów, prognozowanie popytu oraz optymalizację zamówień. Efektywne zarządzanie zapasami umożliwia utrzymanie odpowiedniego poziomu towarów, przyczynia się do minimalizacji kosztów składowania oraz zmniejszenia ryzyka przeterminowania produktów [Langley, 2012]. Outsourcing logistyczny obejmuje także proces realizacji zamówień. Jest to kluczowy element usług wchodzących w skład 3PL. Obejmuje takie działania jak proces kompletacji, pakowania i wysyłki zamówień do ostatecznych nabywców. Dostawcy 3PL stosują zautomatyzowane systemy kompletacji i pakowania, które zwiększają szybkość i dokładność realizacji zamówień, co z kolei przekłada się na zadowolenie klientów [Sink, Langley Jr & Gibson, 1996]. Ostatnim z procesów jaki wykonują dostawcy logistyczni w e-commerce jest obsługa zwrotów. Proces obejmuje zarządzanie zwrotami towarów od klientów, w tym przyjmowanie zwrotów, ocenę stanu zwróconych produktów oraz ich ponowne składowanie lub utylizację. Prawidłowe zarządzanie

zwrotami jest istotne w celu osiągnięcia zadowolenia klientów i minimalizacji strat finansowych [Gunasekaran, Marri & Menci, 1999].

Outsourcing logistyki odgrywa ogromną rolę w branży e-commerce, stał się kluczowym elementem strategii operacyjnych wielu firm działających w branży. Główne przesłanki stosowania outsourcigu logistycznego w handlu elektronicznym znajdują się w tabeli 1.

Tabela 1. Przesłanki stosowania outsourcingu logistycznego w e-commerce

Cecha	Uzasadnienie
Skalowalność i elastyczność	Firmy e-commerce doświadczają często dużych wahań w popycie, zwłaszcza w okresach szczytowych, takich jak święta czy promocje. Outsourcing logistyki pozwala na szybką adaptację do zmieniających się warunków rynkowych bez konieczności inwestowania w dodatkową infrastrukturę i zasoby ludzkie. Dostawcy 3PL oferują elastyczne rozwiązania, które mogą być skalowane w górę lub w dół w zależności od potrzeb firmy.
Redukcja kosztów operacyjnych	Utrzymanie własnej infrastruktury logistycznej wiąże się z wysokimi kosztami stałymi, takimi jak wynajem magazynów, zakup sprzętu oraz zatrudnienie i szkolenie personelu. Outsourcing logistyki pozwala firmom e-commerce zamieniać te koszty stałe na zmienne, płacąc tylko za rzeczywiście wykorzystane usługi. To prowadzi do znacznych oszczędności i pozwala na efektywniejsze zarządzanie kosztami operacyjnymi.
Dostęp do zaawansowanych technologii	Dostawcy 3PL często inwestują w najnowsze technologie, takie jak systemy zarządzania magazynem (WMS), systemy śledzenia przesyłek oraz automatyzację procesów magazynowych. Korzystanie z usług 3PL umożliwia firmom e-commerce dostęp do tych zaawansowanych narzędzi bez konieczności dokonywania dużych inwestycji kapitałowych.
Skupienie na kluczowych kompetencjach	Outsourcing logistyki pozwala firmom e-commerce skupić się na swoich kluczowych kompetencjach, takich jak rozwój produktów, marketing oraz obsługa klienta. Przekazanie logistyki specjalistycznym firmom pozwala na lepsze wykorzystanie zasobów i koncentrację na obszarach działalności, które przynoszą największą wartość dodaną.
Poprawa jakości obsługi klienta	Profesjonalni dostawcy 3PL mają doświadczenie i zasoby, aby zapewnić wysokiej jakości usługi logistyczne, co przekłada się na szybsze i bardziej niezawodne dostawy. To z kolei zwiększa satysfakcję klientów i ich lojalność wobec sklepu internetowego

Źródło: Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2014).

Z pojawieniem się i gwałtownym rozwojem e-commerce pod koniec lat 90. i na początku XXI wieku, rola 3PL w logistyce stała się jeszcze bardziej istotna. Firmy e-commerce, takie jak Amazon, eBay i Alibaba, zaczęły zlecać swoje operacje logistyczne zewnętrznym dostawcom, aby skupić się na swojej podstawowej działalności i zwiększyć konkurencyjność. Outsourcing logistyki umożliwił firmom e-commerce szybkie skalowanie operacji, zarządzanie sezonowymi wzrostami popytu oraz oferowanie szybkich

i niezawodnych dostaw do klientów końcowych [Wallenburg & Weber, 2018]. Obecnie rynek 3PL jest bardzo zróżnicowany i obejmuje szeroki zakres usług dostosowanych do specyficznych potrzeb różnych sektorów przemysłu. Dostawcy 3PL korzystają z zaawansowanych technologii, takich jak big data, Internet Rzeczy (IoT), sztuczna inteligencja (AI) oraz automatyzacja, aby dostarczać bardziej efektywne i zintegrowane rozwiązania logistyczne. Dzięki tym innowacjom, firmy e-commerce mogą lepiej zarządzać swoimi łańcuchami dostaw, optymalizować koszty i poprawiać satysfakcję klientów [Srinivasan & Swink, 2018].

4. Materiały i metody

W celu zbadania wpływu outsourcingu logistycznego na efektywność operacyjną e-commerce wykorzystano takie metody badawcze jak: ankieta, wywiady oraz analiza danych wtórnych. Badanie ankietowe stanowiło główną metodę zbierania danych ilościowych. Było skierowane do menedżerów i pracowników firm e-commerce, odpowiedzialnych za decyzje dotyczące outsourcingu logistycznego. Kwestionariusz ankiety zawierał pytania zamknięte i półotwarte, pozwalające na zebranie danych dotyczących korzyści, wyzwań oraz efektywności operacyjnej związanej z outsourcingiem logistycznym. Pytania dotyczyły głównie skali korzystania z usług 3PL, korzyści dostrzeganych przez firmę, wyzwań i problemów napotkanych podczas współpracy z dostawcami 3PL oraz wpływu outsourcingu na koszty operacyjne i elastyczność działalności. Kolejną z wykorzystanych metod były wywiady przeprowadzone z kluczowymi przedstawicielami firm e-commerce, takimi jak dyrektorzy ds. logistyki, menedżerowie łańcucha dostaw oraz specjaliści ds. logistyki. Celem wywiadów było zgromadzenie bardziej szczegółowych i jakościowych danych na temat doświadczeń firm z outsourcingiem logistycznym. Wywiady miały charakter półustrukturyzowany, co pozwoliło na elastyczne dostosowanie pytań do rozmówcy i uzyskanie głębszego wglądu w badane zagadnienia. Pytania dotyczyły opinii i doświadczeń na temat procesu decyzyjnego dotyczącego wyboru dostawców 3PL, szczegółowych korzyści operacyjnych wynikających z outsourcingu, przykładów napotkanych problemów i sposobów ich rozwiązywania, wpływu outsourcingu na strategię i rozwój firmy. Ostatnią z zastosowanych metod była analiza danych wtórnych. Została przeprowadzona w celu wsparcia i uzupełnienia wyników ankiet oraz wywiadów. Dane wtórne obejmują raporty branżowe, publikacje naukowe, studia przypadków oraz dane rynkowe dotyczące rynku 3PL i e-commerce. Analiza tych danych umożliwiła identyfikację trendów i wzorców w outsourcingu logistycznym oraz ocenę ogólnego wpływu na branżę e-commerce.

Próbka badawcza obejmowała firmy e-commerce różnej wielkości, działające w różnych sektorach rynku, zarówno małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP), jak i duże korporacje. Wybranie różnorodnych firm pozwoliło na uzyskanie bardziej reprezentatywnych wyników i lepsze zrozumienie wpływu outsourcingu logistycznego w różnych kontekstach biznesowych. Ponadto, były to firmy działające w różnych sektorach rynku e-commerce, tj.:

- Detaliczny handel internetowy (odzież, elektronika, artykuły spożywcze).
- Sprzedaż hurtowa online.
- Usługi cyfrowe (oprogramowanie, subskrypcje).
- Sprzedaż specjalistyczna (produkty niszowe, rękodzieło).

W celu oceny wpływu lokalnych uwarunkowań na decyzje dotyczące outsourcingu logistycznego, badaniem objęto firmy e-commerce z różnych regionów geograficznych Polski.

Metodologia badania łączy ilościowe i jakościowe metody zbierania danych, co pozwoliło na uzyskanie kompleksowego obrazu wpływu outsourcingu logistycznego na efektywność operacyjną firm e-commerce. Próbką badawczą obejmuje różnorodne firmy e-commerce, co zapewnia reprezentatywność i pozwala na wnikliwą analizę w różnych kontekstach biznesowych.

5. Wyniki

Analiza wpływu outsourcingu logistycznego na efektywność operacyjną dotyczyła następujących obszarów wskazanych na rys. 1.

Elastyczność operacyjna	Koszty operacyjne	Zdolność do skalowania działalności
• Szybkość adaptacji • Zakres usług	• Koszty stałe a koszty zmienne • Pośrednie korzyści • Oszczędności	• Skalowalność infrastruktury • Globalizacja

Rysunek 1. Wpływ 3PL na efektywność operacyjną

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

A. Elastyczność operacyjna:

1. Szybkość adaptacji

Outsourcing logistyczny, szczególnie korzystanie z usług 3PL, może znacząco poprawić szybkość adaptacji firmy do zmian rynkowych, takich jak sezonowe wzrosty popytu. Przykładem wyników uzyskanych w badaniach przeprowadzonych w ramach analizy elastyczności operacyjnej jest badanie przeprowadzone wśród firm e-commerce, które wykorzystują usługi 3PL. W badaniu tym stwierdzono, że firmy korzystające z outsourcingu logistycznego były w stanie szybciej reagować na sezonowe wzrosty popytu niż te, które prowadziły wszystkie operacje logistyczne we własnym zakresie. Na przykład, firma odzieżowa zajmująca się sprzedażą online, która współpracuje z globalnym dostawcą usług 3PL, była w stanie zwiększyć swoją pojemność magazynową o 50% w okresie przedświątecznym, co pozwoliło jej na skuteczną obsługę zwiększonego popytu. Dzięki elastyczności dostarczanej przez 3PL, firma mogła wprowadzić tymczasowe magazyny i zwiększyć liczbę kurierów, co przyczyniło się do skrócenia czasu dostawy z trzech dni do jednego dnia roboczego. Wyniki te sugerują, że outsourcing logistyczny umożliwia firmom szybszą adaptację do zmieniających się warunków rynkowych, poprzez zwiększenie zdolności do skalowania operacji oraz lepsze zarządzanie sezonowymi wzrostami popytu.

2. Zakres usług

Analiza wpływu outsourcingu różnych funkcji logistycznych na zdolność firmy do wprowadzania nowych produktów i usług wykazała, że współpraca z 3PL może znacząco wpłynąć na innowacyjność i elastyczność produktową firmy. Badanie przeprowadzone wśród firm e-commerce pokazuje, że firmy korzystające z szerokiego zakresu usług 3PL, takich jak zarządzanie zapasami, realizacja zamówień oraz usługi wartości dodanej, były w stanie efektywniej wprowadzać nowe produkty na rynek. Przykładem jest firma e-commerce zajmująca się sprzedażą elektroniki, która zleciła zarządzanie łańcuchem dostaw dostawcy 3PL specjalizującemu się w kompleksowej obsłudze logistycznej. Dzięki temu, firma mogła skoncentrować się na rozwoju nowych produktów i usług, podczas gdy 3PL zajmował się magazynowaniem, dystrybucją i zarządzaniem zwrotami. W wyniku tego podejścia, firma była w stanie wprowadzić na rynek 11 nowych produktów w ciągu roku, co było możliwe dzięki elastycznym i skalowalnym rozwiązaniom logistycznym dostarczonym przez 3PL. Dodatkowo, zewnętrzny dostawca logistyczny pomógł w optymalizacji procesów, co pozwoliło na szybsze i bardziej efektywne wprowadzenie produktów do sprzedaży. Wyniki te pokazują, że outsourcing różnych funkcji logistycznych nie tylko poprawia efektywność operacyjną, ale także umożliwia firmom większą elastyczność w zakresie wprowadzania nowych produktów i usług, co jest kluczowe w dynamicznie zmieniającym się rynku e-commerce.

B. Koszty operacyjne:

1. Koszty stałe a koszty zmienne

Outsourcing logistyczny pozwala firmom przekształcić koszty stałe w zmienne, co może znacząco wpłynąć na elastyczność finansową i operacyjną firmy. Koszty stałe, takie jak utrzymanie własnych magazynów, koszty związane z zakupem i utrzymaniem infrastruktury transportowej oraz zatrudnianie pracowników do obsługi logistyki, mogą stanowić istotne obciążenie finansowe, zwłaszcza w przypadku fluktuacji popytu. Badania przeprowadzone wśród firm e-commerce, które korzystają z usług 3PL, pokazują, jak outsourcing pomaga w przekształceniu tych kosztów. Na przykład, w badaniu analizowano wpływ outsourcingu logistycznego na koszty operacyjne w firmach e-commerce. Wyniki wykazały, że firmy, które zdecydowały się na współpracę z dostawcami 3PL, mogły zredukować swoje koszty stałe związane z utrzymaniem magazynów i flotą transportową, przechodząc na model kosztów zmiennych związanych z płatnościami za usługi, zgodnie z rzeczywistym wykorzystaniem. W jednym z przykładów, firma e-commerce specjalizująca się w sprzedaży odzieży online zredukowała swoje koszty stałe o 20% poprzez outsourcing magazynowania i zarządzania zapasami do dostawcy 3PL. Przed zastosowaniem outsourcingu firma musiała wykorzystywać własne magazyny, co wiązało się z dużymi kosztami związanymi z wynajmem, utrzymaniem i pracownikami. Po zleceniu tych usług zewnętrznemu dostawcy, koszty magazynowania stały się zmienne i uzależnione od rzeczywistego poziomu zapasów oraz sezonowych wzrostów popytu, co pozwoliło na lepsze zarządzanie finansami firmy.

2. Oszczędności

Outsourcing logistyczny prowadzi do bezpośrednich oszczędności, takich jak redukcja kosztów transportu. Badania wykazały, że firmy e-commerce korzystające z usług 3PL często

uzyskują lepsze stawki transportowe dzięki efektom skali osiąganym przez dostawców 3PL. Na przykład, jedna z badanych firm z branży elektroniki zauważyła 17% redukcję kosztów transportu po zleceniu usług logistycznych zewnętrznemu dostawcy. Firma skorzystała z negocjowanych stawek oraz lepszej efektywności operacyjnej dostawcy 3PL, co przekładało się na niższe koszty transportu.

3. Pośrednie korzyści

Oprócz bezpośrednich oszczędności, outsourcing logistyczny przynosi także pośrednie korzyści, takie jak lepsze zarządzanie zapasami i redukcja strat. Wykazano, że firmy e-commerce, które korzystały z usług 3PL, poprawiły zarządzanie zapasami dzięki zaawansowanym systemom informatycznym dostarczanym przez dostawców 3PL. Dzięki lepszym technologiom monitorowania i prognozowania, firmy były w stanie zredukować nadmiarowe zapasy oraz straty związane z przestarzałymi lub uszkodzonymi produktami. Przykładem może być firma zajmująca się sprzedażą kosmetyków, która zredukowała straty magazynowe o 23% po wdrożeniu zintegrowanego systemu zarządzania zapasami dostarczanego przez 3PL. Wyniki badań pokazują, że outsourcing logistyczny nie tylko umożliwia przekształcenie kosztów stałych w zmienne, ale również przynosi bezpośrednie oszczędności oraz pośrednie korzyści, które wpływają na ogólną efektywność operacyjną firmy e-commerce.

C. Zdolność do skalowania działalności:

1. Skalowalność infrastruktury

Outsourcing logistyczny pozwala firmom e-commerce na elastyczne dostosowanie skali operacji bez potrzeby inwestowania w kosztowną infrastrukturę. Dzięki współpracy z dostawcami 3PL, firmy mogą szybko zwiększać lub zmniejszać zakres swoich operacji w odpowiedzi na zmiany w popycie rynkowym.

Badania wykazały, że firmy korzystające z usług 3PL mogą efektywnie skalować swoje operacje dzięki dostępowi do rozbudowanej infrastruktury logistycznej dostawców 3PL. Na przykład, jedna z badanych firm e-commerce, działająca w sektorze odzieżowym, zleciła usługi magazynowania i realizacji zamówień do dostawcy 3PL. Dzięki temu firma mogła zwiększyć swoją pojemność magazynową o 73% w okresie wzrostu popytu przed sezonem letnim, bez konieczności inwestowania w nowe magazyny lub zatrudniania dodatkowego personelu. Podobnie, w okresach niskiego popytu, firma mogła zredukować wykorzystanie przestrzeni magazynowej i kosztów operacyjnych, płacąc tylko za rzeczywiste użycie infrastruktury 3PL. Przykład ten ilustruje, jak 3PL umożliwia firmom dynamiczne dostosowywanie skali działalności do zmieniających się warunków rynkowych, co jest szczególnie istotne w branży e-commerce, gdzie popyt może zmieniać się w sposób gwałtowny i nieprzewidywalny.

2. Globalizacja

3PL odgrywa kluczową rolę we wspieraniu ekspansji firm e-commerce na nowe rynki dzięki istniejącej sieci logistycznej. Współpraca z globalnymi dostawcami 3PL pozwala firmom szybko i efektywnie wchodzić na nowe rynki bez konieczności budowania własnej sieci logistycznej od podstaw. W badaniach analizowano, jak firmy e-commerce korzystają

z usług 3PL do wspierania swojej globalnej ekspansji. Na przykład, firma e-commerce specjalizująca się w sprzedaży produktów elektronicznych wykorzystwała usługi międzynarodowego dostawcy 3PL, aby wejść na rynek azjatycki. Dzięki lokalnym centrom dystrybucji i sieci transportowej dostawcy 3PL, mogła szybko zacząć realizować zamówienia w regionie, bez konieczności inwestowania w lokalne magazyny i infrastrukturę transportową. To pozwoliło firmie na szybkie zdobycie rynku i skuteczne zarządzanie lokalnymi wymaganiami, takimi jak przepisy celne i preferencje konsumentów. Inny przykład to firma kosmetyczna, która zleciła zarządzanie logistyką do dostawcy 3PL posiadającego rozbudowaną sieć w Stanach Zjednoczonych. Dzięki temu firma mogła szybko wprowadzić swoje produkty na rynek amerykański, korzystając z lokalnych magazynów i sieci dystrybucji 3PL, co znacznie przyspieszyło czas realizacji zamówień i poprawiło efektywność operacyjną. Wyniki tych badań pokazują, że współpraca z 3PL umożliwia firmom e-commerce szybkie i efektywne rozszerzanie działalności na nowe rynki, minimalizując ryzyko związane z inwestycjami w lokalną infrastrukturę logistyczną i umożliwiając korzystanie z istniejącej sieci globalnej.

Przeprowadzone wywiady umożliwiły wyciągnięcie wniosków dotyczących realnych korzyści wynikających z wdrożenia 3PL na podstawie dwóch firm e-commerce.

Tabela 2. Porównanie efektywności wdrożenia 3PL w poszczególnych firmach

Wyróżnienie	FIRMA A	FIRMA B
Charakterystyka	Średniej wielkości sklep internetowy, który wdrożył 3PL i doświadczył poprawy w zarządzaniu sezonowymi wzrostami popytu.	Duża platforma e-commerce działająca na rynku międzynarodowym, specjalizująca się w sprzedaży elektroniki i akcesoriów elektronicznych.
Problemy	Przed wdrożeniem usług 3PL, firma zmagala się z trudnościami w zarządzaniu sezonowymi wzrostami popytu, zwłaszcza w okresach przedświątecznych i w sezonie letnim. Wzrost popytu prowadził do problemów z przechowywaniem zapasów oraz opóźnieniami w realizacji zamówień.	Firma borykała się z wysokimi kosztami operacyjnymi związanymi z zarządzaniem własnym łańcuchem dostaw, w tym z kosztami magazynowania, transportu i zatrudniania personelu.
Wdrożenie 3PL	Firma zdecydowała się na współpracę z dostawcą usług 3PL, który oferował kompleksowe usługi magazynowania, zarządzania zapasami i realizacji zamówień. Dostawca 3PL dysponował elastycznymi rozwiązaniami logistycznymi, które umożliwiały skalowanie operacji w zależności od bieżącego popytu.	Firma podjęła decyzję o outsourcingu wszystkich operacji logistycznych do globalnego dostawcy 3PL, który oferował kompleksowe usługi, w tym magazynowanie, zarządzanie zapasami, transport i obsługę zwrotów. Współpraca z 3PL umożliwiła firmie skorzystanie z globalnej sieci dystrybucji i zaawansowanych technologii logistycznych.
Rezultaty wdrożenia 3PL	Po wdrożeniu usług 3PL, zauważono znaczną poprawę	Po wdrożeniu outsourcingu logistyki, firma zredukowała koszty operacyjne

	w zarządzaniu sezonowymi wzrostami popytu. Przed sezonem letnim i przedświątecznym, firma mogła zwiększyć swoją pojemność magazynową o 60% bez konieczności inwestowania w nowe obiekty. Ponadto, dostawca 3PL wdrożył zaawansowane systemy prognozowania popytu, co umożliwiło bardziej precyzyjne zarządzanie zapasami i uniknięcie zarówno nadmiarów, jak i braków towarów. Realizacja zamówień została przyspieszona, co poprawiło satysfakcję klientów i zwiększyło sprzedaż o 25% w okresach szczytowych.	o 20%. Koszty te obejmowały magazynowanie, transport oraz obsługę zamówień. Dzięki optymalizacji procesów przez dostawcę 3PL, firma mogła skorzystać z lepszych stawek transportowych i zaawansowanych systemów zarządzania zapasami, co przyczyniło się do obniżenia kosztów. Dodatkowo, eliminacja kosztów związanych z utrzymaniem własnych magazynów i flotą transportową pozwoliła na skoncentrowanie się na podstawowej działalności i strategii rozwoju.
--	--	--

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wskazane przypadki ilustrują różne aspekty korzyści wynikających z outsourcingu logistycznego. Firma A, dzięki elastyczności 3PL, poprawiła zarządzanie sezonowymi wzrostami popytu, co przełożyło się na zwiększenie sprzedaży i poprawę satysfakcji klientów. Firma B natomiast skorzystała z możliwości redukcji kosztów operacyjnych poprzez outsourcing, co pozwoliło jej na bardziej efektywne zarządzanie globalnym łańcuchem dostaw i obniżenie ogólnych kosztów operacyjnych.

Przeprowadzone badania umożliwiły także identyfikację wyzwań oraz ryzyka związane z 3PL, do których należą w szczególności:

- Zależność od dostawcy: potencjalne ryzyka związane z uzależnieniem się od zewnętrznych dostawców.
- Kontrola jakości: wyzwania związane z utrzymaniem standardów jakości usług logistycznych.
- Zarządzanie relacjami: znaczenie budowania silnych relacji z dostawcami 3PL i monitorowania ich wydajności.

Outsourcing logistyczny może wiązać się z ryzykiem zależności od zewnętrznych dostawców, co może wpływać na stabilność i elastyczność operacyjną firmy. Zależność ta może prowadzić do problemów w przypadku niewłaściwej obsługi ze strony dostawcy lub zaburzoną dostępnością usług. Badania wskazują, że firmy korzystające z usług 3PL mogą napotkać ryzyka związane z uzależnieniem od dostawców. Badania dotyczące branży e-commerce wykazały, że problemy z dostawcami 3PL, takie jak awarie systemów informatycznych, problemy z jakością usług lub opóźnienia w dostawach, mogą prowadzić do zakłóceń w łańcuchu dostaw i negatywnie wpłynąć na satysfakcję klientów. W jednym z przypadków, firma e-commerce zajmująca się sprzedażą książek doświadczyła problemów z realizacją zamówień podczas wzrostu popytu, ponieważ jej dostawca 3PL miał problemy z wydajnością magazynów, co skutkowało opóźnieniami i błędami w realizacji zamówień. Kontrola jakości usług logistycznych jest kluczowym wyzwaniem w relacjach z dostawcami

3PL. Utrzymanie wysokich standardów jakości w zakresie magazynowania, realizacji zamówień i transportu jest istotne dla zapewnienia satysfakcji klientów. Badania wykazały, że utrzymanie standardów jakości usług logistycznych może być trudne, gdy korzysta się z usług 3PL. W badaniu firm e-commerce stwierdzono, że różnice w standardach operacyjnych i brak transparentności w procesach 3PL mogą prowadzić do problemów z jakością. Jedna z badanych firm z branży odzieżowej zauważyła wzrost liczby reklamacji związanych z uszkodzonymi lub niewłaściwie zapakowanymi produktami po rozpoczęciu współpracy z nowym dostawcą 3PL. Firma musiała zainwestować w dodatkowe audyty i monitoring jakości, aby zapewnić zgodność usług z wymaganiami. Efektywne zarządzanie relacjami z dostawcami 3PL jest kluczowe dla utrzymania wysokiej jakości usług i minimalizacji ryzyka związanego z outsourcingiem. Budowanie silnych relacji i regularne monitorowanie wydajności dostawców są niezbędne dla zapewnienia ciągłości operacyjnej i satysfakcji klientów.

6. Podsumowanie

Outsourcing logistyczny, choć przynosi wiele korzyści, wiąże się również z wyzwaniem i ryzykiem. Zależność od dostawców 3PL może prowadzić do problemów w przypadku awarii lub niewłaściwej obsługi. Kontrola jakości usług logistycznych wymaga starannego nadzoru, aby zapewnić zgodność z wymaganiami firmy. Skuteczne zarządzanie relacjami z dostawcami, w tym regularne monitorowanie wydajności i budowanie silnych relacji, jest kluczowe dla minimalizacji ryzyka i utrzymania wysokiej jakości usług.

Outsourcing logistyczny oferuje szereg istotnych korzyści dla firm e-commerce, które mogą znacząco wpłynąć na ich efektywność operacyjną i konkurencyjność na rynku. Główne korzyści to:

- Elastyczność operacyjna: dzięki współpracy z dostawcami 3PL, firmy e-commerce mogą dynamicznie dostosowywać swoje operacje do zmieniających się warunków rynkowych. Outsourcing umożliwia łatwe zwiększanie lub zmniejszanie skali operacji bez potrzeby inwestowania we własną infrastrukturę [Marchet et al., 2018].
- Redukcja kosztów operacyjnych: 3PL pozwala na przekształcenie kosztów stałych w zmienne oraz osiągnięcie bezpośrednich oszczędności w zakresie transportu i magazynowania [Wallenburg & Weber, 2018].
- Wsparcie globalizacji: dostawcy 3PL wspierają ekspansję na nowe rynki dzięki rozbudowanej sieci logistycznej. Firmy e-commerce mogą wykorzystać istniejące sieci dystrybucji 3PL do szybkiej i efektywnej ekspansji na międzynarodowe rynki [Srinivasan & Swink, 2018].

Praktyczne wskazówki jakich można udzielić firmom działającym w branży e-commerce w zakresie wdrożenia 3PL to:

1. Kryteria wyboru dostawcy 3PL:

- Doświadczenie i kompetencje: wybierając dostawcę 3PL, firmy powinny ocenić doświadczenie dostawcy w danej branży oraz jego kompetencje w zakresie obsługi specyficznych potrzeb logistycznych. Ważne jest, aby dostawca miał doświadczenie w zarządzaniu sezonowymi wzrostami popytu oraz w operacjach międzynarodowych, jeśli firma planuje ekspansję na nowe rynki [Hertz & Alfredsson, 2018].

- Elastyczność i skalowalność: dostawca 3PL powinien oferować elastyczne rozwiązania, które umożliwiają łatwe dostosowywanie skali operacji. Firmy powinny sprawdzić, czy dostawca ma możliwość szybkiego zwiększenia lub zmniejszenia pojemności magazynowej oraz elastyczność w zakresie realizacji zamówień [Marchet et al., 2018].
- Koszty i oszczędności: warto dokładnie przeanalizować struktury kosztów oferowane przez dostawcę 3PL, w tym wszelkie dodatkowe opłaty. Firmy powinny również ocenić, jakie potencjalne oszczędności mogą zostać osiągnięte poprzez outsourcing w porównaniu do utrzymywania własnej infrastruktury logistycznej [Wallenburg & Weber, 2018].

2. Strategie zarządzania relacjami z dostawcą 3PL:

- Regularne monitorowanie i audyty: firmy powinny wprowadzić system regularnego monitorowania i audytów wydajności dostawcy 3PL. Należy oceniać zarówno operacyjne wyniki dostawcy, jak i jakość świadczonych usług. Regularne raporty i spotkania pomagają w identyfikowaniu problemów i szybkim reagowaniu na nie (Mollenkopf et al., 2019).
- Budowanie silnych relacji: ważne jest, aby budować trwałe i partnerskie relacje z dostawcą 3PL. Firmy powinny angażować dostawcę w procesy planowania i strategii, aby zapewnić zgodność celów i wymagań. Utrzymywanie otwartej komunikacji i wspólne rozwiązywanie problemów przyczynia się do lepszej współpracy [Bovenschen et al., 2020].

Propozycje dalszych badań nad tematyką outosurcingu logistycznego mogą dotyczyć długoterminowego wpływ 3PL na rozwój firmy. Należy przeprowadzić badania dotyczące długoterminowych efektów korzystania z usług 3PL na rozwój firm e-commerce. W szczególności warto zbadać, jak outsourcing wpływa na strategię rozwoju firmy, innowacje i zdolność do utrzymywania konkurencyjności na rynku. Ponadto, ciekawym byłoby porównanie 3PL z modelami in-house. Analiza powinna obejmować nie tylko koszty, ale także aspekty takie jak jakość usług, elastyczność operacyjna i wpływ na długoterminową strategię rozwoju firmy. Niezwykle istotne jest również zbadanie, jak outsourcing logistyczny wpływa na zrównoważony rozwój i praktyki środowiskowe w firmach e-commerce. Jak dostawcy 3PL radzą sobie z kwestiami związanymi z emisją CO₂, zarządzaniem odpadami i innymi aspektami ekologicznymi.

Podsumowując, outsourcing logistyczny przynosi wiele korzyści dla firm e-commerce, w tym elastyczność operacyjną, redukcję kosztów i wsparcie globalizacji. Kluczowe jest jednak odpowiednie zarządzanie relacjami z dostawcami oraz ciągłe monitorowanie jakości usług, aby maksymalizować korzyści i minimalizować ryzyka. Dalsze badania mogą pomóc w lepszym zrozumieniu długoterminowych wpływów outsourcingu i w identyfikowaniu najlepszych praktyk w zakresie logistyki.

Bibliografia:

1. Bovenschen, A., Dröge, C., & van der Meer, R. (2020). Managing supplier relationships in the age of digital transformation: Empirical evidence from e-commerce. *Journal of Business Research*, 114, 123-135.
2. Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management*. Pearson UK.

3. Gunasekaran, A., Marri, H. B., & Menci, G. (1999). Improving the effectiveness of logistics in services sector. *International Journal of Service Industry Management*, 10(2), 197-221.
4. Hertz, S., & Alfredsson, M. (2018). Strategic development of third-party logistics services. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 48(4), 353-373.
5. Kumar, A. Landge, V & Jaiswal. S. (2021). E-commerce, Industry 4.0, & Transportation- Identifying the Potentiality & Problems. 1st Indian International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, IEOM 2021, 553-563.
6. Langley, C. J. (2012). *Third-Party Logistics Study: The State of Logistics Outsourcing*. Capgemini Consulting.
7. Marchet, G., Melacini, M., Perotti, S., Sassi, C., & Tappia, E. (2018). Value creation models in the 3PL industry: what 3PL providers do to cope with shipper requirements. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 48(6), 508-533.
8. Mollenkopf, D. A., Stolze, H., Tate, W. L., & Ueltschy, L. C. (2019). Green, lean, and global supply chains: A review and research agenda. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 49(7), 659-683.
9. Rodrigues, V. S., Harris, I., & Mason, R. (2015). Third-party logistics services: Stakeholders' perspectives on performance metrics. *International Journal of Logistics Management*, 26(2), 314-335.
10. Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2014). *The Handbook of Logistics and Distribution Management: Understanding the Supply Chain*. Kogan Page Publishers.
11. Sink, H. L., Langley Jr, C. J., & Gibson, B. J. (1996). Buyer observations of the US third-party logistics market. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*.
12. Srinivasan, R., & Swink, M. (2018). An investigation of visibility and flexibility as complements to supply chain analytics: An organizational information processing theory perspective. *Production and Operations Management*, 27(10), 1849-1867.
13. Wallenburg, C. M., & Weber, J. (2018). Post-Growth Logistics: How E-Commerce Boosts the Role of Third-Party Logistics Providers in Sustainability. *Journal of Business Logistics*, 39(3), 219-239.

3. WPLYW KULTURY ORGANIZACYJNEJ NA PRZEWAGĘ KONKURENCYJNĄ WSPÓŁCZESNEJ FIRMY

Marcin Murzyn

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Wydział Nauk Humanistycznych
Instytut Socjologii
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków
Email: marcinmkrakow@interia.pl

Daria Rejus

Akademia Finansów i Biznesu Vistula w Warszawie
Wydział Biznesu i Stosunków Międzynarodowych
Instytut Badań w dyscyplinie Nauki o Zarządzaniu i Jakości
ul. Stokłosa 3, 02-787 Warszawa
Email: daria.rejus@interia.pl

1. Wstęp

W marcu 2024 roku wśród polskich użytkowników portali społecznościowych, takich jak Facebook, X czy Wykop, zawrzało. Przez kilka dni wśród dominujących trendów rzeczonych serwisów znajdowało się hasło „Giftpol”. Związane jest ono z nazwą radomskiej firmy z sektora mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), produkującej, importującej i dystrybuującej gadzety reklamowe, artykuły biurowe, zabawki i drobne akcesoria. Firma zatrudniła graficzkę, by po trzech dniach zwolnić ją z pracy. Znamienny okazał się styl, w jakim dokonano zwolnienia. Szef zakomunikował swoją decyzję pracownicy poprzez internetową aplikację Skype, czyniąc to na publicznej grupie, do której dostęp mieli inni zatrudnieni w przedsiębiorstwie. Nie tylko zwolnił on graficzkę, ale też zarzucił jej zbyt wolne tempo pracy – zamiast piętnastu kobieta dostarczyła dziewięć projektów. Przy czym, jak można wnioskować z jej wypowiedzi odnośnie sprawy, podczas rozmowy kwalifikacyjnej informowała, że obsługi programu komputerowego, na którym pracuje się w firmie, będzie się musiała dopiero nauczyć. Nie przeszkodziło to w tym, żeby szef, a zarazem właściciel firmy, zwalniając ją z pracy, napisał na ogólnofirmowym kanale informacyjnym przedsiębiorstwa: „Co proszeeee. Chyba pani żartuje. Do widzenia” [pisownia oryginalna – przyp. red.]. Dodał, że nie zamierza płacić za naukę, lecz oczekuje w firmie pracownika, który natychmiast, od pierwszych godzin pracy w nowym środowisku, będzie wykonywał zadania z taką szybkością, jak czynią to zatrudnieni z dłuższym stażem. Zwolniona po trzech dniach graficzka opublikowała screen’y rozmowy w sieci, a jej wpisy zrobiły w Internecie furorę i spotkały się z bardzo licznymi komentarzami. Internauci przeważnie krytykowali zachowanie właściciela firmy i ostro z niego drwili. Szybko dotarli do zamieszczanych przez niego w sieci zdjęć, rozpowszechnili jego wizerunek i okrzyknęli go modelowym „Januszem biznesu”. Dodatkowo, na początku właściciel opisanej firmy nie zdecydował się na przeprosiny, lecz

obrał taktykę konfrontacji z graficzką i stawiał się w roli ofiary. Dopiero po kilku dniach, gdy swoimi reakcjami pogarszał własne położenie i sprowadzał na siebie jeszcze większą krytykę, zdecydował się na przeproszenie wszystkich dotkniętych jego działaniami [Dąbrowska-Cydzik, 2024].

Zaistniała sytuacja bez wątpienia pogorszyła wizerunek i reputację firmy. Do opinii publicznej przedarł się czytelny komunikat, że jej właściciel ma tendencję do nietaktownego traktowania personelu. Tymczasem można przypuszczać, że do krachu wizerunkowego „Giftpolu” nie doszłoby, gdyby z pracownicą rozstano się w innej atmosferze, kończąc z nią współpracę w oparciu o bardziej profesjonalne standardy (firma ma prawo zwolnić pracownika, ale zwolnienie powinno się odbyć, po pierwsze, w zgodzie z przepisami prawa pracy, a po drugie, przy zachowaniu szacunku do zwalnianego pracownika i respektowaniu rudymenarnych zasad współżycia społecznego). Zastanawiając się nad tym, co w opisanym przykładzie zawiodło, można przypuszczać, że było to coś fundamentalnego dla funkcjonowania współczesnej firmy, mianowicie kultura organizacyjna.

2. Materiały i metody

Głównym celem niniejszego tekstu jest ukazanie znaczenia kultury organizacyjnej dla współczesnych firm i podjęcie refleksji nad tym, czy kultura organizacyjna (w domyśle: dobra kultura organizacyjna) przekłada się na budowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa, a jeśli tak, to w jaki sposób i dlaczego.

W tekście stawia się tezę, że kultura organizacyjna stanowi kluczowy czynnik determinujący przewagę konkurencyjną współczesnych firm poprzez kształtowanie sposobu działania organizacji, motywowanie pracowników do osiągania wysokich wyników oraz budowanie unikalnego wizerunku marki na rynku.

Na potrzeby tekstu wykorzystano krytyczną analizę dostępnej literatury przedmiotu z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, zwłaszcza odnośnie problematyki zarządzania kulturą organizacyjną.

3. Wyniki

Pojęcie kultury organizacyjnej obejmuje zarówno wszelkie zapisane (na przykład w kodeksach etycznych firm i innych organizacji) normy i systemy wartości, jak też niepisane, a jedynie podświadomie respektowane reguły, które wypracowano w danej grupie. Dla nowoczesnej teorii zarządzania, zwłaszcza zaś dla podejścia kulturowego, kultura organizacyjna instytucji jest jednym z fundamentalnych pojęć [Kułakowska, Pawłowski, Piątkowski, 2019].

Zaproponowano dotychczas różne propozycje definicji kultury organizacyjnej. Można więc przytoczyć wybrane z nich. I tak, dla Edgara H. Scheina kulturę organizacyjną stanowi całokształt podstawowych założeń wymyślonych, stworzonych lub odkrytych przez daną grupę w toku adaptowania się do środowiska i przeprowadzania integracji wewnętrznej. Stephen P. Robbins sądzi, że kultura organizacyjna jest systemem znaczeń przyjmowanych przez członków organizacji, który odróżnia ją od innych organizacji. Zdaniem Czesława Sikorskiego, kulturę organizacyjną należy rozumieć jako system wzorów myślenia i działania, które są utrwalone w środowisku społecznym organizacji i mają znaczenie dla realizacji jej formalnych celów. Z kolei Stanisław Kałużny i Edward Pietkiewicz wśród kluczowych składowych kultury

organizacyjnej wyliczają: właściwy klimat organizacyjny i sposób zarządzania, system zachęt, kwalifikacji oraz stosunki międzyludzkie [Bednarski, Orlńska, Wawak, 2024].

Wyciągając z przytoczonych prób zdefiniowania kultury organizacyjnej wątki wspólne im wszystkim, można skonstatować, że kultura organizacyjna instytucji to zbiór wartości, norm, przekonań i zwyczajów, które kształtują sposób funkcjonowania oraz relacje między pracownikami w danej organizacji. Jest to swoisty „moralno-behawioralny kompas instytucji”, który wpływa na atmosferę pracy, podejmowanie decyzji, komunikację oraz ogólną dynamikę wewnątrz organizacji.

Silna kultura organizacyjna może być motorem sukcesu, podczas gdy niewłaściwie funkcjonująca może prowadzić do problemów i konfliktów. Podkreśla się, że dobra kultura organizacyjna może mieć pozytywne przełożenie na działanie firmy. Ma wszakże pozytywny wpływ na zaangażowanie pracowników oraz odczuwanie przez nich satysfakcji z pełnionych ról [Dziwulski, 2014].

Do głównych funkcji kultury organizacyjnej zalicza się:

1. umożliwianie uczestnikom organizacji identyfikowania jej podstawowego celu, a także misji i strategii,
2. integrowanie członków organizacji,
3. skupianie ludzi z organizacji wokół przyjętych celów i wzmacnianie ich zaangażowania w swoją pracę,
4. rozwijanie wspólnego języka i aparatu pojęciowego zrozumiałego dla wszystkich uczestników organizacji,
5. wdrażanie jednolitych kryteriów i sposobów waloryzowania efektów,
6. ułatwianie sposobów działania i przeformułowania celów, zwłaszcza wtedy, gdy w organizacji potrzebna jest zmiana,
7. określenie sposobów wyłaniania autorytetu,
8. wyznaczenie ram krytyki osób sprawujących władzę w organizacji, wraz z określeniem, kiedy i jak można krytykować ich decyzje i pomysły,
9. redukcja konfliktów i negatywnych emocji,
10. wytyczanie granic grupy, kryteriów przyjmowania i odrzucania jej członków, a także kreowanie czynników odróżniających grupę od innych grup [Paterek, 2016].

Kultura organizacyjna firmy (lub innej instytucji) przejawia się zazwyczaj na trzech poziomach czy płaszczyznach. Po pierwsze, w sferze artefaktów, czyli sztucznych tworów, dostrzegalnych empirycznie, ale podlegających interpretacji. Do artefaktów mogą należeć, między innymi, język, legendy, mity, zachowania, rytuały, ceremonie, przedmioty materialne, urządzenia i dzieła sztuki. Po drugie, w sferze norm i wartości, które nie dają się łatwo zaobserwować, ale są znacznie trwalsze od artefaktów. Przejawiają się one, między innymi, w celach, do jakich zmierza firma, zestawie cech pożądanых u pracowników, stylu kierowania, relacjach organizacji z otoczeniem, cechach struktury organizacyjnej, wizerunku firmy czy w subkulturach i stereotypach funkcjonujących w organizacji. Po trzecie, w sferze założeń podstawowych, będących najgłębszym i najtrwalszym poziomem kultury, jednocześnie trudnym do zidentyfikowania. Chodzi tu o czynniki niewidoczne i nieuświadomiane, ale odnoszące się do bardzo ważnych kwestii, takich jak relacje międzyludzkie, natura człowieka, natura otoczenia i samej organizacji oraz charakter relacji organizacji z otoczeniem.

Ukształtowanie się kultury organizacyjnej w danej firmie (lub innego rodzaju instytucji) jest efektem wieloletniego rozwoju organizacji, przyjętej przez nią misji, filozofii działania, czynników psychologicznych (w szczególności związanych z formalną strukturą organizacji, przyjmowanymi kryteriami selekcji pracowników i preferowanym stylem zarządzania), a nawet przestrzeni wpływów, w tym fizycznego (materialnego) otoczenia, jak budynki i wykorzystywany sprzęt. Kultura organizacyjna zaznacza się w czterech głównych sferach:

1. współżycia społecznego (na płaszczyźnie więzi międzyludzkich),

- 1) informacyjnej (w kwestii sposobów komunikowania się członków organizacji),
- 2) warunków materialnych (związanych z elementami infrastrukturalnymi będącymi fizyczną bazą działań organizacji),
- 3) własnej osobowości (w zakresie akceptowania odrębności indywiduów, ich wolności osobistej i dążeń do samorealizacji) [Serafin, 2015].

Zazwyczaj w badaniach nad kulturą organizacyjną instytucji wyróżnia się kształtujące ją cztery główne czynniki:

I. Ekologiczne, przez które rozumie się otoczenie organizacji, w którym swoje zadania wykonują pracujący dla niej ludzie. Chodzi tu o architekturę budynku, wystrój wnętrz, a także wykorzystywane sprzęty i ich jakość. Jest jasne, że tego typu czynniki wpływają na efektywność pracy, gdyż inaczej pracuje się w dobrze wyposażonym i schludnym biurze, a inaczej w skrajnie niewygodnym i przestarzałym obiekcie, gdzie nie da się właściwie realizować swoich zadań przez awaryjny sprzęt lub jego brak.

II. Skumulowane cechy zespołu, czyli właściwości osobowości ludzi pracujących dla danej organizacji, które można uznać za dominujące w danej instytucji. Zależą one przede wszystkim od takich cech członków organizacji, jak ich: płeć, wiek, przynależność pokoleniowa (generacyjna) i doświadczenie. Przykładowo, inaczej działa zespół pracowniczy, w którym dominują kobiety, a inaczej taki, w którym przewagę mają mężczyźni. Wówczas odmiennie kształtuje się komunikacja czy inaczej rozwiązuje się konflikty. Wiek również nie jest bez znaczenia, gdyż przyjmuje się, że ludzie starsi są zwykle bardziej oporni na zmiany, zaś młodzi chętniej otwierają się na innowacje. Kwestie pokoleniowe także odgrywają dużą rolę, ponieważ, przykładowo, dzisiejsi dwudziestolatkowie są zupełnie inni niż dawniej, a wpływ mają na to wydarzenia polityczne, historyczne czy społeczne. Niebagatelne jest też doświadczenie, bo inaczej działa zespół złożony głównie z osób, które trzeba dopiero wdrażać do wykonywania zadań, a inaczej taki, który składa się ze stabilnej kadry współpracującej ze sobą od lat.

III. System społeczny instytucji, przez co należy rozumieć jej strukturę organizacyjną, sposoby podejmowania decyzji czy procesy komunikacyjne. Przykładowo, niektóre organizacje, o nadmiernie rozbudowanej hierarchii, mają wolny obieg informacji, gdyż muszą one przechodzić przez wiele kolejnych szczebli. W jednych instytucjach niemalże wszystkie decyzje, a zwłaszcza wszystkie najważniejsze kroki, podejmuje dyrektor, zaś w innych uprawnienia są delegowane. Jeśli zaś chodzi o komunikację, to bywają instytucje, gdzie wszelkie informacje przekazuje się na piśmie, w mocno sformalizowanym tonie, a w innych dokonuje się to mniej oficjalnie, często ustnie.

IV. System normatywny, na który składają się normy, reguły, zasady, nakazy, zakazy, wartości i znaczenia, jakie obowiązują w instytucji (zarówno pisane, jak i niepisane). Po części różne instytucje mogą podzielać podobne normy i wartości, ceniąc uczciwość, pracowitość,

wydajność czy innowacyjność. Ale w kontekście bardziej szczegółowym, normy i wartości mogą być odmienne dla poszczególnych organizacji. Przykładowo, w szkole w centrum stawia się dobro ucznia, zaś w jednostkach straży pożarnej bezpieczeństwo [Sikorski, 1999].

Kultura organizacyjna stanowi rdzeń każdej instytucji, od małych firm, przez urzędy i placówki niekomercyjne, po wielkie korporacje. W kontekście efektywności i wydajności instytucji, kultura organizacyjna odgrywa niezwykle istotną rolę, wpływając na wiele aspektów funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Po pierwsze, kultura organizacyjna ma kluczowe znaczenie dla zaangażowania pracowników. W instytucjach, gdzie panuje atmosfera zaufania, szacunku i współpracy, pracownicy są bardziej skłonni do angażowania się w wykonywanie swoich obowiązków oraz ponoszenia dodatkowego wysiłku dla dobra organizacji. Badania potwierdzają, że firmy o silnej kulturze organizacyjnej zazwyczaj mają niższy poziom absencji pracowników, mniejszą rotację kadry oraz wyższy poziom satysfakcji z pracy, co przekłada się na większą efektywność i wydajność.

Po drugie, kultura organizacyjna wpływa na poziom innowacyjności instytucji. W organizacjach, które promują otwartość, kreatywność i eksperymentowanie, pracownicy są bardziej skłonni do zgłaszania nowych pomysłów i podejmowania ryzyka. Elastyczna kultura organizacyjna, w której docenia się nowatorskie podejście i uczenie się na błędach, często pozwala firmom osiągnąć przewagę konkurencyjną poprzez wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań, produktów lub usług.

Kolejnym istotnym aspektem jest efektywność komunikacji, która jest często determinowana przez kulturę organizacyjną. W organizacjach, gdzie istnieje otwarta komunikacja zarówno wertykalna, jak i horyzontalna, informacje są przekazywane szybko i sprawnie, co minimalizuje ryzyko nieporozumień i błędów. Firma o zdrowej kulturze komunikacyjnej może szybciej reagować na zmiany w otoczeniu, podejmować trafne decyzje oraz efektywnie realizować strategie biznesowe.

Niezwykle istotnym elementem kultury organizacyjnej jest również styl przywództwa. Przywództwo oparte na wartościach, empatii i inspiracji często przyczynia się do budowania zaufania i lojalności wśród pracowników, co sprzyja osiągnięciu celów organizacyjnych. Firma, w której przywództwo jest autentyczne i oparte na współpracy, może liczyć na bardziej zmotywowanych i zaangażowanych pracowników [Krysiak, 2020].

Reasumując, kultura organizacyjna jest nieodłącznym elementem funkcjonowania każdej instytucji, który ma kluczowe znaczenie dla efektywności i wydajności przedsiębiorstwa. Dlatego też odpowiednie zarządzanie kulturą organizacyjną powinno być priorytetem dla każdej instytucji dążącej do osiągnięcia sukcesu i trwałego rozwoju.

Pojęcie przewagi konkurencyjnej jest ściśle związane z szeroko rozumianymi procesami konkurencyjnymi, jakie stanowią nieodłączny element gospodarki wolnorynkowej. Sama konkurencja, w kontekście biznesowym, to rywalizacja między graczami na rynku, którzy dążą do zbliżonych celów. We współczesnej gospodarce wolnorynkowej organizacje konkurują ze sobą dzięki wykorzystywaniu własnych kompetencji w celu generowania innowacji. Konkurencja między podmiotami na wolnym rynku zmierza do uzyskania relatywnej przewagi w zasobach nad innymi uczestnikami rynku, by finalnie zdobyć lepszą pozycję finansową. Przewagę konkurencyjną, w skrócie, można więc zdefiniować jako osiągnięcie przez

przedsiębiorstwo pozycji nadrzędnej względem konkurencji. Przy czym owa przewaga nad konkurencją może objawiać się trojako: 1) poprzez jakość, 2) poprzez cenę i 3) poprzez informację [Nowacki, 2017].

Za Karoliną Beyer, która odnosi się do tych problemów w artykule *Kapitał intelektualny jako podstawa przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw*, można argumentować, że dla długotrwałego sukcesu firmy, w tym dla osiągnięcia przez nią przewagi konkurencyjnej, szczególnie ważny jest kapitał intelektualny [Beyer, 2012]. Czynniki ten, określany też w literaturze jako zasoby intelektualne, stanowi niematerialne aktywa organizacji, zależne od wiedzy, doświadczenia, umiejętności posługiwania się technologiami, sposobu kształtowania relacji z klientami i innymi interesariuszami oraz wszelkich innych profesjonalnych zdolności, które przyczyniają się do zdobywania przewagi konkurencyjnej na rynku. Na kapitał intelektualny organizacji składają się patenty, know-how, oprogramowanie, struktura organizacyjna, relacje z partnerami gospodarczymi i reputacja, ale przede wszystkim zasoby ludzkie, czyli kwalifikacje, kompetencje, wykształcenie, umiejętności praktyczne i wartości moralne personelu.

Organizacja może czerpać ze swoich zasobów ludzkich, kiedy ich kapitał intelektualny zostanie rozwinięty możliwie najbardziej efektywnie. Wymaga to odpowiedniego zarządzania kapitałem intelektualnym, w kierunku zagospodarowania go do podejmowania twórczych decyzji, tworzenia zasobów (zarówno materialnych, jak i niematerialnych) na najwyższym poziomie i innowacji, przy wykorzystaniu ich do produkcji i kreowania usług, zwiększając stale ich jakość [Kukla i Wawak, 2024].

Kultura organizacyjna odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu przewagi konkurencyjnej współczesnych firm poprzez swoje oddziaływanie na różnych poziomach organizacji. Mechanizmy działania kultury organizacyjnej wykraczają poza jej zwykłe definicje i są ściśle powiązane z wartościami, przekonaniami oraz praktykami przyjętymi wewnątrz firmy. Już na poziomie zarządzania strategicznego kultura organizacyjna staje się fundamentem dla formułowania celów i strategii, które determinują kierunek rozwoju przedsiębiorstwa [Sitko-Lutek, 2014].

Pierwszym aspektem wpływu kultury organizacyjnej na przewagę konkurencyjną jest jej rola w kształtowaniu tożsamości i wizerunku firmy. Kultura organizacyjna definiuje, jak firma postrzegana jest zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz, co może mieć istotne znaczenie dla budowania relacji z klientami, dostawcami oraz innymi interesariuszami. Przykładowo, firma o silnej kulturze innowacyjności może być postrzegana jako lider branży, co przyciąga talenty oraz klientów poszukujących nowoczesnych rozwiązań. Firmie takiej łatwiej będzie pozyskiwać pracowników o wysokich kwalifikacjach. Prościej będzie jej też współpracować z innymi podmiotami, gdyż po prostu będzie atrakcyjnym i wiarygodnym partnerem biznesowym.

Kolejnym istotnym mechanizmem działania kultury organizacyjnej jest jej wpływ na motywację pracowników oraz ich zaangażowanie w osiąganie celów firmy. Kultura organizacyjna, poprzez wyznaczanie wspólnych wartości i norm, może budować więź między pracownikami oraz wzmacniać ich identyfikację z misją i celami organizacji. W efekcie pracownicy są bardziej skłonni do podejmowania dodatkowych wysiłków dla dobra firmy, co może prowadzić do wzrostu wydajności i innowacyjności [Wiater, 2012].

Nie sposób wspomnieć szczegółowo o wszystkich płaszczyznach wpływu kultury organizacyjnej na przewagę konkurencyjną firmy, ale wśród wielu najistotniejszych warto zasygnalizować, że jednym z głównych składowych dobrej kultury organizacyjnej jest odczuwanie przez wszystkich członków organizacji czegoś, co można określić jako bezpieczeństwo psychologiczne. Jest ono przede wszystkim pokłosem pozytywnych relacji interpersonalnych w organizacji, zwłaszcza między przełożonym a podwładnymi, ale też między poszczególnymi pracownikami i członkami zespołów pracowniczych. Aldona Glińska-Neweś pisze w tym kontekście następująco: „Dane empiryczne wskazują na istotny wpływ, jaki relacja z przełożonym ma na emocje, postawy, motywację, zachowania, a nawet zdrowie pracownika. Dobre relacje z przełożonymi prowadzą do wzrostu wewnętrznej motywacji pracowników, ich kreatywności, poczucia uprawomocnienia i dobrostanu, podczas gdy złe relacje przyczyniają się do zniechęcenia, a nawet depresji u pracowników, obniżenia ich morale, problemów z efektywnością pracy i innych dysfunkcji, nie tylko na poziomie indywidualnym, ale także zespołowym i organizacyjnym. Badania Gallupa udowodniły, że złe relacje z bezpośrednim przełożonym są najczęstszą przyczyną odejść pracowników z pracy” [Glińska-Neweś, 2017, s. 110]. Można z tego wysnuć wniosek, że fundamentami dobrej kultury organizacyjnej powinny być: pozytywne relacje w pracy (najlepiej między wszystkimi członkami organizacji) oraz autentyczne przywództwo, tzn. liderowanie oparte na szczerości i braku stronniczości w relacjach z podwładnymi, transparentności, obiektywizmie, życzliwości czy kierowaniu się w poczynaniach standardami moralnymi i wartościami. Dla organizacji przynosi to korzyści w postaci generowania psychologicznego bezpieczeństwa pracowników, związanego z klimatem wzajemnego zaufania, pozytywnych emocji i rozbudowanej sieci społecznej, co z kolei przekłada się na efektywniejsze zespołowe uczenie się, zwiększoną łatwość w osiąganiu innowacji, wzrost poczucia sensowności pracy i silniejszą identyfikację pracowników z organizacją. W zespole, w którym panuje aura bezpieczeństwa psychologicznego, pracownicy nie boją się prosić innych o pomoc, są w stanie poruszać trudne problemy i sprawy, nie obawiają się wygłaszania swoich opinii, a przede wszystkim czują się komfortowo pod względem psychicznym, przez co łatwiej jest im uwolnić myśli i kreować innowacyjne rozwiązania, przyczyniające się ostatecznie do sukcesu całej organizacji [Glińska-Neweś, 2017].

W związku z tym należy stwierdzić, że kultura organizacyjna ma istotny wpływ na proces podejmowania decyzji w firmie. Wartości i normy kulturowe mogą wszakże wpływać na preferencje decyzyjne, sposób rozwiązywania konfliktów oraz stopień ryzyka akceptowanego przez organizację. Na przykład firma o kulturze opartej na zaufaniu i otwartej komunikacji może sprawniej podejmować decyzje, unikając biurokratycznych opóźnień i konfliktów.

Wreszcie, kultura organizacyjna może mieć istotny wpływ na zdolność firmy do adaptacji i reakcji na zmiany w otoczeniu biznesowym. Elastyczna kultura, sprzyjająca eksperymentom oraz uczeniu się na błędach, może umożliwić firmie szybką adaptację do nowych warunków rynkowych i technologicznych. W przeciwieństwie do tego, firma o sztywniej kulturze może być bardziej podatna na zewnętrzne zagrożenia i trudności adaptacyjne.

Wnioski płynące z analizy mechanizmów działania kultury organizacyjnej na różnych poziomach firmy potwierdzają jej kluczową rolę w kształtowaniu przewagi konkurencyjnej.

Dlatego też, zarządzanie kulturą organizacyjną powinno być integralną częścią strategii zarządzania w ogólności, dążąc do tworzenia kultury sprzyjającej innowacyjności, zaangażowaniu pracowników oraz adaptacji do zmieniających się warunków biznesowych [Glińska-Neweś, 2017].

Jak wynika z powyższych analiz, kultura organizacyjna jest jednym z głównych filarów prawidłowego funkcjonowania firmy. Choć po części rodzi się ona jak gdyby „między wierszami”, za sprawą codziennych interakcji między członkami organizacji i w kontaktach z jej otoczeniem, to jednak do pewnego stopnia można ją też świadomie kreować, próbując nią odpowiednio zarządzać. Warto przyjrzeć się konkretnym przykładom wysiłków w budowaniu kultury organizacyjnej:

1. w transnarodowej korporacji Microsoft,
 - w polskiej firmie budowlanej ZARDPRO

Firma Microsoft jest funkcjonującym od 1975 roku amerykańskim przedsiębiorstwem informatycznym, znanym przede wszystkim jako producent systemów operacyjnych MS-DOS, Windows i pakietu oprogramowania biurowego Office, a także konsoli do gier Xbox. Firmę założyło dwóch studentów Uniwersytetu Harvarda: Bill Gates i Paul Allen.

Co znamienne firma ta w pierwszych latach swojej działalności działała nad wyraz spontanicznie, bez świadomego kreowania technik zarządczych. W przedsiębiorstwie tym nie było żadnego formalnego planowania strategicznego, zatrudnianie pracowników przebiegało w oparciu o bliżej nieznane zasady i bez jasnych kryteriów, zaś firma nie przejmowała się porządkowaniem danych na temat zatrudnionych w niej osób. Rozwijająca się spontanicznie kultura organizacyjna firmy odznaczała się brakiem rygorystycznych i sformalizowanych reguł oraz przejawiała rys silnie indywidualistyczny. Tego typu cechy, choć same w sobie mogą być pożądane, w Microsoftzie wiązały się jednak z tym, że każda jednostka biznesowa firmy miała swoje własne standardy pracy i jej oceny, co uniemożliwiała ich porównywanie. Szwankował obieg informacji pomiędzy różnymi działami, przez co najwyżsi menedżerowie w organizacji nierzadko podejmowali decyzje w oparciu o nieaktualne dane (również finansowe). Dość powiedzieć, że Microsoft nie miał precyzyjnych i aktualnych informacji odnośnie tego, czy kontrahenci płacą na czas oraz ilu dokładnie ludzi jest zatrudnionych w firmie, w jakim wymiarze czasowym i w ramach jakiego typu umowy. Ażeby dopełnić obrazu swoistego „twórczego chaosu”, jaki panował w Microsoftzie w pierwszych latach jego funkcjonowania, warto dodać, że pierwszego menedżera zatrudniono tam dopiero w 1980 roku.

Prężnie rozwijająca się firma, umiędzynaradawiająca zasięg swojego działania, musiała więc, w celu podtrzymania trendu osiągnięcia przewagi konkurencyjnej, uporządkować swoje funkcjonowanie i zasady organizacji. Zaczęto od usprawnienia procedur regulujących kontakty z otoczeniem, w tym z dostawcami, a także od ulepszenia systemu ewidencjonowania personelu. Dodatkowo, opracowano jednolity system raportów finansowych, co uprościło wgląd do aktualnych informacji finansowych i przelożyło się na szybsze i trafniejsze podejmowanie decyzji. Uproszczono też system zamówień i dostaw poprzez wprowadzenie systemu MS Market, dzięki któremu pracownicy mogli w prosty sposób otrzymywać wszystkie części i urządzenia, jakie mogły być dla nich przydatne w pracy. Ponadto, usprawniono system przesyłania rachunków i faktur (dzięki wprowadzeniu systemu MS Invoice, dopasowującego automatycznie rachunki do zamówienia dostawy). W efekcie wyeliminowano biurokrację,

nadmiar faktur krążących po firmie i zmniejszono liczbę pracowników administracyjnych. W samych tylko pierwszych latach funkcjonowania tych innowacji przyniosło to oszczędności rzędu 190 milionów dolarów w sferze zakupów i administracji. Do tego usprawniono ogólny obieg informacji w firmie, a najważniejsze dane zaczęto przekazywać sobie szybciej i sprawniej. Zmniejszono niezależność działania poszczególnych działów i filii, co ograniczyło dublowanie się w pracy.

Początkowo te rewolucyjne zmiany dokonywane w Microsoftzie spotkały się z oporem. Niechętni nowinkom byli nie tylko szeregowi pracownicy, ale większość lokalnych menedżerów, którym nie podobała się tendencja do centralizacji. Jednak z czasem większość ludzi w przedsiębiorstwie polubiła nowe systemy, dostrzegając, że ułatwia to ich pracę i daje bezpośredni dostęp do ważnych informacji. Działania firmy stały się bardziej kompatybilne i przejrzyste. Zaczęto szybciej podejmować decyzje i efektywniej reagować na zmiany dokonujące się na rynku. Organizacja zyskała w swoim funkcjonowaniu więcej zręczności i zwinności. Jednocześnie w dalszym ciągu uzyskiwała przewagę konkurencyjną i stawiała się globalnym potentatem w swojej branży. Choć przechodziła przez pewne problemy, mierząc się między innymi z zarzutami prawnymi o dopuszczanie się praktyk monopolistycznych czy korupcję, to jednak z biegiem lat wdrażała kolejne innowacje w zakresie informatycznych systemów operacyjnych i oprogramowania [Aniszewska, 2007]. W 2018 roku Microsoft zatrudniał na całym świecie około 135 tysięcy pracowników i generował przychody rzędu 110 miliardów dolarów [Turski, 2024].

Zastanawiając się nad tym, co sprawiło, że zmiany w kulturze organizacyjnej, których celowo dokonano w Microsoftzie, generalnie powiodły się, można odpowiedzieć, że to, iż wszystkie modyfikacje były przeprowadzane w sposób zrównoważony, przemyślany i dopasowany do specyfiki organizacji i tworzących ją ludzi. Choć sposób zarządzania firmą stał się w wyniku zmian bardziej scentralizowany i sformalizowany, to Microsoft nie stracił całkowicie swojego indywidualistycznego charakteru. W firmie, mimo zmian, nadal ceniono autonomię pracowników, delegowanie uprawnień i odpowiedzialności, a także swobodę w kontaktach interpersonalnych. Personel na ogół wiedział, po co wprowadza się zmiany i odczuwał w związku z tym realne korzyści, na przykład w związku z faktycznym usprawnieniem pracy. Krótko mówiąc, poprawiono wszystko to, co w firmie wcześniej szwankowało, a pozostawiono to, co było spontanicznie wypracowanymi w początkach działania organizacji standardami i wyróżnikami marki (zwłaszcza poszanowanie indywidualizmu i autonomii).

Polska firma z branży budowlanej, ZARDPRO, choć działająca na nieporównanie mniejszą skalę niż Microsoft i w zupełnie innej branży, może być innym przykładem organizacji, w której celowo dążono do zmodyfikowania kultury organizacyjnej.

ZARDPRO była przedsiębiorstwem państwowym, które sprywatyzowano w 1991 roku. Od tamtego czasu firma zaczęła działalność jako standardowy podmiot gospodarczy na wolnym rynku, trudniąc się kompleksową obsługą inwestycji budowlanych, od projektowania, przez generalne wykonawstwo, inwestorstwo zastępcze, nadzór inwestorski, kompletowanie dostaw, aż po zarządzanie obiektami. ZARDPRO specjalizowała się przede wszystkim w realizacjach takich, jak oczyszczalnie ścieków, zakłady utylizacji odpadów, hale produkcyjne czy magazyny, a kontrakty zdobywała wskutek przetargów. Zatrudniała około 170 pracowników, wśród których dominował personel techniczny o wysokich kwalifikacjach, pogrupowany

w takie jednostki, jak: biura budowy, pracownie, zespoły, działy, sekcje czy stanowiska samodzielne. W strukturze firmy działały takie pioniry, jak: administracyjno-kadrowy, marketingowy, zarządzania inwestycyjnego, projektowy i ekonomiczno-finansowy.

Jak wykazywały przeprowadzone badania, klienci na ogół wysoko cenili ZARDPRO za profesjonalizm w wykonaniu zleceń oraz realizowanie projektów z dużą starannością i przy wykorzystaniu bogatego doświadczenia. Jednocześnie jednak klienci i kontrahenci narzekali na trudności w komunikacji z firmą. Nie satysfakcjonowały ich kontakty personalne, a ponadto uskarżali się, że od różnych działów uzyskują sprzeczne informacje. Zarząd spostrzegając, że w firmie, także wewnętrznie, szwankuje komunikacja. Choć firma posiadała dynamiczną strategię działania, kompetentny personel i ambitne cele, to jednak systematycznie spadał jej udział rynkowy.

Skloniło to kadrę zarządczą do wdrożenia w firmie w trybie pilnym szeregu zmian, zwłaszcza zaś zorientowanych na poprawę komunikacji. W pierwszym kroku zarządzający firmą wystosowali do pracowników pismo, w którym przekonywali, jak ważna jest komunikacja interpersonalna dla sukcesu rynkowego przedsiębiorstwa. Zaznaczyli, że zależy im na tym, aby wszyscy pracownicy byli świadomi wartości, jakim hołduje się w firmie. Później zarząd przedstawił wszystkim pracownikom ramowe założenia programu naprawczego, w którym znalazły się takie postulaty, jak: motywowanie pracowników do rzetelnego wykonywania obowiązków, wzmocnienie odpowiedzialności wszystkich pracowników za położenie firmy, wzrost skuteczności komunikowania się pomiędzy poszczególnymi komórkami organizacyjnymi firmy oraz zwiększenie poziomu integracji pracowników za sprawą wzmocnienia otwartości komunikacyjnej. Co znamienne, zarząd nie przekazywał tych informacji pracownikom indywidualnie, ale w sposób masowy, poprzez pisma i przemowy wystosowane do wszystkich pracowników jednocześnie, w tym w ramach corocznego spotkania świątecznego.

W kolejnym kroku zmieniono dotychczasowy regulamin i zastąpiono go nowym. 10 stron owego dokumentu zawierał sam tylko opis misji firmy. Tekst przekazano do wglądu pracownikom, choć nie poprzestano na jego promulgowaniu. W sekretariacie zarządu umieszczono tablicę informacyjną, na której zaczęto informować o osiągnięciach firmy, dokonujących się w niej zmianach, działaniach socjalnych i strukturze organizacyjnej. Zwiększono liczbę imprez dla pracowników, a także zaczęto organizować cykliczne spotkania przełożonych z pracownikami. Aby dodatkowo motywować pracowników, wprowadzono konkursy z nagrodami, w tym konkurs na najlepszy dział firmy i najbardziej kreatywnego pracownika. Sprawiono, że ścieżki awansu stały się bardziej transparentne, a dla pracowników niższego szczebla rozpoczęto organizowanie szkoleń i warsztatów, mających przygotowywać ich w przyszłości do pełnienia funkcji menedżerskich. Dodatkowo, zarząd zatroszczył się o wyposażenie firmy w nowy sprzęt, w tym w najlepszej klasy drukarki, skanery i komputery, jakkolwiek te ostatnie w pierwszej kolejności otrzymała kadra kierownicza. Chętne osoby uzyskały też szansę na dofinansowanie studiów i kursów językowych.

Jednak bardzo szybko, bo już po około 2 tygodniach od rozpoczęcia wprowadzania zmian, udało się ustalić, że modyfikacje zostały przez personel bardzo źle przyjęte. Pracownicy czuli się zagubieni, tak iż albo nie radzili sobie z funkcjonowaniem w nowych okolicznościach, albo ignorowali wdrażane reguły. Pracownicy wypowiadali się o zmianach krytycznie, oznajmiając, że ich zdaniem nie mają one nic wspólnego z usprawnianiem komunikacji.

Przykładowo, zatrudnieni nie wiedzieli, jakie są kryteria i harmonogram przydzielania nowego sprzętu komputerowego. Kwestionowano też sens wywieszenia tablicy informacyjnej w sekretariacie zarządu, który w praktyce nie był przestrzenią ogólnodostępną dla wszystkich pracowników firmy. W kolejnych miesiącach wdrażane zmiany w przedsiębiorstwie były oceniane jeszcze gorzej. Pracownicy czuli się przytłoczeni zbyt szybkim tempem implementacji modyfikacji, a dodatkowo byli przemęczeni zbyt częstym udziałem w szkoleniach, co utrudniało im realizowanie bieżących obowiązków pracowniczych. Paradoksalne było to, że choć głównym celem zmian była poprawa komunikacji interpersonalnej, to w ich rezultacie jej jakość jeszcze spadła, a morale pracowników obniżyło się. Dodatkowo, zmiany wewnątrz firmy przełożyły się na pogorszenie relacji z klientami [Gielnicka, 2007].

Przykład firmy ZARDPRO pokazuje, że budowanie dobrej kultury organizacyjnej instytucji nie jest zadaniem łatwym. Choć zarząd ZARDPRO podjął w tym kierunku wzmożone wysiłki, a szereg pomysłów miał wydźwięk pozytywny (inwestowanie w rozwój kadry, zwiększenie częstotliwości spotkań z podwładnymi czy zwrócenie większej uwagi na wartość integracji zespołów pracowniczych), to plan naprawczy przedsiębiorstwa zakończył się fiaskiem. W jego wyniku firma nie tylko nie polepszyła swojej pozycji na rynku, ale nawet jeszcze bardziej ją pogorszyła. Gdybyśmy mieli odpowiedzieć na pytanie, dlaczego próba wzmacniania kultury organizacyjnej w ZARDPRO nie powiodła się, to należałoby wskazać, że stało się tak dlatego, iż zmiany w rzeczonym przedsiębiorstwie wprowadzano zbyt szybko, w sposób niezrozumiały dla części personelu i przy wykorzystaniu środków, które nie zawsze były adekwatne do potrzeb. Przede wszystkim pracownicy czuli, że zmiany dokonywane w firmie są „sztuczne”, tzn. jak gdyby karykaturalne, w tym sensie, iż choć miały polepszyć standardy, to w gruncie rzeczy wprowadzały jedynie zbędne rytuały, które dla wielu zatrudnionych w przedsiębiorstwie wydawały się dziwaczną ekstrawagancją. Przypadek ZARDPRO uświadamia, że kultura organizacyjna firmy lub innej instytucji to coś, czego nie da się wprowadzić pośpiesznie i ogólnymi dekretemi. Nie może ona pozostać tylko czymś, co od strony teoretycznej opisano w dokumentach organizacji. Kultura organizacyjna, aby przekładała się na osiągnięcie przez firmę przewagi konkurencyjnej, musi być czymś autentycznie i ochoczo akceptowanym przez pracowników, a nade wszystko przez nich rozumianym, tzn. w pełni dla nich sensownym, przyjaznym i atrakcyjnym, dopasowanym do ich wrażliwości i osobowości.

4. Podsumowanie

Kultura organizacyjna od dawna stanowi istotny element sukcesu organizacji, wpływając zarówno na jej wewnętrzne funkcjonowanie, jak i zdolność do konkurencyjności na rynku. Niniejszy tekst, koncentrując się na związku między kulturą organizacyjną a osiągnięciem przewagi konkurencyjnej przez firmę, ukazał, że kultura organizacyjna ma istotny wpływ na zdolność firmy do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej.

Po pierwsze, kultura organizacyjna wpływa na zaangażowanie pracowników oraz ich identyfikację z misją i celami firmy. Firmy o silnej i spójnej kulturze są w stanie lepiej mobilizować zasoby ludzkie, co przekłada się na wyższą efektywność działania oraz innowacyjność.

Po drugie, kultura organizacyjna determinuje sposób podejmowania decyzji oraz podejście do ryzyka w firmie. Firmy z elastyczną i otwartą na zmiany kulturą są bardziej skłonne do eksploracji nowych możliwości rynkowych oraz adaptacji do zmieniającego się otoczenia biznesowego, co stanowi kluczowy czynnik w budowaniu przewagi konkurencyjnej.

Po trzecie, kultura organizacyjna ma istotny wpływ na relacje z klientami i partnerami biznesowymi. Firmy, które kładą nacisk na wartości związane z zaufaniem, odpowiedzialnością społeczną i długoterminowymi relacjami, często osiągają przewagę konkurencyjną poprzez budowanie lojalności klientów oraz korzystnych kontaktów biznesowych.

Podsumowując, należy jednoznacznie stwierdzić, że kultura organizacyjna jest kluczowym czynnikiem determinującym zdolność firmy do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej. Współcześnie coraz więcej firm zdaje sobie sprawę ze znaczenia kultury organizacyjnej i podejmuje działania mające na celu jej budowanie i wzmocnienie, aby lepiej konkurować na rynku oraz osiągać trwałe sukcesy biznesowe. Jednocześnie warto jednak pamiętać, że budowanie właściwej kultury organizacyjnej, tj. dopasowanej do specyfiki firmy i pracujących dla niej ludzi, nie jest zadaniem łatwym. Jeśli chce się w sposób trwały i z dobrymi rezultatami wprowadzić kulturę organizacyjną, która pozytywnie przełoży się na osiągnięcie przez przedsiębiorstwo przewagi konkurencyjnej, to trzeba do tego spokojnych, przemyślanych i długofalowych działań, przy jednoczesnym stałym monitorowaniu następstw wdrażanych zmian.

Bibliografia:

1. Aniszewska G. (2007). Kultura organizacyjna – istota zjawiska. W: Aniszewska G. (red.), Kultura organizacyjna w zarządzaniu (s. 13-39). Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
2. Beyer K. (2012). Kapitał intelektualny jako podstawa przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania*, 25, s. 241-254.
3. Dziwulski J. (2014). Wpływ kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa na budowanie przewagi konkurencyjnej na rynku. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 823, s. 283-293.
4. Glińska-Neweś A. (2017). Pozytywne relacje interpersonalne w zarządzaniu. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
5. Krysiak K. (2020). Kultura organizacyjna i jej analiza na przykładzie firmy produkcyjnej XYZ. *Zarządzanie i Jakość*, 4, s. 75-102.
6. Kułakowska A., Pawłowski M., Piątkowski Z. (2019). Kultura organizacyjna w organizacji. *Postępy techniki przetwórstwa spożywczego*, 1, s. 125-132.
7. Nowacki R. (2017). Kreowanie przewagi konkurencyjnej w przedsiębiorstwach usługowych. *Marketing i Zarządzanie*, 47, s. 153-162.
8. Paterek P. (2016). Kultura organizacyjna jako determinanta efektywnego zarządzania wiedzą w zespołach projektowych wykorzystujących metody zwinne. *Marketing i Rynek*, 3, s. 714-724.
9. Serafin K. (2015). Kultura organizacyjna jako element wspierający realizację strategii przedsiębiorstwa. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 222, s. 87-100.

10. Sitko-Lutek A. (2014). Pragmatyka kształtowania kultury organizacyjnej w aspekcie międzynarodowym. W: Sikorski C, Sułkowski Ł. (red.), Metody zarządzania kulturą organizacyjną (s. 91-107). Warszawa: Difin.
11. Sikorski C. (1999). Zachowania ludzi w organizacji. Warszawa: PWN.
12. Wiater M. (2012). Kultura organizacji jako determinanta budowania przewagi konkurencyjnej. Rynek – Społeczeństwo – Kultura, 2, s. 38-42.

Wykaz stron internetowych:

13. https://mfiles.pl/pl/index.php/Kapita%C5%82_intelektualny (dostęp, 28.03.2024).
14. https://mfiles.pl/pl/index.php/Kultura_organizacyjna (dostęp, 23.03.2024).
15. <https://strefainwestorow.pl/strefa-global-market/spolki/microsoft-wyniki-2q23-24-styczen-2024>, (dostęp, 31.03.2024).
16. <https://www.wirtualnemediia.pl/artukul/szef-zwolnil-graficzka-skype-giftpol-radom> (dostęp, 19.03.2024).

4. ANALIZA FORM OPODATKOWANIA NA PODSTAWIE MAŁYCH PRZEDSIĘBIORSTW

Monika Brol

Uniwersytet im. Jana Długosza w Częstochowie

Wydział Prawa i Ekonomii

Ul. Jerzego Waszyngtona 4/8, 42-200 Częstochowa

1. Wstęp

Przyszły przedsiębiorca zakładając firmę staje przed problemem wyboru formy opodatkowania i formy prowadzonej działalności. Form prowadzonej działalności jest wiele: spółki kapitałowe, spółki osobowe lub jednoosobowe działalności gospodarcze.

Jednoosobową działalność gospodarczą może założyć każdy obywatel Polski posiadający pełną zdolność do czynności prawnych. W dzisiejszym świecie jednoosobową działalność gospodarczą można założyć nie wychodząc z domu- wszystko odbywa się za pośrednictwem portalu internetowego. JDG to najprostsza forma działalności. Niewiele warunków trzeba spełnić żeby założyć takową firmę dlatego jest tak powszechna.

Spółki kapitałowe są zazwyczaj większymi przedsiębiorstwami, ponieważ do ich założenia konieczny jest minimalny kapitał, wspólnicy oraz specjalne organy w spółce- zarząd, rada nadzorcza itp. Prowadzenie większej spółki z pewnością ma swoje plusy, jednakże prowadzenie księgowości takiej spółki jest o wiele bardziej szczegółowe i kosztowne.

Spółki osobowe z kolei też są częstym wyborem przedsiębiorców w przypadku, gdy kilku wspólników planuje razem założyć działalność, ale nie na tak dużą skalę jak w przypadku spółek kapitałowych. Zaletą spółek kapitałowych jest brak odpowiedzialności majątkowej za zobowiązania pieniężne spółki, co w przypadku spółek osobowych nie ma miejsca.

Analizie poddane będą jednoosobowe działalności gospodarcze oraz spółki osobowe.

2. Formy opodatkowania

Obecnie można wyróżnić trzy formy opodatkowania do wyboru: skalę podatkową, opodatkowanie liniowe oraz zryczałtowany podatek dochodowy. Możemy wyróżnić jeszcze jedną formę opodatkowania- kartę podatkową. Formy tej nie można już wybrać zakładając firmę- została wycofana w 2022 roku. Mogą z niej jednak korzystać podatnicy, którzy wybrali tę formę opodatkowania w 2021 roku. Jest ona jednak mniej popularna niż trzy podstawowe, obecnie występujące formy.

Aby dokonać wskazania wybranej formy opodatkowania należy dokonać złożenia właściwemu naczelnikowi urzędu skarbowego za pośrednictwem aktualizacji formularza CEiDG-1 w zakresie informacji o wyborze danego sposobu opodatkowania do 20. dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym podatnik osiągnął pierwszy przychód z tego tytułu w roku podatkowym, albo do końca roku podatkowego, jeżeli pierwszy taki przychód został osiągnięty w grudniu tego roku podatkowego.

2.1. Skala podatkowa- opodatkowanie na zasadach ogólnych

Podmiotem opodatkowania jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej osiągająca przychód w roku podatkowym. Można w tym przypadku nawiązać do problemu nieograniczonego i ograniczonego obowiązku podatkowego. Nieograniczony obowiązek podatkowy ma zastosowanie do osób, które mają miejsce zamieszkania na terytorium RP. Oznacza to, że osoby te podlegają obowiązkowi podatkowemu od całości swoich dochodów bez względu na miejsce położenia źródeł przychodów. Za osobę mającą miejsce zamieszkania na terytorium RP uważa się osobę, która posiada na terytorium Polski centrum interesów osobistych, gospodarczych lub osoba ta przebywa na terytorium kraju dłużej niż 183 dni w roku podatkowym.

Osoby fizyczne, jeżeli nie mają na terytorium RP miejsca zamieszkania, podlegają obowiązkowi podatkowemu tylko od dochodów (przychodów) osiągniętych na terytorium RP. Przedmiotem opodatkowania jest dochód. Dochód ze źródła przychodów to nadwyżka sumy przychodów z tego źródła nad kosztami ich uzyskania osiągnięta w roku podatkowym. Jeżeli koszty uzyskania przekraczają sumę przychodów, różnicą jest strata ze źródła przychodów. Przychód zgodnie z art 11 ustawy o podatku PIT to “otrzymane lub postawione do dyspozycji podatnika, w roku kalendarzowym pieniądze i wartości pieniężne, oraz wartość otrzymanych świadczeń w naturze i innych nieodpłatnych świadczeń”. Pojęcie przychodu jest jednak szerokie, obejmuje większy zakres niż korzyści z pozarolniczej działalności gospodarczej.

Ustawa o podatku dochodowym od osób fizycznych definiuje źródła przychodów aż w dziewięciu punktach:

- 1) stosunek służbowy, stosunek pracy, w tym spółdzielczy stosunek pracy, członkostwo w rolniczej spółdzielni produkcyjnej lub innej spółdzielni zajmującej się produkcją rolną, praca nakładcza, emerytura lub renta;
- 2) działalność wykonywana osobiście;
- 3) pozarolnicza działalność gospodarcza;
- 4) działy specjalne produkcji rolnej;
- 5) (uchylony);
- 6) najem, podnajem, dzierżawa, poddzierżawa oraz inne umowy o podobnym charakterze, w tym również dzierżawa, poddzierżawa działów specjalnych produkcji rolnej oraz gospodarstwa rolnego lub jego składników na cele nierolnicze albo na prowadzenie działów specjalnych produkcji rolnej, z wyjątkiem składników majątku związanych z działalnością gospodarczą;
- 7) kapitały pieniężne i prawa majątkowe, w tym odpłatne zbycie praw majątkowych innych niż wymienione w pkt 8 lit. a-c;
- 8) odpłatne zbycie, z zastrzeżeniem ust. 2:
 - a) nieruchomości lub ich części oraz udziału w nieruchomości,
 - b) spółdzielczego własnościowego prawa do lokalu mieszkalnego lub użytkowego oraz prawa do domu jednorodzinnego w spółdzielni mieszkaniowej,
 - c) prawa wieczystego użytkowania gruntów,
 - d) innych rzeczy,- jeżeli odpłatne zbycie nie następuje w wykonaniu działalności gospodarczej i zostało dokonane w przypadku odpłatnego zbycia nieruchomości i praw majątkowych określonych w lit. a-c - przed upływem pięciu lat, licząc od końca roku kalendarzowego,

w którym nastąpiło nabycie lub wybudowanie, a innych rzeczy - przed upływem pół roku, licząc od końca miesiąca, w którym nastąpiło nabycie; w przypadku zamiany okresy te odnoszą się do każdej z osób dokonującej zamiany;

8a) działalność prowadzona przez zagraniczną jednostkę kontrolowaną;

8b) niezrealizowane zyski, o których mowa w art. 30da;

inne źródła.

Jako koszty uzyskania przychodu uznaje się koszty poniesione w celu osiągnięcia przychodów lub zachowania albo zabezpieczenia źródła przychodów. Wyjątki od tej zasady zostały uwzględnione w art 23 ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych.

Żeby obliczyć dochód należy więc od całości przychodów odjąć koszty uzyskania przychodów.

W przypadku opodatkowania działalności na zasadach ogólnych można wyróżnić dwa progi podatkowe- 12% i 32%. Stawka 12% obowiązuje przy pierwszych 120000 zł dochodu. Dochód powyżej tej kwoty jest już opodatkowany stawką 32%.

Odliczenia i ulgi

W przypadku opodatkowania skalą podatkową mamy do czynienia z kwotą zmniejszającą podatek. W przypadku osób uzyskujących dochód ze stosunku pracy mówi się najczęściej o kwocie zmniejszającej podatek. Jest to kwota, o którą podatnik (pracodawca) zmniejsza naliczoną w miesiącu zaliczkę na podatek. Wysokość kwoty zmniejszającej podatek zależy od kwoty wolnej od podatku. Kwota zmniejszająca podatek od 1 lipca 2022 roku wynosi 300 zł miesięcznie i ustalana jest w następujący sposób: $30000 \times 12\% = 3600 : 12 = 300$

Kwota wolna od podatku wynosi 30000. Od tej kwoty przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą opodatkowaną na zasadach ogólnych nie odprowadzają podatku. Nie dotyczy ich już odliczenie 300 zł miesięcznie, tak jak ma się to w przypadku dochodu ze stosunku pracy. W przypadku opodatkowania przedsiębiorstwa podatkiem liniowym lub zryczałtowanym podatkiem od przychodów kwota wolna od podatku nie obowiązuje.

W przypadku opodatkowania na zasadach ogólnych można również zastosować ulgę na dziecko. Prawo do ulgi przysługuje rodzicom, opiekunom prawnym lub rodzinie zastępczej, jeśli uzyskują dochody opodatkowane według skali podatkowej (zarówno jako rezydent jak i nierezydent podatkowy). Z ulgi nie można skorzystać, jeżeli uzyskuje się wyłącznie dochody opodatkowane 19% podatkiem liniowym z tytułu prowadzonej działalności lub opodatkowane zryczałtowanym podatkiem dochodowym.

Ulgę ta przysługuje w stosunku do małoletniego dziecka jeżeli wykonywano względem niego władzę rodzicielską, pełnioną funkcję opiekuna prawnego, jeżeli dziecko zamieszkiwało wspólnie z opiekunem. Ulgę ta przysługuje również, gdy sprawowano opiekę poprzez pełnienie funkcji rodziny zastępczej na podstawie orzeczenia sądu lub umowy zawartej ze starostą.

Ulgę na dziecko w przypadku pełnoletniego dziecka można zastosować jeżeli zgodnie z odrębnymi przepisami otrzymywano zasiłek pielęgnacyjny lub rentę socjalną. W przypadku jeżeli dziecko to nie otrzymuje zasiłku to opiekun może odliczyć ulgę na dziecko, jeżeli nie ukończyło ono 25 lat i uczy się w szkołach o których mowa w ustawie. Dziecko to nie może uzyskać dochodów z wyjątkiem renty rodzinnej podlegających opodatkowaniu i przychodów przewyższających kwotę 19061,28 zł.

W przypadku ulgi na dziecko mamy do czynienia z ograniczeniami dotyczącymi ilości dzieci i wysokości ulgi na dziecko. W przypadku rodziców posiadających jedno dziecko limit dochodów rodziców, aby uzyskać ulgę na dziecko, wynosi 112000 lub 56000. Limit 112000 zł obowiązuje w przypadku, gdy osoba pozostaje przez cały rok podatkowy w związku małżeńskim (sumuje się dochody małżonków), lub w przypadku osoby samotnie wychowującej dziecko. Limit 56000 występuje w przypadku, gdy nie pozostawała ona w związku małżeńskim. W przypadku rodzin wielodzietnych limit dochodu nie obowiązuje.

Aktualnie wysokość ulgi na dziecko. Wynosi;

- Na pierwsze i drugie dziecko 92,67 zł miesięcznie.
- Na trzecie dziecko 166,67 zł miesięcznie.
- Na czwarte i każde kolejne dziecko 225 zł.

Podsumowując, skala podatkowa umożliwia odliczanie kosztów związanych z prowadzeniem działalności od przychodu. Ta forma opodatkowania daje również możliwość odliczenia składek ubezpieczeniowych (społecznych), oraz uwzględnia kwoty zmniejszające podatek. Gdy przedsiębiorca wybierze formę opodatkowania na zasadach ogólnych, może korzystać z ulg podatkowych. Taka forma opodatkowania jest najczęściej wybierana przez firmy jednoosobowe, których przychody nie przekraczają 120 000 zł oraz dla których ryczałt od przychodów ewidencjonowanych i podatek liniowy nie są atrakcyjne.

2.2. Podatek liniowy

Opodatkowanie podatkiem liniowym jest rozważane najczęściej jakiś czas po otwarciu działalności. Rozpoczynając działalność, mało która firma osiąga wysokie dochody w związku z czym opodatkowanie na zasadach ogólnych jest dla nich najkorzystniejsze. Opodatkowanie podatkiem liniowym jest wybierane przez przedsiębiorców, którzy osiągają duże przychody z działalności a niewielkie koszty.

Stawka procentowa w przypadku tej formy opodatkowania jest stała i wynosi niezmiennie 19% bez względu na wielkość dochodu.

Rozpoczynając działalność gospodarczą przedsiębiorca opodatkowany jest na zasadach ogólnych. Aby wybrać opodatkowanie dochodów z działalności gospodarczej według stawki liniowej, należy złożyć oświadczenie do naczelnika odpowiedniego urzędu skarbowego. Takie oświadczenie należy złożyć w terminie do dwudziestego dnia miesiąca, następującego po miesiącu, w którym przedsiębiorca uzyskał pierwszy przychód z działalności gospodarczej w danym roku podatkowym.

W przypadku rozpoczynania działalności termin mija z końcem roku gdy pierwszy przychód uzyska się w grudniu danego roku. Zaświadczenie to można zgłosić poprzez portal CEIDG. W przypadku rezygnacji z opodatkowania podatkiem liniowym można złożyć oświadczenie do naczelnika urzędu skarbowego z każdym kolejnym rokiem podatkowym.

Podmiotem opodatkowania jest osoba, która osiąga dochód z działalności gospodarczej lub z działów specjalnych produkcji rolnej

Art 2 ust.3 Ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych definiuje, że "Za działy specjalne produkcji rolnej uważa się produkcję wymienioną w załączniku nr 2 do ustawy, prowadzoną w warunkach specjalistycznych, różniących się od warunków typowych dla produkcji rolniczej."

W załączniku nr 2 do ustawy znajduje się szczegółowy wykaz rodzajów działalności zaliczanych do działów specjalnych produkcji rolnej, takich jak:

- uprawa grzybów i ich grzybni,
- hodowla i chów zwierząt laboratoryjnych,
- hodowla zwierząt futerkowych,
- działalność wylęgarnicza drobiu,
- hodowla ślimaków,
- hodowla owadów.

Podstawą opodatkowania, jak w przypadku opodatkowania na zasadach ogólnych, jest dochód. Dochodem jest znów różnica między przychodem uzyskanym w firmie a kosztami poniesionymi w celu uzyskania tego przychodu.

Dochody z działalności gospodarczej nie łączą się dla celów opodatkowania z dochodami z innych źródeł niż działalność gospodarcza ale będą one opodatkowane samodzielnie.

Gdy wybierzesz podatek liniowy, dochody z działalności gospodarczej nie będą się łączyć dla celów opodatkowania z dochodami z innych źródeł niż działalność gospodarczą, ale będą opodatkowane samodzielnie.

Utrata prawa do opodatkowania podatkiem liniowym

Nie można korzystać z opodatkowania w formie podatku liniowego, jeśli rozpoczyna się prowadzeniem działalności samodzielnie lub w formie spółki i w ramach tej działalności będzie się sprzedawać towary bądź świadczyć usługi na rzecz byłego lub obecnego pracodawcy. Wyłączenie dotyczy sytuacji kiedy zakres sprzedawanych towarów bądź świadczonych usług jest taki sam jak zakres czynności wykonywanych w ramach umowy o pracę w danym lub poprzednim roku podatkowym. W takiej sytuacji przedsiębiorca zostaje opodatkowany na zasadach ogólnych. Na cały rok podatkowy, w którym utrata nastąpiła, wybór podatku liniowego jest możliwy dopiero od roku następującego po roku podatkowym, w którym pracowano na rzecz byłego pracodawcy (w ramach stosunku pracy lub spółdzielczego stosunku pracy).

2.3. Ryczałt od przychodów ewidencjonowanych

Podatnikami podatku ryczałtowego mogą być osoby prowadzące pozarolniczą działalność gospodarczą oraz osoby osiągające dochody z tytułu umowy najmu, podnajmu, dzierżawy, poddzierżawy lub innych umów o podobnym charakterze. Podatnikiem ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych są również duchowni.

Z opodatkowanie w formie ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych mogą skorzystać:

- osoby fizyczne osiągające przychody z działalności gospodarczej
- Spółki cywilne których jedynymi wspólnikami są osoby fizyczne.
- Przedsiębiorstwa w spadku.
- Spółki cywilne osób fizycznych i przedsiębiorstw w spadku.
- Spółki jawne których jedynymi wspólnikami są osoby fizyczne.

- Których przychody w poprzednim roku podatkowym nie przekroczyły limitu 2 milionów euro obliczonego według średniego kursu euro ogłaszanego przez Narodowy Bank Polski na pierwszy dzień roboczy października roku poprzedzającego.

Wyłączenia od ryczału.

Nie mogą korzystać osoby które:

- Opłacają w tym samym roku podatek w formie karty podatkowej.
- Korzystają z okresowego zwolnienia od podatku dochodowego.
- Osiągają w całości bądź części przychody z prowadzenia apteki.
- Osiągają w całości bądź części przychody z działalności w zakresie kupna i sprzedaży wartości dewizowych.
- Osiągają w całości bądź części przychody z działalności w zakresie handlu częściami i akcesoriami do pojazdów mechanicznych.
- Produkty opodatkowane podatkiem akcyzowym.-Z wyjątkiem wytwarzania energii elektrycznej z odnawialnych źródeł energii.

Nie można korzystać z opodatkowania w formie ryczału od przychodów ewidencjonowanych, jeśli rozpoczyna się prowadzenie działalności samodzielnie lub w formie spółki i w ramach tej działalności będzie się sprzedawać towary bądź świadczyć usługi na rzecz byłego pracodawcy. Wyłączenie to dotyczy sytuacji kiedy zakres sprzedawanych towarów bądź świadczonych usług jest taki sam jak zakres czynności wykonywanych w ramach umowy o pracę w danym lub poprzednim roku podatkowym.

Podstawa opodatkowania

W przypadku ryczału od przychodów ewidencjonowanych podstawą opodatkowania jest przychód bez pomniejszenia o koszty jego uzyskania.. To jest najczęściej opłacalny dla przedsiębiorców, którzy nie ponoszą wysokich wydatków związanych z prowadzoną działalnością gospodarczą w rozliczeniu podatkowym nie uwzględnia się kosztów uzyskania przychodów.

Ryczałtem od przychodów ewidencjonowanych obligatoryjnie opodatkowane są przychody uzyskiwane z tytułu najmu prywatnego czyli najmu prowadzonego poza działalnością gospodarczą.

Stawki ryczału

Można wyróżnić wiele stawek ryczału. Każda z nich odnosi się do innego zakresu czynności wykonywanych przez przedsiębiorcę. Przedsiębiorca w zależności od świadczonych usług i sprzedawanych towarów może na jednej fakturze zawrzeć wiele stawek ryczałtowych.

- 17%.- Od przychodów osiągniętych w zakresie wolnych zawodów. Przychody osiągnięte w zakresie wolnych zawodów, czyli pozarolniczej działalności gospodarczej, wykonywanej osobiście, wyłącznie na rzecz osób fizycznych przez lekarzy, lekarzy stomatologów, lekarzy weterynarii, techników dentystycznych, felczerów, położne, pielęgniarki, tłumaczy, nauczycieli w zakresie świadczenia usług edukacyjnych polegających na udzielaniu lekcji na godzinę.
- 15%.- Od przychodów ze świadczenia niektórych usług niematerialnych między innymi pośrednictwa w sprzedaży hurtowej, reklamowych, fotograficznych.

- 14%.-Od przychodów ze świadczenia usług między innymi w zakresie opieki zdrowotnej.
- 12,5%.- Od przychodów od nadwyżki ponad kwotę 100000 zł z tytułów między innymi umowy najmu nieruchomości ze świadczenia usług związanych z zakwaterowaniem.
- 12 proc.Od przychodów ze świadczenia usług m in związanych z doradztwem w zakresie sprzętu komputerowego.
- 10%.Od przychodów ze świadczenia usług w zakresie kupna i sprzedaży nieruchomości na własny rachunek.
- Zależy nie od przychodu 8,5% przychodów do kwoty 100000 zł oraz 12,5% przychodów od nadwyżki ponad kwotę 100000 zł przede wszystkim w odniesieniu do najmu i usług powiązanych.
- 8,5% między innymi dla przedsiębiorców prowadzących punkty gastronomiczne dla usług edukacyjnych.
- 5,5% ma zastosowanie głównie przy działalności wytwórczej na przykład budowlanej.
- 3% odnosi się do przedsiębiorców prowadzących firmy gastronomiczne bez uwzględnienia przychodów ze sprzedaży napojów o zawartości powyżej pół procenta alkoholu.
- 2% dla sprzedaży produktów roślinnych i zwierzęcych pochodzących z własnej uprawy hodowli lub chowu przetworzonych w sposób inny niż przemysłowe.

Odliczenia od przychodów

Podatnik uzyskujący przychody wymienione w *Art 6, ust. 1 Ustawy o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne*, może odliczyć od przychodów stratę z lat wcześniejszych, oraz 50% składek na ubezpieczenie zdrowotne zapłaconych w roku podatkowym.

- Z tytułu pozarolniczej działalności gospodarczej opodatkowanej w formie ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych.
- Za osoby współpracujące z podatnikiem opodatkowanym w formie ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych.
- Jeżeli nie zostały zwrócone podatnikowi w jakiejkolwiek formie.
- Jeżeli podatnik uzyskuje przychody wymienione w artykule szóstym ustęp jeden jeden a lub jeden d opodatkowane różnymi stawkami i dokonuje odliczenia od przychodów odliczeń tych dokonuje od każdego rodzaju przychodów takim stosunku.W jakim w roku podatkowym pozostają poszczególne przychody opodatkowane różnymi stawkami w ogólnej kwocie przychodów.

Ewidencja i pobór podatku

Podmioty opodatkowane ryczałtem od przychodów ewidencjonowanych nie prowadzą ksiąg rachunkowych ani podatkowej księgi przychodów i rozchodów, natomiast zobowiązane są prowadzić ewidencję przychodów, środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych oraz ewidencję wyposażenia.

2.4. Karta podatkowa

Zgodnie z *Art. 21 Ustawy o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne* możliwe jest płacenie podatku dochodowego w postaci karty podatkowej. Uprawnieni do tego są podatnicy między innymi, którzy prowadzą działalność.

- Usługową lub wytwórczo usługową określoną w części jeden tabeli stanowiącej załącznik numer jeden do ustawy zwanej dalej tabelą w zakresie wymienionym w załączniku numer 4 do ustawy przy zatrudnieniu nieprzekraczającym stanu określonego w tabeli.
- Usługową zakresie handlu detalicznego żywnością napojami wyrobami tytoniowymi oraz kwiatami z wyjątkiem napojów o zawartości alkoholu powyżej półprocent warunkach określonych w części ósmej tabeli.

Kto może skorzystać z karty podatkowej

Działalność podatnika może być opodatkowana w formie karty podatkowej w sytuacji gdy.

- kontynuują zastosowanie opodatkowania w tej formie po dniu 31 grudnia 2021 r. oraz nie zrezygnowali z opodatkowania w tej formie po dniu 31 grudnia 2021 r. i nie utracili prawa do opodatkowania w tej formie po tym dniu;
- przy prowadzeniu działalności nie korzystają z usług osób niezatrudnionych przez siebie na podstawie umowy o pracę oraz z usług innych przedsiębiorstw i zakładów, chyba że chodzi o usługi specjalistyczne;
- nie prowadzą, poza jednym z rodzajów działalności wymienionej w art. 23, innej pozarolniczej działalności gospodarczej;
- małżonek podatnika nie prowadzi działalności w tym samym zakresie, z której przychody (dochody) podlegają odrębnemu opodatkowaniu podatkiem dochodowym na ogólnych zasadach, na zasadach określonych w art. 30c ustawy o podatku dochodowym lub ryczałtem od przychodów ewidencjonowanych;
- nie wytwarzają wyrobów opodatkowanych, na podstawie odrębnych przepisów, podatkiem akcyzowym;
- pozarolnicza działalność gospodarcza zgłoszona we wniosku o zastosowanie opodatkowania w formie karty podatkowej nie jest prowadzona poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

3. Analiza formy opodatkowania

Dane przedsiębiorstwa: Siedziba przedsiębiorstwa znajduje się w niewielkiej miejscowości. Miejscowość zamieszkuje ponad 4000 mieszkańców. Firma poddana analizie zajmuje się transportem

Dane finansowe z 2023 roku:

- Przychód: 5 645 894 zł
- Koszty: 2 941 225 zł
- Amortyzacja: 280 000 zł
- Wynagrodzenia pracowników: 762 550
- Koszty ZUS pracowników: 174 680

- Koszty ZUS przedsiębiorcy: 17 021,76

SKALA PODATKOWA	
Przychód	5645894
Koszty	2941225
Amortyzacja	280000
Wynagrodzenia pracowników i składki ZUS pracowników	937230
Składki ZUS społeczne przedsiębiorcy	17022
Przychód - koszty= dochód	1470417
Składka zdrowotna przedsiębiorcy	132338
Podatek	460550,12
Koszty poniesione przez przedsiębiorcę w sumie wyniosą	592887,65

PODATEK LINIOWY	
Przychód	5645894
Koszty	2941225
Amortyzacja	280000
Wynagrodzenia pracowników i składki ZUS pracowników	937230
Składki ZUS społeczne przedsiębiorcy	17022
Przychód - koszty= dochód	1470417
Składka zdrowotna przedsiębiorcy	72050
Limit odliczenia składki zdrowotnej	10200
Podatek	277441,23
Koszty poniesione przez przedsiębiorcę w sumie wyniosą	349491,663

RYCZAŁT	
Przychód	5645894
Koszty	2941225
Amortyzacja	280000
Wynagrodzenia pracowników i składki ZUS pracowników	937230

Składki ZUS społeczne przedsiębiorcy	17022
Przychód - ZUS	5628872
Składka zdrowotna przedsiębiorcy	13542
Podatek	302817,08
Koszty poniesione przez przedsiębiorcę w sumie wyniosą	316358,84

Podsumowując powyższe zestawienie należy zauważyć, że opodatkowanie zryczałtowanym podatkiem dochodowym będzie w tym przypadku najkorzystniejsze. Różnica między podatkiem z ryczału a podatkiem liniowym jest dosyć niewielka. Przedsiębiorca zatrudniając kolejnych pracowników lub inwestując w środki trwałe lub leasingi mógłby wziąć pod uwagę wybór opodatkowania podatkiem liniowym.

Bibliografia:

1. Sławik K., "Działalność Gospodarcza", W. Difin, 2007 rok.
2. Kardas J. Wójcik- Augustyniak M. "Zarządzanie w przedsiębiorstwie", Difin, Warszawa 2008 rok.
3. Jarocka E. "Finanse przedsiębiorstw systemu bankowego, budżetowego, ubezpieczeń, Difin, Warszawa 2005.
4. Kuczyńska- Cesarz, "Elementy rachunkowości", Difin, Warszawa 2005.
5. 5.Majkowski. B, "Składki ZUS. Vacemecum płatnika", Wiedza i praktyka, 2014.
6. Ustawa o podatku dochodowym od osób fizycznych.
7. Ustawa o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne.

5. KOMUNIKACJA MARKETINGOWA W BRANŻY GIER WIDEO. STUDIUM PRZYPADKU EPIC GAMES

Mateusz Bieńkowski

Uniwersytet Łódzki

Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych

ul. Składowa 43, 90 - 127 Łódź, Polska

Email: mateusz.bienkowski@edu.uni.lodz.pl

Abstrakt: Artykuł omawia znaczenie komunikacji marketingowej w branży gier wideo, ze szczególnym uwzględnieniem przypadku firmy Epic Games. Komunikacja marketingowa odgrywa kluczową rolę w budowaniu relacji z klientami, zwiększaniu świadomości marki oraz stymulowaniu sprzedaży. W branży gier wideo specyficzna rola społeczności graczy wpływa na strategie komunikacyjne, co wymaga zaangażowania w mediach społecznościowych, interaktywnych treściach oraz współpracy z influencerami. Celem badania było zrozumienie wpływu komunikacji marketingowej Epic Games na ich klientów. Wyniki ankiety wskazują, że mimo dużej aktywności w mediach społecznościowych, Epic Games ma ograniczony sukces w budowaniu zaangażowanej społeczności graczy, którzy częściej poszukują informacji na forach niż w oficjalnych kanałach firmy.

1. Wprowadzenie

Komunikacja marketingowa służy informowaniu, przekonywaniu i przypominaniu odbiorcom docelowym o produktach, usługach lub marce firmy. Jest kluczowym elementem ogólnej strategii marketingowej i odgrywa znaczącą rolę w osiąganiu różnych celów firmy. Jednym z głównych celów komunikacji marketingowej jest tworzenie i zwiększanie świadomości marki wśród odbiorców docelowych. Innym celem komunikacji marketingowej jest przekonywanie i wpływanie na konsumentów, aby wybrali konkretny produkt lub usługę zamiast alternatyw. Osiąga się je poprzez tworzenie przekonujących komunikatów, podkreślanie korzyści, reagowanie na potrzeby konsumentów i stosowanie różnych technik perswazyjnych, takich jak referencje, rekomendacje [Baszczyk, 2005, s. 167-170]. Komunikacja marketingowa ma na celu wspieranie długoterminowych relacji z klientami poprzez stałe zaangażowanie klientów. Obejmuje to tworzenie dwukierunkowych kanałów komunikacji, takich jak platformy mediów społecznościowych, marketing e-mailowy lub obsługa klienta, w celu zbierania opinii, odpowiadania na pytania, zapewniania wsparcia i budowania lojalności. Ostatecznie komunikacja marketingowa ma na celu zwiększenie sprzedaży i generowanie przychodów dla firmy. Poprzez tworzenie świadomości, generowanie zainteresowania i wpływanie na decyzje zakupowe, skuteczne strategie komunikacji marketingowej przyczyniają się do zwiększenia sprzedaży i wzrostu biznesu [Kotler, 2004, s. 14].

Branża gier wideo ma kilka specyficznych cech, które wpływają na strategie marketingowe i komunikację w tej dziedzinie. Społeczność graczy ma ogromne znaczenie w branży gier wideo. Gracze często spotykają się w społecznościach internetowych, dzielą się doświadczeniami, tworzą treści generowane przez użytkowników i angażują się w dyskusje na

forach lub platformach mediów społecznościowych [Saldanha, Ferreira, 2023]. Marketing w branży gier wideo często koncentruje się na budowaniu i utrzymywaniu silnych relacji ze społecznością graczy poprzez aktywność w mediach społecznościowych, tworzenie interaktywnych treści i współpracę z osobami wpływowymi [Czernek-Marszałek, Klimas, Wójcik, 2023, s. 36-37]. Branża gier wideo jest niezwykle konkurencyjna, a wiele gier i studiów rywalizuje o uwagę graczy [Zackariasson, Wilson, 2008]. Dlatego komunikaty marketingowe muszą się wyróżniać, aby przyciągnąć uwagę i zainteresowanie. Unikalne cechy gry, przekonujący marketing, skuteczna promocja i strategie przyciągające uwagę są ważne, aby odnieść sukces w tej konkurencyjnej przestrzeni. Gry wideo często przechodzą przez różne fazy cyklu życia, takie jak podgląd, wydanie, wsparcie posprzedażowe i potencjalne rozszerzenia lub kontynuacje. Komunikacja marketingowa musi uwzględniać te fazy i dostosowywać strategię odpowiednio do celów w każdej z nich [Tereshchuk, 2022].

Głównym celem badania było zbadanie wpływu komunikacji marketingowej na klientów Epic Games.

2. Komunikacja marketingowa

Pojęcie komunikacji marketingowej jest rozumiane na różne sposoby. Jednym z takich przykładów jest zrozumienie przedstawione przez Michaela A. Guollę, George'a E. Belcha i Michaela A. Belcha w ich książce „Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective”. W niej komunikacja marketingowa to proces informowania potencjalnych klientów o produktach organizacji i przekonywania ich, że warto je kupić, ponieważ mogą zaspokoić ich pragnienia [Guolla, Belch, Belch, 2017, s. 3]. Według Richarda J. Vareya [2002] komunikacja marketingowa to forma interakcji między firmą a potencjalnymi przyszłymi klientami, w której rynek docelowy przedstawia swoje potrzeby, a firma tworzy produkt i reklamuje go w oparciu o potrzeby i wartości potencjalnych przyszłych klientów. Zintegrowana komunikacja marketingowa jest definiowana jako strategiczny proces rozwoju i realizacji jasnej i spójnej komunikacji marketingowej między organizacją a jej odbiorcami przez określony czas.

Jednym z celów komunikacji marketingowej jest pomoc konsumentom w podjęciu decyzji o zakupie produktu lub usługi firmy. Innymi słowy, jej celem jest wywołanie u konsumentów zmian w zachowaniach, które będą korzystne dla strony komunikującej się. Takie zmiany mogą obejmować [Dahlén, Lange, Smith 2010, s. 9]:

- budowanie wiarygodności dla firmy;
- zmianę postrzegania konkurentów biznesowych;
- wprowadzenie nowych atrybutów marki;
- modyfikację wspomnianych cech;
- wykorzystanie wizerunku marki do wpływania na wiarygodność firm.

Komunikacja marketingowa jest bardzo ważna dla prawidłowego funkcjonowania firmy na rynku. Ale ponieważ rynek ciągle się zmienia, podejście do komunikacji w marketingu zmienia się wraz z nim.

Do osiągania celów marketingowych wykorzystuje zestaw narzędzi powszechnie znany jako marketing communication mix. Narzędzie to opiera się na podobnej przesłance jak marketing mix, który składa się z produktu, ceny, miejsca i jest używany jako

narzędzie do realizacji celów marketingowych [Kotler, 2001, s. 9]. Marketing communication mix składa się z siedmiu elementów:

- Reklama, jest to najbardziej widoczna i bezpośrednia forma komunikacji marketingowej. Celem reklamy jest przyciągnięcie uwagi odbiorcy, poinformowanie go o produkcie i/lub usłudze, nakłonienie go do zakupu i przypomnienie mu o tym [Koekemoer, Bird, 2004, s. 11-12].
- Sprzedaż osobista to proces komunikacji między osobą sprzedającą a potencjalnym klientem. Podczas tej komunikacji sprzedawca próbuje poznać potrzeby i oczekiwania odbiorcy, aby przekonać go, że oferowany produkt lub usługa może go zaspokoić [Cant, van Heerde, 2004, s. 3].
- Promocja sprzedaży. Jego celem jest stymulowanie zainteresowania produktem, co może prowadzić do zakupu przez zainteresowanego konsumenta. Kupony, próbki, bezpłatne wersje próbne, bezpłatne wersje premium przez ograniczony czas itd. są przykładami promocji sprzedaży [Taylor, 1978, s. 290].
- Marketing bezpośredni to forma komunikowania się z wstępnie wybranymi potencjalnymi klientami na temat produktów i/lub usług organizacji i przekonywania ich do zakupu tych produktów za jej pośrednictwem [Mulhern, 2010].
- Public relations to funkcja zarządzania, która ustanawia i utrzymuje linie komunikacji między organizacją a ogółem społeczeństwa. Obejmuje działania takie jak zarządzanie problemami i kwestiami, wczesne informowanie o przyszłych trendach i utrzymywanie wysokiego poziomu oczekiwania [Theaker, 2016, s. 5].
- Sponsorowanie, czasami nazywane „sponsorowaniem”, ma miejsce, gdy dana firma dostarcza innej stronie, na przykład osobie, instytucji lub firmie, kapitał finansowy, produkty lub usługi w zamian za prawa do korzystania ze sponsorowanej strony lub jej działań w celach komunikacyjnych [Ströh, 2017, s. 14-15].
- „Nowe media” odnoszą się do wykorzystania Internetu i rzeczy z nim związanych jako medium komunikacji marketingowej. Komunikuje się również z odbiorcami za pośrednictwem sieci World Wide Web, stron fanów, urządzeń mobilnych i technologii poczty e-mail. Jest to najnowszy dodatek do marketing mix i najłatwiej rozpoznawalny w dzisiejszym środowisku marketingowym [Kępiński i in., 2018, s. 49-51].

Marketing szeptany (WoM, w skrócie) opiera się na podtrzymywaniu zainteresowania konsumentów produktami i firmami je produkującymi poprzez rozmowy o nich. Jest to interesująca forma komunikacji marketingowej, ponieważ nie jest całkowicie zależna od działań marketingowych firmy [Vered, 2007, s. 7-8]. W niektórych przypadkach firmy mogą stymulować jego tworzenie i utrzymywanie, ale w większości przypadków zależy on od konsumentów i ich rozmów o produktach, usługach itp.

Marketing lojalnościowy można również zakwalifikować jako komunikację marketingową. Marketing lojalnościowy opiera się na idei, że firma nagradza klientów, którzy są lojalni wobec firmy przez długi czas, stąd jego nazwa. Jego najczęstszymi przejawami są programy lojalnościowe, które nagradzają klientów za ciągłe [Brooks, 2010, s. 4].

Podsumowując, komunikacja marketingowa jest kluczowym narzędziem w budowaniu relacji między firmą a jej klientami, ale jej forma i skuteczność zależą od wielu czynników. A kluczem do sukcesu jest dostosowanie strategii do zmieniających się warunków rynkowych

i potrzeb konsumentów, przy jednoczesnym wykorzystaniu nowoczesnych technologii, takich jak internet czy media społecznościowe, które umożliwiają bardziej bezpośrednią i interaktywną komunikację.

3. Epic Games

3.1. Opis firmy

Epic Games to jedna z najbardziej rozpoznawalnych firm w branży gier wideo, znana zarówno z tworzenia przełomowych tytułów, jak i technologii, które rewolucjonizują sposób, w jaki powstają gry. Założona w 1991 roku przez Tima Sweeneya, firma zyskała globalny rozgłos dzięki nie tylko popularnym produkcjom, ale także dzięki platformom technologicznym, takim jak Unreal Engine – jedno z najczęściej wykorzystywanych narzędzi do tworzenia gier, filmów i animacji [<https://www.epicgames.com/site/en-US/about?lang=en-US>].

Firma jest znana na rynku gier wideo głównie z produkcji i wydawnictwa popularnych tytułów, takich jak "Fortnite". Wydana w 2017 roku, "Fortnite Battle Royale" zdobyła ogromną popularność jako darmowa gra typu battle royale, gdzie gracze rywalizują w rozgrywkach na wielką skalę [Gregory, 2019, s. 18-19]. Gra przyczyniła się także do popularyzacji systemu kartów bitewnych, który umożliwia graczom odblokowywanie dodatkowej zawartości w zamian za postępy w grze.

Kolejnym znaczącym projektem Epic Games jest seria "Gears of War" – jedna z najbardziej znanych strzelanek trzecioosobowych, której prawa zostały sprzedane Microsoftowi w 2014 roku. Firma zdobyła również uznanie za swoje innowacyjne podejście do monetyzacji oraz aktywność na dynamicznym rynku gier wideo [Gregory, 2019, s. 8].

Epic Games stało się synonimem innowacji, wpływając na różne aspekty rynku gier, od sposobu dystrybucji tytułów, poprzez rozwój modeli monetyzacji, aż po angażowanie graczy w interaktywne wydarzenia na niespotykaną dotąd skalę.

a. Charakterystyka komunikacji marketingowej Epic Games

Wiele, jeśli nie większość przypadków komunikacji Epic Games jest związanych z nowymi mediami. Pierwszym instrumentem komunikacji Epic Games jest ich oficjalna strona internetowa. Służy ona jako centralny węzeł informacji dotyczących tej firmy. Na niej użytkownicy mogą przeglądać wiadomości o grach w Epic Games Store, kupować je, a także znajdować informacje niezbędne, jeśli chcą udostępnić opracowane przez siebie gry do zakupu w sklepie firmy. Odwiedzający tę stronę internetową mogą również skontaktować się z obsługą klienta w przypadku problemów z produktami i usługami Epic Games [<https://store.epicgames.com/en-US>]. Jest to kontrolowana i zorganizowana platforma do dostarczania informacji, prezentowania produktów i udzielania pomocy tam, gdzie jest to konieczne. Wadą jest to, że strona internetowa ma ograniczoną interaktywność.

Pierwszym przykładem obecności tej firmy w mediach społecznościowych jest ich platforma do udostępniania filmów online, Youtube. Pierwszą rzeczą, o której należy wspomnieć w tym względzie, jest fakt, że firma ta prowadzi wiele kanałów na tej platformie. Poniżej wymieniono przykłady kanałów YouTube Epic Games:

- Epic Games Publishing. Ten kanał jest poświęcony nowym grom publikowanym przez Epic Games. Ten kanał ma 4,37 tysięcy subskrybentów [<https://www.youtube.com/@EpicPublishing/featured>].
- Epic Games. Choć pozornie jest identyczny z kanałem wymienionym powyżej, ten konkretny kanał jest ściśle poświęcony Epic Games Store, a dokładniej nowym grom udostępnianym w jego sklepie i aktualizacjom już istniejących. Ten kanał ma 443 tysiące subskrybentów [<https://www.youtube.com/@EpicGamesStore/featured>],
- Unreal Engine. Filmy zamieszczane na tym kanale YouTube są poświęcone nowym projektom, które są tworzone w oprogramowaniu Unreal Engine, ale nie są tworzone przez samą firmę Epic Games. Ten kanał ma 900 tysięcy subskrybentów [<https://www.youtube.com/@UnrealEngine/featured>].
- Fortnite. Ten kanał koncentruje się na prezentowaniu nowych treści do gry wideo Epic Games Fortnite. Ten kanał ma 11,4 subskrybentów, co czyni go najbardziej subskrybowanym kanałem na tej liście [<https://www.youtube.com/@fortnite/featured>].
- Wracając do tematu pozwu Epic Games przeciwko Apple, firma ta opublikowała film zatytułowany „Nineteen Eighty-Fortnite” podczas swojej konfrontacji prawnej z Apple na swoim kanale YouTube, tym poświęconym Fortnite, aby być precyzyjnym. W nim, oprócz wykorzystania zasobów z ich gry wideo Fortnite, Epic Games oskarża Apple o stworzenie monopolu. Była to bezpośrednia parodia reklamy Apple zatytułowanej „1984”, w której Apple krytykowało firmę IBM, która w tamtym czasie ustanawiała monopol na rynku komputerów osobistych [<https://www.youtube.com/watch?v=euiSHuaw6Q4>].

Epic Games ma również własne strony na Twitterze, a dokładniej dwie. Pierwsza z nich jest poświęcona wiadomościom dotyczącym ich sklepu, Epic Games Store [<https://twitter.com/epicgames>], podczas gdy druga koncentruje się na wiadomościach o Fortnite, nowej zawartości dodanej do tej gry lub zmianach w niej [<https://twitter.com/FortniteGame>].

Innym przykładem obecności Epic Games w mediach społecznościowych jest strona na Facebooku, która służy podobnemu celowi jak ich strona na Twitterze i jeden z ich kanałów na YouTube, o których mowa powyżej. Celem tym jest informowanie o nadchodzących wyprzedażach i nowych produktach dostępnych w Epic Games Store [<https://www.facebook.com/epicgames>]. Choć mają techniczne zalety szerokiego zasięgu i możliwości rozprzestrzeniania wiadomości poprzez komentarze, polubienia i udostępnienia. Choć jednocześnie nie wszystko, co zostanie opublikowane, przyciągnie uwagę konsumentów.

Epic Games ma również oficjalne forum, na którym użytkownicy mogą dyskutować i dzielić się tematami dotyczącymi sklepu internetowego firmy, Fortnite i Unreal Engine. Warto również wspomnieć, że pracownicy Epic Games są aktywni na tym właśnie forum i w wielu przypadkach odpowiadają na niektóre posty [<https://dev.epicgames.com/community>]. Ta forma komunikacji pozwala budować społeczność wśród konsumentów, którzy mogą dzielić się swoimi opiniami i spostrzeżeniami w jednym miejscu. Wadą jest ogromna ilość postów i komentarzy każdego dnia, co może być przytłaczające dla niektórych użytkowników.

Epic Games korzysta również z programu newslettera. Dostarcza on wiadomości o nowych wydaniach, promocjach i zniżkach w Epic Games Store bezpośrednio do skrzynek

e-mail subskrybentów. Przynajmniej raz reklamowano go, oferując kupon na zakupy w sklepie firmy, jeśli użytkownik zapisze się w określonym przedziale czasowym [<https://store.epicgames.com/en-US/news/connect-and-save-subscribe-to-epic-games-emails-and-get-a-10-dollar-epic-coupon>]. Zaletą newslettera jest bezpośredniość tej formy komunikacji, a także jej personalizacja. Jednak w tym samym czasie newslettery mają tendencję do wypełniania skrzynki odbiorczej subskrybenta wiadomościami, którymi tak naprawdę nie jest zainteresowany.

Innym przykładem komunikacji marketingowej, w którą zaangażowało się Epic Games, są kolaboracje. Takie kolaboracje polegały na dodawaniu skórek (przedmiotów pozwalających graczom zmieniać wygląd swojego awatara w grze), które reprezentowały postacie z mediów, z którymi nawiązano współpracę i/lub dodawaniu wydarzeń w grze tematycznie związanych z tymi mediami. Oto kilka wybranych przykładów mediów, z którymi Epic Games prowadziło współpracę: Stranger Things, Marvel, My Hero Academia, Star Wars [<https://store.epicgames.com/en-US/news/connect-and-save-subscribe-to-epic-games-emails-and-get-a-10-dollar-epic-coupon>].

Ponadto warto wspomnieć o jednej, prawdopodobnie najbardziej widocznej, funkcji tej platformy. Ta funkcja polega na tym, że użytkownicy Epic Games Store mogą odebrać dwie darmowe gry ze sklepu co tydzień. Gra, którą użytkownicy mogą odebrać, jest narzucana odgórnie. Jest to atrakcja dla wielu konsumentów, ponieważ Epic Games Store często pozwala odebrać tytuł AAA [<https://gamerant.com/epic-games-store-free-games-list>] (AAA to termin używany w branży gier wideo do kategoryzowania gier wideo wyprodukowanych przez duże firmy, które mają również większy budżet na rozwój i marketing niż inne produkcje w branży [<https://www.linkedin.com/pulse/what-aaa-game-josh-chapman>]). Wykorzystanie tej oferty jest przykładem promocji sprzedaży, co zostało wyjaśnione w poprzednim rozdziale tej pracy. Nie tylko to, ale w tym zakresie w grę wchodzi również marketing szeptany. Dzieje się tak, ponieważ informacje dotyczące sprzedaży rozprzestrzeniają się szybko na takich mediach, jak strony fanów lub dedykowane fora.

4. Metodyka badania

4.1. Cel badania i hipotezy

Badania przeprowadzone przez autora zostały przeprowadzone w celu właściwego zrozumienia komunikacji marketingowej Epic Games i reakcji konsumentów na nią.

Głównym celem badania było zbadanie wpływu komunikacji marketingowej Epic Games na klientów w USA.

Badania miały na celu:

- poznanie preferowanych przez graczy Epic Games kanałów komunikacji marketingowej w mediach społecznościowych,
- określenie częstotliwości ich odwiedzania,
- poznanie reakcji odbiorców na zamieszczane treści.

W badaniu sformułowano następujące hipotezy:

Hipoteza 1: Treści zamieszczane przez Epic Games w mediach społecznościowych angażują klientów.

Hipoteza 2: Komunikacja marketingowa Epic Games w mediach społecznościowych ma stymulujący wpływ na budowanie społeczności graczy.

4.2. Metoda badawcza

Metodą badawczą wybraną do tej pracy była ankieta internetowa. Została ona wykorzystana, ponieważ pozwala bezpośrednio poznać opinie i spostrzeżenia konsumentów na temat tematu badania. Jej główną zaletą w porównaniu z ankietą „fizyczną” jest oszczędność czasu i papieru [Sue, Ritter, 2007, s. 10-110]. Narzędziem wykorzystanym w ankiecie był kwestionariusz składający się z 20 pytań zamkniętych dotyczących korzystania z produktów Epic Games, śledzenia mediów społecznościowych i promocji firmy, a także tego, czy oglądają transmisje osób korzystających z ich produktów. ‘

4.3. Zbieranie danych

Zbieranie odpowiedzi od respondentów odbyło się w pierwszej połowie 1-15 maja 2024 r. W badaniu wzięło udział 100 respondentów. Wszystkie kwestionariusze zostały pozytywnie zweryfikowane i zaakceptowane do analizy.

Ankieta internetowa została opublikowana na różnych forach, stronach poświęconych produktom Epic Games, a także ankietach:

- Reddit:
 - r/EpicGamesPC,
 - r/FortNiteBR,
 - r/SurveyCircle,
- Facebook:
 - Fortnite Community,
 - Unreal Engine 5,
 - Unreal Engine 4 Beginners,
 - Students Questionnaires Survey,
 - Survey Sharing - Survey Exchange / Swap - Find More Survey Participants,
 - Thesis / Survey Questionnaire Filling Group.

Większość respondentów to mężczyźni (72%) w przedziale wiekowym 21-25 lat (54%), co można zobaczyć na dwóch poniższych wykresach.

5. Wyniki

32% respondentów odpowiedziało, że dowiedzieli się o produktach Epic Games od innych graczy. Dwie inne najpopularniejsze odpowiedzi na to pytanie to „za pośrednictwem mediów społecznościowych” (26%) i „reklama produktu” (18%).

Zdecydowana większość respondentów (68%) korzysta z produktów Epic Games od 2-5 lat.

Rozkład odpowiedzi na pytanie, jak często użytkownicy korzystają z produktów Epic Games, wskazuje, że nie są to gry przeznaczone do codziennej rozrywki. Tylko 4% gra codziennie, 20% gra kilka razy w tygodniu, 34% gra kilka razy w miesiącu, 30% gra kilka razy w roku, a 12% gra jeszcze rzadziej.

Kanał Unreal Engine jest najpopularniejszy wśród ankietowanych graczy (32%), a następnie nieco mniej popularne Epic Games (28%) i Fortnite (26%). Kanał Epic Games

Publishing wzbudza zainteresowanie tylko u 6% respondentów. Natomiast prawie połowa (47%) nie śledzi żadnego z kanałów.

Z odpowiedzi na dwa kolejne pytania o stopień zainteresowania publikacjami Epic Games na YT wynika, że żaden kanał nie przyciąga szczególnej uwagi, a także częstych wyświetleń, wręcz przeciwnie: 18% kilka razy w miesiącu, 16% kilka razy w roku, 13% rzadziej i 53% nigdy.

Odpowiedzi na kolejne pytanie korelują z poprzednim, ponieważ 60% respondentów nie śledzi treści, podczas gdy 24% przyciąga ważne informacje o treści swojego produktu. Tylko 18% zwraca uwagę na treści, które uważają za interesujące.

Ankietowani częściej śledzą profile Twittera Twitter Epic Games Store (20%), Twitter Epic Games Fortnite (16%) niż Facebook (22%). Co dowodzi zasadności posiadania dwóch kont w tym medium społecznościowym. 56% nie śledzi żadnych profili społecznościowych Epic Games. Profile w mediach społecznościowych są przeglądane przez respondentów w celu uzyskania informacji o nowych treściach (32%), dowiedzenia się, co nowego w grze (16%), sprawdzenia, kiedy będzie aktualizacja 14%, 8% innych.

Respondenci, którzy śledzą media społecznościowe Epic Games, nie są zaangażowani. 10% robi to kilka razy w tygodniu, 18% kilka razy w miesiącu, 10% kilka razy w roku, 8% rzadziej. Ponad połowa (54%) nigdy tego nie robi, co odpowiada pytaniom omówionym powyżej dotyczącym zainteresowania profilami społecznościowymi Epic Games.

Reakcje respondentów na posty są w większości pasywne: 25 procent polubień, 12 procent szeryfa, 10 procent dodania komentarzy.

Opisując rozkład odpowiedzi na kolejne pytanie, można zauważyć, że podejmowane działania mają również niską częstotliwość. Nikt z respondentów nie odpowiada na posty codziennie. 10% kilka razy w tygodniu, 18% kilka razy w miesiącu, 4% kilka razy w roku, 68% podejmuje aktywność jeszcze rzadziej. Natomiast aż 74% ankietowanych podejmuje wyzwanie śledzenia cotygodniowych darmowych promocji oferowanych w wybranych grach. 12% nie było tego świadomych, a 14% nie jest zainteresowanych śledzeniem promocji.

Respondenci dowiadują się o opisanych powyżej promocjach od innych (29%), 20% z forów gmer, 16% ze stron internetowych i 15% z innych źródeł. Tylko 8% czerpie informacje o promocjach z postów w mediach społecznościowych.

Tylko 25% respondentów wskazało, że ogląda transmisje Epic Games.

Ci, którzy śledzą transmisje, robią to, ponieważ lubią „oglądać” grę innych (22%). 20% bo, 12% chce budować własną strategię gry na tej podstawie.

Transmisje najczęściej oglądane są na Twitchu (24%), który jest dedykowaną platformą do tego typu aktywności. 8% ogląda je na YouTube.

Ponownie, częstotliwość śledzenia parry jest niska: 8% kilka razy w tygodniu, 10% kilka razy w miesiącu, 12% kilka razy w roku.

Odpowiedzi na ostatnie pytanie koreluje z pytaniem o stopień zainteresowania darmowymi promocjami - ankietowani gracze cenią Epic Games za tę formę marketingu - promocję cenową.

6. Wnioski

W uzyskanych wynikach dowiedziano się, że komunikacja marketingowa Epic Games w mediach: YouTube, Twitter, Facebook, Twitch nie cieszy się dużą popularnością, ponieważ średnio połowa respondentów odpowiedziała, że śledzi posty na każde pytanie. Najpopularniejsze są kanały tematyczne na YouTube: Epic Games (Store), Unreal Engine i Fortnite, a nie ogólne Epic Games Publishing, którego celem jest pomoc studiom w przekazywaniu ich kreatywnych wizji graczom na całym świecie. Ta informacja i inna o tym, gdzie klienci szukają informacji dla nich istotnych, takich jak promocje cenowe - na forach, a nie w kanałach komunikacji firm - pokazuje, że komunikacja marketingowa Epic Games generalnie nie sprzyja budowaniu społeczności graczy. W związku z tym przyjęte hipotezy nie potwierdziły się i wymagają przetestowania na większej próbie.

W związku z wynikami i wnioskami z własnych badań można wyciągnąć ogólne wnioski. Media społecznościowe są uważane za ważne narzędzie komunikacji między producentami a społecznością graczy. Profile producentów w mediach społecznościowych często umożliwiają bezpośrednią interakcję z graczami, gdzie mogą zadawać pytania, zgłaszać problemy, dzielić się opiniami lub sugestiami dotyczącymi gier. Producentów często można znaleźć na różnych platformach, gdzie angażują się w dyskusje, udzielają odpowiedzi i słuchają opinii graczy. Ta interakcja może wpłynąć na budowanie więzi i zaufania między graczami a producentami oraz daje graczom poczucie, że ich głos jest słyszany i brany pod uwagę.

Jednak są też gracze, którzy wolą skupić się na tradycyjnych forach internetowych, które często mają oddzielne sekcje dla różnych gier lub gatunków. Co nie jest kanałem komunikacji marketingowej firmy. Na forach gracze mogą dyskutować, zadawać pytania, udzielać porad, dzielić się swoimi osiągnięciami i opiniami. Fora mogą być bardziej skoncentrowane na treściach tekstowych i umożliwiać bardziej kompleksowe dyskusje na dłuższe tematy. Niektóre gry mają dedykowane fora na swoich stronach internetowych, gdzie gracze mogą skupić się na konkretnej grze i wchodzić w interakcje w jej specyficznym środowisku.

To, co hipotetycznie mogłoby pomóc przyciągnąć uwagę konsumentów do mediów społecznościowych firmy, to uwzględnienie licznych odniesień do kultury popularnej. Epic Games zrobiło to już kiedyś z powodzeniem w formie opisanego wcześniej w tej pracy wideo „Nineteen Eighty-Fortnite”, które firma opublikowała podczas trwającego procesu sądowego przeciwko Apple. Do maja 2023 r. wideo to zgromadziło 8,4 mln wyświetleń, co jest znaczącą liczbą. Oczywiście kontekst tego wideo jest kluczowy dla zrozumienia jego popularności, ale ogólna idea włączania dobrze rozpoznawalnych obrazów w celu przyciągnięcia uwagi. Jeśli ta konkretna metoda nie przyciągnie uwagi klientów, warto przeanalizować metryki mediów społecznościowych, aby zrozumieć, co najbardziej interesuje odbiorców publikowanych treści. Innym możliwym rozwiązaniem jest wykorzystanie storytellingu. Storytelling to sztuka ujawniania historii za pomocą języka, symboli lub muzyki dla danej grupy odbiorców. Poprzez opowiadanie historii w swoich postach i filmach w mediach społecznościowych więcej osób zwróci na nie uwagę. Historie te mogą dotyczyć na przykład światów gier, które promują, lub osób tworzących rzeczy w Unreal Engine i samych tych kreacji. Co jeszcze Epic Games mogłoby wykorzystać do zwiększenia zaangażowania konsumentów, to interakcja z nimi w komentarzach pod ich postami. Takie interakcje sprawiają, że ludzie czują, że za firmą stoją

ludzie, co im pomaga stworzyć więź z nim. Robią to już na swoim oficjalnym forum, więc przełożenie interakcji stamtąd do sekcji komentarzy pod postami leży w sferze możliwości Epic Games.

Powyższe wnioski nie dają podstaw do potwierdzenia przyjętych hipotez:

1. Treści Epic Games w mediach społecznościowych umiarkowanie angażują klientów. Około połowa respondentów śledzi publikacje, reaguje na nie.
2. Biorąc to pod uwagę, komunikacja marketingowa online Epic Games ma ograniczony wpływ na budowanie społeczności graczy. Odpowiedzi udzielone na pytanie, gdzie szukają informacji o promocjach, wskazują, że dzieje się to na różnych forach, tj. nie z inicjatywy firmy, ale samych klientów.

Ponieważ hipotez nie można zaakceptować ani odrzucić, należy je ponownie przetestować na większej próbie. To rodzi interesujące pytanie, czy prowadzenie komunikacji marketingowej w mediach społecznościowych jest racjonalnie uzasadnione, czy też jest to po prostu wynik obecnego trendu dyktującego, że jeśli nie masz mediów społecznościowych, to nie istniejesz.

7. Podsumowanie

W powyższym artykule dokonano analizy roli komunikacji marketingowej w branży gier wideo, skupiając się na firmie Epic Games. Komunikacja marketingowa jest kluczowym elementem strategii firm, ponieważ nie tylko informuje o produktach, ale także buduje relacje z klientami, zwiększa ich zaangażowanie i lojalność. W branży gier, szczególnie ważne jest utrzymywanie interakcji z graczami oraz wyróżnianie się w konkurencyjnym środowisku.

Epic Games, znany m.in. z gry „Fortnite”, wykorzystuje różnorodne kanały komunikacji, takie jak media społecznościowe, YouTube czy fora internetowe, aby dotrzeć do swojej społeczności. Firma angażuje się w liczne współprace z innymi markami oraz stosuje popularne techniki monetyzacji, takie jak karnety bitewne, aby przyciągnąć uwagę graczy.

Celem badania opisanego w artykule było zrozumienie, jak komunikacja marketingowa Epic Games wpływa na klientów. Wyniki ankiety pokazały, że choć firma jest aktywna w wielu kanałach, to ich skuteczność w budowaniu zaangażowanej społeczności jest ograniczona. Gracze częściej dowiadują się o nowościach z forów internetowych lub od innych graczy, niż z oficjalnych kanałów komunikacyjnych firmy. Szczególną popularnością cieszą się promocje cenowe, natomiast interakcje w mediach społecznościowych pozostają na stosunkowo niskim poziomie.

Podsumowując, komunikacja marketingowa Epic Games nie w pełni wykorzystuje potencjał budowania społeczności graczy. Firma mogłaby zwiększyć zaangażowanie, wprowadzając bardziej spersonalizowane formy komunikacji, takie jak opowiadanie historii czy aktywniejsze interakcje z odbiorcami w mediach społecznościowych.

Bibliografia: Baszczyk W. (2005). *Methods of Organization and Management*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

2. Brooks R. L. (2010). *The power of loyalty: 10 essential steps to build a successful customer loyalty strategy*. Entrepreneur Press.
3. Cant M.C., van Heerde C.V. (2004). *Personal Selling*. Juta.

4. Czernek-Marszałek K., Klimas P., Wójcik D. (2023). Playing with social relationships. Their role among actors in the video game industry, *International Journal of Contemporary Management*, UJ. 59 (4), 36-37.
5. Dahlén M., Lange F., Smith T. (2010). *Marketing Communications: a Brand Narrative approach*. Wiley.
6. Gregory J. (2019). *The Making of Fortnite*. Ann Arbor: Cherry Lake Publishing.
7. Guolla M. A., Belch G. E., Belch M. A. (2017). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, McGraw-Hill Ryerson.
8. Kępiński Ł., Kordowski M., Salkowski D., Sztubecki K. (2018). *Marketing internetowy : nowe możliwości nowi klienci nowe rynki*. Wydawnictwo Poltext.
9. Koekemoer L., Bird S. (2004). *Marketing communications*. Juta Academic.
10. Kotler P. (2001). *Marketing Management, (Millennium Edition), Custom Edition for University of Phoenix*, Prentice Hall.
11. Kotler P. (2004). *Philip Kotler Responds to a Question on Marketing*. REBIS Publishing House.
12. Mulhern F.J. (2010). Direct and Interactive Marketing. In *Wiley International Encyclopedia of Marketing* (eds J. Sheth and N. Malhotra).
13. Ströh J. H. A. (2017). *The esports market and esports sponsoring*. Tectum Verlag.
14. Sue V. M., Ritter L.A. (2007). *Conducting Online Surveys*. Los Angeles: Sage Publications.
15. Taylor J. R. (1978). *How to start and succeed in a business of your own*. Reston Pub Co.
16. Theaker A. (red) (2016). *The Public Relations Handbook*. Routledge.
17. Varey R. J. (2002). *Marketing Communication: Principles and Practice* Routledge.
18. Vered A. (2007). *Tell A Friend - Word of Mouth Marketing: How Small Businesses Can Achieve Big Results*.
19. Zackariasson P., Wilson T. L. (2008). Game on: Competition and Competitiveness in the Video Game Industry. *Competition Forum, Indiana*, 6 (1), 43-52.

Wykaz stron internetowych:

20. <https://dev.epicgames.com/community/>, (dostęp, 01.05.2024).
21. <https://gamerant.com/epic-games-store-free-games-list/>, (dostęp, 12.06.2024).
22. <https://store.epicgames.com/en-US/>, (dostęp, 10.05.2024).
23. <https://store.epicgames.com/en-US/news/connect-and-save-subscribe-to-epic-games-emails-and-get-a-10-dollar-epic-coupon>, (dostęp, 30.04.2024).
24. <https://store.epicgames.com/en-US/news/connect-and-save-subscribe-to-epic-games-emails-and-get-a-10-dollar-epic-coupon>, (dostęp, 30.04.2024).
25. <https://twitter.com/epicgames>, (dostęp, 12.06.2024).
26. <https://twitter.com/FortniteGame>, (dostęp, 14.06.2024).
27. <https://www.epicgames.com/site/en-US/about?lang=en-US>, (dostęp, 12.06.2024).
28. <https://www.facebook.com/epicgames/>, (dostęp, 12.06.2024).
29. <https://www.linkedin.com/pulse/what-aaa-game-josh-chapman>, (dostęp, 12.06.2024).
30. <https://www.youtube.com/@EpicGamesStore/featured> (dostęp, 10.06.2024).
31. <https://www.youtube.com/@EpicPublishing/featured> (dostęp, 10.06.2024).
32. <https://www.youtube.com/@fortnite/featured> (dostęp, 10.06.2024).
33. <https://www.youtube.com/@UnrealEngine/featured> (dostęp, 10.06.2024).

34. <https://www.youtube.com/watch?v=euiSHuaw6Q4>, (dostęp, 10.06.2024).
35. Saldanha, L., Ferreira, P. D. (2023). "Community" in Video Game Communities. *Games and Culture*, 18 (8). <https://doi.org/10.1177/15554120221150058>, (dostęp, 12.06.2024).
36. Tereshchuk A. (2022). Video Game Development Stages: From Idea to Release, <https://gamestudio.n-ix.com/video-game-development-stages-from-idea-to-release/>, (dostęp, 10.05.2024).

6. FUNDUSZE EUROPEJSKIE JAKO JEDNO Z ŹRÓDEŁ FINANSOWANIA INWESTYCJI GMINNYCH

Kornelia Warkocz

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Instytut Finansów

ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków

Email: kornela.warkocz@gmail.com

1. Wstęp

Jednostki samorządu terytorialnego, takie jak gminy, powiaty i województwa, pełnią kluczową rolę w zarządzaniu rozwojem lokalnym oraz świadczeniu usług publicznych. Aby skutecznie realizować swoje zadania, potrzebują odpowiednich zasobów finansowych, które umożliwią im nie tylko bieżące funkcjonowanie, ale również rozwój infrastruktury, wsparcie inicjatyw społecznych oraz wzmocnienie lokalnej gospodarki (Reczulski, 2018). W dobie rosnących wyzwań finansowych i społecznych, pozyskiwanie środków zewnętrznych staje się nieodzownym elementem polityki finansowej gmin. Wśród różnych źródeł finansowania, fundusze europejskie odgrywają szczególnie istotną rolę, umożliwiając realizację kluczowych inwestycji infrastrukturalnych, społecznych i gospodarczych. Ich znaczenie wynika z możliwości sfinansowania projektów, które często przekraczają możliwości budżetowe gmin. Dzięki funduszom europejskim możliwa jest modernizacja dróg, rozwój infrastruktury komunalnej, budowa obiektów użyteczności publicznej, a także realizacja programów społecznych, które przyczyniają się do poprawy jakości życia mieszkańców. W wielu przypadkach, bez udziału funduszy europejskich, realizacja tych projektów nie byłaby możliwa, szczególnie w gminach o ograniczonych zasobach własnych. Dofinansowanie unijne staje się zatem kluczowym narzędziem wspierającym rozwój lokalny, umożliwiającym realizację inicjatyw, które w przeciwnym razie musiałyby zostać odłożone w czasie.

Celem artykułu jest przybliżenie samego pojęcia funduszy inwestycyjnych jak i ich wpływów na funkcjonowanie jednostek samorządów terytorialnych z uwzględnieniem gmin. Krótko scharakteryzowano samo pojęcie gminy jako jednostki samorządu terytorialnego oraz niektórych zadań, które musi wykonywać dla społeczności lokalnej. Zwrócono uwagę, w jaki sposób fundusze te wpływają na rozwój lokalny, jakie korzyści przynoszą mieszkańcom oraz jakie procedury i wyzwania wiążą się z ich pozyskiwaniem. Analiza ta pozwoli na lepsze zrozumienie roli funduszy europejskich w finansowaniu inwestycji gminnych oraz ich potencjału w kształtowaniu przyszłości lokalnych społeczności.

2. Gmina jako jednostka samorządu terytorialnego

Gmina, zgodnie z polskim prawem, stanowi podstawową jednostkę samorządu terytorialnego. Jej obecna struktura i funkcjonowanie zostały uregulowane w ramach reformy administracyjnej z 1999 roku. Reforma ta wprowadziła trójstopniowy podział terytorialny kraju, tworząc struktury władzy samorządowej na poziomach: gminnym, powiatowym

i wojewódzkim. Każdy z tych szczebli pełni specyficzne zadania administracyjne, dostosowane do potrzeb lokalnych społeczności. Na poziomie gminy władza publiczna jest sprawowana przez samorząd gminny, który odgrywa wyjątkową rolę w polskim systemie administracyjnym (Dolnicki, 2021).

Gmina jest wspólnotą mieszkańców zamieszkujących określony obszar terytorialny. Struktura gminy opiera się na organach uchwałodawczych i wykonawczych, a także na różnorodnych jednostkach organizacyjnych, takich jak zakłady budżetowe, przedsiębiorstwa komunalne i spółki gminne. Na czele władzy wykonawczej w gminie stoi wójt, burmistrz lub prezydent miasta, zależnie od charakteru gminy. Wójt, będący najwyższym przedstawicielem władzy wykonawczej, jest wybierany w wyborach powszechnych i bezpośrednich, a jego odwołanie może nastąpić jedynie w drodze referendum. Jego kompetencje obejmują m.in. wykonanie uchwał rady gminy, zarządzanie mieniem publicznym oraz kierowanie pracami urzędu gminy (Dolnicki, 2021).

Zadaniem gminy jest zaspokajanie potrzeb lokalnej społeczności. Jej zadania są zróżnicowane i obejmują cztery główne obszary: infrastrukturę techniczną, infrastrukturę społeczną, porządek publiczny oraz porządek przestrzenny. Infrastruktura techniczna odnosi się do budowy i utrzymania dróg, mostów, wodociągów, kanalizacji oraz zarządzania budownictwem komunalnym. Infrastruktura społeczna obejmuje szkolnictwo, kulturę, ochronę zdrowia i opiekę społeczną. Porządek publiczny obejmuje organizację ruchu drogowego, obronę cywilną, ochronę przeciwpożarową i bezpieczeństwo sanitarne. Porządek przestrzenny natomiast zajmuje się planowaniem przestrzennym, ochroną środowiska i zapobieganiem klęskom żywiołowym. Rada gminy, będąca organem uchwałodawczym, pełni również funkcję kontrolną nad działalnością wójta oraz innych jednostek organizacyjnych gminy. Kontrola ta realizowana jest za pomocą komisji rewizyjnych, powoływanych przez radę gminy. W gminach miejskich odpowiednikiem rady gminy jest rada miejska, której siedziba znajduje się w mieście będącym centralnym punktem gminy. Oprócz komisji rewizyjnych mogą być tworzone inne komisje stałe lub doraźne, odpowiedzialne za realizację określonych zadań, takich jak gospodarka komunalna, edukacja czy ochrona środowiska (Dobkowski, 2018).

Gminy mogą współpracować z innymi jednostkami samorządu terytorialnego oraz administracją rządową, realizując zadania wykraczające poza ich podstawowe kompetencje. Współpraca ta może dotyczyć wspólnych projektów inwestycyjnych, działań na rzecz rozwoju regionalnego oraz realizacji programów społecznych i gospodarczych. Jednostki pomocnicze gminy, takie jak sołectwa, dzielnice i osiedla, odgrywają istotną rolę w zarządzaniu lokalnymi sprawami. Tworzenie takich jednostek zależy od woli mieszkańców oraz decyzji rady gminy (Malinowska-Misiąg, Misiąg, 2007). Sołectwo, będące jednostką pomocniczą wsi, ma organ uchwałodawczy w postaci zebrania wiejskiego oraz organ wykonawczy – sołtysa, wspieranego przez radę sołecką. W miastach podobne funkcje pełnią dzielnice i osiedla, gdzie organem uchwałodawczym jest rada dzielnicy lub osiedla, a organem wykonawczym – zarząd.

Gmina odgrywa kluczową rolę w systemie administracji publicznej, będąc najbardziej bezpośrednim szczeblem władzy dostępnym dla obywateli. Jej działania mają wpływ na codzienne życie mieszkańców, a struktura organizacyjna gminy umożliwia efektywne zarządzanie lokalnymi zasobami i realizację polityki rozwoju na poziomie lokalnym (Sekuła, 2016). Zadania gminy są precyzyjnie określone w ustawodawstwie, a jej działalność podlega stałemu nadzorowi, co zapewnia transparentność i odpowiedzialność w zarządzaniu

publicznymi środkami. Gmina, jako jednostka samorządu terytorialnego, stanowi fundament całego systemu administracyjnego państwa, a jej sprawne funkcjonowanie jest kluczowe dla realizacji celów społecznych i gospodarczych na poziomie lokalnym.

3. Fundusze Europejskie jako Narzędzie Wsparcia Rozwoju Lokalnego

Fundusze europejskie, które stanowią istotne źródło finansowania dla jednostek samorządu terytorialnego, są kluczowym elementem polityki spójności Unii Europejskiej (Zawora, 2012). Ich głównym celem jest zmniejszenie dysproporcji rozwojowych pomiędzy regionami oraz wspieranie zrównoważonego rozwoju gospodarczego i społecznego w państwach członkowskich. Fundusze te są szczególnie istotne dla gmin, które często mają ograniczone możliwości pozyskiwania środków z innych źródeł.

Fundusze europejskie składają się z kilku głównych instrumentów, które różnią się zakresem wsparcia oraz celami, jakie są realizowane. Najważniejsze z nich to:

1. Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (EFRR) – wspiera inwestycje w infrastrukturę, innowacje, badania i rozwój, a także działania związane z ochroną środowiska i przeciwdziałaniem zmianom klimatycznym.
2. Europejski Fundusz Społeczny (EFS) – koncentruje się na działaniach związanych z podnoszeniem kwalifikacji zawodowych, walką z bezrobociem, wspieraniem integracji społecznej oraz wyrównywaniem szans na rynku pracy.
3. Fundusz Spójności (FS) – skierowany jest do państw członkowskich, których PKB na mieszkańca jest niższy niż 90% średniej unijnej, a jego głównym celem jest wspieranie inwestycji w infrastrukturę transportową oraz ochronę środowiska.
4. Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) – wspiera rozwój obszarów wiejskich, poprawę konkurencyjności rolnictwa oraz zrównoważony rozwój terenów wiejskich.
5. Europejski Fundusz Morski i Rybacki (EFMR) – ma na celu wspieranie zrównoważonego rozwoju obszarów nadmorskich i rybackich (Jankowska, Kierzkowski, Knopik, 2004).

Fundusze europejskie odgrywają nieocenioną rolę w rozwoju lokalnym, szczególnie w gminach, które często mają ograniczone możliwości pozyskiwania środków z innych źródeł. Dzięki wsparciu z funduszy unijnych gminy mogą realizować projekty, które przyczyniają się do wzrostu gospodarczego, poprawy infrastruktury, ochrony środowiska oraz podniesienia jakości życia mieszkańców. Inwestycje te mają nie tylko wymiar materialny, ale również społeczny, wspierając integrację społeczną, edukację oraz rozwój lokalnych społeczności.

Gminy, jako podstawowe jednostki samorządu terytorialnego, odgrywają kluczową rolę w pozyskiwaniu i wykorzystywaniu funduszy europejskich. Dzięki tym środkom mogą realizować różnorodne projekty, które w znaczący sposób wpływają na rozwój lokalny. Każda Gmina może sama ustalać jakie inwestycje chce zrealizować i jakie środki pozyskać z funduszy europejskich. Mogą to być inwestycje związane z:

- Infrastruktura drogowa i transportowa – budowa i modernizacja dróg lokalnych, ścieżek rowerowych oraz transportu publicznego.

- Ochrona środowiska – projekty związane z gospodarką wodno-ściekową, zarządzaniem odpadami, odnawialnymi źródłami energii oraz poprawą efektywności energetycznej budynków publicznych.
- Edukacja i opieka społeczna – budowa i modernizacja placówek edukacyjnych, przedszkoli, żłobków oraz ośrodków pomocy społecznej w zależności od potrzeb
- Kultura i turystyka – rewitalizacja zabytków, rozwój infrastruktury turystycznej, organizacja wydarzeń kulturalnych oraz promowanie lokalnego dziedzictwa kulturowego.
- Innowacje i przedsiębiorczość – wsparcie dla lokalnych przedsiębiorstw, rozwój parków technologicznych, inkubatorów przedsiębiorczości oraz promowanie innowacyjnych rozwiązań w gminach.

4. Proces pozyskiwania funduszy

Pozyskiwanie funduszy europejskich przez gminy jest procesem skomplikowanym i wymagającym, który obejmuje kilka kluczowych etapów i jest podobny również do procesów dla innych jednostek terytorialnych:

1. Planowanie i Przygotowanie Projektu

Pierwszym etapem jest identyfikacja potrzeb lokalnych oraz opracowanie koncepcji projektu, który będzie realizowany z wykorzystaniem funduszy europejskich. Gminy muszą dokładnie określić cel projektu, przewidywane rezultaty oraz zgodność projektu z priorytetami polityki spójności UE i krajowymi strategiami rozwoju.

2. Aplikowanie o Środki

Kolejnym etapem jest przygotowanie wniosku aplikacyjnego, który zawiera szczegółowy opis projektu, harmonogram realizacji, budżet oraz plan finansowy. Wnioski są składane do odpowiednich instytucji zarządzających funduszami, które oceniają projekty pod kątem merytorycznym, finansowym oraz zgodności z wytycznymi UE.

3. Realizacja Projektu

Po uzyskaniu dofinansowania, gminy przystępują do realizacji projektu zgodnie z zatwierdzonym planem. W trakcie realizacji projektu, muszą przestrzegać rygorystycznych zasad dotyczących wydatkowania środków oraz raportowania postępów prac. Każde odstępstwo od zatwierdzonego harmonogramu lub budżetu wymaga zgody instytucji zarządzającej.

4. Monitorowanie i Rozliczanie

Po zakończeniu projektu, gmina jest zobowiązana do przedstawienia pełnej dokumentacji finansowej oraz merytorycznej, potwierdzającej osiągnięcie założonych celów. Fundusze europejskie są objęte ścisłą kontrolą, a nieprawidłowości w realizacji projektu mogą skutkować koniecznością zwrotu części lub całości środków.

Chociaż fundusze europejskie stanowią cenne źródło finansowania, ich pozyskiwanie wiąże się z licznymi wyzwaniami, które mogą utrudniać gminom efektywne korzystanie z dostępnych środków. Poniżej zostały krótko scharakteryzowane kilka z nich:

Biurokracja i Formalności

Proces aplikowania o fundusze europejskie jest złożony i wymaga od jednostek znajomości wielu procedur oraz regulacji prawnych. Przygotowanie dokumentacji aplikacyjnej oraz

późniejsze rozliczanie projektów wymaga specjalistycznej wiedzy oraz doświadczenia, co często stanowi wyzwanie dla mniejszych gmin, które nie dysponują odpowiednimi zasobami kadrowymi.

Wymóg Współfinansowania

Projekty realizowane z funduszy europejskich zazwyczaj wymagają współfinansowania ze strony jednostek. Oznacza to, że gmina musi dysponować odpowiednimi środkami finansowymi na pokrycie części kosztów projektu, co w przypadku gmin o ograniczonym budżecie może być trudne do zrealizowania.

Krótkie Terminy Realizacji

Projekty finansowane z funduszy europejskich są objęte ściśle określonymi terminami realizacji. W przypadku opóźnień w realizacji projektu, JST może utracić prawo do części lub całości dofinansowania, co stawia gminy przed koniecznością rygorystycznego planowania oraz monitorowania postępów prac (Domiter, 2013).

5. Podsumowanie

Artykuł omawia rolę funduszy europejskich jako kluczowego źródła finansowania dla jednostek samorządu terytorialnego, szczególnie gmin, które pełnią ważną rolę w rozwoju lokalnym oraz świadczeniu usług publicznych. Fundusze te umożliwiają realizację projektów, które przekraczają budżetowe możliwości gmin, przyczyniając się do rozwoju infrastruktury, wspierania inicjatyw społecznych i gospodarczych oraz poprawy jakości życia mieszkańców. Artykuł koncentruje się na znaczeniu funduszy europejskich, ich wpływie na rozwój lokalny, korzyściach dla mieszkańców oraz procedurach związanych z ich pozyskiwaniem. Fundusze europejskie są kluczowym źródłem finansowania inwestycji dla gmin, szczególnie w kontekście ograniczonych zasobów własnych. Dzięki nim gminy mogą realizować projekty, które znacząco wpływają na rozwój infrastrukturalny, społeczny i gospodarczy, a także przyczyniają się do zmniejszenia różnic regionalnych. Bez wsparcia unijnego wiele z tych projektów byłoby niemożliwych do zrealizowania, co pokazuje, jak istotne jest efektywne wykorzystanie tych środków.

Sam proces aplikowania o fundusze europejskie jest skomplikowany, wymagający dużej wiedzy i doświadczenia w zarządzaniu projektami. Gminy muszą sprostać wysokim wymaganiom formalnym i biurokratycznym, co często stanowi wyzwanie, zwłaszcza dla mniejszych jednostek. Wymaga to od gmin posiadania wyspecjalizowanego personelu, który potrafi efektywnie przygotować wnioski, zarządzać projektem i rozliczać środki, co nie zawsze jest możliwe w mniejszych lub mniej zamożnych gminach. Jednym z głównych wyzwań w pozyskiwaniu funduszy europejskich jest konieczność zapewnienia współfinansowania ze środków własnych gmin. Dla wielu gmin, zwłaszcza tych z mniejszym budżetem, zebranie wymaganej kwoty może być trudne, co ogranicza ich zdolność do aplikowania o większe projekty. Ten wymóg powoduje, że dostęp do funduszy unijnych jest w praktyce ograniczony dla jednostek o niższym potencjale finansowym. Aby w pełni wykorzystać dostępne środki, gminy muszą prowadzić strategiczne planowanie, uwzględniając długoterminowe cele rozwojowe i priorytety inwestycyjne. Dobrze przygotowany plan inwestycyjny pozwala na lepsze dopasowanie projektów do dostępnych źródeł finansowania i zwiększa szanse na sukces w pozyskiwaniu funduszy. W związku z tym, niezbędne jest także profesjonalizowanie działań

administracyjnych poprzez szkolenia dla urzędników i tworzenie wyspecjalizowanych zespołów ds. funduszy europejskich.

Inwestycje realizowane dzięki funduszom europejskim przynoszą wymierne korzyści lokalnym społecznościom. Poprawa infrastruktury drogowej, rozwój edukacji, ochrona środowiska czy wsparcie dla lokalnych przedsiębiorców to tylko niektóre z działań, które bezpośrednio wpływają na poprawę jakości życia mieszkańców. Ponadto, realizacja projektów finansowanych z funduszy europejskich może stymulować lokalny rynek pracy, wspierać rozwój turystyki oraz promować innowacje, co przyczynia się do ogólnego wzrostu gospodarczego gminy.

Skuteczne pozyskiwanie i wykorzystanie funduszy europejskich często wymaga współpracy pomiędzy gminami, powiatami oraz innymi jednostkami samorządu terytorialnego, a także instytucjami rządowymi. Taka współpraca może umożliwić realizację większych, bardziej kompleksowych projektów, które przekraczają możliwości pojedynczych gmin. Integracja działań na różnych szczeblach administracyjnych jest kluczowa dla efektywnego wykorzystania środków oraz osiągnięcia zamierzonych celów rozwojowych. Realizacja projektów finansowanych z funduszy europejskich podlega ścisłej kontroli, co wymaga od gmin pełnej transparentności w zarządzaniu środkami. Każde odstępstwo od założeń projektu może skutkować koniecznością zwrotu części lub całości dofinansowania. W związku z tym, gminy muszą przestrzegać rygorystycznych zasad i procedur, co zwiększa potrzebę rzetelnego monitorowania i raportowania postępów projektów. W nadchodzących latach, aby w pełni wykorzystać potencjał funduszy europejskich, gminy będą musiały rozwijać swoje zdolności w zakresie zarządzania projektami, poprawiać efektywność administracyjną oraz poszukiwać nowych możliwości współpracy z innymi jednostkami i sektorami. Zwiększenie kompetencji w tych obszarach pozwoli na lepsze przygotowanie do przyszłych programów finansowych UE i lepsze dostosowanie się do zmieniających się warunków i priorytetów unijnych.

Podsumowując, fundusze europejskie stanowią fundament dla wielu gmin w Polsce, umożliwiając im realizację kluczowych projektów rozwojowych. Jednakże, aby w pełni korzystać z tego źródła finansowania, konieczne jest strategiczne planowanie, profesjonalizacja działań oraz ścisła współpraca na różnych szczeblach administracyjnych. W obecnych czasach można zauważyć wiele inwestycji, które zostały sfinansowane dzięki środkom z Unii Europejskiej. Fundusze te, na pewno są doskonałym wsparciem dla jednostek samorządu terytorialnego zarówno w tych mniejszych inwestycjach, jak i większych, które wymagają pozyskania znaczących środków i zasobów na ich realizację.

Bibliografia:

1. Dobkowski J., *KONTROLA OŚRODKA POMOCY SPOŁECZNEJ PRZEZ KOMISJĘ REWIZYJNĄ RADY GMINY*, [online], Civitas Et Lex, 18(2), 2018, s. 23-24. [dostęp 10 sierpień 2024].
2. Domiter M., Marciszewska A., *Zarządzanie projektami unijnymi – Teoria i praktyka*, Difin, Warszawa 2013.
3. Dolnicki B., *Samorząd terytorialny*, Wyd. Wolters Kluwer Polska, 2021.
4. Jankowska, A., Kierzkowski, T., Knopik, R., *Fundusze pomocowe dla Polski po akcesji-fundusze strukturalne i Fundusz Spójności*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2004.

5. Malinowska-Misiąg E., Misiąg W., *Finanse publiczne w Polsce*, wyd. II, Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa 2007.
6. Reczulski P., *Wpływ finansowania zewnętrznego na realizację zadań jednostek samorządu terytorialnego*, Ekonomiczne Problemy Usług nr 4/2018 (133), t.1, Szczecin 2018.
7. Sekuła A. (red.), *Gmina w systemie zarządzania państwem. Meandry zarządzania*, Politechnika Gdańska, Gdańsk 2016.

Strony internetowe:

8. <https://www.gov.pl/web/fundusze-regiony/fundusz-rozwoju-regionalnego>
[dostęp: 15.08.2024]

7. ZNACZENIE ARTETERAPII W ROZWOJU EMOCJONALNYM DZIECKA W WIEKU PRZEDSZKOLNYM ORAZ WCZESNOSZKOLNYM

Natalia Martenka

Poradnia Psychologiczno-Pedagogiczna Centrum Rozwoju Dziecka w Szczytnikach

Email: natalia.martenka@gmail.com

Abstrakt

Artykuł omawia zagadnienie arteterapii i jej wpływu na rozwój emocjonalny dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Przedstawiono definicje arteterapii według różnych autorów, podkreślając jej interdyscyplinarny charakter i znaczenie w edukacji oraz terapii.

Skupiono się na trzech głównych metodach arteterapeutycznych: muzykoterapii, bajkoterapii i plastykoterapii. Muzykoterapia pomaga w wyrażaniu i regulowaniu emocji, rozwijaniu wrażliwości oraz nawiązywaniu relacji. Bajkoterapia umożliwia dzieciom radzenie sobie z trudnymi sytuacjami emocjonalnymi, osvajanie lęków i zaspokajanie potrzeb psychicznych. Plastykoterapia pozwala na ujawnianie pragnień, fantazji i lęków oraz rozładowywanie napięć.

Zaprezentowano studium przypadku dziewczynki uczestniczącej w zajęciach plastykoterapii. Opisano jej funkcjonowanie przed terapią, przebieg zajęć oraz zaobserwowane zmiany. Zauważono poprawę w zakresie regulacji emocji, wzrost pewności siebie i lepsze funkcjonowanie społeczne.

Omówiono wnioski i perspektywy badawcze w dziedzinie arteterapii. Zwrócono uwagę na konieczność dostosowania metod badawczych do specyfiki poszczególnych form arteterapii.

Podsumowano, że arteterapia ma istotny wpływ na rozwój emocjonalny dzieci. Podkreślono znaczenie wczesnego wprowadzania działań arteterapeutycznych oraz potrzebę dalszych badań w tej dziedzinie. Zaznaczono, że skuteczność praktyki arteterapeutycznej wymaga badań nad przebiegiem składających się na nią procesów w kontekście realizacji zamierzonych celów.

Słowa kluczowe: Arteterapia, plastykoterapia, muzykoterapia, bajkoterapia, dziecko, emocje, rozwój

1. Wstęp

Obserwuje się dzisiaj coraz więcej działań praktycznych oraz dociekań badawczych, w których wartości sztuki mogą służyć edukacji i terapii. Podczas zajęć w przedszkolu dziecko świadomie doświadczyć może nieświadomych wcześniej napięć emocjonalnych, co pomaga mu się od nich uwolnić [M.J. Kuciapiński, 2013, s. 31,32].

Arteterapia jest coraz częściej wykorzystywana w procesie terapeutycznym. Chętnie sięgają po nią zarówno nauczyciele w edukacji wczesnoszkolnej oraz wychowania przedszkolnego. Niektórzy z nich korzystają ze sprawdzonych metod opisanych w niniejszym artykule. Inni natomiast bazują na swojej intuicji, doświadczeniu. Coraz częściej praktycy doceniają znaczenie sztuki. Rozumieją, że jest ona wyrazem odczuć oraz potrzeb młodych osób. Zwracają uwagę także na to, że dzieła tworzone przez dzieci uwrażliwiają ich, wpływają na emocje pomagają je odreagować, dają radość z działania oraz tworzenia., wyzwalają z różnych emocjonalnych problemów [B. Skałbana, T. Lewandowska-kidoń, 2022, s. 242].

Chcąc lepiej zrozumieć pojęcie *Arteterapia* w niniejszym artykule ukazano zagadnienia terminologiczne arteterapii w ujęciu różnych autorów. Opisano wybrane metody arteterapeutyczne w odniesieniu do rozwoju emocjonalnego dzieci w wieku przedszkolnym oraz wczesnoszkolnym. Skupiono się głównie na muzykoterapii, bajkoterapii oraz plastykoterapii, jako tych najczęściej wykorzystywanych przez pedagogów oraz terapeutów wśród dzieci w wieku od 3 do 9 lat. W dalszej części odniesiono się do własnego doświadczenia. Opisano studium przypadku jako jeden z przykładów wykorzystania plastykoterapii podczas warsztatów arteterapeutycznych w domu kultury. W tej części opisano emocjonalne funkcjonowanie dziewczynki, opisano przebieg spotkań plastykoterapii oraz zaobserwowane zmiany w wyniku podjętych działań. Aby lepiej zobrazować prowadzoną metodę plastykoterapii ukazano przykłady rysunków jakie wykonywano w toku aktywności plastykoterapeutycznych. Ostatni rozdział poświęcono na wnioski oraz perspektywy opisując badania w świetle literatury.

Mam nadzieję, że niniejszy artykuł pozwoli odpowiedzieć na zasadnicze pytania dotyczące szerokiego rozumienia pojęcia arteterapia oraz jej metod jakie można wykorzystać w praktyce. Pragnę, aby opisane studium przypadku oraz ukazane badania przyczyniły się do refleksji podjętego problemu odnoszącego się do arteterapii oraz jej wpływu na rozwój emocjonalny dzieci.

2. Arteterapia - Zagadnienia terminologiczne w ujęciu różnych autorów

Termin *arteterapia* pochodzi od angielskiego wyrażenia *art therapy*. Można to pojęcie ująć bardzo klasycznie. Jest ono złożone z dwóch członów: *arte* i *terapia*: *arte* (łac. *ars*, *artis*) oznacza sztukę, *terapia* (gr. *therapeia*) to przywracanie zdrowia chorym za pomocą środków lub zabiegów, leczenie [Karolak, 2019, s. 13].

Jak zauważa Teresa Szczerska, egalitarne rozumienie sztuki charakterystyczne dla arteterapii, pozwala analizować zjawiska twórczości i przeżyć estetycznych w szerokim, interdyscyplinarnym aspekcie. Uwzględniającym i psychologii twórczości, takie dziedziny nauki jak: neuroestetyka, psychologia społeczna, psychologia ewolucyjna, psychoneuroimmunologia. Współczesna arteterapia, korzystając z różnorodnych dziedzin sztuki zmierza do przywrócenia równowagi stanów emocjonalnych [Szczerska, 2020, s. 61-62].

Twórcza ekspresja, którą zapewniają różne dziedziny arteterapii, wydaje się najbardziej naturalnym i kreatywnym sposobem na wyrażanie gwałtownych i nieokiełznanych emocji [Woźniak-Czech, 2022/2023, s. 8].

Leczenie przez twórczość, jak dowodzi Fuchs, oddziałuje za pomocą środków estetycznych na postrzeganie zmysłowe, powiązane bezpośrednio przez jakości intermodalne z przeżyciem emocjonalnym [Stegemann, 2015, s. 21].

Jak można zaobserwować arteterapia jest terminem bardzo zróżnicowanym, wynikającym między innymi zarówno z aspektów kulturowych, jak i językowych.

3. Arteterapia – Wybrane metody w rozwoju emocjonalnym dziecka

Muzykoterapia

Muzykoterapia to metoda arteterapii, w której używa się muzyki w leczeniu, rehabilitacji oraz edukacji. Muzyka pozwala się uspokoić, zajrzeć w głąb własnych przemyśleń i uczuć. Muzyka i dźwięki otaczającej natury pomagają rozładować napięcie emocjonalne. Muzykoterapia to nie tylko słuchanie gotowych utworów muzycznych, to także gra na instrumentach. Poprzez dobór instrumentów oraz zróżnicowane natężenie dźwięków jednostka wyraża siebie i przekazuje swoje emocje [M. Słowińska-Golec, 2021, s. 12-13].

Muzyka pozwala dziecku ujawnić emocje, które się w nim kryją. Może być ona pretekstem do nawiązania relacji z innymi osobami. Ważne jest aby wprowadzać muzykę w życie dziecka już od najmłodszych lat. Taki najbardziej intensywny kontakt dziecka z muzyką następuje w wieku trzech lat, kiedy przekracza ono próg przedszkola. Na tym etapie uczy się ono poznawać siebie, swoje emocje oraz emocje otaczających go osób. Aby było świadome tego co odczuwa w danej sytuacji może pomóc mu właśnie muzyka. Spontaniczne spotkania z muzyką bez wcześniejszego przygotowania mają dla niego duże znaczenie. Wynika to z tego, że skupia ona uwagę dziecka za pomocą emocji, które się tam pojawiają. [<https://wydawnictwo.wsge.edu.pl/Edukacja-muzyczna-muzyka-jako-forma-wyrazania-emocji-u-dzieci-w-nwieku-przedszkolnym/>, dostęp: 30.07.2024].

Podczas kontaktu z muzyką dziecko doświadcza pozytywnych emocji, które mogą decydować o chęci obcowania z muzyką w przyszłości. Początek edukacji przedszkolnej to etap, który ma za zadanie zainteresować dziecko muzyką. Brak takiego zainteresowania na tym etapie może skutkować niechęcią do kontaktu z muzyką w przyszłości oraz jej przeżywania [W.A. Sacher, 2004, s. 25].

Na podstawie literatury przedmiotu oraz licznych badań dotyczących muzyki w muzykoterapii oraz jej znaczenia w rozwoju emocjonalnym dziecka można stwierdzić, że muzyka jest nie tylko silnym przekątnikiem informacji emocjonalnych, lecz także bodźcem wyzwalającym bardzo wiele różnorodnych stanów emocjonalnych. Doświadczenie emocji w reakcji na muzykę może być więc prostym przeżyciem wiążącym się z funkcjonowaniem dziecka. Siła muzyki jest niewątpliwa, widoczna chociażby w silnych reakcjach emocjonalnych na nią. Drogi powstawania reakcji emocjonalnych na muzykę zależą od bardzo wielu czynników, co pokazują modele powstawania emocji muzycznych, uwzględniające mechanizmy o różnorodnej złożoności. Obecnie nieustannie poszerza się rozumienie oddziaływania muzyki na wymiar emocjonalny, dlatego niewątpliwie badacze będą odkrywać nowe możliwości zastosowania tej dziedziny sztuki [M. Chełkowska-Zacharewicz, 2020, s. 126].

Bajkoterapia

Bajkoterapia dla dzieci jest odmianą biblioterapii. Bajkoterapia, czyli terapia przez bajki terapeutyczne i baśnie, która sprawdza się zwłaszcza u dzieci w wieku od 4 do 9 roku życia. Bajkoterapia to nie tylko metoda terapii, ale także profilaktyka dziecięcych problemów emocjonalnych. Dziecko uczestnicząc w bajkoterapii, wczuwa się w daną historię i przeżywa ją, co pomaga mu zrozumieć swój problem i umożliwia samodzielne jego rozwiązanie [M. Słowińska-Golec, 2021, s.14].

Bajkoterapia obejmuje bajki i baśnie, które umożliwiają odreagowanie emocji, niwelują lęki, pozwalają na zaspokojenie podstawowych potrzeb. Dzięki nim dzieci rozumieją własne problemy i stany emocjonalne, potrafią się zdystansować emocjonalnie od własnych problemów, odkrywając, że inni-bohaterowie baśni przeżywają podobne niepokoje [B.Skałbana, T. Lewandowska-Kidoń, 2022, s. 226,227].

Bajki terapeutyczne są to specjalne opowiadania dotyczące określonych, trudnych dla dziecka sytuacji emocjonalnych. Rozróżnia się bajki terapeutyczne o charakterze relaksacyjnym, psychoedukacyjnym, psychoterapeutycznym. Bajki relaksacyjne to krótkie historyjki umożliwiające dziecku wizualizację treści wywołujących stan relaksu, uspokojenia.

Fabula bajek psychoedukacyjnych dotyczy sytuacji trudnych emocjonalnie dla dziecka. Dzięki nim ma ono możliwość oswoić się z problemem, przyjrzeć się emocjom, jakie mu towarzyszą w związku z danym problemem, zrozumieć zależność pomiędzy zdarzeniem, a doświadczanymi emocjami, poznać wzory efektywnego działania i pozytywnego myślenia o zdarzeniu oraz sposoby rozwiązywania różnych trudności. Bajki te oswiają z sytuacją zagrożenia, pozwalają na racjonalizację problemu. Dzięki nim następuje obniżenie napięć emocjonalnych, kompensacja niezaspokojonych potrzeb psychicznych, zmiana w strukturze osobowości [B.Skałbana, T. Lewandowska-Kidoń, 2022, s. 227, 228].

Dla dziecka w wieku przedszkolnym znaczenie bajki jest także istotne dla rozwijania jego wrażliwości, jest także zagadnieniem wymagającym ukazania wielowymiarowości potrzeb i emocji.

Liczne badania ukazane w literaturze przedmiotu dowodzą, że bajki pełnią dużą rolę w rozwoju emocjonalnym dziecka. Pomagają mu radzić sobie z problemami i różnego rodzaju lękami. Nie zawsze można zauważyć ich działanie od razu, jest to długotrwały proces. Jest to jednak lekarstwo na troski i smutki dziecka, szczególnie w wieku przedszkolnym. Przeprowadzone badania stanowią poszerzenie wiedzy o roli bajek w rozwoju wrażliwości oraz emocji dziecka w wieku przedszkolnym. Ukazały bajkę jako niezwykle proste, a jednocześnie skuteczne narzędzie w edukacyjnym i wychowawczym oddziaływaniu na dzieci <https://journals.ur.edu.pl/kpe/Znaczenie czytania bajek dla rozwijania wrażliwości dziecka w opinii nauczycieli wychowania przedszkolnego/>, (dostęp, 31.07.2024)].

Plastykoterapia

Plastykoterapia rozumiana jest jako terapia przez sztuki plastyczne, wykorzystująca techniki malarskie, czy rzeźbiarskie. Szeroko stosowana w terapii indywidualnej oraz grupowej, również jako metoda diagnostyczna. Może być stosowana w każdym przypadku zaistnienia problemów o charakterze osobistym oraz emocjonalnym. Im młodsze dziecko, tym łatwiejszą formą wyrażania swoich przeżyć i uczuć jest ekspresja treści w formie obrazu, oparta na zjawisku projekcji.

Plastykoterapia, podobnie jak inne formy arteterapii, wiąże się z zabawą, będącą naturalną działalnością dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Rysunek jest naturalnym sposobem wypowiedzi dziecka, formą ujawniania jego pragnień, fantazji, lęków, sposobem wyładowania napięcia i frustracji. W zależności od charakteru grupy i problemów dzieci terapeuta dobiera odpowiednie formy pracy i decyduje o technikach, z których będzie korzystał [M. Stańko, 2008, s. 187].

Do najczęstszych form plastykoterapii należy grafoterapia w postaci psycho-rysunku. Jest to

technika diagnostyczna i projekcyjna, chętnie wykorzystywana przez psychologów. Istotnymi elementami rysunku dziecka branyymi pod uwagę przez psychologa diagnostę są: cechy graficzne rysunku, usytuowanie poszczególnych elementów w przestrzeni i względem siebie, preferowane przez dziecko kolory, powtarzające się znaki świadczące o emocjonalności dziecka, rysunek postaci ludzkiej [B.Skałbana, T. Lewandowska-Kidoń, 2022, s. 241].

4. Plastykoterapia i emocje dziecka- studium przypadku

Opis funkcjonowania dziecka przed podjęciem aktywności plastykoterapeutycznych

Podczas przeprowadzonych warsztatów, w których zaplanowane były aktywności w zakresie plastykoterapii dziewczynka nawiązywała kontakt werbalny oraz wzrokowy z terapeutą. Jej nastrój nie zawsze był wyrównany. Zauważono obniżoną pewność siebie oraz wycofanie.

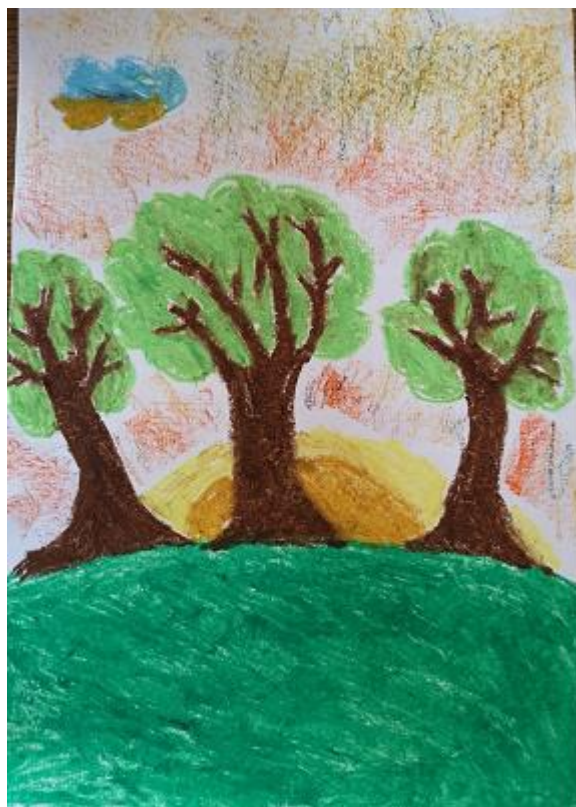
Umiejętność regulowania własnych emocji rozumiana jako podejmowanie działań zaradczych, w tym także poznawczych, zmierzających do zredukowania napięcia wywołanego negatywnymi emocjami i odwrócenia skutków niekompetentnych społecznie zachowań kształtowały się na przeciętnym poziomie. Dziecko nie zawsze było w stanie skutecznie regulować własne, negatywne emocje. Podczas podejmowanych aktywności były one niestabilne. W jego funkcjonowaniu można było zaobserwować zarówno płacz, smutek, stopniowo przechodzącą w radość, śmiech, entuzjazm. Poza tym zaobserwowano brak wiary we własne możliwości w sytuacjach sprawiających trudności. Widoczna była duża potrzeba dokładności, perfekcji. Dziewczynka знаła niewiele sposobów na radzenie sobie z trudnymi emocjami, jednak często była bierna oraz wycofana w sytuacjach dla niej niekomfortowych. Nie podejmowała żadnych działań zmierzających do zmiany emocji negatywnych na pozytywne.

Opis przebiegu spotkań plastykoterapii

Zajęcia plastykoterapii były przeprowadzane cyklicznie podczas warsztatów arteterapeutycznych realizowanych w pracowni artystycznej w domu kultury. Realizowano je raz w tygodniu przez okres 6 miesięcy. Ich czas trwania to 60 minut. Na warsztaty uczęszczały dzieci z trudnościami w sferze emocjonalnej, wynikającej z przeżyć w rodzinie. Często dotyczyły one rozwodów oraz utraty bliskich osób. Była to stała grupa licząca 6 osób w wieku od 7 do 9 lat.

Na potrzeby niniejszego artykułu pragnę skoncentrować się na jednej opisaną powyżej dziewczynce w wieku 9 lat. Zasadniczymi celami warsztatów były: wspieranie polegające głównie na redukcji negatywnego napięcia emocjonalnego, regulacja emocji oraz odbudowywanie pozytywnego obrazu siebie.

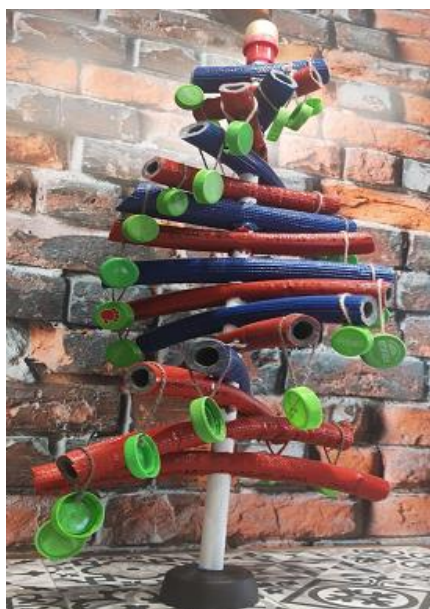
Poniższe fotografie stanowią przykłady aktywności podczas warsztatów:



Rysunek 1.



Rysunek 2.

**Rysunek 3.****Rysunek 4.**

5. Obserwowalne zmiany w funkcjonowaniu dziecka

W odniesieniu do początkowego cyklu warsztatów w funkcjonowaniu dziewczynki zaobserwowano zmiany w zakresie regulacji emocji oraz napięcia emocjonalnego. Dziewczynka znacznie łatwiej potrafiła sobie z nimi poradzić. Były one bardziej stabilne. Znacząco wzrosła pewność siebie dziecka, co spowodowało, że chętniej wchodziło ono zarówno w relacje z rówieśnikami, jak i osobą prowadzącą zajęcia, przyczyniając się tym samym do lepszego funkcjonowania społecznego. Proponowane działania plastyczne dawały dziecku radość, zadowolenie oraz ogólne pozytywne nastawienie do zajęć.

Niewątpliwie plastykoterapia stanowi bardzo atrakcyjną możliwość aktywizowania. Istotne jest, aby dostosować ją do osób z deficytami emocjonalnymi, trudnymi przeżyciami zarówno pod względem czasu trwania zajęć oraz możliwości ich funkcjonowania.

6. Arteterapia - Wnioski i perspektywy na podstawie badań w świetle literatury

Na podstawie przeprowadzonych badań w oparciu o literaturę przedmiotu można wywnioskować, że z jednej strony w arteterapii przebywa wartościowych opracowań ilościowych i metaanaliz przyczyniających się do naukowego uzasadnienia skuteczności metod. Znaczna liczba badań widoczna jest szczególnie w muzykoterapii. Z drugiej strony terapie przez twórczość poszukują odpowiednich podejść metodologicznych, które zdołałyby lepiej ująć specyfikę muzyki, sztuk plastycznych w relacji terapeutycznej. Poszukiwaniom tym towarzyszy opracowywanie własnej teorii przedmiotu. Co także jest sprawą niezwykle istotną [T. Stegemann, 2015, s. 62,63].

Wśród przyszłych wyzwań dla całej światowej arteterapii, z pewnością znajduje się problematyka postępów badawczych oraz rozwoju podstaw teoretycznych. Badania empiryczne, testujące stosowane już koncepcje oraz poszukujące nowych wątków, są jedyną drogą do wyjaśnienia procesu arteterapii.

Stały wzrost liczby badań mających na celu pogłębioną analizę i zrozumienie mechanizmu działania arteterapii może przyczynić się do budowania teorii uwzględniających specyfikę arteterapii, które będą albo uzupełniały dotychczasowe podejścia, albo znacząco je modyfikowały, albo proponowały całkowicie odrębne.

Coraz bardziej powszechne przekonanie o zasadności stosowania metod edukacji twórczej wymaga realizacji przyszłych zadań, które będą zwrotnie determinowały ich rozwój oraz skuteczność.

Realizacja opisanych powyżej zadań może przyczynić się do przyszłego pełniejszego wykorzystania możliwości kreacji w ramach arteterapii i twórczej edukacji, a także redukcji ryzyka, zagrożeń, ograniczeń oraz trudności [M. Stańko-Kaczmarek, 2013, s. 151,153].

Na podstawie przeprowadzonych badań odnoszących się do muzykoterapii będącej jedną z metod arteterapii można wywnioskować, że zaobserwowane efekty jej oddziaływania na dzieci poddane badaniu ukazują szerokie możliwości jej zastosowania. Zaobserwowane zmiany odnoszą się między innymi do wzrostu empatii oraz kontroli nad emocjami. Kreowanie muzykoterapii kreatywnej dziecka w wieku przedszkolnym, przyczynić może się do wypełniania jego twórczego potencjału, wspierania harmonijnego rozwoju https://zbc.uz.zgora.pl/dlibra/O_muzykoterapii_kreatywnej_dziecka_w_wieku_przedszkolnym/, (dostęp, 30.07.2024)].

7. Zakończenie

Arteterapia odnosi się do działań o charakterze edukacyjnym lub terapeutycznym, których forma (określana przez środki artystyczne, techniki, charakter aktywności) wpisuje się w obszar sztuk wizualnych. Zamierzone cele są realizowane w procesie twórczym – kreacji artystycznej, zachodzącej w przestrzeni sztuk wizualnych. Niewątpliwie skuteczność praktyki arteterapeutycznej wymaga badań nad przebiegiem składających się na nią procesów w kontekście realizacji zamierzonych celów [E. Józefowski, 2012, s. 11,33].

W związku z szerokimi możliwościami oddziaływania literatury celowe jest także ukazanie roli bajkoterapii jako skutecznej metody wspomagającej rozwój dzieci. Wybierając bajki terapeutyczne dla dziecka w wieku przedszkolnym oraz wczesnoszkolnym istotny jest emocjonalny aspekt wspierania małego odbiorcy, który nie tylko uświadamia sobie własne uczucia, ale także doświadcza nowych, nieznanych dotąd reakcji emocjonalnych. Przez

rzeczywiste lub przebiegające tylko w wyobraźni odgrywanie ról dziecko poszerza repertuar zachowań oraz rozwija umiejętność wczuwania się w emocje innych [B. Sufa, M. Janas, 2018, s. 429,436].

Duże znaczenie w rozwoju emocjonalnym dziecka w wieku przedszkolnym oraz wczesnoszkolnym niewątpliwie ma muzykoterapia jako jedna z metod arteterapeutycznych. Oddziaływanie terapeutyczne obejmuje cały organizm psychofizyczny i wpływa na emocje, dążenia, oczekiwania i marzenia. Efektem końcowym oddziaływań muzycznych jest więc poprawa nastroju, samopoczucia, usunięcie lęku oraz odreagowanie napięcia emocjonalnego. Sferą emocjonalną jest sfera, na którą muzyka oddziałuje szczególnie intensywnie, dlatego specyfiką muzykoterapii jest przede wszystkim dostarczanie przeżyć emocjonalnych, odpowiednio kształtowanych przez muzykę [D.Krzywoń, 2008, s. 51].

Analizując wyniki przeprowadzonych badań, można stwierdzić, że muzyka ma ogromny wpływ na rozwój emocjonalny dziecka. Poprzez obcowanie z muzyką dziecko uczy się zachowań społecznych i poznaje otaczający je świat. Obcowanie z muzyką wywołuje u niego zadowolenie i radość, czyli uczucia, które są bardzo istotne dla prawidłowego jego rozwoju. Radość ta potęguje się, gdy dziecko czynnie uczestniczy w powstawaniu muzyki, a także gdy muzyka motywuje je do działania. Poprzez kontakt z muzyką wśród dzieci w wieku przedszkolnym oraz wczesnoszkolnym rozwija się także wrażliwość. Kontakt z muzyką staje się źródłem odpowiednich stanów uczuciowych, wzruszeń i nastrojów. Przy czym siła i jakość wzbudzonych uczuć zależy nie tylko od charakteru muzyki, ale również od osobowości dziecka, jego chwilowego samopoczucia oraz od sytuacji, w której przebiega odbiór utworu muzycznego [B.Nowak, s. 68-70].

Na przykładzie ukazanego studium przypadku w niniejszym artykule można zauważyć, że pozytywny wpływ na rozwój emocjonalny dzieci ma także zastosowanie plastykoterapii jako kolejnej metody arteterapeutycznej. W ukazanym przypadku znaczny progres nastąpił w zakresie regulacji emocji, lepszego ich nazywania i zrozumienia. Okazywane emocje częściej miały charakter pozytywny. Wzrost pewności siebie oraz elastyczność w relacjach emocjonalnych przyczynił się natomiast do rozwoju w relacji społecznych. Poza tym na podstawie obserwacji własnej podczas warsztatów wywnioskowano, że w funkcjonowaniu dziewczynki nastąpiła większa wrażliwość na potrzeby innych, wzrost świadomości emocji własnych oraz większa wrażliwość plastyczna i estetyczna. U obserwowanego dziecka nastąpiła większa odporność na niepowodzenia, umiejętność czerpania satysfakcji z tworzenia, a także poszukiwania własnej ekspresji twórczej.

Niewątpliwie badania w zakresie arteterapii należy cały czas pogłębiać, przyczyniając się w ten sposób do lepszego jej poznania. Dzięki wnikliwym analizom zarówno nauczyciel, jak i terapeuta będą mogli dotrzeć do jak najróżniejszych oddziaływań wpływając na jak najlepsze funkcjonowanie dziecka. Należy zatem proces oddziaływań terapeutycznych z dziećmi jak najwcześniej. Rola badaczy oraz pedagogów w tym zakresie jest niewątpliwie istotna.

Bibliografia:

1. Chełkowska-Zacharewicz M. (2020) Reakcje emocjonalne na muzykę. Natura emocji w doświadczeniu muzycznym W: M. Chełkowska-Zacharewicz, J. Kalesińska-Rodziej (red.) *Psychologia muzyki*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s.126.

2. Józefowski E., (2012) *Arteterapia w sztuce i edukacji. Praktyka oddziaływań arteterapeutycznych z zastosowaniem kreacji plastycznej*, Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Adama Mickiewicza s.11,33.
3. Karolak W. (2019). *Arteterapia dla dzieci i młodzieży. Scenariusze zajęć*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s.13.
4. Krzywoń D. (2008). *Kraina kreatywności. Sposoby przeciwdziałania rutynie w pracy z dziećmi poprzez ekspresję twórczą*, Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza Humanitas , s. 51
5. Kuciapiński M.J. (2013) Wpływ arteterapii na rozwój osobowy dzieci w wieku przedszkolnym. *Pedagogika Rodziny* 3/3, s. 31,32.
6. Nowak B (2014) Muzyka, a rozwój emocjonalno-społeczny dzieci w wieku przedszkolnym. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Pedagogika* 9, s. 68,70
7. Sacher W., A. (2004) *Słuchanie muzyki a kształtowanie emocjonalności dzieci*, Katowice, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 25.
8. Skałbiana B., Lewandowska-Kidoń (2022). *Terapia pedagogiczna w teorii i działaniu*, Kraków: Wydawnictwo Impuls s. 226-228, 241-242.
9. Słowińska-Golec M. (2011). *Razem najlepiej - czyli jak wykorzystywać arteterapię do budowania relacji w rodzinie*, Konin: Wydawnictwo Psychoskok, s.12-14.
10. Stańko-Kaczmarek M. (2013). *Arteterapia i warsztaty edukacji twórczej* (red.), Warszawa: Wydawnictwo Difin s.151,153.
11. Stegemann T. (2015), Część ogólna, W: T.Stegemann, Hitzeler M., Blotevogel M. (red.) *Arteterapie dla dzieci i młodzieży*, Gdańsk: Wydawnictwo Harmonia Universalis s.21, 62,63.
12. Suła B. Janas M. (2018)., Bajkoterapia jako skuteczna metoda wspomagająca rozwój dziecka. *Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna* nr 2(12), s. 429,436.
13. Szczerska T. (2020). *Emocje w procesie arteterapii "Edukacja humanistyczna"* nr 2(43) s. 61-62..
14. Woźniak-Czech E.(2022/2023), Po co dzieciom potrzebna jest arteterapia? Arteterapia w nauczaniu początkowym-teoria i praktyka. *Edukacja wczesnoszkolna - zeszyty kieleckie* nr 1, Kielce: Wydawnictwo Pedagogiczne ZNP, s. 8.

Wykaz stron internetowych:

15. <https://wydawnictwo.wsge.edu.pl/Edukacja-muzyczna-muzyka-jako-forma-wyrazania-emocji-u-dzieci-w-nwieku-przedszkolnym/>, (dostęp, 30.07.2024).
16. https://zbc.uz.zgora.pl/dlibra/O_muzykoterapii_kreatywnej_dziecka_w_wieku_przedszkolnym/, (dostęp, 30.07.2024).
17. https://journals.ur.edu.pl/kpe/Znaczenie_czytania_bajek_dla_rozwijania_wrazliwosci_dziecka_w_opinii_nauczycieli_wychowania_przedszkolnego/, (dostęp, 31.07.2024).

8. AI ACT: REGULACJA PRZYSZŁOŚCI SZTUCZNEJ INTELIGENCJI W EUROPIE

Aleksandra Chciuk

Uniwersytet Śląski w Katowicach
Wydział Prawa i Administracji
zam. ul. Elizy Orzeszkowej 13, 44-100 Gliwice
Email: aleksandraachciuk@gmail.com

Oliwia Maga

Uniwersytet Śląski w Katowicach
Wydział Prawa i Administracji
zam. ul. Myśliwska 103
43-376dziszka
Email: oliwiadanutamaga@gmail.com

1. Wprowadzenie do problematyki

Wzrost zastosowania sztucznej inteligencji w systemach wspomagających obszary życia społecznego, procesy intelektualne czy sektory gospodarcze otworzyło wśród ekspertów dyskusję na temat konsekwencji dla ludzkości na całym świecie. Celem jednolitego uregulowania problematyki sztucznej inteligencji Parlament Europejski i Rada (UE) z dniem 13 czerwca 2024 r. uchwalił rozporządzenie 2024/1689 w sprawie ustanowienia zharmonizowanych przepisów dotyczących sztucznej inteligencji oraz zmiany rozporządzeń (WE) nr 300/2008, (UE) nr 167/2013, (UE) nr 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139 i (UE) 2019/2144 a także dyrektyw 2014/90/UE, (UE) 2016/797 i (UE) 2020/1828 (dalej jako „AI act”, „Akt w sprawie sztucznej inteligencji”, „Akt”). Powyższy akt prawny stanowi pierwszą na świecie regulację dotyczącą systemów bazujących na sztucznej inteligencji (dalej AI). Jego kompleksowość opiera się na ustanowieniu spójnych ram prawnych w zakresie powstawania sztucznej inteligencji oraz korzystania z jej rozmaitych systemów i rozwiązań (*D.Filsak, Akt w sprawie sztucznej inteligencji, 2024, lex*).

Z uwagi, iż akt w sprawie AI stanowi w przestrzeni systemów prawnych całkowite novum, które daje podwaliny dla dalszego rozwoju niedawno powstałej gałęzi prawa - prawa sztucznej inteligencji - celem niniejszej pracy będzie dogłębna analiza regulacji. W pierwszej kolejności przedstawiony zostanie zarys historyczny powstania aktu, zakres podmiotowy i przedmiotowy, przybliżone zostaną obszary regulacji, a następnie elementy charakterystyczne, jakie wykreował ustawodawca unijny. W dalszej kolejności przeanalizowane zostaną instrumenty mające na celu ograniczenie negatywnych skutków korzystania z AI oraz pobudzające dalszy rozwój i eksploatację systemów bazujących na systemach AI.

2. Rys historyczny

Procedura ustawodawcza rozporządzenia AI Act nie sięga daleko w przeszłość, ponieważ został zapoczątkowany na wniosek Komisji Europejskiej 21 kwietnia 2021 roku (Wniosek Komisji Europejskiej, Bruksela, dnia 21.4.2021, COM (2021) - dalej jako „Wniosek”). Konieczność prawnego uregulowania przestrzeni AI popierał fakt, iż sztuczna inteligencja jako szybko rozwijająca się grupa technologii, mogących przynieść wiele korzyści społecznych i ekonomicznych - co właściwie dotyczy każdej z branży i każdego z obszarów działalności społecznej - może równocześnie otworzyć szereg skutków negatywnych i zagrożeń dla społeczności na całym świecie. Jednocześnie wskazano, że rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji dostarczają lepszych i znacznie szybszych efektów co w konsekwencji przyczynić się może do wzrostu znaczenia krajów Unii Europejskiej w obszarze konkurencyjności europejskich przedsiębiorstw i gospodarki. Wystosowanie owego Wniosku miało także być realizacją zobowiązania politycznego podjętego przez przewodniczącą Komisji Europejskiej - Ursulę von der Leyen w wytycznych Komisji na lata 2019-2024 r. W związku z tym zobowiązaniem także, w dniu 19 lutego 2020 r. Komisja wystąpiła z tzw. białą księgą w sprawie sztucznej inteligencji (*Komisja Europejska „Biała księga w sprawie sztucznej inteligencji. Europejskie podejście do doskonałości i zaufania”, COM(2020) 65 final, 2020 r.*). W księdze tej określono strategię mającą na celu osiągnięcie podwójnego celu: z jednej strony promocję stosowania sztucznej inteligencji w związku z nieustannym rozwojem nowych technologii, a z drugiej strony wskazanie zagrożeń jakie niesioną niektóre z rozwiązań sztucznej inteligencji.

Rezultat wniosku Komisji Europejskiej - Rozporządzenie AI Act - to także odpowiedź na wiele apeli kierowanych przez Parlament Europejski (PE) i Radę Europejską, które wskazywały na konieczność podjęcia ustawodawczych działań celem zapewnienia prawidłowego funkcjonowania rynku wewnętrznego związanego z systemami sztucznej inteligencji. Precyzując, Rada Europejska wskazywała na konieczność osiągnięcia przez Unię Europejską rangi lidera w sprawach rozwoju sztucznej inteligencji która jest wiarygodna, bezpieczna i etyczna (*Rada Europejska, Nadzwyczajne posiedzenie Rady Europejskiej (1 i 2 października 2020 r.) – Konkluzje, EUCO 13/20, 2020, s. 6*). Z kolei zaś Parlament Europejski wskazywał na konieczność ustanowienia ochrony tych zasad etycznych (*Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 20 października 2020 r. zawierająca zalecenia dla Komisji w sprawie ram aspektów etycznych sztucznej inteligencji, robotyki i powiązanych z nimi technologii, 2020/2012(INL)*).

Nadto, w 2017 roku Rada Europejska w swoich konkluzjach sygnalizowała, że nowe trendy potrzebują pilnego reagowania, a w kontekście sztucznej inteligencji konieczne jest „zapewnienie wysokiego poziomu ochrony danych, praw cyfrowych, standardów etycznych (*Rada Europejska, Posiedzenie Rady Europejskiej (19 października 2017 r.) – Konkluzje EUCO 14/17, 2017, s. 8*). Z kolei, dwa lata później, bo w konkluzjach z 2019 roku Rada Europejska wskazała na konieczność zapewnienia poszanowania praw obywatelskich w Unii Europejskiej, skłaniając jednocześnie do zmiany przepisów ich regulujących - celem zaktualizowania ich do nowych możliwości i zagrożeń wyznaczonych przez sztuczną inteligencję. To także w tej konkluzji Rada Europejska wezwała do określenia zastosowania AI, które mają być nazwane jako tzw. zastosowania wysokiego ryzyka (*Rada Europejska,*

Nadzwyczajne posiedzenie Rady Europejskiej (1 i 2 października 2020 r.) – Konkluzje, *EUCO 13/20, 2020 r.*

Parlament Europejski również nie pozostawał bierny w zakresie prac nad prawną regulacją sztucznej inteligencji. W październiku 2020 r. przyjęto rezolucję między innymi w sprawie aspektów etycznych (Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 20 października 2020 r. w sprawie ram aspektów etycznych sztucznej inteligencji, robotyki i powiązanych z nimi technologii, 2020/2012(INL)). Z kolei w 2021 roku - rezolucję w sprawach karnych. Wszystkie te prace, dokonane przez Unię Europejską pozwoliły finalnie przyjąć pierwszą w historii regulację w zakresie sztucznej inteligencji. Nowa regulacja została przyjęta przez Parlament Europejski 13 marca 2024 r. i została jednogłośnie zatwierdzona przez Radę Unii Europejskiej 21 maja 2024 r. Rozporządzenie dot. AI Act weszło ty samym w życie 1 sierpnia 2024 r. i choć dla poszczególnych rozdziałów określono inne daty rozpoczęcia stosowania to zgodnie z art. 113, regulację będzie stosować się od 2 sierpnia 2026 r.

3. Zakres podmiotowy

Ustawodawca unijny kierując się zasadą niedyskryminacji podmiotów i mając na celu skuteczną ochronę praw i wolności osób fizycznych i przedsiębiorstw zdecydował się na szerokie zakreślenie kręgu podmiotów podporządkowanych reżimowi rozporządzenia AI Act. Wskazać bowiem należy, iż zgodnie katalogiem ujętym w punkcie (10) i art. 2 pkt 1 Rozporządzenia zakres podmiotowy rozciąga się na:

- a) dostawców wprowadzających do obrotu lub oddających do użytku systemy AI lub wprowadzających do obrotu modele AI ogólnego przeznaczenia w Unii, niezależnie od tego, czy dostawcy ci mają siedzibę lub znajdują się w Unii czy w państwie trzecim
- b) podmiotów stosujących systemy AI tj. użytkownicy, którzy to podmioty mają siedzibę lub znajdują się w Unii
- c) importerów i dystrybutorów systemów AI
- d) producentów produktu, którzy pod własną nazwą lub znakiem towarowym oraz wraz ze swoim produktem wprowadzają do obrotu lub oddają do użytku system AI
- e) upoważnionych przedstawicieli dostawców niemających siedziby w Unii
- f) osoby, na które AI ma wpływ i które znajdują się w Unii.

Dodatkowo celem zapobiegnięcia obchodzenia przepisów rozporządzenia zakres podmiotowy rozciągnięto dodatkowo na dostawców systemów i użytkowników systemów sztucznej inteligencji, którzy mają co prawda siedzibę w państwie trzecim, jednak wyniki działania ich systemów są wykorzystywane na terenie Unii. Mowa więc tutaj o rozszerzeniu kręgu podmiotów a tym samym na rozszerzeniu obowiązywania Rozporządzenia. Równocześnie w ramach regulacji ustawodawca unijny dokonał zawężenia kręgu podmiotowego poprzez wyłączenie podmiotów działających w ramach jednego z trzech głównych obszarów tj. badań naukowych, działalności rozwojowej, czy dotyczących bezpieczeństwa narodowego tj. systemów militarno-wojskowych wykorzystujące systemy AI.

4. Zakres przedmiotowy

W pierwszej kolejności zaznaczyć należy, iż już w preambule Aktu wskazano, że uwzględnia przepisy Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (*Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej. Rzym.1957.03.25., Dz.U.2004.90.864/2 z dnia 2004.04.3*) - dalej jako

„TFUE” - zwłaszcza art. 16 oraz art. 114 TFUE, a zatem przepisy dot. prawa każdego człowieka do ochrony danych osobowych, które jego dotyczą a także przepisy dot. zapewniania wspólnego rynku wewnętrznego w Unii Europejskiej. W konsekwencji oznacza to, że AI Act ten nie wyłącza innych europejskich regulacji, takich jak np. RODO, które nadal obowiązują także na tle przetwarzania danych osobowych w różnych systemach AI. Rozwiązanie to należy ocenić jako pozytywne, ponieważ nie narusza skuteczności dotychczas zaimplementowanych regulacji krajowych.

Celem jednoznacznego określenia zakresu przedmiotowego regulacji ustawodawca unijny dokonał próby zdefiniowania pojęcia systemu AI. Powyższe na potrzeby regulacji należy rozumieć jako *„system maszynowy, zaprojektowany do działania z różnym poziomem autonomii, który może po wdrożeniu wykazywać zdolność adaptacji i który – do wyraźnych lub dorozumianych celów – wnioskuje, jak generować na podstawie danych wejściowych wyniki, takie jak predykcje, treści, zalecenia lub decyzje, które mogą wpływać na środowisko fizyczne lub wirtualne”* (art. 3 pkt 1 Aktu)”. Warto w tym miejscu podkreślić, iż dokonano tutaj wskazania elementów charakterystycznych i odróżniających systemu wykorzystującego AI od systemów typu software. Wskazać tutaj między innymi należy zdolność do autonomicznego podejmowania działania tj. działania bez pomocy człowieka, samodzielnego wnioskowania w oparciu o posiadana bazę wiedzy - czym samym może bezpośrednio oddziaływać na świat zewnętrzny - czy znaczącą zdolność adaptacyjną.

W oparciu o przytoczone elementy charakterystyczne systemów AI ustawodawca unijny zdecydował się na klarowną klasyfikację systemów AI według kryterium oceny ryzyka funkcjonowania (*ang. risk-based approach*). Celem podziału było dostosowanie zasięgu ingerencji przepisów Rozporządzenia do poszczególnych grup systemów. Tym samym w wyniku podziału doszło do powstania czterech odrębnych grup:

- I. Pierwszą kategorię stanowią systemy AI, których wykorzystywanie w sposób wskazany w AI Act jest zabronione (*ang. prohibited AI practices*) - a to w związku ze zbyt wysokim poziomem ingerencji w wartości chronione. Obejmuje między innymi systemy AI takie jak systemy oparte na scoringu społecznym czy systemy zdalnej identyfikacji biometrycznej w czasie rzeczywistym.
- II. Drugą kategorią są systemy wysokiego ryzyka (*ang. high-risk AI systems*) - dozwolone w stosowaniu, ale pod warunkiem spełnienia wymogów ustanowionych. Zaliczyć do nich należy m.in. systemy wspomagania decyzji w rekrutacji, oceny zdolności kredytowej, czy orzekania w sprawach sądowych.
- III. Trzecią kategorię stanowią systemy generujące ryzyko w ograniczonym stopniu (*ang. limited risk*). Kategoria ta obejmuje systemy SI, które mogą mieć ograniczony wpływ na prawa i bezpieczeństwo osób fizycznych, np. chatboty, systemy rozpoznawania twarzy, systemy filtrowania treści w mediach społecznościowych.
- IV. Wreszcie, czwartą kategorią są systemy niegenerujące żadnego ryzyka, albo generujące je, jednakże na minimalnym poziomie. Nie stwarzają one znaczącego zagrożenia dla praw i bezpieczeństwa osób fizycznych, np. kalkulatory, proste gry, systemy rekomendacji oparte na popularnych produktach.

W ramach zakresu przedmiotowego najobszerniejszym uregulowaniu ustawodawca unijny poddał systemy AI wysokiego ryzyka (ang. high-risk AI system). Definicja systemu wysokiego ryzyka została sformułowana w Sekcji 1 w art. 6 Rozporządzenia i należy przez nie rozumieć systemy spełniające równocześnie dwie przesłanki:

- a) jest przeznaczone do wykorzystania jako związane z bezpieczeństwem element produktu objętego unijnym prawodawstwem harmonizacyjnym wymienionym w załączniku I lub sam system AI jest takim produktem. Za element związany z bezpieczeństwem słowniczek Rozporządzenia rozumie element produktu lub systemu, który spełnia funkcję bezpieczeństwa w przypadku tego produktu lub systemu lub którego awaria bądź nieprawidłowe działanie zagrażają zdrowiu i bezpieczeństwu osób lub mienia.
- b) produkt, którego związanym z bezpieczeństwem elementem jest zgodnie z lit. a) system AI, lub sam system AI jako produkt podlegają - na podstawie unijnego prawodawstwa harmonizacyjnego wymienionego w załączniku I - ocenie zgodności przez stronę trzecią w związku z wprowadzeniem tego produktu do obrotu lub oddaniem go do użytku.

Za systemy wysokiego ryzyka uznano systemy AI o których mowa w załączniku III m.in pochodzące z sektorów takich jak: biometrię, infrastrukturę krytyczną, kształcenie i szkolenie zawodowe, zatrudnienie, zarządzanie pracownikami i dostęp do samozatrudnienia, dostęp do podstawowych usług prywatnych i publicznych, ściganie przestępstw, zarządzanie migracją, azylem i kontrolą graniczną, sprawowanie wymiaru sprawiedliwości i procesów demokratycznych.

Z tego też względu systemy wysokiego ryzyka można podzielić na dwie główne grupy. Pierwszą stanowią systemy AI samodzielne, a więc stanowiące samoistny produkt lub należące do produktów objętych „szczegółowym unijnym prawodawstwem harmonizacyjnym”. Mowa tutaj zatem o urządzeniach, które muszą zapewniać bezwzględne bezpieczeństwo ich użytkownikom np. dźwigi, pojazdy kołowe, koleje linowe, systemy lotnictwa cywilnego, wyroby medyczne. Drugą grupę stanowią systemy AI wykorzystywane w kluczowych obszarach ludzkiej egzystencji (np. w zakresie kształcenia zawodowego będące systemami decydującymi o przyjęciu do danej placówki edukacyjnej, programów kwalifikujących do świadczeń publicznej opieki zdrowotnej ocena zdolności kredytowej). Systemy AI zidentyfikowane na tej podstawie podlegają rejestracji w unijnej bazie danych.

Wyłączone spod kategorii systemów wysokiego ryzyka zostały natomiast systemy, które co prawda zaliczyć można by było do systemów wysokiego ryzyka, jednak nie stwarzają one ryzyka dla zdrowia, bezpieczeństwa, czy praw podstawowych. Ciężarem odpowiedzialności za bezpieczeństwo w funkcjonowaniu systemów AI o stopniu wysokiego ryzyka obarczono w pierwszej kolejności dostawców systemu, a zastępczo także importerów i dystrybutorów.

Z uwagi na główny cel rozporządzenia tj. ochronę bezpieczeństwa, zdrowia ludzkiego oraz praw podstawowych także w oparciu o role jakie odgrywają obszary w jakim systemy AI wysokiego ryzyka mają zastosowanie ustawodawca unijny wprowadza tzw. wymogu przejrzystości. Wymóg ten oznacza nakaz umieszczenia informacji dla użytkowników, iż podczas korzystania wchodzi w interakcję z systemem AI a więc z wytworem sztucznym, a nie człowiekiem. Takiemu wymogowi w ramach reżimu AI Act podlegać będą wytwory AI takie jak dźwięki, czy obrazy. Takie rozwiązanie należy ocenić jako pozytywną, bardzo

szczegółową i kompleksową. Bowiem w dobie tak szybkiego rozwoju nowych technologii, w tym sztucznej inteligencji, taka regulacja jest adekwatna. Stąd też, każdy użytkownik korzystający ze sztucznej inteligencji - czy to zawodowo czy na potrzeby prywatne - powinien zaznajomić się z nowo wprowadzonymi europejskimi regulacjami dot. sztucznej inteligencji.

5. Obowiązki podmiotów

Z uwagi na niebezpieczeństwo jakie pociąga za sobą użytkowanie systemów wysokiego ryzyka, ustawodawca unijny zdecydował się na uregulowanie szeregu obowiązków dla podmiotów je stosujących. Najszerzy zakres obowiązków nałożony został na dostawców systemów AI. Zgodnie z Rozporządzeniem będą oni zobowiązani m.in.:

- do stosowanie zasad klasyfikacji jako system wysokiego ryzyka (art. 6 AI Act) i udokumentowania w przypadku kiedy wdrożony system nie będzie systemem zaliczanym do stopnia wysokiego ryzyka,
- wdrożenie systemu zarządzania ryzykiem (art. 9)
- wdrożenie zasad dot. zarządzania danymi i zarządzania jakością (art. 10)
- stworzenie dokumentacji technicznej (art. 11)
- automatycznie generowany rejestr zdarzeń (art. 12 i art. 19)
- zapewnienie przejrzystych informacji dla użytkowników (art. 13)
- zapewnienie nadzoru człowieka (art. 14),
- zapewnienie dokładności, solidności, cyberbezpieczeństwa (art. 15)
- sporządzenie dokumentacji związanej z oceną i zarządzaniem zgodnością (art. 16)
- wdrożenie systemu zarządzania jakością (art. 17)
- prowadzenie i przechowywanie dokumentacji (art. 18) – minimum przez 10 lat,
- współpraca z właściwymi organami (art. 21)
- wyznaczenie upoważnionego przedstawiciela na terenie UE (art. 22)
- prowadzenie oceny skutków systemów AI wysokiego ryzyka dla praw podstawowych (art. 27)
- zapewnienie zgodności ze specyfikacjami wydawanymi przez Komisję Europejską (art. 41),
- ocena zgodności (art. 43),
- certyfikacja (art. 44),
- deklaracja zgodności UE (art. 47)
- oznakowanie CE (art. 48)
- rejestracja podmiotu i systemu AI w bazie danych UE (art. 49 i art. 71),
- monitorowanie po wprowadzeniu do obrotu i plan monitorowania systemów AI wysokiego ryzyka po ich wprowadzeniu do obrotu (art. 72)
- zgłaszanie poważnych incydentów (art. 73)

6. Zakaz praktyki

Jeden z ważniejszych elementów regulacji został ujęty w art. 5 Rozporządzenia. Ustawodawca unijny ujął w nim otwarty katalog tzw. „praktyk zakazanych” w zakresie sztucznej inteligencji. Praktyki takie mają na celu uniemożliwić wykorzystywanie systemów AI i zapobiec skutkom związanego z ich stosowaniem wysokiego ryzyka. Zaliczyć do nich można m.in:

1. Systemy sztucznej inteligencji wykorzystujące techniki podprogowe lub celowo manipulują lub wprowadzające w błąd
2. Systemy sztucznej inteligencji wykorzystując słabe punkty osoby lub określonej grupy osób (np. z uwagi na jej wiek, niepełnosprawność, szczególną sytuację społeczną, taką jak chociażby przynależność do mniejszości etnicznej/religijnej/seksualnej)
3. Systemy oceny społecznej
4. Systemy sztucznej inteligencji przeznaczone do oceny ryzyka w odniesieniu do prawdopodobieństwa przestępstwa
5. Bazy danych rozpoznawania twarzy
6. Rozpoznawanie emocji w miejscach pracy i instytucjach edukacyjnych
7. Systemy kategoryzacji biometrycznej
8. Zdalne systemy identyfikacji biometrycznej "w czasie rzeczywistym" w publicznie dostępnych przestrzeniach do celów egzekwowania prawa.

Warto nadmienić, iż w przypadku stosowania zakazanych praktyk AI ustawodawca unijny przewidział sankcje nakładane proporcjonalnie w stosunku do skali działalności przedsiębiorstwa. Sankcja pieniężna może sięgać nawet do 35 milionów euro (ewentualnie karą wynoszącą do 7% ich globalnego rocznego obrotu z ostatniego roku finansowego). W przypadku naruszenia pozostałych obowiązków kara może sięgać do 15 milionów euro (3% światowego obrotu rocznego).

Nowe rozporządzenie zakłada wyznaczenie Europejskiej Rady ds. Sztucznej Inteligencji oraz wyłonienie organów krajowych państwach członkowskich, których zadaniem będzie zapewnienie skutecznego egzekwowania nowych przepisów na poziomie krajowym.

Szeroki zakres sankcji i obowiązków jakie zdecydował się nałożyć ustawodawca unijny na dostawców wskazuje na wagę wartości chronionych tj. bezpieczeństwa, zdrowia i praw podstawowych a które mogą zostać narażone na niebezpieczeństwo w przypadku niezgodnego z prawem stosowania i użytkowania systemów AI.

7. Rzeczypospolita Polska i wdrażanie rozporządzenia do porządku prawnego

Dnia 10 września 2024 roku, odbyło się spotkanie Europejskiej Rady ds. Sztucznej Inteligencji (AI Board). W rozmowach wzięli udział przedstawiciele Komisji Europejskiej i państw członkowskich, którzy omówili kwestie organizacji pracy Rady oraz działania poszczególnych krajów, które wiążą się z wdrażaniem przepisów AI Act. Dyrektorka Departamentu Badań i Innowacji w Ministerstwie Cyfryzacji, Pamela Krzypkowska. Zgodnie z opublikowanym wpisem na stronie Serwis Rzeczypospolitej Polskiej gov.pl „W Ministerstwie Cyfryzacji traktujemy ten temat priorytetowo, intensywnie pracujemy nad projektem ustawy, który pozwoli stosować Akt. Liczymy, że bliska i konkretna współpraca z instytucjami unijnymi w ramach między innymi Rady ds. AI pozwoli nam szybko i sprawnie wdrożyć tę regulację na gruncie krajowym w sposób zrozumiały - i korzystny - dla wszystkich. Chcemy także, aby polski system nadzoru nad AI był jasny i przyjazny dla polskich innowatorów, z którymi konsultujemy się m.in. w ramach prac Grupy Roboczej ds. AI – mówi Dariusz Standerski, Sekretarz Stanu w Ministerstwie Cyfryzacji.

Warto jednak wskazać, iż przepisy Rozporządzenia będą obowiązywać po upływie 24 miesięcy od jego ogłoszenia, a w przypadku części przepisów te terminy to kolejno 6, 12 i 36 miesięcy. W lutym 2025 r. mocy nabiorą przepisy zakazujące stosowania na terenie Unii

Europejskiej szczególnie niebezpiecznych systemów AI. W sierpniu 2025 r. w życie wejdą przepisy kluczowe dla nadzoru nad sztuczną inteligencją dotyczące m.in. określenia organu nadzoru rynku i dotyczące kar za naruszenia Aktu. Jako ostatnie zaczną obowiązywać przepisy, które odnoszą się do systemów AI wysokiego ryzyka oraz związanych z nimi obowiązków. Ich wejście w życie nastąpi w sierpniu 2026 r.

8. Wnioski

Biorąc pod uwagę przytoczoną analizę należy stwierdzić, iż w dobie rosnącej cyfryzacji wejście w życie Rozporządzenia, które jednoznacznie wyznacza ramy zastosowania systemów bazujących na sztucznej inteligencji stało się niezbędne celem dalszej, skutecznej ochrony zdrowia, bezpieczeństwa i poszanowania praw podstawowych. Dodatkowo regulacja unijna jako pierwsza na świecie dokonuje próby przeciwdziałania niebezpieczeństwu jakie pociąga szybki rozwój sztucznej inteligencji i stanowi harmonizację przepisów dla państw członkowskich UE. Należy w tym miejscu jednak podkreślić, iż dalszy, efektywny rozwój regulacji uzależniony będzie w szczególności od prac legislacyjnych poszczególnych państw członkowskich i obranemu przez nich kierunkowi.

Bibliografia:

1. <https://sip.lex.pl/komentarze-i-publicacje/komentarze-praktyczne/akt-w-sprawie-sztucznej-inteligencji-470276293> (dostęp, 10 września 2024 r.).
2. <https://cgolegal.pl/baza-wiedzy/biezace-doradztwo-prawne/ai-act/> (dostęp, 10 września 2024 r.).
3. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52021PC0206#footnote10> (dostęp, 10 września 2024 r.).
4. <https://sip.lex.pl/akty-prawne/dzienniki-UE/rozporzadzenie-2024-1689-w-sprawie-ustanowienia-zharmonizowanych-72359064/roz-3> (dostęp, 10 września 2024 r.).
5. <https://itwiz.pl/ai-act-totalna-regulacja-sztucznej-inteligencji-w-ue/> (dostęp, 10 września 2024 r.).
6. https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2024/04/Przewodnik-po-sztucznej-inteligencji-2024_IAB-Polska.pdf (dostęp, 10 września 2024 r.).
7. <https://kancelaria-skarbiec.pl/rozporzadzenie-ai-zakazy-i-obowiazki/> (dostęp, 10 września 2024 r.).
8. <https://www.prawo.pl/samorzad/czy-dany-system-ai-jest-system-wysokiego-ryzyka,526777.html> (dostęp, 10 września 2024 r.).
9. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/pl/policies/regulatory-framework-ai> (dostęp, 10 września 2024 r.).
10. <https://lexdigital.pl/zakazane-praktyki-ai-act> (dostęp, 10 września 2024 r.).

9. METODYKI ZARZĄDZANIA PROJEKTAMI

Alicja Wielgus

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Email: alicza@onet.pl

1. Wstęp

Skuteczne funkcjonowanie organizacji, zdobycie przewagi konkurencyjnej w turbulentnym i szybko zmieniającym się otoczeniu, efektywna adaptacja do zmian to cele każdego przedsiębiorstwa. Osiągnięcie ich natomiast nie byłoby możliwe bez skutecznego zarządzania projektami. W obliczu rosnącej złożoności przedsięwzięć konieczności podążania i dostosowywania się do częstych zmian technologicznych, ale również rynkowych - wybór odpowiedniej metodyki zarządzania projektami staje się fundamentalnym czynnikiem wpływającym na sukces przedsięwzięcia. Wybór odpowiedniego podejścia nie tylko pozwala na optymalizację zasobów, efektywne wykorzystanie kapitału i kontrolowanie ryzyka, ale również ułatwia planowanie harmonogramu pracy i wywiązywanie się z narzuconych terminów.

Podejście do zarządzania projektami ewoluowało na przestrzeni lat, tak samo na przestrzeni ostatniej dekady nastąpił dynamiczny rozwój metodyk zwinnych (ang. Agile technologies). Głównym powodem zainteresowania się alternatywnymi metodykami stała się powszechna krytyka długofalowego, szczegółowego planowania jak w przypadku metodyk twardych (takich jak: PRINCE2® i PMI PMBoK). Wraz ze zmianą otoczenia, które dynamicznie przybiera inne formy, pojawiła się konieczność szybkiego dostosowywania się do zmian [Wyrozębski, 2011]. Stąd długofalowe planowanie nie sprawdza się już w tak dużym stopniu jak wcześniej w zarządzaniu projektami. Od organizacji przede wszystkim oczekuje się szybkiej i efektywnej adaptacji, posiadania scenariusza awaryjnego.

Obecnie coraz większą popularnością cieszą się również hybrydowe modele, które łączą najlepsze cechy obu światów - tradycyjnego i zwinnego – dostosowując je do specyfiki projektów oraz wymagań organizacji.

Celem tego artykułu jest analiza metodyk zarządzania (zarówno twardych jak i miękkich), porównanie ich pod kątem efektywności i zdolności adaptacji do zmian i potrzeb biznesowych. Przedstawiona zostanie również terminologia związana z zarządzaniem projektami oraz omówione zostaną wyzwania, które organizacje napotykają przy wdrażaniu tych podejść. Artykuł poruszy również kluczową kwestię analizy czynników wpływających na wybór odpowiedniej metodyki.

2. Pojęcie i podział metodyk zarządzania projektami

Najczęściej przytaczaną definicją słowa projekt jest ta, stworzona przez Project Management Institute: „Projekt to tymczasowa działalność podejmowana w celu wytworzenia unikatowego wyrobu, dostarczenia unikatowej usługi lub otrzymania unikatowego rezultatu” [Project Management Institute, 2017]. Z tej definicji wynika zatem, iż jest on pewnego rodzaju

przedsięwzięciem mającym na celu stworzenie czegoś unikatowego. Co więcej, posiada on jasno określony w czasie cel, przypisane zasoby oraz jest niepowtarzalny. Na samo osiągnięcie celów projektu ma wpływ wiele czynników, natomiast jako krytyczne czynniki sukcesu w zarządzaniu projektami uważa się „zasadnicze cechy projektu bądź zdarzenia, które mogą wystąpić i wpłynąć na osiągnięcie zamierzonych celów projektu” [Spalek, 2004].

Współczesna i jakże dynamiczna rzeczywistość wymusza na projektach konieczność ciągłej adaptacji do zmiany i samodoskonalenia. Osiągnięcie przewagi konkurencyjnej wynika zatem nie ze ścisłego trzymania się planu, lecz reagowaniu na nieplanowane zmiany. „Sprawne zarządzanie projektami za pomocą efektywnych metod pomaga doprowadzić do sytuacji, w której korzyści lub cele są osiągnięte w ramach założonego budżetu, w określonym czasie i zgodnie z obowiązującymi standardami jakości. Stały postęp techniczny powoduje ciągłe poszerzanie się potencjalnych możliwości, ale także zwiększa ryzyko, które należy niwelować” [Kos, 2019].

Metodyka zarządzania projektami to pewnego rodzaju zestaw narzędzi, technik i wytycznych, które pomagają w efektywnym planowaniu, realizacji, monitorowaniu oraz zakończeniu projektu. To technika wykonania konkretnego zadania, której celem samym w sobie jest wykonanie określonego planu. Głównym celem metodyk jest usprawnienie procesu zarządzania poprzez zorganizowane podejście do kluczowych aspektów projektu, takich jak zakres, czas, koszt, jakość, ryzyko, zasoby czy komunikacja. Metody zarządzania w przedsiębiorstwie rozumiane są jako powtarzalne sposoby działania, służące osiągnięciu określonego celu i możliwe do wielokrotnego powtarzania [Wróblewski, 2017].

W zarządzaniu projektami, metodyki pomagają kierownikom projektów oraz zespołom w podejmowaniu właściwych decyzji na każdym etapie projektu. Dobrze dobrana metodyka wpływa na minimalizację ryzyka oraz zwiększenie przewidywalności wyników projektu. Najczęściej stosowane metodyki można podzielić na tradycyjne (kaskadowe), zwinne (Agile) oraz hybrydowe, łączące elementy obu podejść.

3. Klasyfikacja Metodyk

- **Tradycyjne metodyki**
 - PRINCE2
 - PMBOK
 -
- **Zwinne metodyki (Agile)**
 - Scrum
 - Kanban
 - Extreme Programming

Tabela 1. Porównanie metodyk zwinnych oraz tradycyjnych zarządzania projektami

Adaptacyjne	Tradycyjne
Zorientowane na dostarczanie funkcjonalności	Zorientowane na podział zadań
Plany są hipotezą, nie przewidywaniem	Plany są przewidywaniem odnośnie przyszłości
Sukces rozumiany jako zdolność adaptacji do zmieniających się warunków w projekcie	Sukces rozumiany jako zgodność z wcześniej założonym planem
Duża precyzja planu dla wczesnych iteracji, ogólny plan dalszych faz projektu	Szczegółowy plan opracowany jest dla całego projektu
Przyczyny odchylenia od planu są analizowane i dostarczają informacji do zmiany planu kolejnych faz projektu (adaptive action)	Odchylenia od planu są taktowane jako błędy zarządzania i wymagają bezkrytycznej poprawy (corrective action)
Zarządzanie zmianą jest motorem dla procesów innowacyjnych	Zarządzanie zmianą często degeneruje się do biurokratycznych procedur blokujących zmianę
Zorientowane na stworzenie samoorganizującego się, samodyscyplinującego się zespołu projektowego	Zorientowane na procedury i techniki kontroli oraz mikrozarządzanie zadaniami projektowymi

Zródło: Highsmith J., Agile Project Management – Creating Innovative Products, Addison-Wesley, Coston, 2004.

Metodyki zwinne i tradycyjne różnią się głównie w podejściu do planowania, zarządzania zmianami oraz rozumienia sukcesu projektu. Metodyki zwinne charakteryzują się większą elastycznością i adaptacyjnością, co pozwala na lepszą reakcję na zmieniające się warunki w trakcie trwania projektu. Z kolei metodyki tradycyjne są bardziej sformalizowane i zorientowane na precyzyjne planowanie oraz realizację wcześniej ustalonych celów, co może być bardziej odpowiednie dla projektów o stabilnym zakresie i przewidywalnym otoczeniu [Griffin, 2017].

Na podstawie powyższej tabeli możemy wyróżnić 6 filarów, które uwypuklają różnice pomiędzy wymienionymi dwoma typami metodyk.

W kontekście podejścia do planowania i funkcjonalności:

Metodyki zwinne skupiają się na dostarczaniu funkcjonalności, a plany są traktowane jedynie jako hipotezy, które mogą się zmieniać w zależności od postępów w projekcie. Nie zakładają one przewidywania przyszłości w dokładnych szczegółach, ponieważ projekt rozwija się iteracyjnie, bazując na bieżących informacjach. Dzięki temu pozwala to na szybszą adaptację do zmian. Metodyki tradycyjne są skoncentrowane na szczegółowym podziale zadań, z dużym naciskiem na precyzyjne przewidywanie przyszłości w postaci harmonogramów. Plany są opracowywane na początku i zakłada się, że ich realizacja nastąpi zgodnie z ustaleniami. Każde odchylenie od planu natomiast jest uznawane jako błąd zarządzania.

W kontekście definicji sukcesu:

Metodyki zwinne sukces definiują jako zdolność do adaptacji do zmieniających się warunków projektu, a nie sztywne trzymanie się wcześniej ustalonych założeń. Metodyki tradycyjne sukces utożsamiają z zgodnością z pierwotnym planem. Dążenie do realizacji projektu zgodnie z harmonogramem i budżetem jest kluczowe.

W kontekście podejścia do możliwych odchyleń:

W przypadku metodyk zwinnych odchylenia od planu są traktowane jako cenne informacje, które pozwalają na adaptację kolejnych faz projektu. Wprowadzanie zmian jest bowiem naturalnym procesem doskonalenia projektu. Inaczej natomiast postrzega się je w metodykach twardych. Każde odchylenie od planu jest postrzegane jako błąd, który wymaga natychmiastowej korekty (corrective action), bez otwartości na zmianę kierunku czy struktury projektu.

W kontekście zarządzania zmianą:

Zmiana jest centralnym elementem procesu innowacyjnego i motoru postępu projektu w metodykach zwinnych. Elastyczność i gotowość do adaptacji są kluczowe. W przypadku metodyk tradycyjnych zmiana jest często postrzegana jako zagrożenie dla struktury projektu. Prowadzi to do tworzenia biurokratycznych procedur, które blokują szybkie wprowadzanie zmian.

W kontekście dokładności planowania:

Początkowe etapy w projekcie wykorzystującym metodykę zwinną są planowane z dużą precyzją. Dalsze fazy są bardziej ogólne, co pozwala na elastyczność w dostosowywaniu planu w zależności od postępów. Metodyki tradycyjne zakładają stworzenie szczegółowego planu dla całego projektu na samym początku, a następnie jego ścisłą realizację.

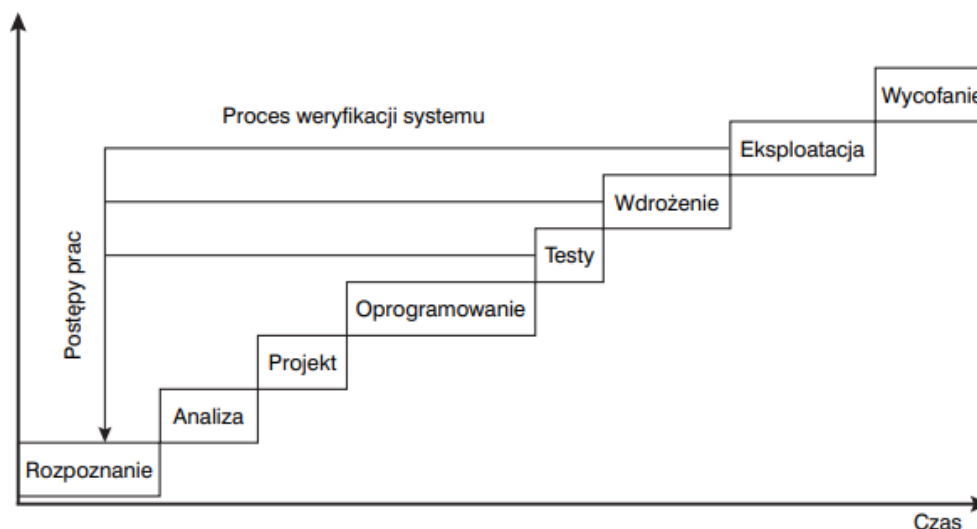
W kontekście struktury zespołu:

Metodyki zwinne kładą nacisk na tworzenie samoorganizującego się i samodyscyplinującego się zespołu projektowego, co pozwala na większą elastyczność i odpowiedzialność poszczególnych członków zespołu. Metodyki tradycyjne natomiast skupiają się na ścisłej kontroli, procedurach oraz mikrozarządzaniu zadaniami. Struktura pracy opiera się na hierarchii i precyzyjnym podziale ról.

4. Przegląd wybranych metodyk zarządzania

Zaczynając przegląd metodyk tradycyjnych należy cofnąć się do lat 80' i 90' XX wieku i czasu standaryzacji procesów zarządzania. W celu ujednolicenia praktyk biznesowych zaczęto wprowadzać standaryzację procesów biznesowych, która stanowiła podwaliny formalizacji pierwszych metodyk zarządzania.

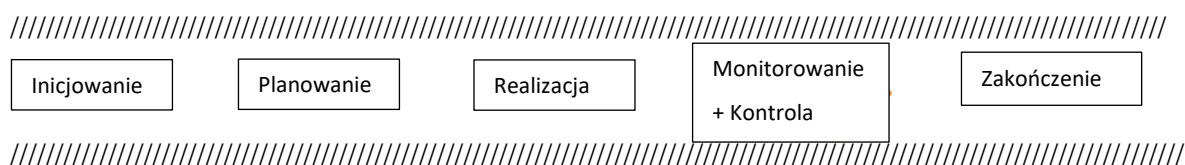
Jednym z najbardziej popularnych modeli tradycyjnych, który pojawił się w latach 80', jest Model Kaskadowy (ang. Waterfall). Ten sekwencyjny model zarządzania zakłada, że każdy etap projektu (analiza, projektowanie, wdrożenie, testowanie i utrzymanie) musi być zakończony, zanim można przejść do następnego. Jednym z założeń Waterfall jest podział systemu (jako całości) na moduły. Każdy z nich natomiast stanowi organicznie odrębną część, a proces budowy systemu odbywa się stopniowo. Dopiero po ukończeniu jednego etapu możemy przejść do kolejnego [Chmielarz]. Jest on również uważany za najprostszy model realizacji cyklu życia projektu.



Rysunek 1. Schemat Modelu Kaskadowego

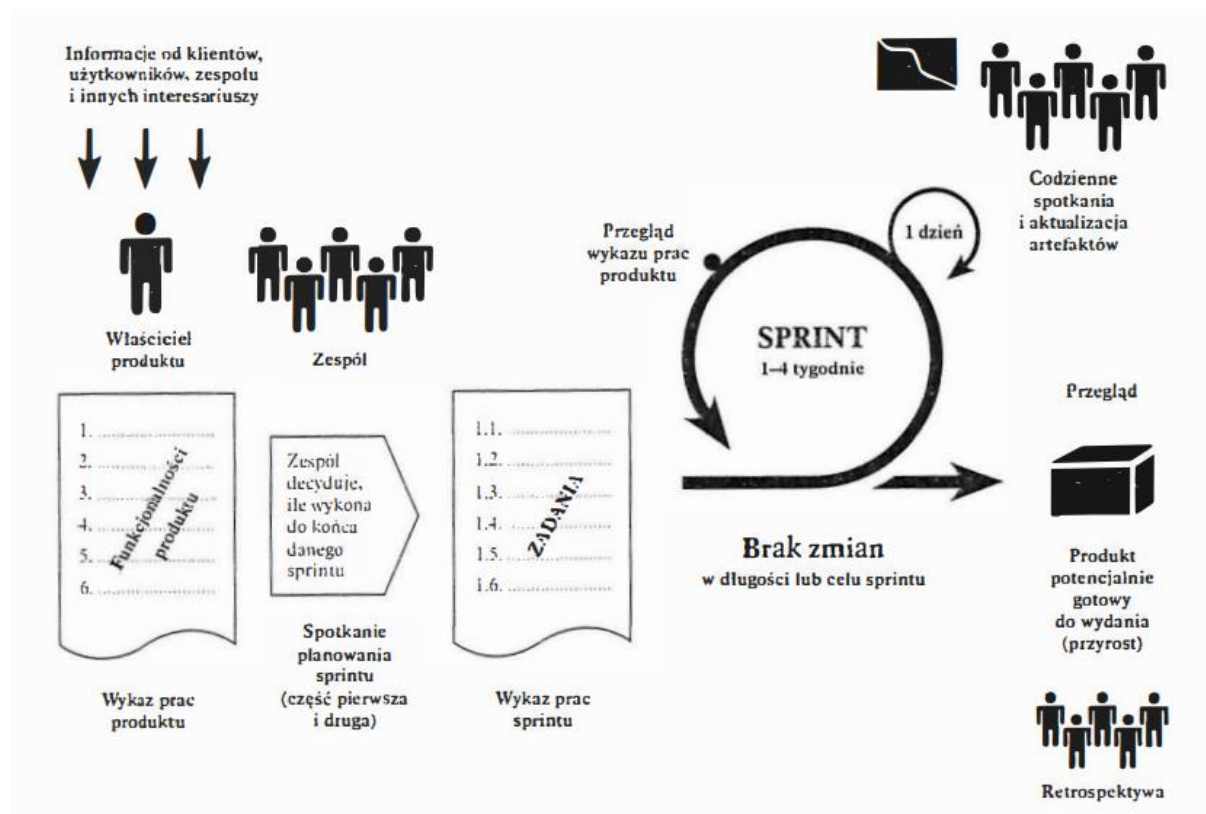
Źródło: Chmielarz W., Kryteria wyboru metod zarządzania projektami informatycznymi.

Kolejnym przykładem metodyki tradycyjnej jest PMBOK (Project Management Body of Knowledge) opublikowany przez Project Management Institute. Stanowi on zbiór najlepszych praktyk zarządzania projektami, który powstał w celu rozpowszechniania dobrych praktyk w zarządzaniu projektami [Project Management Institute, 2013]. To kompendium wiedzy, które definiuje procesy, role i narzędzia zarządzania projektami w sposób uniwersalny, umożliwiając ich zastosowanie w różnych branżach. „Metodyka obejmuje 42 procesy, które przypadają na 5 podstawowych grup procesów i 9 obszarów wiedzy (zarządzanie integralnością projektu, zakresem, czasem, kosztami, jakością, zasobami ludzkimi, komunikacją, ryzykiem, zaopatrzeniem), które są typowe dla prawie wszystkich projektów” [Kos, 2019]. PMBOK dzieli zarządzanie projektami na pięć głównych grup procesów.



Faza inicjowania projektu składa się przede wszystkim z jego zdefiniowania, określenia celu nadrzędnego i kierunku oraz otrzymania zgody na jego realizację. Planowanie opiera się w głównej mierze na tworzeniu harmonogramu, zakresu, przybliżonych kosztów jego realizacji. Realizacja to działania związane z zarządzaniem zespołem przy wdrażaniu planów. W etapie monitorowania i kontroli szczególną wagę przykładają się do śledzenia postępów i analizie odchyleń stanu rzeczywistego od narzuconego planu oraz wprowadzaniu działań korygujących odchylenia. Ostatni etap zakończenia zwięzcza formalnie projekt i podejmuje się oceny jego wyników [<https://projectmanagementacademy.net/resources/blog/pmbok-guide-7th-edition-vs-6th-edition>].

Przechodząc do metodyk zwinnych najlepiej zacząć od prawdopodobnie najpopularniejszej z nich, czyli metodyki SCRUM, powszechnie używanej w środowisku biznesowym. Jego kluczowym założeniem jest iteracyjny proces dostarczania funkcjonalności w krótkich cyklach zwanych sprintami, które zazwyczaj trwają od 1 do 4 tygodni. W ramach każdego sprintu zespół koncentruje się na dostarczeniu konkretnego, działającego elementu produktu. „Opiera się on na zarządzaniu zmianą, koncentrując się przy tym na ciągłych, twardej negocjacji pomiędzy graczami, a mianowicie użytkownikiem maksymalnie możliwego elastycznego systemu informatycznego i zespołem projektowym” [Strojny i Szmigiel, 2015]. W związku z jego iteracyjnym procesem cechuje się on elastycznością i łatwością adaptacji do zmieniających się oczekiwań interesariuszy. W tym celu SCRUM posługuje się krótkimi, regularnymi sprintami – etapami realizacji projektu (ang. sprints). Sprints są sercem Scruma, w którym pomysły są przekształcane w wartość. Są to wydarzenia o ustalonej długości, trwające jeden miesiąc lub krócej, aby zapewnić spójność. Nowy Sprint rozpoczyna się natychmiast po zakończeniu poprzedniego Sprintu [Schwaber i Sutherland, 2020].



Rysunek 2. Model metodyki SCRUM

Źródło: Deemer P., Benfield G., Larman C., Vodde B., Scrum Primer: An Introduction to Agile Project Management with SCRUM, red i tł. Wyrozębski P., Metodyka SCRUM [w] Metodyki zarządzania projektami, wyd. Bizarre, Warszawa 2011.

Na podstawie wyżej zamieszczonego modelu SCRUM można zauważyć, że metodyka ta oparta jest na 3 artefaktach [Asproni, 2006]:

1. Rola – określa zbiór odpowiedzialności i praw aktorów biorących udział w danym projekcie. Wyróżniamy tutaj Product Ownera (właściciel projektu), SCRUM Mastera oraz zespół.
2. Wydarzenia/Ceremonie – to poszczególne kamienie milowe występujące w każdym projekcie opartym na metodyce SCRUM. Każdy projekt rozpoczyna się planowaniem (sprint planning); działania i pojawiające się wyzwania, które mogą powodować odchylenia od stanu oczekiwanego są omawiane na codziennych spotkaniach (daily SCRUM). Spotkanie przeglądu sprintu odbywające się pod koniec iteracji to sprint review meeting i pozwala ono skupić się na wykonanej pracy, analizie tego co poszło nie tak i stworzeniu kolejnego planu zadania (scope of work). Ostatnim elementem jest również Sprint Retrospective, który skupia się głównie na procesach i ocenie pracy zespołu, komunikacji pomiędzy członkami i ich emocji względem wykonanych zadań [<https://agilemania.com/sprint-review-vs-sprint-retrospective>].
3. Artefakty – wchodzi w nie m.in. Backlog Produktu będący listą wszystkiego co powinno zostać wdrożone w produkcie wraz z wymaganiami odnośnie produktu; Backlog Sprintu będący listą zadań wybranych z Backlogu Produktu; Incrementation (Przyrost), który jest okreśalny jako suma ukończonych elementów z Backlogu Produktu w sprincie.

Drugą z najczęściej wykorzystywanych metodyk zwinnych jest Kanban. Ma on jednak nieco inne podejście do organizacji pracy niż SCRUM. Kanban wywodzi się z japońskiego systemu zarządzania produkcją w firmie Toyota i koncentruje się na optymalizacji przepływu pracy. Jego podstawowym założeniem jest dążenie do doskonałości procesów i ludzi. Czerpie on z ugruntowanych teorii przepływu m.in. myślenia systemowego, ciągłego doskonalenia, unikania marnotrawstwa [Vacanti i Coleman, 2023].

Kluczowe założenia Kanban to:

1. Wizualizacja przepływu pracy: Zadania są umieszczane na tablicy (fizycznej lub wirtualnej), gdzie można śledzić postępy w realizacji. Tablica Kanban jest zazwyczaj podzielona na kolumny, takie jak "Do zrobienia", "W trakcie", "Gotowe". Mogą one natomiast być dostosowywane do rodzaju projektu, np. wzbogacone o kolumnę „Do Testów”, czy „Do ponownego sprawdzenia”.
2. Ograniczenie prac w toku (WIP – Work In Progress): Kanban nakłada ograniczenia na liczbę zadań, które mogą być jednocześnie realizowane, co pozwala unikać nadmiernego rozproszenia zespołu i sprzyja efektywnemu zakończeniu zadań. Tym samym zastosowanie tego ograniczenia eliminuje powstawanie wąskich gardeł i kolejek.
3. Ciągłe doskonalenie: W przeciwieństwie do Scruma, który działa w iteracjach, Kanban jest systemem ciągłego przepływu, w którym nowe zadania mogą być dodawane w dowolnym momencie. Nie występuje również w Kanbanie podział na Backlog Produktu ani Backlog Sprintu, zadania, które mamy do wykonania są umieszczane w kolumnie „Do zrobienia” [Śniegula, 2020].

Metodyki zarządzania projektami ewoluują w odpowiedzi na zmieniające się potrzeby biznesowe i technologiczne. Tradycyjne podejścia, takie jak wspomniany PMBOK czy Waterfall, oferują stabilność i przewidywalność w złożonych, dobrze zdefiniowanych

projektach. Metodyki zwinne natomiast, takie jak Scrum, czy Kanban zapewniają elastyczność i szybkość reakcji w dynamicznych środowiskach. Współczesne organizacje coraz częściej stosują hybrydowe podejścia, łącząc najlepsze cechy różnych metodyk, aby dostosować się do specyfiki realizowanych projektów.

5. Podsumowanie oraz czynniki wpływające na wybór metodyki zarządzania projektem

Efektywne zarządzanie projektami stało się jednym z głównych czynników przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. Wraz ze wzrostem kompleksowości projektu wzrasta również znaczenie doboru odpowiedniej metodyki. W zależności od specyfiki projektu, organizacji oraz otoczenia biznesowego, różne metodyki mogą okazać się bardziej lub mniej efektywne.

Jednym z czynników wpływających na wybór metodyki jest wielkość projektu; jego złożoność i rodzaj. Projekty mogą różnić się pod względem skali, złożoności, innowacyjności oraz stopnia niepewności związanej z ich realizacją. Wysoki stopień niepewności i brak możliwości harmonogramowego ujęcia projektu spowodują, że wybór metodyki tradycyjnej, opartej na szczegółowym opisie i planowaniu, będzie nietrafiony. Z kolei w przypadku dużych i złożonych projektów, takich jak budowa infrastruktury, metodyki tradycyjne, jak Waterfall, mogą okazać się bardziej skuteczne, ponieważ zapewniają jasną strukturę i precyzyjne harmonogramy. Projekty tego typu wymagają często rygorystycznego podejścia do planowania i kontroli, co jest charakterystyczne dla klasycznych metodyk zarządzania projektami. Jak powyżej zostało wspomniane, w przypadku dużej zmienności otoczenia, dynamicznych zmian w projekcie odpowiednie będą metodyki zwinne cechujące się swoją elastycznością i łatwością w adaptacji.

Kolejnym czynnikiem może być również dostęp do zasobów jak i wiedza/umiejętności personelu. Projekty wymagające wysokiego poziomu specjalistycznej wiedzy i zaawansowanych technologii mogą wymagać metodyk, które umożliwiają szybkie eksperymentowanie i adaptację, jak w przypadku Extreme Programming (metodyka zwinna). W takim przypadku zespoły głównie z branży IT pracują w krótkich literacjach, co pomaga w szybkim reagowaniu i korygowaniu błędów. W przypadku zespołów o niskim doświadczeniu i o niższym poziomie kompetencji warto rozważyć wybór metodyki tradycyjnej, gdyż są one oparte na formalnych procedurach, które zapewniają jasne wytyczne i struktury działania.

Czas dostępny na realizację projektu oraz harmonogram również determinują wybór odpowiedniej metodyki. W projektach, które muszą być realizowane w krótkim czasie i wymagają natychmiastowych rezultatów, elastyczne podejście Agile, jak Scrum, może być lepszym wyborem. Szybkie iteracje pozwalają na dostarczanie działających komponentów produktu w krótkim okresie, co jest istotne w dynamicznych branżach, takich jak technologie mobilne czy startupy. Z kolei w projektach o długim czasie realizacji, które wymagają precyzyjnego planowania i ścisłego harmonogramu, tradycyjne metodyki zarządzania, takie jak Waterfall, mogą lepiej odpowiadać na potrzeby projektu. Harmonogram w tych metodykach jest szczegółowo opracowywany na początku projektu i rzadko podlega modyfikacjom.

Bibliografia:

1. Asproni G., Wstęp do SCRUM, Software Developer's Journal, 2006.
2. Chmielarz W., Kryteria wyboru metod zarządzania projektami informatycznymi, Problemy Zarządzania, vol. 10, nr 3 (38): 25 – 40 ISSN 1644-9584.

3. Griffin R. W., Podstawy zarządzania organizacjami, Warszawa 2017.
4. <https://agilemania.com/sprint-review-vs-sprint-retrospective> - Naveen Kumar Singh, Difference Between Sprint Review and Sprint Retrospective, 2024.
5. <https://projectmanagementacademy.net/resources/blog/pmbok-guide-7th-edition-vs-6th-edition/>
6. Kos A., Przegląd wybranych metodyk zarządzania projektami, Zeszyty Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Witelona w Legnicy ISSN 1896-8333, e-ISSN 2449-9013, Legnica, 2019.
7. Project Management Institute, A Guide to the Project Management Body of Knowledge, Management Training & Development Center, Warszawa 2017.
8. Schwaber K., Sutherland J., The Definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game, 2020
9. Spalek S., Krytyczne czynniki sukcesu w zarządzaniu projektami, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice, 2004.
10. Strojny J., Szmigiel K., Analiza porównawcza podejść w zakresie zarządzania projektami, MODERN MANAGEMENT REVIEW 2015 MMR, vol. XX, 22, 2015.
11. Śniegula T., Zastosowanie metody Kanban w zarządzaniu procesami operacyjnymi w wielobranżowym biurze projektów, 2020.
12. Vacanti D., Coleman J., Przewodnik po Kanbanie red. Markowicz R., 2023.
13. Wróblewski D., Zarządzanie ryzykiem - przegląd wybranych metodyk, CNBOP - PIB, Józefów, 2015.
14. Wyrozębski P., Zwinne metodyki zarządzania projektami [w] Metodyki zarządzania projektami, wyd. Bizarre, Warszawa 2011.

10. WYZWANIA EDUKACYJNE I ZAGROŻENIA CYWILIZACYJNE WE WSPÓŁCZESNEJ SZKOLE

Beata Szczawińska

Uniwersytet Jana Długosza w Częstochowie

Wydział Nauk Społecznych

1. Wstęp

Świat w którym żyjemy jest nieprzewidywalny. Rzeczywistość wokół nas zmienia się dynamicznie. Oczekuje się od nas umiejętności szybkiej adaptacji do nowych warunków, do rozumienia zmian, które zachodzą w społeczeństwie.

Te intensywne zmiany stawiają przed nami szereg wyzwań. Dotyczą one wielu obszarów życia. Między innymi edukacji.

Szkoła od zawsze borykała się z wieloma problemami, jednak teraz we współczesnym świecie wydaje się być ich coraz więcej. W tej pracy pochylę się nad kilkoma z nich. Szczególną uwagę zwrócę na takie wyzwania jak: napływ ukraińskich uczniów do polskiej szkoły, kwestię eurosieroctwa, sytuację dzieci z rozbitych rodzin, negatywną stronę internetu, niebezpieczne używki wśród uczniów, przemoc w szkole. Każdy z tych problemów jest inny, lecz wszystkie wymagają nadzwyczaj dużej uwagi.

2. Ukraińscy uczniowie w polskiej szkole

Według mnie obecnie największym wyzwaniem w szkolnictwie jest napływ tysięcy dzieci z Ukrainy. Szacuje się, że w tym momencie w polskich szkołach jest ich około 180 tysięcy (stan z kwietnia 2024 roku).

Jest to sytuacja bezprecedensowa. Przede wszystkim nikt nie był na taką okoliczność przygotowany.

Bariera językowa, trauma wojenna, za mało oddziałów przygotowawczych, brak szkoleń dla kadry nauczycielskiej, zbyt dużo uczniów w klasach - to tylko niektóre z problemów.

Dotkliwymi kwestiami jest również stres i wyobcowanie doświadczane przez ukraińskie dzieci i młodzież. Utrudnieniem jest brak wsparcia psychologiczno-pedagogicznego, niewystarczająca liczba asystentów międzykulturowych lub pomocy nauczyciela, brak odpowiednich podręczników.

Uczniowie z Ukrainy nie radzą sobie z treściami z polskich podstaw programowych. Kontrowersje budzi także system oceniania, promowania i egzaminowania, w odniesieniu do zasad równego traktowania.

Zdarza się również, że szkoła nie reaguje wystarczająco skutecznie na przypadki dyskryminacji i wrogości doświadczanej przez uczniów z innych państw. Wskazane byłoby zatem wprowadzenie edukacji międzykulturowej i antydyskryminacyjnej. Przecież nawet po zakończeniu wojny na Ukrainie duża część dzieci i tak zostanie w Polsce na stałe, więc szkoły będą szkołami wielokulturowymi. Należy zatem kłaść duży nacisk na integrację, pomóc zaaklimatyzować się nowym uczniom, spróbować włączyć ich w życie szkoły.

Wszakże wykluczenie edukacyjne oraz tworzenie zamkniętych grup wiąże się z negatywnymi skutkami nie tylko dla jednostki, ale i dla całego społeczeństwa. A przecież obowiązkiem państwa jest zadbanie o każde dziecko przebywające na jego terenie. Zapewnienie mu nauki języka polskiego, umożliwienie nawiązania kontaktu z rówieśnikami, ułatwienie adaptacji w nowym środowisku. Równocześnie trzeba dać tym dzieciom szansę na podtrzymanie tożsamości kulturowej.

Dopiero kolejne lata pokażą jak polska szkoła poradziła sobie z kwestią uchodźstwa - teraz jest jeszcze za wcześnie na robienie takich podsumowań.

3. Szkoła wobec problemu eurosieroctwa

Kolejnym wyzwaniem któremu musi stawić czoła współczesna szkoła jest problem eurosieroctwa.

Termin eurosieroctwa pojawił się po 2004 roku, kiedy to Polska wstąpiła do Unii Europejskiej. Wtedy właśnie coraz więcej Polaków zaczęło wyjeżdżać za granicę. Trudno oszacować skalę tego zjawiska, gdyż statystyki często bywają przekłamane (nie zawsze rodzice zgłaszają swój wyjazd). W każdym razie dotyczy to wciąż sporej grupy ludzi.

Co dokładnie oznacza eurosieroctwo? Jest to szczególna forma sieroctwa będąca skutkiem migracji jednego lub obojga rodziców, w wyniku której dzieci pozostają najczęściej pod opieką drugiego współmałżonka, dziadków, dalszej rodziny, a nawet same.

Niestety taka rozłąka niejednokrotnie ma fatalny wpływ na psychikę dziecka. Dziecko zaczyna odczuwać osamotnienie fizyczne i duchowe, traci poczucie bezpieczeństwa, dochodzi do zerwania więzi emocjonalnych z rodzicami. Pojawia się poczucie krzywdy i odrzucenia oraz cała gama negatywnych uczuć: strach, złość, nieufność, lęk, niska samoocena, agresja, trudność w nawiązywaniu kontaktów, problemy z nauką, zagubienie, apatia.

Z tymi wszystkimi złymi emocjami dziecko przychodzi do szkoły, świetlicy, przedszkola. I tu zaczyna się trudne a zarazem bardzo ważne zadanie dla pedagogów i nauczycieli - stawić czoła tym negatywnym emocjom i ze wszystkich sił starać się pomóc takiemu uczniowi.

Aby ta pomoc była skuteczna pedagog powinien posiadać szczególne umiejętności i predyspozycje. Niezmiernie ważne są kompetencje:

- diagnostyczne, związane z poznawaniem uczniów i ich środowiska
- komunikacyjne
- interpretacyjne
- realizacyjne
- kompetencje w dziedzinie kontroli i oceny osiągnięć uczniów

Jedną z form pomocy dziecku w rodzinie migracyjnej może być terapia pedagogiczna.

Może to być na przykład biblioterapia, muzykoterapia, terapia sztuką czy terapia zabawowa. Istotne jest, aby w prowadzonej terapii wzbudzić w dziecku aktywność, tak aby stało się uczestnikiem zmian zachodzących w jego życiu i nauce. Tylko wtedy terapia ma szansę powodzenia i staje się efektywna. [Burliga, 2014, s. 91]

Oprócz problemów emocjonalnych, z którymi u swoich uczniów i podopiecznych dotkniętych eurosieroctwem stykają się pedagodzy, muszą oni też liczyć się z wystąpieniem

problemów prawnych, nierzadko wymagających zdecydowanego i szybkiego działania od nauczycieli, wychowawców, dyrektorów szkół. [Fabisińska, 2015, s. 179]

Problemy te wynikają z faktu, że rodzice zostawiają swoje dzieci pod opieką osób trzecich, bez formalnego ustanowienia opieki nad nimi. De facto dziecko zostaje w kraju bez opiekuna prawnego. To wywołuje szereg komplikacji. Dziadkowie czy inni członkowie rodziny nie są upoważnieni do decydowania o szczepieniach dziecka, zabiegach medycznych, a nawet do reprezentowania rodziców na zebraniach w szkole. Formalnie więc nauczyciele nie powinni udzielić im żadnych informacji o ocenach, nieobecnościach czy zachowaniu ucznia. [Fabisińska, 2015, s. 180]

To ukazuje jak skrajnie nieodpowiedzialni potrafią być rodzice. Przecież wystarczyłoby złożyć przed wyjazdem wnioski do sądu o czasowe przeniesienie opieki prawnej nad dzieckiem na babcię, ciocię czy innego członka rodziny i już sytuacja byłaby klarowna.

Gdy wychowawca zorientuje się, że rodzice pozostawili dziecko bez prawnego opiekuna, to na szkole spoczywa prawny obowiązek poinformowania o sytuacji Sądu Rejonowego, właściwego dla miejsca zamieszkania. Dyrektorzy szkół doskonale zdają sobie sprawę z ciążącego na nich obowiązku prawnego, niechętnie jednak informują sądy o sytuacji dziecka. Próbuje więc najpierw działać nieformalnie. Przykładowo - szukają kontaktu z rodziną pozostałą w Polsce albo z sąsiadami, zwłaszcza takimi, których dzieci uczęszczają do tej samej szkoły. [Fabisińska, 2015, s. 181] Wiedzą przecież doskonale, że jeśli zawiadomią sąd lub policję, to nieletni zostanie umieszczony w domu dziecka (prawdopodobnie na długi czas). Próbuje więc namówić kogoś z członków rodziny żeby przyjął opiekę prawną na siebie. Tłumaczą, że jeśli dziecko już raz trafi do placówki opiekuńczo-wychowawczej, to taka sprawa może się ciągnąć latami.

A przecież dobro dziecka jest najważniejsze.

Nasuwa się pytanie dlaczego rodzina nie ureguje tych spraw wcześniej?

Po prostu często dziadkowie czy inni krewni nie wiedzą, że przysługuje im takie prawo lub obawiają się, że stając przed sądem pogorszą swoją sytuację i narażą się na odebranie im dziecka i przeniesienie go do placówki opiekuńczo-wychowawczej. Wolą więc nie ryzykować i nie zgłaszają się nigdzie. Chowanie głowy w piasek nie jest najlepszym wyjściem z sytuacji, gdyż mnoży to wiele problemów - bez podpisu prawnego opiekuna na dokumencie dziecko nie może wziąć udziału w szkolnej wycieczce czy w zawodach sportowych.

Nie może również przystąpić do żadnych zabiegów medycznych, na przykład szczepień.

Na szczęście szkoły często oferują pomoc przy załatwieniu wszelkich formalności prawnych.

Zazwyczaj wyjeżdżający rodzice nie zdają sobie sprawy z tego, jak bardzo ich nieobecność wpływa na dziecko. Myślą, że skoro zostawili je pod opieką babci czy innego członka rodziny i wysyłają pieniądze na utrzymanie, to wszystko jest pod kontrolą. Tymczasem dzieci mogą odczuwać skutki migracji matki lub ojca do końca życia. Często przejmują one role charakterystyczne dla dzieci z rodzin z problemem alkoholowym: koziołka ofiarnego, bohatera rodzinnego, maskotki lub dziecka we mgle. [Fabisińska, 2015, s.178, za: Kowal, 2011].

Trauma rozstania bywa niezwykle obciążająca.

Nauczyciele i pedagodzy starają się pomóc ze wszystkich sił, ale jednak szkoła nigdy nie zastąpi ciepła domu rodzinnego.

4. Uczniowie z rozbitych rodzin

Wielkim wyzwaniem dla współczesnej szkoły jest również konfrontacja z dziećmi z niepełnych, rozbitych rodzin.

Wskaźnik rozwodów i związków nieformalnych rośnie w zastraszającym tempie.

Rozpad rodziny odbija się mocno na psychice dziecka. Niestety bardzo często podczas rozwodu dziecko staje się narzędziem walki. Każde z rodziców chce przeciągnąć je na swoją stronę.

Zaczyna się gra na emocjach, manipulacja świadomością dziecka. Nikt go nie słucha, nie pyta o zdanie, nie bierze pod uwagę jego uczuć, nie ma dla niego czasu. Rodzice zajęci własnymi emocjami, układaniem sobie życia na nowo, zwykle nie są w stanie go wspierać, przez co dziecko czuje się coraz bardziej osamotnione. Traci poczucie bezpieczeństwa, czuje się zagubione, zdane tylko na siebie.

Szereg przeprowadzonych do tej pory badań ukazuje, że dzieci z rozbitych rodzin są bardziej agresywne w stosunku do nauczycieli i innych dorosłych, bardziej podatne na depresję, mają więcej problemów z nauką, nierzadko odchodzą ze szkół, zazwyczaj cierpią na większe problemy emocjonalne niż ich rówieśnicy z pełnych rodzin.

Dlatego też niezmiernie ważnym ogniwem w systemie wsparcia dziecka i całej rodziny w sytuacji rozwodu jest szkoła: wychowawca klasy, pedagog. Prawidłowa diagnoza sytuacji dziecka w rodzinie po rozwodzie powinna implikować podejmowane wobec niego działania. Mogą one mieć charakter profilaktyczny, resocjalizacyjny czy socjalno-opiekuńczy. Diagnoza sytuacji dziecka, odnosząca się do jego sfery psychicznej, emocjonalnej, społecznej, może stać się punktem wyjścia do opracowania przez wychowawcę czy pedagoga szkolnego, programu oddziaływania wspierającego przy wykorzystaniu różnych metod pracy wychowawczej. Odzwierciedlać je mogą między innymi zajęcia dramatyczne czy warsztaty bajkoterapeutyczne – odwoływanie się do bohaterów filmowych czy literackich, którzy znaleźli się w podobnej jak dziecko sytuacji.

Ważne jest by obudzić w dziecku nadzieję na lepsze życie. Zapewnić mu możliwość osiągnięcia sukcesu sprzyjającego budowaniu pozytywnego obrazu siebie oraz motywowanie go do nawiązywania relacji koleżeńskich, przyjacielskich, a także rozwijania zainteresowań.

5. Negatywna strona internetu

Współczesna szkoła boryka się również z wieloma zagrożeniami cywilizacyjnymi.

Najbardziej powszechne stają się zagrożenia wynikające z dostępu do internetu.

Okazuje się, że korzystanie z Sieci w niewłaściwy sposób może narazić młodych ludzi na szereg niebezpieczeństw, takich jak np.: pedofilia, pornografia, grooming (uwodzenie poprzez sieć internetową celem późniejszego seksualnego wykorzystania ofiary), cyberbullying (cyberprzemoc), cyberstalking (śledzenie, nękanie, zastraszanie, szantażowanie), przestępstwa teleinformatyczne (hacking, nielegalne dysponowanie danymi i hasłami, włamanie do systemu), kradzieże, publikacja wizerunku bez zgody, agresja elektroniczna. [Szumiec, 2018, s.183]

Za pomocą mediów społecznościowych bardzo łatwo kogoś poniżyć, skompromitować. Niestety ofiary takiej cyberprzemocy żyją w przewlekłym stresie, co doprowadza do stanów lękowych, depresji, a niekiedy nawet do samobójstwa.

Powszechny dostęp do nowoczesnych technologii z jednej strony ułatwia więc życie, z drugiej potrafi doprowadzić do wielkich tragedii.

Nagminne jest również nadużywanie przez nieletnich internetu, czasem wręcz uzależnienie. Dzieci oglądają nieodpowiednie dla nich treści, zaśmiecają sobie głowę natłokiem niepotrzebnych informacji, przestają myśleć samodzielnie, gdyż łatwiej i szybciej jest sprawdzić coś w sieci. Dochodzi do „intelektualnego uśpienia”.

Niemniej jednak trudno wyobrazić już sobie życie bez nowoczesnych technologii.

Przed wszystkim zadbać więc należy o bezpieczeństwo w sieci, chronić swoją prywatność, a dzieciom udaremnić dostęp do niebezpiecznych stron.

W procesie edukacji należy zaś wykorzystać nowe technologie w jak najlepszy sposób. Nauczyciel powinien wyedukować swoich uczniów jak rozsądnie z nich korzystać. Wszakże w sieci wiadomości są liczne i łatwo dostępne, ale nie zawsze wiarygodne i nie wszystkie warte uwagi. Warto nauczać, jak umiejętnie poruszać się w tym gąszczu informacji.

6. Niebezpieczne używki wśród uczniów

Ogromnym zagrożeniem w dzisiejszej szkole jest również bardzo łatwy dostęp do narkotyków, dopalaczy i innych środków psychoaktywnych. Coraz więcej młodych ludzi przekonuje się na własnej skórze, co to znaczy uzależnienie.

Z reguły zaczyna się niewinnie - zapalenie marihuany lub połknięcie jednej tabletki na imprezie. Z czasem jednak potrzeba przyjęcia kolejnej dawki staje się czymś najważniejszym. Wszystko inne przestaje się liczyć.

Niestety po używki sięgają coraz młodsze dzieci. Dlaczego tak się dzieje? Przyczyny bywają różne. Część z nich chce tylko poeksperymentować podczas spotkań ze znajomymi, część szuka sposobu na ucieczkę od codziennych problemów lub od bolesnych emocji.

Także presja grupy rówieśniczej jest motywem sięgania po tego typu środki, bowiem przyjmowanie danej substancji niejednokrotnie jest przepustką dającą możliwość uczestniczenia w grupie, zapewnienie dobrej zabawy. Robią więc to tylko po to, by przypodobać się innym, by zostać zaakceptowanym. Czasami powodem jest zwykła ciekawość.

Często rodzice nawet nie zdają sobie sprawy, że ich dziecko sięga po zakazane substancje. Twierdzą, że ich ten problem nie dotyczy. Prawdą jest jednak, że niemal każde dziecko wie, kto ze szkoły zajmuje się dystrybucją, nierzadko zna dealera osobiście.

Dlatego też pomoc szkoły w takich przypadkach jest również nieodzowna - jeśli wychowawca, nauczyciel czy pedagog zauważy jakiegokolwiek symptomy uzależnień u swojego ucznia powinien niezwłocznie interweniować.

Aby zapobiegać oraz minimalizować liczbę osób sięgających po używki, należy zwiększać świadomość dzieci i młodzieży na temat konsekwencji stosowania takich substancji. Można organizować pogadanki z psychologami, terapeutami, a także spotkania z ludźmi, którzy mają za sobą walkę z nałogiem. Warto również propagować wśród dzieci i młodzieży zdrowy tryb życia.

7. Przemoc w szkole

Pisząc o zagrożeniach w szkole trudno nie wspomnieć również o problemie przemocy. Liczne badania wykazują, że ponad połowa uczniów doświadcza przemocy w szkołach.

Jest to najczęściej przemoc fizyczna, czyli naruszenie nietykalności cielesnej drugiej osoby.

W szkole przyjmuje ona formę bicia, szarpania, popychania oraz kopania. [Szumiec, 2018, s. 182] Dochodzi także do przemocy psychicznej, czyli na przykład: poniżania, obgadywania,

wyśmiewania, przedrzeźniania, zastraszania. Czasami takowa przemoc trwa dość krótko i nie zostawia trwałych śladów na psychice ofiary. Gorzej gdy przeradza się to w długotrwałe nękanie, a wręcz mobbing.

Przez takie przykre doświadczenia ofiara traci poczucie własnej wartości, staje się załęczniona, zamknięta w sobie, apatyczna. Pojawić się mogą fizyczne symptomy takie jak: bóle brzucha, nerwowość, osłabienie odporności, płaczliwość, problemy z koncentracją. Prześladowana osoba zaczyna stronić od innych ludzi, zamyka się w sobie, traci zainteresowanie światem zewnętrznym. Długotrwały mobbing może skutkować nawet stanami depresyjnymi.

Trzeba jednak zaznaczyć, że agresywność burzy sferę emocjonalną nie tylko u ofiar, ale i u samych agresorów. Wszak prawdą jest, że agresja nie bierze się znikąd. Często taki młodociany agresor sam doświadcza przemocy w rodzinie czy w grupie swoich znajomych. Powiela więc podobne zachowania w szkole.

Chcąc uniknąć takich sytuacji, należy skierować do uczniów mocny, jednoznaczny przekaz, że w szkole nie ma miejsca na jakiegokolwiek formy przemocy. Starać się eliminować przyczyny tego zjawiska, przeciwdziałać, uczyć polubownego rozwiązywania konfliktów oraz sztuki kompromisu.

8. Podsumowanie

Uzmysławiając sobie jak wiele różnorodnych zagrożeń występuje we współczesnym świecie, chciałoby się krzyknąć „*o tempora, o mores!*”

Jednak przecież to my sami kształtujemy świat, który nas otacza. Na nic więc narzekania, że upadają autorytety, że króluje hedonizm i konsumpcjonizm, a prawdziwe wartości odeszły do lamusa. Czasy się zmieniają i my zmieniamy się wraz z nimi. Każde pokolenie jest inne.

Pewne jest jedno - obojętnie w jakich czasach żyjemy najważniejszy jest człowiek.

Dlatego moim zdaniem priorytetem jest właśnie to, by być uważnym na drugiego człowieka, zwłaszcza na dziecko.

Wsluchiwać się w jego potrzeby. Nie bagatelizować niepokojących symptomów. Przecież każdy z nas jest inny. Nie ma dwóch takich samych charakterów, identycznej wrażliwości. Każdy przeżywa po swojemu - coś co dla nas wydawać może się błahostką, dla drugiego człowieka może okazać się ciężarem nie do uniesienia.

Niezmiennie ważne jest więc, by pedagodzy, nauczyciele, wychowawcy, a także rodzice cechowali się empatią, dojrzałością emocjonalną, cierpliwością, otwartością i wytrwałością, gdyż to właśnie oni odpowiedzialni są za kształtowanie osobowości dziecka.

Odpowiednie nastawienie może wiele zdziałać i ułatwić zwalczanie trudności napotykanym na polu edukacji.

Bibliografia:

1. Biuletyn Informacji Publicznej RPO (2023). Nierozwiązane problemy edukacji dzieci i młodzieży z Ukrainy.
2. Burliga Ł. (2014). Rola nauczyciela w pomocy dzieciom w rodzinach migracyjnych. Edukacja Elementarna w Teorii i Praktyce : kwartalnik dla nauczycieli nr 1 (s. 81-96).
3. Fabisińska L. (2015). Pedagog wobec narastającego problemu eurosieroctwa i sieroctwa duchowego. W: V. Tanaś, W. Welskop (red.) Pedagog we współczesnym świecie

(s. 175-183) Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu. Łódź.

4. Szumiec M. (2018). Zagrożenia w środowisku szkolnym i działania ukierunkowane na poprawę stanu bezpieczeństwa. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia De Securitate* 8 (s. 180-193).

Źródła internetowe:

5. <https://spokojwglowie.pl/mobbing-w-szkole-czym-jest-i-jak-mozna-pomoc-dziecku/> (dostęp 19.08.2024).

11. EWOLUCJA PODRÓŻY OD STAROŻYTNOŚCI DO WSPÓŁCZESNOŚCI

Karolina Kosecka

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

Wydział Nauk o Kulturze

Email: koseckakarolina@wp.pl

1. Wstęp

Podróże od zawsze stanowiły istotny element ludzkiego życia, wpływając na rozwój cywilizacji, wymianę kulturową i ekonomiczną oraz poznawanie świata. Zakłada się, że ewolucja podróży na przestrzeni wieków, od starożytności do współczesności, jest odzwierciedleniem postępu technologicznego, zmian społecznych oraz rozwoju infrastruktury, które wspólnie przyczyniły się do skrócenia czasu podróży, zwiększenia jej dostępności i komfortu oraz poszerzenia geograficznego zasięgu podróżujących.

Celem niniejszej pracy jest analiza kluczowych czynników wpływających na ewolucję podróży od starożytności do współczesności oraz zrozumienie, jak te czynniki kształtowały zmiany w sposobach, celach i dostępności podróżowania. Ponadto ważna jest też analiza wpływu tych zmian na kulturę oraz tożsamość społeczną. Ważnym zagadnieniem będzie także odpowiedź na pytania: jakie były kluczowe czynniki wpływające na ewolucję podróży od starożytności do współczesności, w jaki sposób te czynniki kształtowały zmiany w sposobach, celach i dostępności podróży na przestrzeni wieków, jakie konkretne zmiany w nawykach podróżowania i interakcjach społecznych zaobserwowano po wprowadzeniu kolei jako środka masowego transportu w XIX wieku oraz jak podróżowanie wygląda w obecnych czasach?

2. Materiały i Metody

W celu analizy tej hipotezy posłużę się przeglądem literatury naukowej, dotyczącej kolejnictwa, lotnictwa, motoryzacji, odkryć geograficznych, dyplomacji, handlu i pielgrzymek, a także analizą informacji zawartych na stronie internetowej Earthwatch Institute, co pozwoli odpowiedzieć na postawione przeze mnie pytania.

3. Wyniki

3.1. Podróże przed wynalezieniem kolei

Przed wynalezieniem kolei podróże różniły się znacznie od tych, które znamy obecnie. Ponadto nie były one powszechnie dostępne ze względu na wysoki koszt. W starożytności, średniowieczu i oświeceniu ludzie przemieszczali się głównie pieszo, konno, zaprzęgami, łodziami, korzystając z siły mięśni, wiatru lub prądów rzecznych. Środki te były uzależnione od warunków naturalnych i możliwości terenowych, co ograniczało zakres podróży oraz prędkość przemieszczania się. Wiązały się także z dużym ryzykiem i niebezpieczeństwem. Ludzie musieli radzić sobie z nieprzewidywalnymi warunkami

pogodowymi, atakami dzikich zwierząt, bandytami lub najeźdźcami. Podróżowanie było zwykle bardziej czasochłonne niż obecnie. Długie dystanse musiały być pokonywane stopniowo, z postojami w miejscach noclegowych, co wydłużało czas podróży. Ponadto podróże miały różnorodne cele, od pielgrzymek religijnych, przez handel i poszukiwanie zasobów naturalnych, po eksplorację nowych terenów czy ucieczkę przed wojnami lub prześladowaniami, a także związane były z celami naukowymi i zdobywaniem edukacji. Podróże religijne, zwane pielgrzymkami, były powszechne w starożytności i średniowieczu w wielu kulturach i religiach. Ludzie podróżowali do miejsc świętych, aby oddać hołd bogom, modlić się, czy uzyskać przebaczenie [Ohler, 2000, s. 52]. Handel przyczynił się do wymiany dóbr oraz kultur między różnymi narodami. Podróże handlowe były ważnym elementem gospodarczej i kulturowej wymiany. W starożytności znane szlaki handlowe, takie jak Szlak Jedwabny, umożliwiały przemieszczanie się handlarzy między odległymi regionami. W średniowieczu nastąpił rozwój nowych dróg i szlaków handlowych. Ponadto zamki i twierdze często pełniły funkcję punktów kontrolnych na drogach w tamtych czasach [Sołdaczuk, 1995, s. 27]. Podróże dyplomatyczne były również istotne zarówno w starożytności, jak i w średniowieczu, gdzie poselstwa wysyłało w celu nawiązania kontaktów politycznych lub zawarcia sojuszy między różnymi państwami [Nanke, 1947, s. 10]. Niektóre podróże miały charakter eksploracyjny, służąc poszukiwaniu nowych terenów, odkrywaniu i badaniu nieznanymi ziem. Odkrywcze wyprawy często prowadziły do poznania nowych lądów, zwyczajów czy gatunków roślin i zwierząt, co miało istotny wpływ na rozwój nauki i kultury. W okresie oświecenia zainteresowanie nauką i badaniami naukowymi spowodowało wzrost eksploracyjnych podróży, w tym badania geograficzne i przyrodnicze [Kudławiec, 1938, s. 5-6].

3.2. Podróże w XIX wieku

XIX wiek przyniósł znaczące zmiany w podróżowaniu, przede wszystkim dzięki wynalezieniu lokomotywy parowej, która była efektem długotrwałych badań i eksperymentów. Twórcą tego przełomowego wynalazku był George Stephenson, który zaprojektował i skonstruował pierwszą lokomotywę parową nazwaną „Rakieta” [Hydzik, 2017, s. 36]. Ta innowacyjna konstrukcja wykorzystywała parę wodną do napędu, co umożliwiało szybsze i bardziej efektywne przemieszczanie się niż tradycyjne środki transportu, takie jak konie czy wozy zaprzęgowe [Hydzik, 2017, s. 39-41]. Ten sukces zainspirował dalszy rozwój kolejnictwa i wyznaczył początek ery kolejowej. W kolejnych latach lokomotywy parowe stały się coraz bardziej powszechne na całym świecie, przyczyniając się do budowy rozbudowanych sieci kolejowych. Maszyna ta budziła zarazem lęk, jak i podziw [Tomasik, 2015, s. 10]. Ludzie obawiali się zmian, jakie przynosiła nowa technologia, co wynikało z ostrożności przed nieznanym oraz lęku przed wypadkami. Z drugiej strony, widzieli w niej dowód na życie w czasach cudów i zdolność człowieka do zapanowania nad przyrodą. Kolej wykształciła także nowy tryb relacji społecznych, wynikający z podróżowania w towarzystwie obcych ludzi. Podróżowanie stało się powszechnie dostępne, niezależnie od statusu społecznego, co prowadziło do spotkań osób z różnych warstw społecznych w jednym wagonie. Aby uniknąć tego rodzaju interakcji, zamożniejsze osoby często rezerwowały całe przedziały, kupując wszystkie dostępne miejsca w wagonie [Kulpa, 2018, s. 146]. Wprowadzenie kolei wpłynęło także na rozwój literatury wagonowej, która była dostosowana do szybkiego tempa

życia na kolei oraz krótkich podróży. Literatura ta obejmowała krótkie opowiadania, nowele lub inne formy literackie, drukowane na tanim papierze i sprzedawane na dworcach kolejowych lub w pociągach. Były one idealne dla podróżnych, którzy chcieli umilić sobie czas podczas podróży. Dzięki temu zjawisku czytanie stało się integralną częścią podróżowania koleją w XIX wieku, a literatura wagonowa miała istotny wpływ na rozwój kultury czytelniczej.

Oprócz rozwoju kolei, inne innowacje w transporcie także odegrały ważną rolę w ewolucji podróży. Parowce zaczęły dominować na rzekach i oceanach, zastępując tradycyjne żaglowce. Dzięki napędowi parowemu statki mogły przewozić pasażerów i towary szybciej i niezależnie od siły wiatru. W ten sposób zwiększyła się dostępność podróży morskich, co przyczyniło się do większej mobilności międzynarodowej i wzrostu handlu.

W XIX wieku pojawiły się również pierwsze samochody z silnikami spalinowymi i elektrycznymi, w odróżnieniu od osiemnastowiecznych samochodów z napędem parowym. Na początku były one rzadkością, ponieważ były dostępne tylko dla najbogatszych, jednak z czasem zapoczątkowały erę motoryzacji, która w przyszłości miała zrewolucjonizować podróżowanie. Samochody zaczęły stopniowo wchodzić do użytku, co spowodowało dalszy rozwój infrastruktury drogowej i z czasem doprowadziło do masowej motoryzacji [Rychter, 1948, s. 22-39]. Lotnictwo również miało swoje początki w XIX wieku, chociaż prawdziwa rewolucja w tej dziedzinie nastąpiła dopiero w XX wieku. Pierwsze próby lotów balonem miały miejsce już pod koniec XVIII wieku, ale w XIX wieku bracia Montgolfier oraz inni pionierzy kontynuowali prace nad rozwojem lotnictwa. Pierwsze silnikowe loty rozpoczęły się na przełomie XIX i XX wieku, co w końcu doprowadziło do wynalezienia samolotu przez braci Wright w 1903 roku. Stanowiło to fundament pod przyszłe rewolucje w podróżowaniu lotniczym [Kuck, 2023, s. 28].

Ewolucja kolei i innych środków transportu przyczyniła się do znacznego skrócenia czasu podróży między odległymi miejscami, co zwiększyło mobilność ludzi oraz umożliwiło dostęp do nowych doświadczeń i możliwości. Przestrzeń stała się mniej istotna, a podróżowanie nie było już ograniczone przez pory roku czy dnia. Ludzie mogli podróżować o każdej porze, co zmieniło ich podejście do organizacji czasu i planowania podróży. Ponadto, podróżowanie dla samego podróżowania stało się nowym celem w XIX wieku. Wpłynęło to na rozwój turystyki, umożliwiając ludziom odkrywanie nowych miejsc, poznawanie różnych kultur oraz budowanie więzi międzyludzkich na skalę globalną. Rozwój środków transportu w XIX wieku przyczynił się do wzrostu handlu międzynarodowego oraz wymiany kulturowej, przynosząc nowe produkty, pomysły i wpływy z różnych części świata. Z tego powodu ewolucja środków transportu stała się ważnym czynnikiem kształtującym kulturę i tożsamość społeczeństw na całym świecie.

3.3. Współczesne podróże

Współczesne podróżowanie stanowi skutek licznych zmian, które miały miejsce w XIX wieku, związanych z rewolucją przemysłową oraz rozwojem środków transportu, takich jak np. kolej i parowce. Rozwój infrastruktury turystycznej, wzrost zamożności społeczeństwa oraz postęp technologiczny w XX i XXI wieku przyczyniły się do dalszego rozwoju i kształtowania współczesnych doświadczeń podróżniczych. Dzięki różnorodności środków transportu podróżowanie stało się bardziej dostępne i zróżnicowane. Ludzie mogą podróżować samolotami, pociągami, samochodami, autobusami, statkami, rowerami, a nawet elektrycznymi

hulajnogami, wybierając opcję najlepiej dopasowaną do swoich potrzeb i preferencji. Masowe środki transportu umożliwiają łatwe i szybkie podróżowanie na duże odległości. Dzięki temu ludzie z różnych części świata mogą się spotykać, wymieniać doświadczeniami i poglądami, co prowadzi do intensywnej wymiany kulturowej. Występują także liczne migracje w poszukiwaniu pracy, lepszego życia lub ucieczki przed konfliktami, co prowadzi do mieszania się kultur i tworzenia się społeczności o różnych narodowościach. Produkty, pomysły, a nawet języki są przekazywane między krajami i kontynentami, co powoduje, że kuchnie, moda, styl życia i inne aspekty kultury stają się bardziej zróżnicowane i globalne. Ponadto oprócz tradycyjnych celów podróżowania, takich jak praca czy rekreacja, wykształciła się turystyka związana z problemami globalnymi, takimi jak zmiany klimatyczne czy kryzysy społeczne. Jedną z organizacji zajmujących się takim zjawiskiem jest Earthwatch Institute. Dzięki niej podróżnicy kierują się do miejsc dotkniętych wyzwaniami społecznymi, ekologicznymi lub kulturowymi, aby włączyć się w aktywizm społeczny i działać na rzecz pozytywnych zmian [<https://earthwatch.org/expeditions/browse>]. Warto również zauważyć, że współczesne podróżowanie to zjawisko, które zaciera granice między pracą a podróżą. Wraz z rozwojem technologii i globalnej sieci internetowej coraz więcej osób pracuje zdalnie z dowolnego miejsca na świecie. Sprawia to, że podróżowanie staje się integralną częścią życia zawodowego, a granica między pracą a podróżą coraz bardziej się zaciera. Niezależnie od tego, gdzie podróżni się znajdują, mogą jednocześnie zarabiać pieniądze i kontynuować swoje obowiązki zawodowe. Ta elastyczność sprawia, że podróżowanie nie jest już tylko celem samym w sobie, ale również sposobem na łączenie obowiązków zawodowych z przyjemnościami podróży.

Technologiczne innowacje znacząco wpłynęły na doświadczenie podróżowania. Aplikacje mobilne, strony internetowe, platformy rezerwacyjne i systemy nawigacji umożliwiają łatwiejsze planowanie podróży, rezerwację biletów, znalezienie zakwaterowania oraz śledzenie tras podróży w czasie rzeczywistym. Postępy technologiczne doprowadziły także do przemieszczania się bez aktywnego udziału kierowcy poprzez korzystanie z samosterujących się samochodów. Dzięki temu ludzie mogą cieszyć się większą prywatnością i wygodą podczas podróży. Ponadto możliwe stały się także podróże bez wychodzenia z domu dzięki Internetowi i programom telewizyjnym, które oferują filmy podróżnicze i wirtualne wycieczki. Google Maps, z funkcją Street View, pozwala użytkownikom wirtualnie przechadzać się po różnych miejscach na całym świecie, dając wrażenie rzeczywistej obecności. Podróże za pomocą technologii wirtualnej rzeczywistości (VR) lub rozszerzonej rzeczywistości (AR), również oferują możliwość eksploracji bez konieczności fizycznego przemieszczania się. Specjalistyczny sprzęt, taki jak gogle VR, pozwala użytkownikom zwiedzać historyczne miejsca, muzea, piękne krajobrazy, dając poczucie przebywania w odwiedzanych miejscach. Jednakże podróż wirtualna może nie zastąpić pełnego doświadczenia podróży, ponieważ brakuje jej fizycznych bodźców, takich jak zapachy, dźwięki czy fizyczne interakcje z otoczeniem. Należy także zauważyć, że w przyszłości podróżowanie bez konieczności wychodzenia z domu może stać się jeszcze bardziej dostępne, dzięki prowadzonym eksperymentom nad świadomym snem. Technologie umożliwiające kontrolowanie snów, takie jak komputery czy interfejsy mózg-maszyna mogą niedługo pozwolić na zwiedzanie dowolnych miejsc z pomocą wyobraźni. Dodatkowo może stać się to bardziej atrakcyjne niż podróżowanie przy użyciu technologii wirtualnej rzeczywistości,

ponieważ będzie do tego wykorzystywany czas snu, co pozwoli uniknąć marnowania czasu w ciągu dnia. Rozwój technologiczny może także w przyszłości doprowadzić do rozwinięcia się turystyki kosmicznej, dzięki której podróżni będą mieli możliwość odwiedzania stacji orbitalnych, odbywania lotów wokół księżyca, a nawet podróży na Marsa.

4. Podsumowanie

Przedstawiona analiza jednoznacznie potwierdza, iż ewolucja podróży od starożytności do współczesności jest odzwierciedleniem postępu technologicznego, zmian społecznych oraz rozwoju infrastruktury. Te trzy czynniki miały kluczowy wpływ na skrócenie czasu podróży, zwiększenie jej dostępności i komfortu oraz poszerzenie geograficznego zasięgu podróżujących. Przed wynalezieniem kolei podróże różniły się znacznie od tych, które znamy obecnie. Środki transportu w starożytności, średniowieczu i oświeceniu były uzależnione od naturalnych warunków i możliwości technicznych. Podróżowanie pieszo, konno, zaprzęgami czy łodziami było czasochłonne, kosztowne i często niebezpieczne, a także uzależnione od pory dnia i pogody. Główne cele podróży obejmowały pielgrzymki religijne, handel, eksplorację oraz dyplomację. Wynalezienie lokomotywy parowej przez George'a Stephensona w XIX wieku oraz późniejszy rozwój kolejnictwa przyczyniły się do szybszego, bezpieczniejszego i bardziej efektywnego przemieszczania się ludzi i towarów. Kolej wprowadziła także nowy tryb relacji społecznych, umożliwiając ludziom z różnych warstw społecznych podróżowanie razem, co sprzyjało większej wymianie kulturowej i społecznej. Wykształciła także nowy rodzaj literatury tzw. wagonowej, która była integralną częścią podróżowania oraz wpłynęła na rozwój kultury czytelniczej. Współczesne podróżowanie jest efektem dalszego postępu technologicznego i rozwoju infrastruktury. Rozwój środków transportu, takich jak kolej, parowce, samochody i samoloty, znacząco zmienił sposób podróżowania, ponieważ stało się bardziej dostępne i zróżnicowane. Masowe środki transportu umożliwiają łatwe i szybkie podróżowanie na duże odległości, co prowadzi do intensywnej wymiany kulturowej oraz licznych migracji w poszukiwaniu pracy, lepszego życia lub ucieczki przed konfliktami. Podróżowanie stało się także zjawiskiem, które zaciera granice między pracą a podróżą. Wraz z rozwojem technologii i globalnej sieci internetowej coraz więcej osób pracuje zdalnie z dowolnego miejsca na świecie, co sprawia, że podróżowanie jest integralną częścią życia zawodowego, a granica między pracą a podróżą się zaciera. Ponadto poza celami turystycznymi czy zarobkowymi, podróżnicy zaczęli odwiedzać także miejsca dotknięte wyzwaniami społecznymi, ekologicznymi lub kulturowymi, aby włączyć się w aktywizm społeczny i działać na rzecz pozytywnych zmian. Technologiczne innowacje, takie jak aplikacje mobilne, strony internetowe, platformy rezerwacyjne i systemy nawigacji, umożliwiają łatwiejsze planowanie podróży, rezerwację biletów, znalezienie zakwaterowania oraz śledzenie tras podróży w czasie rzeczywistym. Postępy technologiczne doprowadziły także do przemieszczania się bez aktywnego udziału kierowcy poprzez korzystanie z samosterujących się samochodów. Dzięki temu ludzie mogą cieszyć się większą prywatnością i wygodą podczas podróży. Współcześnie istnieje także możliwość podróżowania bez fizycznego przemieszczania się. Filmy podróżnicze, Google Maps, z funkcją Street View, czy technologie związane z wirtualną i rozszerzoną rzeczywistością umożliwiają zwiedzanie różnych miejsc bez wychodzenia z domu. Eksperymenty związane z przeprowadzaniem kontroli nad świadomym

snem mogą w przyszłości stać się kolejną ofertą takich podróży. Ponadto mogłyby być bardziej atrakcyjne od swoich wirtualnych poprzedniczek ze względu na odbywanie podróży w czasie snu, tym samym oszczędzając go za dnia.

Podsumowując, rozwój środków transportu od starożytności do współczesności odegrał kluczową rolę w kształtowaniu sposobów, celów i dostępności podróży. Ewolucja podróży, napędzana postępowaniem technologicznym, zmianami społecznymi oraz rozwojem infrastruktury, miała istotny wpływ na kulturę i tożsamość społeczną, umożliwiając intensywną wymianę kulturową i społeczną na skalę globalną.

Bibliografia:

1. Hydzik Jerzy, *Historia kolejnictwa – 190 lat od powstania trakcji parowej na świecie*, „Zeszyty Naukowo-Techniczne SITK RP” nr 3, Kraków 2017.
2. Kuck Jerzy, *Historia i współczesność lotnictwa transportowego w Małopolsce*, Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna w Jarosławiu, Jarosławiec 2023.
3. Kudławiec Antoni, *Odkrycia geograficzne, Zarys historyczny*, Państwowe Wydawnictwo Książek Szkolnych we Lwowie, Lwów 1938.
4. Kulpa Piotr, *Piekło XIX-wiecznych przemian. Henryk Sienkiewicz o kolei, fabrykach i kopalniach*, „Litteraria Copernicana”, tom 25, Bydgoszcz 2018.
5. Nanke Czesław, *Historia dyplomacji*, część I, Kraków 1947.
6. Ohler Norbert, *Życie pielgrzymów w średniowieczu. Między modlitwą a przygodą*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2000.
7. Rychter Witold, *Historia samochodu*, Wydawnictwo Wiedza Powszechna, Lublin 1948.
8. Sołdaczuk Józef, *Historia handlu międzynarodowego. Zarys*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1995.
9. Tomasiak Wojciech, *Ikona nowoczesności, Kolej w literaturze polskiej*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2015.

Wykaz stron internetowych:

10. *Earthwatch Institute*, <https://earthwatch.org/expeditions/browse>, [dostęp:24.05.2024].

12. ATTITUDES TOWARD VIOLENCE

PhD Malwina Dankiewicz, PhD Krystian Macheta, Angelika Jezuit, Aleksandra Janusz

University of the National Education Commission, Krakow

Faculty of Education and Psychology

Podchorążych 2

Email: angelika.jezuit@student.up.krakow.pl aleksandra.janusz1@student.up.krakow.pl

1. Introduction

Violence is a widespread phenomenon observed across various societies, regardless of their economic or cultural development. It can affect individuals of different ages, levels of education, or different social and material status (Michalska & Jaszczak-Kuźmińska, 2010).

Violence can be defined in many different ways. One of the definitions that accurately captures its essence can be found in the Act on Counteracting Family Violence (*Ustawa o Przeciwdziałaniu Przemocy w Rodzinie*), where violence is described as:

A single or repeated intentional act or nonfeasance violating the rights or personal goods (of relatives or other persons cohabiting or sharing a household), in particular exposing these persons to the danger of losing life, health, violating their dignity, physical integrity, freedom, including sexual freedom, causing damage to their physical or mental health, as well as causing suffering and moral harm to persons affected by violence. (Dziennik Ustaw Rzeczypospolitej Polskiej, poz. 1390, 2015, pp. 1-2)

The phenomenon of violence is complex and can take various forms. Violence can be divided into physical, psychological, sexual, economic and neglect. Physical violence involves intentional actions that result in bodily injury or carries the risk of such harm. Psychological violence is understood as behaviors that involve consciously influencing another person's thought process, actions, or way of life without their consent, with the use of various tools, including coercion and threats. Sexual violence can be defined as forcing someone into unwanted behaviors that satisfy the perpetrator's sexual needs. It involves forcing a person to engage in sexual activity without their consent particularly when they are not fully conscious, when consent is not sought, or through coercion. Economic violence refers to actions aimed at creating financial dependency between a victim and perpetrator, which may manifest as destroying someone's property, depriving them of resources, or causing conditions where basic survival needs are not met. Neglect, on the other hand, is defined as a caretaker's failure to fulfill caregiving duties toward their close individuals. It manifests in neglecting nutritional, hygienic, and medical needs and is most often directed toward children, the elderly, the sick, or those with disabilities (Ciesielska, 2014).

Violence can lead to various consequences that can affect different areas of life, including physical, psychological, and social spheres (Chotkowska, 2022). Violence can result in a range of health issues, such as wounds, burns, fractures, internal injuries and functional disorders, but also it may be a cause of one's death (Margolis, 1998). Possible psychological consequences of violence include feelings of shame and guilt, low self-esteem, the occurrence of psychosomatic and psychological disorders, sleep and eating disorders, as well as suicidal

and self-harming behaviors (Krug, Dahlberg, Mercy, Zwi & Lozano, 2002). Social consequences, on the other hand, primarily revolve around difficulties in forming and maintaining close relationships, criminal behaviors, or a greater likelihood of obtaining lower levels of education and/or employment indicators (Metzler, Merrick, Klevens, Ports & Ford, 2017; van der Kolk, 2005).

The etiology of violence is considered to be multifactorial, with various aspects contributing to the development of violent behaviors. One of the factors that may play a significant role in the manifestation of aggressive and violent behaviors is attitudes (Nunes, Pedneault & Herman, 2022). The aim of this article was to discuss attitudes toward violence and their relationship with violent behaviors.

2. Attitudes toward violence

Attitudes can be described as a disposition to respond either positively or negatively to a particular object, person, or event. (Nęcki, 1998). Attitudes cannot be directly perceived, but they are observed by external indicators. They can be understood as a component consisting of three elements: (a) the emotional component, responsible for reactions, emotions and judgments related to the object of the attitude; (b) the cognitive component, which includes beliefs and thoughts about the subject; (c) the behavioral component, defined as the behavior of the person toward the object (Ceranek-Dadas & Neumann-Schmidtke, 2005).

Using the definition above, attitudes toward violence can be described as perceptions of various forms of aggressive behavior. Like attitudes in general, they also consist of emotional, cognitive and behavioral components (Anderson, Benjamin, Wood & Bonacci, 2006). These attitudes are important in the context of the phenomenon of violence, as they can be significant predictors of violent behaviors (Heise, 1998).

Several factors contribute to the formation of specific attitudes toward violence. The significance of the upbringing environment is noted among them (Reese-Weber, 2008). Various early childhood experiences related to parenting styles presented by caregivers are important in the context of shaping attitudes toward aggressive and violent behavior in later years (Dominiak-Kochanek, Frączek & Konopka, 2012). When children are raised in an atmosphere filled with violence, where such situations are common, they may internalize violence and develop the belief that the world is a place full of hostility and aggression. Violence may then begin to be seen by the child as one of the tools necessary to achieve goals. Consequently, such behaviors may become a common and preserve pattern of action already in childhood, which will have implications in later years (Radochoński, 2007).

Furthermore, the school and peer environment are also important, including broadly understood group norms. When students convey satisfaction with the atmosphere at school, about what is happening there, the relationships between peers and reactions to it, there may be lower approval of interpersonal aggression among students (Tłuściak-Delikowska, 2013a). Additionally, the more students notice the phenomenon of violence in the school environment, the higher their acceptance of such behaviors may be, as these become common in their perception, which can be widely used in interpersonal relationships (Tłuściak-Delikowska, 2013b). The peer group is also highly significant, as a widespread culture of violence within the group may increase the likelihood that a young person will exhibit various aggressive behaviors (Kreager, 2007).

Another source of the formation of specific attitudes toward violence is the importance of cultural messages, as the degree of acceptance of violence and aggressive behaviors also depends on the prevailing beliefs about them as well as the cultivation of these aspects by various social systems or institutions associated with shaping the value system in society (Nayak, Byrne, Martin & Abraham, 2003). In this context, attention should also be given to the significance of mass media, as it contributes to shaping beliefs and tendencies toward violence (Avci & Güçray, 2013). Among other things, many films and television shows contain numerous scenes of rape and various acts of violence, which can have an impact on the adolescents and contribute to the formation of their attitudes toward such behaviors (Rodenhizer & Edwards, 2017).

Various individual aspects are also meaningful in shaping attitudes toward violence and aggressive behaviors. For instance, men appear to display more accepting attitudes toward violence than women (Cauffman, Feldman, Arnett Jensen & Jensen Arnett, 2000; Siyez & Kaya, 2010). This may be related to socialization processes that allow men to express more aggression, while in women it is perceived more negatively. This may lead men to believe that certain expressions of aggression may be acceptable, whereas women may be less accepting of violence, as they were more often taught to refrain from it in different situations (Reese-Weber, 2008). That could also be a reason why women opt for more indirect forms of aggression, while men prefer physical violence (Björkqvist, 2018). However, some researchers point out that the role of gender in shaping attitudes toward violence is complex and sometimes it is difficult to draw unambiguous conclusions about gender differences (Bryant & Spencer, 2003).

A higher degree of acceptance and justification of violence may affect people with lower levels of education. In a study by Uthman, Lawoko and Moradi (2009), individuals without education or with only primary education more often accepted partner violence than those with secondary or higher education. Additionally, low socioeconomic status may also be associated with more accepting attitudes toward violence (Wang, 2016).

Another individual aspect that may be associated with acceptance of violence is age. For example, Rani and Bonu (2009) found that younger individuals were more likely to find justifications for wife abuse than older individuals. In another study, it was found that the highest level of support for partner violence was observed among young adults (Koenig et al., 2003). However, as with gender, conclusions regarding the relationship between age and the acceptance of violence are not unambiguous. The results of some studies indicate an inverse relationship, where older individuals exhibit more approving attitudes toward violent behaviors. This relationship is correlated with the more frequent tendency of older generations to hold more traditional beliefs. The results of the study by Gangal, Yigit and Ali (2024) indicate a statistically significant difference in attitudes toward gender-based violence between those belonging to Generation X (born between 1965-1979), Generation Y (born between 1980-1999) and Generation Z (born after 2000). Generation X displayed more accepting attitudes toward violence against women and more traditional views on gender roles.

Personal experience of violence also plays a significant role. It turns out that children who witness or experience violence as adults are more likely to adopt more accepting attitudes toward violence (Schumacher, Feldbau-Kohn, Slep & Heyman, 2001), which may result in an increased likelihood of intimate partner violence in later years (Martin et al., 2002).

Some personality factors may also be related to attitudes toward violence. Among other things, it has been shown that lower scores in agreeableness and conscientiousness are associated with more sympathetic attitudes toward violence (Anderson et al., 2004). It has also been noted that individuals with higher levels of psychoticism exhibit more accepting attitudes toward violence (Eysenck & Eysenck, 1970).

Attitudes toward violence can have various consequences and be reflected in actions. They are considered to play an important role in aggressive behavior (Nunes et al., 2022; Seddig & Davidov, 2018). For example, social approval of violence in upbringing shows a positive relationship with the number of cases of serious child abuse (Bussmann, Ethal & Shroth, 2009). In the International Dating Violence Study, Straus (2004) found that the higher the percentage of students who tolerated partner violence, the higher the rates of college students who assaulted their partner. Another study showed that hostile attitudes of men toward women may be associated with an increase in sexual and non-sexual aggression toward them (Anderson & Anderson, 2008).

Attitudes that are more accepting of violence may also pertain to individuals experiencing violence, thereby exposing them to greater danger. For example, it has been shown that women who exhibit more positive attitudes toward partner violence may be more likely to be subjected to ongoing abuse compared to those who do not display such attitudes (Gage, 2005).

Moreover, more sympathetic attitudes toward violence may have another significant consequence related to the support for individuals experiencing violence. People who hold more accepting attitudes toward violence may respond with less empathy and support for the victims, more frequently attribute blame to them, be less likely to report incidents to the police, and endorse more lenient punishments for the perpetrators (West & Wandrei, 2002).

The relationship between attitudes and violent and aggressive behaviors can be explained, by referring to the theory of planned behavior (Ajzen, 1991). This theory emphasizes that the intention behind a specific behavior is compounded by three factors. The first is the attitude toward the behavior, which determines the degree to which an individual has a positive or negative assessment of behavior. The second variable is the subjective social norm, which refers to the perceived pressure to perform a given action. The third factor is the degree of perceived behavioral control, which reflects the perceived ease or difficulty of performing a given behavior. Generally, the more positive the attitudes and subjective norms regarding a behavior, and the greater the perceived behavioral control, the stronger the intention to perform that behavior. The theory of planned behavior provides a good explanation of the relationship between attitudes toward violence and violent behaviors.

3. Conclusion

It is important to emphasize that violence is a widespread phenomenon and can take various forms. Due to the variety and severity of its consequences, violence is an issue that continuously requires analysis and the exploration of factors that may be helpful in preventing it. In order to achieve this, it is crucial to explore factors that can contribute to the formation of violent behaviors. One of these factors is attitudes toward violence, which can be shaped by a wide range of influences. The content of these attitudes has significant implications, not only for the behaviors of perpetrators and victims but also witnesses of violence. Although much is

already known about attitudes toward violence and their relationship with behaviors, many issues remain ambiguous. Therefore, further research into various aspects related to attitudes toward violence seems necessary, which in turn may be important for the design of future measures to prevent it.

Bibliography:

1. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
2. Anderson, C. A., & Anderson, K. B. (2008). Men who target women: Specificity of target, generality of aggressive behavior. *Aggressive Behavior*, 34(6), 605–622. <https://doi.org/10.1002/ab.20274>.
3. Anderson, C. A., Benjamin, A. J., Wood, P. K., & Bonacci, A. (2006). Development and testing of the velicer attitudes toward violence scale: Evidence for a four-factor model. *Aggressive Behavior*, 32(2), 122-136. <https://doi.org/10.1002/ab.20112>.
4. Anderson, C. A., Carnagey, N. L., Flanagan, M., Benjamin, A. J., Eubanks, J., & Valentine, J. C. (2004). Violent video games: Specific effects of violent content on aggressive thoughts and behavior. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, (Vol. 36, pp. 199–249). Elsevier Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(04\)36004-1](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(04)36004-1).
5. Avcı, R., & Güçray, S. S. (2013). The relationships among interparental conflict, peer, media effects and the violence behaviour of adolescents: The mediator role of attitudes towards violence. *Educational Sciences Theory & Practice*, 13(4), 2005-2015. <https://doi.org/10.12738/estp.2013.4.1950>.
6. Björkqvist, K. (2018). Gender differences in aggression. *Current Opinion in Psychology*, 19, 39-42. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2017.03.030>.
7. Bryant, S. A., & Spencer, G. A. (2003). University students' attitudes about attributing blame in domestic violence. *Journal of Family Violence*, 18(6), 369-376. <https://doi.org/10.1023/A:1026205817132>.
8. Bussmann, K., Ethal, C., & Shroth, A. (2011). The effect of banning corporal punishment in Europe: A Five nation comparison. In J. E. Durrant, A. B. Smith (Eds.), *Global Pathways to Abolishing Physical Punishment: Realizing Children's Rights* (ed. 1). Routledge.
9. Cauffman, E., Feldman, S. S., Arnett Jensen, L., & Jensen Arnett, J. (2000). The (un)acceptability of violence against peers and dates. *Journal of Adolescent Research*, 15(6), 652–673. <https://doi.org/10.1177/0743558400156003>.
10. Ceranek-Dadas, A., & Neumann-Schmidtke, E. (2005). Postawy. In T. Pilch (Ed.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku* (Vol. 4, pp. 743-749). Wydawnictwo Akademickie Żak.
11. Chotkowska, K. (2022). Doświadczenie przemocy w dzieciństwie – skutki w życiu dorosłym. *Dziecko Krzywdzone: Teoria, badania, praktyka*, 21(1), 57-76.
12. Ciesielska, M. (2014). Rodzaje, formy i cykl przemocy w rodzinie. *Zeszyty Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Witelona w Legnicy*, 12(3).
13. Dominiak-Kochanek, M., Frączek A., & Konopka, K. (2012). Styl wychowania w rodzinie a aprobaty agresji w życiu społecznym przez młodych dorosłych. *Psychologia Wychowawcza*, 1-2, 66-85.

14. Eysenck, S. G., & Eysenck, H. J. (1970). Crime and personality: An empirical study of the three-factor theory. *British Journal of Criminology*, 10(3), 225–239.
15. Gage A. J. (2005). Women's experience of intimate partner violence in Haiti. *Social science & medicine*, 61(2), 343–364. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2004.11.078>
16. Gangal, A. D., Yigit, Y., & Ali, Y. (2024). Generational differences in attitudes towards gender roles and violence against women. *International Journal of Caring Sciences*, 17(1), 198-208.
17. Heise L. L. (1998). Violence against women: An integrated, ecological framework. *Violence against women*, 4(3), 262–290. <https://doi.org/10.1177/1077801298004003002>
18. Koenig, M. A., Lutalo, T., Zhao, F., Nalugoda, F., Wabwire-Mangen, F., Kiwanuka, N., Wagman, J., Serwadda, D., Wawer, M., & Gray, R. (2003). Domestic violence in rural Uganda: Evidence from a community-based study. *Bulletin of the World Health Organization*, 81(1), 53–60.
19. Kreager, D. A. (2007). Unnecessary roughness? School sports, peer networks, and male adolescent violence. *American Sociological Review*, 72(5), 705–724. <https://doi.org/10.1177/000312240707200503>.
20. Krug, E. G., Dahlberg, L. L., Mercy, J. A., Zwi, A. B., & Lozano, R. (Eds.). (2002). *World report on violence and health*. World Health Organization.
21. Margolis, A. (1998). *Zespół Dziecka Maltretowanego - diagnostyka medyczna*. Fundacja "Dzieci Niczyje".
22. Martin, S. L., Moracco, K. E., Garro, J., Tsui, A. O., Kupper, L. L., Chase, J. L., & Campbell, J. C. (2002). Domestic violence across generations: Findings from northern India. *International Journal of Epidemiology*, 31(3), 560–572. <https://doi.org/10.1093/ije/31.3.560>.
23. Metzler, M., Merrick, M. T., Klevens, J., Ports, K. A., & Ford, D. C. (2017). Adverse childhood experiences and life opportunities: Shifting the narrative. *Children and youth services review*, 72, 141–149. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2016.10.021>.
24. Michalska, K., & Jaszczak-Kuźmińska, D. (2010). Przemoc w rodzinie. In D. Jaszczak-Kuźmińska, K. Michalska (Eds.), *Przemoc w rodzinie wobec osób starszych i niepełnosprawnych: Poradnik dla pracowników pierwszego kontaktu*. Wydawnictwo Edukacyjne Parpamedia.
25. Nayak, M. B., Byrne, C. A., Martin, M. K., & Abraham, A. G. (2003). Attitudes toward violence against women: A cross-nation study. *Sex Roles: A Journal of Research*, 49(7-8), 333–342. <https://doi.org/10.1023/A:1025108103617>.
26. Nęcki, Z. (1998). Postawy i ich zmiana. In W. Szewczuk (Ed.), *Encyklopedia psychologii* (pp. 425-432). Wydawnictwo Fundacja Innowacja.
27. Nunes, K. L., Pedneault, C. I., & Herman, C. A. (2022). Do Attitudes Toward Violence Affect Violent Behavior? *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*, 31(7). <https://doi.org/10.1080/10926771.2021.2019158>.
28. Radochoński, M. (2007). Wymiar rozwojowy zachowań agresywnych. *Psychologia Rozwojowa*, 12(3), 47-60.
29. Rani, M., & Bonu, S. (2009). Attitudes toward wife beating: A cross-country study in Asia. *Journal of interpersonal violence*, 24(8), 1371-1397. <https://doi.org/10.1177/0886260508322182>.

30. Reese-Weber, M. (2008). A new experimental method assessing attitudes toward adolescent dating and sibling violence using observations of violent interactions. *Journal of Adolescence*, 31(6), 857-876. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2007.11.002>.
31. Rodenhizer, K. A. E., & Edwards, K. M. (2017). The impacts of sexual media exposure on adolescent and emerging adults' dating and sexual violence attitudes and behaviors: A critical review of the literature. *Trauma, Violence, & Abuse*, 20(4), 439-452. <https://doi.org/10.1177/1524838017717745>.
32. Schumacher, J. A., Feldbau-Kohn, S., Slep, A. M. S., & Heyman, R. E. (2001). Risk factors for male-to-female partner physical abuse. *Aggression and Violent Behavior*, 6(2-3), 281-352. [https://doi.org/10.1016/S1359-1789\(00\)00027-6](https://doi.org/10.1016/S1359-1789(00)00027-6).
33. Seddig, D., & Davidov, E. (2018). Values, Attitudes Toward Interpersonal Violence, and Interpersonal Violent Behavior. *Frontiers in psychology*, 9, Article 604. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00604>
34. Siyez D. M., & Kaya, A. (2010). The influence. of some psychological problems and socio-demographic variables upon attitudes toward violence in adolescence. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 5, 334-338. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.07.100>
35. Straus, M. A. (2004). Prevalence of violence against dating partners by male and female university students worldwide. *Violence Against Women*, 10(7), 790-811. <https://doi.org/10.1177/1077801204265552>.
36. Tłuściak-Delikowska, A. (2013a). Psychospołeczne korelaty i predyktory zachowań agresywnych dzieci i młodzieży. *Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze*, 3, 20-26.
37. Tłuściak-Delikowska, A. (2013b). Wybrane aspekty klimatu szkoły a postawy uczniów wobec przemocy w życiu społecznym. *Ruch Pedagogiczny*, 4, 77-88.
38. Ustawa o przeciwdziałaniu przemocy w rodzinie z dnia 29.07 2005 roku z poprawkami z dnia 15.09.2015 roku. (2015). Dziennik Ustaw Rzeczypospolitej Polskiej, poz. 1390.
39. Uthman, O. A., Lawoko, S., & Moradi, T. (2009). Factors associated with attitudes towards intimate partner violence against women: A comparative analysis of 17 sub-Saharan countries. *BMC International Health and Human Rights*, 9(1), Article 14. <https://doi.org/10.1186/1472-698X-9-14>.
40. van der Kolk, B. A. (2005). Developmental trauma disorder: Toward a rational diagnosis for children with complex trauma histories. *Psychiatric Annals*, 35(5), 401-408. <https://doi.org/10.3928/00485713-20050501-06>.
41. Wang, L. (2016). Factors influencing attitude toward intimate partner violence. *Aggression and Violent Behavior*, 29, 72-78. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2016.06.005>.
42. West, A., & Wandrei, M. L. (2002). Intimate partner violence: A model for predicting interventions by informal helpers. *Journal of Interpersonal Violence*, 17(9), 972-986. <https://doi.org/10.1177/0886260502017009004>.

13. WPŁYW PRZESTRZENI DŹWIĘKOWYCH NA LUDZKI MÓZG: EKSPLORACJA RELACJI CZŁOWIEK-MASZYNA

Julia Sikorska

Karolina Bielecka

Mateusz Iwicki

Każdego dnia i nocy otaczają nas dźwięki. Są to brzmienia z bliskiego nam otoczenia, naszej pracy, domu, środków komunikacji a nawet nas samych. Doskonale rozpoznajemy rozmaite szczebiotania i potrafimy je sklasyfikować. Wiemy, kiedy dzwoni nam telefon, leci samolot i rozumiemy w jakim miejscu się znajdujemy poprzez dźwięki. Dla osób z nie uszkodzonym aparatem słuchowym taka właśnie klasyfikacja wydaje się oczywista, pożyteczna a dodatkowo zdrowa. Co by się działo, gdyby nasz mózg nie klasyfikował różnorodnych dźwięków? Zapewne możemy przypuszczać, że ludzie żyliby w chaosie oraz wiecznym strachu przed otaczającą ich rzeczywistością. Jednak nasuwa się tutaj nam dodatkowe pytanie, czy my jako ludzie klasyfikujemy zastane dźwięki w sposób prawidłowy? Czy wiemy, co stoi za danym dźwiękiem oprócz konkretnego późniejszego działania? Wiemy tylko, że jak słyszymy dany dźwięk mamy skutek, efekt, ale czy wiemy jak się czujemy słysząc go? Oraz czy jesteśmy w stanie słyszeć poszczególne dźwięki przy takim dużym ich natężeniu, czy nadal słyszymy dźwięk, czy raczej istny chaos, któremu miała zapobiegać klasyfikacja?

Zanim rozpoczniemy powinniśmy pochylić się nad paroma innymi kwestiami. Musimy cofnąć się, aby zrozumieć, jak pewne procesy ukształtowały nasze miasta oraz społeczność kulturową. Epoka przemysłowa dała nam zupełnie inne postrzeganie miejskiej przestrzeni, wtedy dopiero pojawiło się pojęcie hałasu. Pociągi, tramwaje, maszyny parowe stanowiły obiekt fascynacji awangardy artystycznej. Hałas, jaki generowały te zdobycze cywilizacyjne zwiastował rozwój i postęp, coś co kojarzyło się im pozytywnie. Futurystyczny malarz i kompozytor Luigi Russolo sklasyfikował dźwięki w swojej książce *The Art Of Noises*, dzieląc je na szczegółowe kategorie [Luigi Russolo *The Art Of Noises*] a dnia dzisiejszego nie są o nas aż tak oczywiste, ponieważ hałas poszerzył swoje pole działania. Nie myślimy o rozwoju w kategoriach czegoś straconego, czegoś co cofa nas przeszłość. Gdy jednak zaczniemy rzeczywiście przyglądać się dźwiękom zrozumiemy, że coś jest nie tak. Jak w zasadzie brzmi natura, czy my mamy prawo wiedzieć, jak ona brzmi w rzeczywistości? Kiedy ta granica pomiędzy nami a naturą została tak bardzo przesunięta na naszą „korzyść”? Kiedy tak bardzo zawładnęliśmy naturą?

Według Jasona Hickla przed światem kapitalistycznym ludzie starali się żyć w zgodzie z naturą. Brali z niej tylko tyle ile potrzebowali, nigdy nie pomyśleliby oni o zabranii nadwyżki. Najważniejsze było to, aby ziemia mogła się rekultywować. Polowania i śmierć zwierząt były codziennością, ale funkcjonowało inne postrzeganie bytu. W tych społecznościach występowała ontologia „współbycia”. Ten pogląd na świat możemy nazwać animizmem. Jest to idea, w ramach której twierdzi się, że wszystko co istnieje ma w sobie tego samego ducha lub esencję. Wszyscy więc na planecie jesteśmy z sobą spokrewnieni, niczym

wielka ziemską rodziną. Filozofka Carolyn Merchant dochodzi do wniosku, że to właśnie animizm był pewnego rodzaju hamulcem do tego, aby móc plądrować ziemię. Istniejący wówczas *obraz ziemi jako żyjącego organizmu i opiekuńczej matki stanowił hamulec [...] Matce nie podrzyna się gardła, nie dłubie się w jej wnętrznościach* [Hickiel, 2022, s. 98]. Zaś religioznawca Graham Harvey mówi o animizmie jako przekonaniu, że *świat jest pełen osób, tyle że jedne z nich są ludźmi, a inne nie, i że życie zawsze przeżywa się w relacjach z innymi* [Harvey, 2022]. Wszystko więc co nas otacza - góry, rzeki, jeziora czy rośliny - zyskują status podmiotu a nie przedmiotu. Musimy pamiętać o tym, że ta idea życia nie wygasła, możemy ją znaleźć w niektórych społecznościach. Za przykład, który podaje nam autor mogą posłużyć nam Aczuarowie którzy zamieszkują teren pomiędzy Peru a Ekwadorem. Zamieszkują oni dziką dla Europejczyków dżunglę, gdzie każdy robaczek chodzący po ziemi, ptak fruwały gdzieś pod nieboskłonem i mała roślina wyrastająca z gleby, są traktowani niczym człowiek. Zwierzęta oraz rośliny posiadają duszę podobną do ludzkiej i według ich języka są przypisywane do kategorii osoby (agents). Odczuwają oni pokrewieństwo z każdą żywą istotą. Według autora podejście animistyczne nie jest więc odległe i niewyobrażalne, jest wręcz dowodem na to, że ludzkość (jako całość światowa, a nie poszczególne społeczności) żyła kiedyś zupełnie inaczej. Animizm jest ideą głęboko ekologiczną [Hickiel, 2022, s. 336-345]. Co więc poszło nie tak? Kiedy nastąpiło to rozdzielenie?

Tutaj powinniśmy sięgnąć do filozofii Oświecenia, która przede wszystkim przyczyniła się do owego rozdzielenia. Hickel stwierdza, że myśliciele oświeceniowi doszli do wniosku, że animizm nie jest podejściem nakierowanym na rozwój, wręcz doprowadza nas do powrotu do „jaskini”. W owej ontologii widzieli przeszkodę do rozwoju gospodarki kapitalistycznej i ekspansji ziemi. Według autora z pomocą dla nowych idei przyszedł Francis Bacon, który swoimi teoriami usprawiedliwiał a nawet gloryfikował eksploatację przyrody. Zmodyfikował on starożytną tradycję, która przedstawia Ziemię jako ukochaną matkę jednak przeobrażając ją w „pospolitą nierządnicę”. Z tego wypływa nam jeden wniosek: coś co jest odstępstwem od prawidłowego życia kulturalnego powinniśmy ujarzmić i przywoływać do porządku. Nauka i technika miały być dla niego narzędziami w działaniu, sam pisał o tym, że *nauka powinna torturami wymuszać od natury jej sekrety* [Hickiel, 2022, s. 100]. Tortury stały się więc nie lekką metaforą, ale receptą na nowe życie. Bacon w swoich rozważaniach posunął się jednak dalej, twierdził, że możemy myśleć, że przyroda się porusza, żyje, czy jest jakiś organizmem, ale w rzeczywistości jest to tylko bezwładną materią, a jej ruchy są poruszaniem się maszyny.

Sposób myślenia Bacona kontynuował Rene Descartes, czyli Kartezjusz. Sporą część swoich rozważań poświęcił zwierzętom-maszynom, jest to równie ważny wątek, ale dla nas istotne będzie tutaj pojęcie dualizmu. Sięgnął on do rozważań Platona, gdzie świat jest podzielony na dwie sfery i przemienił je w swoim paradygmacie. Według niego świat jest podzielony na świat materii oraz świat duszy. Zwierzęta i rośliny nie posiadają duszy bożej, ten element posiadają tylko istoty ludzkie. Descartes chcąc to udowodnić wykonywał sekcje zwłok na zwierzętach *Podczas gdy nieszczęsne zwierzęta wiły się i skomlały z bólu, uczony upierał się, że to tylko <<pozory>>, po prostu odruch: mięśnie automatycznie reagują na bodźce* [Hickiel, 2022 s. 102]. Uparcie trzymał się swoich też, że zwierzęta są tylko materią i nie mają jak odczuwać bólu. Według koncepcji Hickela w taki sposób filozof zniszczył *continuum* pomiędzy ludźmi a naturą, stawiając potężny mur dualizmu. Ów pogląd stał się

dominującym w świecie zachodnim od drugiej połowy XVII wieku. Z chęcią ideę tę poparł kościół, ponieważ potwierdzała ona pewną wyższość gatunku ludzkiego jako pochodzącego od boga. Jason Hickiel sam pisze, że *dualizm rozpanoszył się w kulturze europejskiej. Zapuścił w niej głębokie korzenie, ponieważ był odpowiedzią na potrzeby wpływowych grup, które miały interes w rozdzieleniu świata* [Hickiel, 2022, s. 103]. Od kiedy dualizm zapanował właściwie nad przyrodą i można już było z nią robić wszystko, skoro nie miała ona duszy, nie czuła bólu, to czemu nie uczynić z niej tylko zasobu, majątku czy rzeczy.

Współczesność stawia przed człowiekiem wiele wyzwań, na które nie jest przygotowany. Zwiększenie się szybkości przepływu informacji, sprawiło, że nasza codzienność w dużej mierze polega na odbieraniu wielorakich bodźców i treści. Otoczenie, stanowiące przestrzeń życiową i miejsce nawiązywania relacji, stało się drugorzędnym aspektem. Nowoczesność zmieniła wcześniejszy sposób patrzenia na świat, gdyż jest to „niespotykany dotąd w historii amalgamat nowych praktyk i form instytucjonalnych (nauki, technologii, produkcji przemysłowej, urbanizacji), nowych sposobów życia (indywidualizm, sekularyzacja, racjonalność instrumentalna) i nowych form *malaise* (alienacja, bezsens, nieruchomy rozpad więzi społecznych)” [Taylor, 2010, s. 9]. Obecny świat dostarcza człowiekowi wiele możliwości, sprawiając jednak, że jest on stale pod wpływem oddziaływania wielu bodźców. Nowoczesność wprowadza ze sobą do życia społecznego nowe pojęcie, które odnosi się do postrzegania rozwijającego się świata. Jest nim “*imaginarium społeczne*”, w którym zawierają się „sposoby, w jaki ludzie wyobrażają sobie swoją społeczną egzystencję, jak przystosowują się do innych, jak toczą się sprawy między nimi i bliźnimi; to także oczekiwania, które zwykle się spełniają, oraz głębsze normatywne koncepcje i obrazy, leżące u ich podstaw” [Taylor, 2010, s. 37]. We współczesności zmieniła się warstwa wyobraźniowa dotycząca otoczenia oraz relacyjności. Dawniej były to czynniki, które stanowiły podłoże wszelkich transformacji społecznych. Obecnie są to drugorzędne elementy życiowe, co jedynie podkreśla przemiany, jakie zaszły na podłożu społecznej egzystencji. Tutaj pojawia się problem natury prozaicznej – jak funkcjonuje człowiek, który w każdej minucie swojego życia jest nastawiony na odbieranie różnorodnych stymulacji?

Faktem jest, że żyjemy w w zrokokocentrycznej kulturze, która skupia się na oglądaniu, przyglądaniu się danej przestrzeni i podawaniu jej analizie poprzez wzrok. W książce Konrada Chmieleckiego *Widzenie przez kulturę* możemy przeczytać że cała kultura zachodu oparta jest na wzorkocentryczności. Zachód opiera swoją kulturę na dwóch podstawowych filarach czyli na kulturze greckiej oraz chrześcijaństwie. Przyjrzymy się jednak temu sami. Autor w swojej książce odwołuje się do filozofii Paramidesa który nie stworzyłby swojej koncepcji doskonałego i niezmiennego bytu gdyby nie właśnie zmysł wzroku. Kolejnym ważnym aspektem jest to że często Grekom chodziło o wzrok do siebie konkretniej do wnętrza swojego umysłu. Chodzi tutaj o ciągłą naukę i obserwację samego siebie. Drugim istotnym filarem dla jest właśnie chrześcijaństwo. W całej biblii pojawiają się określenia takie jak *Bóg jest światłem* czy budowle sakralne które wznoszono powinny być pełne *widzialnego światła* [Chmielnicki, 2018, s. 215-2020]. Ukazuje nam to że od zawsze żyjemy w takiej kulturze a w współczesnych czasach wzrok stał się jeszcze bardziej istotny. Żyjemy w świecie przepelnionym ekranami, reklamami, filmikami, zdjęciami które niosą za sobą informację a to może powodować ogólne przebodźcowanie [Mitchell, 2013]. Dodatkowo znamy wiele badań, gdzie mówi się o pozytywnym wpływie zieleni na nasze samopoczucie, zdrowie psychiczne bądź fizyczne

[<https://ecomy.irmir.pl/wp-content/uploads/2021/08/O-znaczeniu-zieleni-w-miastach-2.pdf>].

Większość tych badań skupia się jednak na aparacie wzrokowym, który przyjmuje funkcje nadrzędnego zmysłu. Sam wzrokocentryzm stał się pewnego rodzaju przyjętą formacją kulturową spostrzegania rzeczywistości. Zastanówmy się czy aby rzeczywiście, kiedy znajdujemy się w parku w mieście bądź pod miastem odczuwamy relaks czy odpoczynek? W tekście Jadwigi Zimpel możemy przeczytać, że większość zmysłów w przestrzeni miejskiej zostało skolonizowanych przez wzrokocentryzm. Sama badaczka pisze *Przejawia się to między innymi drenażem miejsc przez, by posłużyć się określeniem Anthony'ego Giddensa, „systemy eksperckie” 15 (na przykład w ramach działań gentryfikacyjnych). Za sprawą systemów eksperckich praktyki życia codziennego w mieście zyskują nowe możliwości profesjonalizacji i ekspertyzy, tracą jednak w tym procesie swój wielozmysłowy charakter, co skutkuje spadkiem wrażliwości na jakość zamieszkiwanego środowiska* [https://www.academia.edu/45019473/Praktyka_pog%C5%82%C4%99bionego_s%C5%82uchania_w_badaniach_miejskich/]. Nikt w nas nie wsłuchuje się w przestrzenie, nie zastanawiamy się nad tym, co rzeczywiście czujemy w danym miejscu, a nie tylko co mówi nam nasz wzrok. Dlatego tak bardzo istotne było pojęcie pejzaży dźwiękowych R. Murraya Schafera, który stwierdził, że słuchanie jest nieodłączną cechą łączącą człowieka z jego naturalnym środowiskiem. Od koncepcji Schafera minęło już około 50 lat. Od tego czasu powstało wiele nowych badań, świeższych zagadnień i nowej orientacji na pewne problemy. Późniejszy badacz Jonathan Stern określa postawę swojego poprzednika jako skrajnie antymodernistyczną. Stern pisze o uprzedzeniach Schafera odnośnie hałasu. Schafer uciekł i mieszkał na wsi, gdzie pisał antymodernistyczne teksty i mocno krytykował hałas. Badał on klaksony w Buenos Aires, nagrywa on tam hałasy. Zauważa, że klakson jest szerszym komponentem kulturowym który niesie za sobą przykładowo pozdrowienie. Według niego jednak daje to za duży hałas więc chciałby je sklasyfikować i mocno je ujednolicić tak aby hałasu nie było. Trochę tak jakby chciał usunąć z ekologii człowieka i jego kulturowy grunt. Współcześnie jeden z badaczy Timothy Morton pisze o ciemnej ekologii która postuluje oto aby zostawić naturę samej sobie, aktualnie ciągle w nią ingerujemy co daje tylko pozorny jej naturalny charakter a przykładem tego mogą być parki narodowe bądź też miejskie [<https://audiopapers.glissando.pl/czy-ekologia-dzwiekowa-jest-ekologiczna/>]. Dlatego tym bardziej tak bardzo istotnym pojęciem jest tutaj soundscape który łączy z sobą naturokultury.

Problematyczność rozwoju cywilizacyjnego związanego z rozwojem technologicznym, urbanizacyjnym oraz społecznym przewidział w latach 50. Marshal McLuhan w swojej książce „Zrozumieć media”. Nowe media oraz technologie stają się nie tylko nośnikami informacji, lecz „przedłużeniem człowieka” [McLuhan, 2004, s. 33-34], które są niezbędne do funkcjonowania w świecie i z łatwością wywołując przebudżowanie. Człowiek jest stymulowany przez wiele oddziaływań zewnętrznych i wewnętrznych. W poniższych badaniach zajmiemy się bodźcami dźwiękowymi, będącymi stymulantami zewnętrznymi posiadającymi wpływ na funkcjonowanie człowieka, czyli niosącymi za sobą konsekwencje wewnętrzne. Do tej pory radzenie sobie z przebudżowaniem opierało się na „samoamputacjach”, przy czym „oddziaływanie intensywnym bodźcem na jeden zmysł lub wybór jednego przedłużonego, oddzielnego, czyli ‘amputowanego’ zmysłu w postaci techniki jest po części przyczyną porażającego wpływu, jaki technika posiada na swoich twórców i użytkowników” [McLuhan, 2004, s. 83]. Było to doraźnym remedium, które nie leczy

przyczyny problemu, ani nie pomaga zrozumieć jego funkcjonowania. Obecnie podejście do tej tematyki z perspektywy podkreślającej wpływ dźwięków na człowieka diametralnie się zmieniła, gdyż "od kilkunastu lat prowadzone są interdyscyplinarne badania krajobrazu dźwiękowego (sound studies), czyli zróżnicowanej jakościowo warstwy krajobrazu charakteryzującej się ulotnością i dużą wrażliwością na zmiany. Narodziły się one z uświadomienia potrzeby przeciwstawienia się inwazji hałasu poprzez badanie różnych jakości dźwiękowych i rozwijanie działalności pedagogicznej uwrażliwiającej na dźwięk" [Bernat, 2012, s. 104]. Stanowią odpowiedź na rosnącą potrzebę zrozumienia wpływu dźwięków otoczenia na społeczeństwo każdego dnia.

Nie ważne, czy żyje się w miastach, czy na wsi, na obrzeżach aglomeracji, czy też w lesie, stale przebywa się wśród rozmaitych krajobrazów dźwiękowych, które "są nośnikiem pewnych treści, skojarzeń, symboliki. Niemal w każdym krajobrazie występują dźwięki z jakiegoś względu wyjątkowe lub posiadające szczególną wartość dla lokalnej społeczności. Wywołane zapamiętanymi dźwiękami, a zwłaszcza sekwencjami dźwięków (melodią, muzyką) skojarzenia są spoiwami integrującymi postrzegane scenerie oraz dotychczasowe informacje o regionie. Informacje o dźwiękach sprzyjają zdobywaniu wiedzy o różnych aspektach życia, często nieujawnianych bezpośrednio przez inne źródła" [Bernat, 1999, s. 297-309]. Stałe połączenie z warstwą dźwiękową wpływa na funkcjonowanie każdego człowieka. Często nie zwracamy jednak uwagi na soundscape'y, do których jesteśmy przyzwyczajeni. Oznacza to, że przestajemy zwracać uwagę na dźwięki, będące integralną częścią naszej codzienności. Mieszkańcy miast i wsi żyją w zupełnie odmiennych krajobrazach dźwiękowych, składających się z innych elementów, co za tym idzie są przyzwyczajeni do odmiennych bodźców. Każdy człowiek odbiera dany krajobraz dźwiękowy na swój sposób. Wpływa na to wiele czynników, takich jak pochodzenie, przeprowadzony proces socjalizacji od najmłodszych lat, czy też własne doświadczenia społeczne i kulturowe.

Obecnie zainteresowanie krajobrazami dźwiękowymi staje się coraz bardziej popularne, a co za tym idzie "odkrywanie krajobrazów dźwiękowych, rozwijanie kultury słuchania staje się nowym wyzwaniem dla kultury współczesnej. Droga ku kulturze słuchania wiedzie przez kształcenie. Słuchanie wymaga zatrzymania, by odkrywać niezwykłość w tym, co zwyczajne, codzienne" [Bernat, 1999, s. 104]. Powyższa zależność jest również intrygującym polem badawczym, które zainspirowało projekt *Wpływ przestrzeni dźwiękowych na ludzki mózg: Eksploracja relacji człowiek-maszyna*. Jego główną ideą jest zbadanie korelacji między wybranymi dźwiękami, a reakcją grupy badawczej. Projekt rozpoczął się przeprowadzeniem nagrań w wybranych przestrzeniach znajdujących się w Poznaniu i okolicach. Konkretnie krajobrazy dźwiękowe zostały wybrane, tak by zaprezentować pełne spektrum i różnorodność spotykanych w tym obszarze dźwięków, dlatego były to: Wielkopolski Park Narodowy (przestrzeń zawierająca dźwięki natury, ze znikomym zanieczyszczeniem dźwiękowym, spowodowanym znacznym oddaleniem od aglomeracji i ruchliwych dróg), Ogród Botaniczny UAM (przestrzeń częściowo zanieczyszczona dźwiękowo ze względu na pobliską drogę i lotnisko, lecz głównie zawierająca dźwięki natury), Park Adama Mickiewicza (przestrzeń zawierająca zarówno dźwięki natury, jak i miejski gwar, ulokowana w centrum miasta, co zapewnia zróżnicowany krajobraz dźwiękowy), ulica Półwiejska (przestrzeń miejska, zawierająca różnorodne bodźce dźwiękowe, znajdująca się blisko Starego Rynku) oraz Rondo Solidarności (przestrzeń składająca się z

miejskich zanieczyszczeń dźwiękowych, opartych na stałym harmiderze i odgłosach pojazdów. Do zebranych nagrań w celu urozmaicenia prowadzonych badań zostały dodane dwie syntetyczne opcje dźwiękowe: syntezowany szum o charakterze podobnym do brązowego szumu (brown noise) oraz pejzaż dźwiękowy lasu wygenerowany przez model uczenia maszynowego.:

Projekt opierał się na badaniach EEG, które miały pokazać bezpośrednie zachowanie mózgu podczas odbierania przygotowanych wcześniej nagrań dźwiękowych. Jest to źródło wizualnych odczytów fal mózgowych, będących źródłem danych o percepcji powyższych bodźców przez grupę badawczą.

W podobnym badaniu [Luiza de Ulhôa Carvalho, 2003] wykorzystującym technologię EEG, pejzaże dźwiękowe odtwarzano w komorze bezekowej przy użyciu słuchawek i w połączeniu z wizualizacją przestrzeni w technologii VR. W przeprowadzonym przez nas badaniu z kolei odtwarzano dźwięki w spreparowanym akustycznie pomieszczeniu przez głośniki. Nie zastosowano wizualizacji przestrzeni, aby skupić się wyłącznie na pejzażu dźwiękowym i uniknąć potencjalnych zakłóceń wywołanych bodźcami wizualnymi. Nasze badanie trwało znacznie krócej - 30 minut, w porównaniu do 150 minut w przywoływanym badaniu. Ta różnica w czasie trwania eksperymentu miała na celu zapobieżenie zmęczeniu osób badanych, które mogłoby zakłócić wyniki badania EEG. Krótszy czas ekspozycji pozwolił również na utrzymanie wyższego poziomu koncentracji uczestników przez cały okres trwania eksperymentu.

Zebrane odczyty, składają się z sześciu kategorii wskaźników: skupienia, zaangażowania, pobudzenia, zainteresowania, relaksacji i stresu. Są to elementy zapewniające przekrojowe spojrzenie na odbiór wybranych dźwięków, nie tylko dzięki wizualizacji reakcji zachodzących w danym płacie mózgowym, lecz również dzięki znormalizowanej skali, która zaczyna się od 0, a przy części odczytów momentami sięgała 100. Wskaźniki, na których budowana jest dokumentacja opierają się na poniższej specyfikacji [<https://www.emotiv.com/tools/knowledge-base/performance-metrics/performance-metrics>]:

Skupienie jest miarą skoncentrowanej uwagi na jednym konkretnym bodźcu. Skupienie mierzy głębokość uwagi i częstotliwość przełączania uwagi między bodźcami. Częste przełączanie się pomiędzy bodźcami, rozproszenie, skutkuje niską wartością wskaźnika.

Zaangażowanie jest doświadczane jako czujność i świadome skierowanie uwagi na bodźce. Mierzy poziom zanurzenia w obecnej chwili, jest mieszanką uwagi i koncentracji. Charakteryzuje się zwiększonym pobudzeniem fizjologicznym i fal beta oraz osłabionymi falami alfa. Im większa uwaga, koncentracja i obciążenie zadaniem, tym wyższy poziom wskaźnika.

Pobudzenie to świadomość lub odczucie pobudzenia fizjologicznego o pozytywnym charakterze. Wysoki poziom tego wskaźnika charakteryzuje się aktywacją układu współczulnego, co skutkuje szeregiem reakcji fizjologicznych: rozszerzeniem źrenic, stymulacją gruczołów potowych, wzrostem tętna i napięcia mięśniowego, zahamowaniem trawienia.

Zainteresowanie to stopień atrakcyjności lub awersji do bieżących bodźców, środowiska lub aktywności. Niski poziom wskazuje na silną awersję do sytuacji, wysoki na silne przywiązanie do sytuacji, natomiast średni na względną obojętność.

Relaksacja to wskaźnik zdolności do wyłączenia się i odzyskania sił po intensywnej koncentracji.

Stres jest miarą komfortu w odniesieniu do bieżącego wyzwania. Wysoki poziom stresu może wynikać między innymi z uczucia przytłoczenia. Poziom stresu od niskiego do średniego może poprawić produktywność, natomiast wyższy poziom wpływa negatywnie na funkcjonowanie i może mieć długoterminowe skutki dla zdrowia i samopoczucia.

Wyniki przeprowadzonego badania EEG ujawniły zróżnicowane wzorce aktywności mózgu na różne przestrzenie dźwiękowe (Tab. 1). W środowiskach miejskich o wysokim stopniu zanieczyszczenia dźwiękowego wykazały najbardziej dynamiczne i potencjalnie obciążające wzorce aktywności mózgu. Charakteryzowały się one zmiennym poziomem uwagi (30 - 60), wysokim poziomem zaangażowania (70 - 90) i pobudzenia (60 - 80), średnim zainteresowaniem (40 - 60), niską relaksacją (10 - 30) oraz wysokim poziomem stresu (70 - 90). Wyniki sugerują, że środowisko miejskie wymaga ciągłej adaptacji układu nerwowego, co może prowadzić do zwiększonego obciążenia poznawczego.

Parki miejskie, przestrzenie o średnim poziomie zanieczyszczenia dźwiękowego, wykazały bardziej zrównoważone zakresy wartości wskaźników. Wszystkie oscylowały w średnim zakresie (40 - 70), co może wskazywać na pewien kompromis między stymulacją, a relaksacją wśród sonicznej zieleni miejskiej. Można wnioskować, że parki miejskie mogą oferować przestrzeń przejściową, łagodzącą intensywność bodźców typowych dla przestrzeni miast.

Przestrzeń dźwiękowa Wielkopolskiego Parku Narodowego, będąc przestrzenią o niskim poziomie zanieczyszczenia dźwiękowego, wywołała najbardziej korzystne reakcje neurofizjologiczne. Odnotowano wysokie poziomy skupienia (70 - 90), zaangażowania (70 - 90) i zainteresowania (70 - 90), przy jednocześnie wysokiej relaksacji (70 - 90) i niskim stresie (20 - 40). Co szczególnie warto uwagi, poziom pobudzenia był niski (20 - 40) - może to sugerować, że naturalne środowiska dźwiękowe mają potencjał by promować stan spokojnej czujności i zaangażowania, bez nadmiernej ekscytacji.

Syntezywane naturalne przestrzenie dźwiękowe wykazały średni poziom uwagi (50 - 70) i zainteresowania (40 - 60), zmiennym zaangażowaniem (30 - 70) mogącym wynikać z różnej dynamiki przygotowanych przestrzeni dźwiękowych, niskim pobudzeniem (10 - 30), wysoką relaksacją (70 - 90) i niskim stresem (20 - 40). Wyniki wskazują, że sztucznie syntezowane przestrzenie dźwiękowe mogą mieć podobny wpływ na neurofizjologię człowieka, co naturalne przestrzenie dźwiękowe.

Tabela 1. Zróżnicowanie odbioru przestrzeni dźwiękowych w oparciu o wskaźniki kolejno skupienia, zaangażowania, pobudzenia, zainteresowania, relaksacji i stresu

Typ przestrzeni dźwiękowej	Sk.	Zaang.	Pob.	Zaint.	Rel.	Stres
Przestrzeń miejska (wysoko zanieczyszczona dźwiękowo)	Zmienny (30-80)	Wysoki (70-90)	Wysoki (60-80)	Średni (40-60)	Niski (10-30)	Wysoki (70-90)
Park miejski (średnio zanieczyszczony dźwiękowo)	Średni (40-60)	Średni (50-70)	Średni (40-60)	Średni (50-70)	Średni (40-60)	Średni (40-60)
Park narodowy (nisko zanieczyszczony dźwiękowo)	Wysoki (70-90)	Wysoki (70-90)	Niski (20-40)	Wysoki (70-90)	Wysoki (70-90)	Niski (10-30)
Syntezywana przestrzeń naturalna	Średni (50-70)	Zmienny (30-70)	Niski (10-30)	Średni (40-60)	Wysoki (70-90)	Niski (20-40)

Badania nad odbiorem krajobrazów dźwiękowych zawsze stanowią wyzwanie (zdobycie wartościowego materiału w postaci nagrań, znalezienie odpowiedniej grupy badawczej, czy też znalezienie odpowiednich odniesień przy analizie danych). Nasze odczucia są subiektywne i opierają się na wielu niezależnych od badacza czynnikach, które mogą wpłynąć na zbierane dane. Nie jest to jednak problemem w kontekście krajobrazów dźwiękowych, gdyż tak, jak ich struktura stale się zmienia, ich odbiór również nie będzie jednolity. Każdy człowiek żyje w otoczeniu, które podlega ciągłym przekształceniom, a co za tym idzie, musiał dostosować się do takiego stanu rzeczy, by móc w nim funkcjonować. Rozmaitość krajobrazów dźwiękowych świetnie obrazuje różnorodność ludzi, którzy w nich żyją. Ta zależność pokazuje, że “dźwięk jest ujmowany jako jeden z ważnych elementów multisensorycznego postrzegania krajobrazu. Stanowi on nie zawsze w pełni uzmysławiany istotny element głębokiego przeżycia emocjonalnego (estetycznego)” [Lewanducz, 2008, s. 54].

Dźwięki towarzyszą nam każdego dnia, dlatego badanie krajobrazów dźwiękowych jest tak istotne. To wszystko jest możliwe dzięki działalności osób które zajmowały jak i zajmują się dźwiękiem takimi jak Schafer czy Stern. To poprzez ich badania, nasze własne mogły się odbyć. Dźwięki zawierają w sobie wiele czynników oraz bodźców, które posiadają wpływ nie tylko na społeczeństwo i samopoczucie jego członków, ale również na zwierzęta, rośliny oraz inne organizmy. Dlatego tak ważne są dla nas spostrzeżenia Hickla że pomimo wielkiego podziału na naturę i kulturę wracamy do połączenia tych dwóch czynników w jeden. Możemy to dostrzec w pojęciu takim jak naturokultura. Możemy badać stosunek człowieka do nich poprzez różne dźwięki. Istotne jednak jest to aby pamiętać o idei animizmu która mówi o poszanowaniu, równości a nie o eksploatacji środowiska. Dźwięk posiada wielką moc, której oddziaływanie różnicuje się względem danego obszaru. Wybrane przez nas przestrzenie stanowią wyraźne przykłady odmienności krajobrazów dźwiękowych,

znajdujących się w Poznaniu oraz jego okolicach. Wzbogacenie badań o dźwięki syntezowane, dodaje również element zastanowienia nad przyszłością dźwięków w codzienności. Możliwość manipulacji warstwą akustyczną, jest obecna i stale rozwijana. Mózg do tej pory był przyzwyczajony do odbierania dźwięków dostarczanych przez naturę lub miasto. Teraz stawia się przed nim nowe wyzwania poznawcze, które nie są jeszcze doprecyzowane, dlatego obecność trzech grup dźwiękowych w powyższych badaniach była tak istotna. Jest to spojrzenie na trzy warstwy percepcyjne, z którymi mamy styczność każdego dnia. Krajobrazy dźwiękowe są żywym zjawiskiem, rozwijającym się równolegle z rozwojem człowieka, dlatego świadomość o ich ciągłym przekształceniu powinna motywować do poszukiwania nowych form oraz sposobów badań. Widać tutaj pewną zależność: człowiek rozwija się zmieniając przy tym krajobrazy dźwiękowe, a zmiana krajobrazów dźwiękowych (na gorsze lub lepsze pod względem ilości zanieczyszczenia dźwiękowego) stymuluje go do rozwoju. Jest to pewnego rodzaju symbioza, której wynik w szerszej skali nie jest łatwy do przewidzenia.

14. MOC INTERAKTYWNEJ NARRACJI: OPOWIADANIE PRZEZ OTOCZENIE NA PRZYKŁADZIE DEUS EX: HUMAN REVOLUTION

Albert Wróbel

PTTK 28a/3

87-400lub-Dobrzyń

Email: personal.wrobel@gmail.com

1. Wstęp

Wydaje się, że gry wideo są coraz częściej postrzegane jako kompetentny sposób opowiadania historii. Wśród wydawanych pozycji możemy znaleźć takie, które – dzięki m.in. wciągającej fabule – zyskały uznanie krytyków i graczy. Potwierdzeniem niniejszej tezy może być gra wideo z 2011 roku pt. *Deus Ex: Human Revolution*. W recenzji opublikowanej na łamach witryny CD – Action możemy przeczytać, że jednymi z zalet tytułu są wielowątkowa historia oraz „świetnie napisany scenariusz” [Berlin, 2011]. Równie pozytywnie odebrano bohaterów, dialogi i soundtrack. Można powiedzieć, że *Deus Ex: Human Revolution* jest jednym z tych tekstów kultury, którego ogromną zaletą jest strona fabularna. Jej nieodłączną częścią jest tzw. environmental storytelling, co można przełożyć na język polski jako opowiadanie przez otoczenie. Niebezpośrednio uwagę na ten element zwraca recenzja opublikowana na Techgaga, w której możemy przeczytać, że „Throughout early wanderings in the Sarif headquarters, you’ll stumble on bits of correspondence that let you know they have you just where they want you ¹.” [Thomas, 2011]. Jak widać, gracz jest w stanie poszerzyć swoją wiedzę o świecie i wydarzeniach dzięki elementom umieszczonym w środowisku gry, bowiem te mogą być nośnikiem informacji. Tym samym można wysnuć wniosek, że narracja przez otoczenie stanowi ważny element fabularnych gier wideo, odgrywając niebagatelne znaczenie w przedstawianiu i przekazywaniu historii.

2. Materiał i metody

Celem pracy jest prezentacja i analiza przykładów narracji przez otoczenie, które pochodzą z gry wideo *Deus Ex: Human Revolution* wydanej w 2011 roku. Badanie zostanie przeprowadzone na podstawie wybranych przykładów ukazanych w formie zrzutów ekranu, wykonanych na przestrzeni rozgrywki. Praca ograniczy się do omówienia pięciu lokacji, wybierając je na podstawie stopnia trudności w zidentyfikowaniu narracji środowiskowej. Mówiąc inaczej – przedstawione zostaną przykłady, w których narracja przez otoczenie wydaje się być szczególnie zauważalna.

W pierwszej kolejności należy jednak dokładniej przybliżyć pojęcie narracji przez otoczenie. W kontekście gier wideo wydaje się ono szczególnie istotne, jako że akcja może odgrywać się w środowisku, w którym gracz ma szansę przeprowadzania interakcji

¹ Podczas początkowego przemierzania siedziby Sarif, natrafisz na fragmenty korespondencji, które poinformują cię, że jesteś dokładnie tam, gdzie tego chcą. [tłum. własne].

z obiektami. Nikolaj Andersen [2019, s. 8] w swojej pracy przekazuje, że taki rodzaj narracji opowiada historię za pomocą innych elementów niż mowa lub tekst – to wizualny aspekt odgrywa tu kluczową rolę:

Environmental storytelling is a type of narrative technique that does not utilize text or speech, but rather visual representations an environment that conveys narrative through embedded narrative element²[Andersen, 2019, s. 8].

Interesującą definicję możemy znaleźć na blogu Game Developer. Wskazuje ona, że narracja środowiskowa jest sposobem przekazywania historii za pomocą obiektów. Te – według autora tekstu – znajdują się w otoczeniu, w którym rozgrywa się akcja, a ich dobór jest przemyślany [Stewart, 2015]. Opowiadanie przez otoczenie nie jest tak bezpośrednie, jak tradycyjne formy konstruowania fabuły – to gracz ma wysnuć, do czego mogło dojść w danej lokacji, dzięki elementom rozmieszczonym w otoczeniu [Stewart, 2015.] Narracja za pośrednictwem środowiska zyskuje, gdy w danym dziele występuje również tradycyjna forma opowiadania:

In combination with more direct storytelling, this is a wonderful way to deepen the player's immersion in a virtual world. Players can be told directly what happened and why, and then developers can give that dry information more emotional punch by creating vignettes that allow players, through their characters, to perceive the consequences of the events described elsewhere ³ [Stewart, 2015].

Podobną definicję możemy znaleźć w pracy Adama Urchisona [2021, s. 2], który przekazuje, że opowiadanie przez otoczenie wspiera narrację lub ją tworzy, poprzez wykorzystanie scenerii. Również tu dowiadujemy się, że rozmieszczenie obiektów jest zamierzone, a tzw. environmental storytelling ma pełnić funkcję wspomagającą, bowiem czytamy, że „The overall point of environmental storytelling is to help the consumer understand the narrative aspects and subplots of a game or show ⁴” [s. 2]. Urchison stwierdza również, że lepsze zrozumienie konceptu opowiadania historii pozwoli lepiej pojąć narrację środowiskową [s. 3]. Wymienia w związku z tym kilka aspektów, które sprawiają, że historie są tak lubiane przez odbiorców [s. 4]. Są m.in. środkiem, który może służyć do edukowania. Opowieści są także rozrywką oraz umożliwiają – bez ryzyka porażki – zaznać nieswojego życia [s. 4]. W kontekście gier wideo bardzo ważna wydaje się jednak możliwość interakcji ze światem. To właśnie ona odróżnia tzw. elektroniczną rozrywkę od książek [Ulas 2014 s. 80 w Urchison 2021 s. 5].

² Podczas początkowego przemierzania siedziby Sarif, natrafisz na fragmenty korespondencji, które poinformują cię, że jesteś dokładnie tam, gdzie tego chcą. [tłum. własne]

³ W połączeniu z bardziej bezpośrednim sposobem opowiadania historii, jest to wspaniały sposób, aby pogłębić immersję gracza w świecie wirtualnym. Graczom można powiedzieć bezpośrednio co się stało i dlaczego, a następnie producenci mogą nadać tej suchej informacji bardziej emocjonalnego uderzenia, tworząc urywki, które pozwalają graczom, poprzez ich postacie, postrzegać konsekwencje wydarzeń opisanych gdzie indziej. [tłum. własne].

⁴ Ogólnym celem narracji środowiskowej jest pomoc konsumentowi w zrozumieniu narracyjnych aspektów i wątków pobocznych gry lub show. [tłum. własne].

Przykład gry *Deus Ex: Human Revolution* zaprezentował opowiadanie przez otoczenie właśnie za pomocą obiektu, z którym gracz może wejść w interakcję. Na tym jednak taki sposób narracji się nie kończy, bowiem znaczenie mogą mieć również czysto wizualne elementy umieszczone w przestrzeni. Odbiorca może dojść do pewnych konkluzji po tym, jak wygląda środowisko, w którym znajduje się postać. Obrazuje to Henry Jenkins [2004] w swojej pracy pt. *GAME DESIGN AS NARRATIVE ARCHITECTURE* opublikowanej w *Computer* 44, no. 3. Według niej, to obszar jest w grach szczególnie ważny [s. 121]. Czytamy, że bardziej istotny w dokumentacjach projektowych, od m.in. fabuły, był „level design”, czyli projekt poziomów [s. 121]. Jenkins podaje także ciekawy przykład gry tekstowej *Zork*, która – nawet mimo bazowania na słowie pisanym – mocno opierała się na kreowaniu przestrzeni, poprzez szczegółowe opisywanie miejsca, w którym znajduje się główny bohater [s. 121]. Równie ważne wydaje się być stwierdzenie, które sugeruje, że przestrzenność w różnego rodzaju dziełach fabularnych była stosowana na wiele lat przed grami wideo [s. 122]. Czytamy bowiem, że „As such, games fit within a much older tradition of spatial stories, which have often taken the form of hero's odysseys, quest myths, or travel narratives”⁵, [Jenkins, 2002, s. 122]. Jenkins wykorzystuje termin „spatial stories”, co można rozumieć jako opowiadania przestrzenne. Wymienia również kilka dzieł literackich, korzystających z elementów takiego sposobu narracji. Tym samym można stwierdzić, że tzw. environmental storytelling nie jest konceptem na wyłączność dla gier wideo. Jest bowiem wykorzystywany nie tylko w grach i książkach, ale również m.in. filmach, co obrazuje artykuł opublikowany na witrynie internetowej No Film School [Hellerman, 2023]. Autor przekazuje, że za sprawą opowiadania środowiskowego możliwe jest m.in. prowadzenie narracji. Jedną z technik, którą wykorzystuje się przy tym sposobie opowiadania jest rejestrowanie obrazu w ujęciu szerokim. Według Hellermana pozwalają one pokazać odbiorcy większy obszar sceny, a także do niej wprowadzić:

Wide shots are used to establish the setting or location of a scene, providing the audience with a broader view of the environment. These shots can also be used to emphasize the scale or distance between characters, creating a sense of isolation or vulnerability⁶ [Hellerman, 2023].

Z powyższych informacji wynika, że narracja środowiskowa jest wykorzystywana na szeroką skalę. Przyglądając się jej bliżej nasuwa się wniosek, jakoby opowiadanie przez otoczenie często stosowano mimowolnie. Chodzi szczególnie o media wizualne, takie jak film czy gra wideo, bowiem wykorzystanie przestrzeni jest w nich często automatyczne. Niemniej również w książkach nie brakuje opisów miejsc, które są istotne w kontekście przekazywanych wątków fabularnych.

⁵ Jako takie, gry wpisują się w zauważalnie starszą tradycję historii przestrzennych, które często przybierają formę odysei bohaterów, mitów o wyprawach lub narracji podróżniczych. [tłum. własne].

⁶ Ujęcia szerokie są wykorzystywane, aby ustanowić scenę lub miejsce sceny, dostarczając widowni szersze spojrzenie na otoczenie. Te ujęcia mogą być również użyte, do podkreślenia skali lub dystansu między postaciami, tworząc poczucie izolacji lub bezbronności. [tłum. własne].

Przyjrząwszy się teorii, warto wrócić do *Deus Ex: Human Revolution*, aby nieco przybliżyć najważniejsze informacje dotyczące gry. Produkcja pojawiła się na rynku 23 sierpnia 2011 roku, zaś jej akcja dzieje się w cyberpunkowych realiach. Głównym bohaterem jest Adam Jensen, a wydarzenia dzieją się w 2027 roku. [www.gry-online.pl]. Tytuł został wyprodukowany przez Eidos Montreal, a wersję na komputery osobiste przygotowało Nixxes Software [www.gry-online.pl]. Pozycję wydało Square Enix. W Polsce pojawiła się na rynku za sprawą Cenega S.A. [www.gry-online.pl]. Posiada elementy Role Playing Games (RPG) oraz możliwość walki lub unikania przeciwników za sprawą skradania [www.gry-online.pl]. Tytuł cieszy się bardzo pozytywnym odbiorem nie tylko prasy, bowiem jest stosunkowo dobrze oceniany również przez odbiorców. Portalem, który może to potwierdzić, jest Metacritic. Przedstawia on bowiem oceny krytyków oraz graczy. Produkcja na platformie Xbox 360 spośród 70 ocen recenzentów uzyskała średnią na poziomie 89 na 100 punktów. Identyczną średnią ocenę od krytyków pozycja uzyskała w wersji na konsolę PlayStation 3, jednak warto zaznaczyć, że w tym wypadku mówimy o 50 notach. Dwie oceny więcej widnieją przy średniej dotyczącej wersji na komputery osobiste. Ta wynosi 90 na 100 [www.metacritic.com]. Równie dobrze wypada spojrzenie odbiorców – średnia graczy w serwisie dla platform Xbox 360, PlayStation 3 i PC wynosi kolejno 8.4 na 10, 8.4 na 10 oraz 8.5 na 10 [www.metacritic.com].

Przemyślenia graczy na temat *Deus Ex: Human Revolution* możemy zobaczyć m.in. na polskim portalu internetowym GRY-OnLine.pl. Spora część osób, która wypowiedziała się w sekcji komentarzy pod wpisem encyklopedycznym na temat gry, odebrała dzieło wydane przez Square Enix bardzo ciepło. Przeglądając opinie nie trudno zauważyć, że często wymienianymi zaletami są fabułą oraz klimat [www.gry-online.pl]. Użytkownik zanonimizowany1274094 we wpisie z 2019 roku stwierdził, że „ta gra ma niesamowity klimat”. Z kolei osoba podpisująca się pseudonimem GeDo w krótkiej wypowiedzi z 2019 roku napisała, że *Deus Ex: Human Revolution* to „bardzo dobra gra z wciągającą fabułą”. W 2016 roku internauta rafq4 napisał „świetna muzyka, historia, ładna grafika, rozbudowany system postaci, dowolność wykonywania działań, interakcja ze światem” [www.gry-online.pl].

Wygląda na to, że według wielu głosów *Deus Ex: Human Revolution* to dobra gra, której jedną z najważniejszych zalet jest strona fabularna. Znaczny wpływ na tak pozytywny odbiór tego aspektu mogła mieć umiejętne implementacja narracji przez otoczenie. Potwierdzeniem może być wywiad z dyrektorem artystycznym gry *Deus Ex: Human Revolution*, który został przeprowadzony w 2012 roku przez Roba Cartera na łamach serwisu internetowego www.thecriticalbit.com⁷. Jonathan Jacques-Belletête wypowiedział się m.in. na temat wizualnego opowiadania historii. Po przywołaniu przez Roba Cartera przykładu z mieszkaniem głównego bohatera, Jacques-Belletête powiedział, że lokacja ma przekazywać informację na temat głównego bohatera gry:

It needed to be a place where just by walking around, looking at things (even some pretty small details), you would learn a lot about Adam; about his life (past and

⁷Dostęp do wywiadu został uzyskany za pośrednictwem witryny www.web.archive.org.

present), his likes and dislikes, his current state of mind, and so on ⁸
[www.thecriticalbit.com za pośrednictwem www.web.archive.org].

Dyrektor artystyczny *Deus Ex: Human Revolution* stwierdził również, że do przygotowania zamierzonych lokacji wymagane jest przygotowanie ogromnej ilości elementów, co stanowi wyzwanie [www.thecriticalbit.com za pośrednictwem www.web.archive.org]. Okazuje się więc, że implementacja narracji środowiskowej w grze wideo może być kwestią czasochłonną, być może nawet trudną.

Ukazawszy teorię, należy przejść do części praktycznej, w której przyjrzymy się bliżej pięciu wybranym przykładom narracji przez otoczenie w grze wideo *Deus Ex: Human Revolution* w wersji na komputery osobiste.

2.1. Narracja środowiskowa w biurze dr Reed

Już po rozpoczęciu gry, w jednej z początkowych lokacji, odbiorca widzi szczegółowe otoczenie wypełnione różnymi przedmiotami. To biuro jednej z postaci pobocznych – dr Reed, która prowadzi badania nad wszczepami ulepszającymi ludzkie ciało. W pomieszczeniu wyróżnia się sofa, na której znajdziemy elektroniczny czytnik oraz czasopismo.



Figura 1. Biuro dr Reed. Czytnik na sofie, porozrzucone czasopisma

Gracz może całkowicie pominąć wspomniany czytnik. Decydując się jednak na jego przeczytanie, wchodzi w posiadanie dodatkowych informacji, które nie są niezbędne do ukończenia gry, niemniej poszerzają wiedzę na temat świata, postaci pobocznych i wydarzeń, w których nie uczestniczył.

⁸ Musiało to być miejsce, w którym poprzez zwykłą przechadzkę lub patrzenie na przedmioty (nawet niektóre całkiem małe szczegóły) można dowiedzieć się sporo na temat Adama; na temat jego życia (minionego i obecnego), tego co lubi, czego nie, jego obecnego stanu umysłu itd. [tłum. własne].

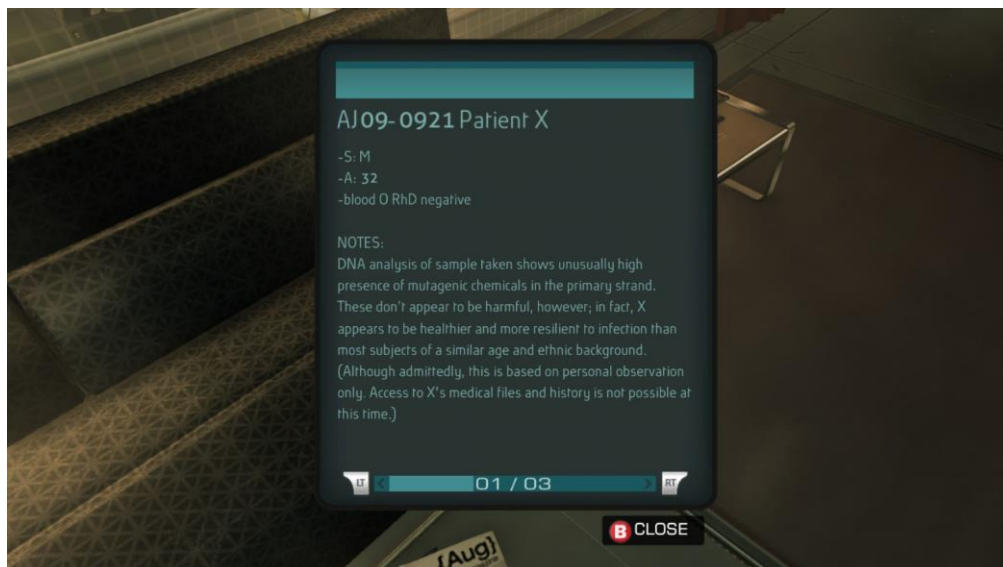


Figura 2. Czytnik zdradzający notatki dr Reed na temat pacjenta X

Na czytniku umieszczono notatki dr Reed, prowadzącej badania na pacjencie X. Wiedza, którą zyskał gracz nie jest konieczna do prowadzenia dalszej rozgrywki. Wydaje się jednak, że taki zabieg pozwala wykreować bardziej autentyczny świat przedstawiony. Na taki efekt wpływają również napomknięte czasopisma – wygląda na to, że dr Reed w wolnych chwilach przegląda m.in. wydarzenia sportowe, co sugeruje egzemplarz gazety pt. *Sports*, umiejscowionej na sofie. Za sprawą tego elementu odbiorca poznaje prawdopodobne zainteresowanie dr Reed.

To jednak nie wszystko, czego odbiorca jest w stanie dowiedzieć się o omawianej postaci. W pomieszczeniu można dostrzec biurko i stertę dokumentów. Niektóre z nich są rozrzucone na podłodze. Taki widok sugeruje, że dr Reed jest bardzo zaangażowana w pracę badawczą. Być może obowiązki zawodowe zajmują jej większość czasu.

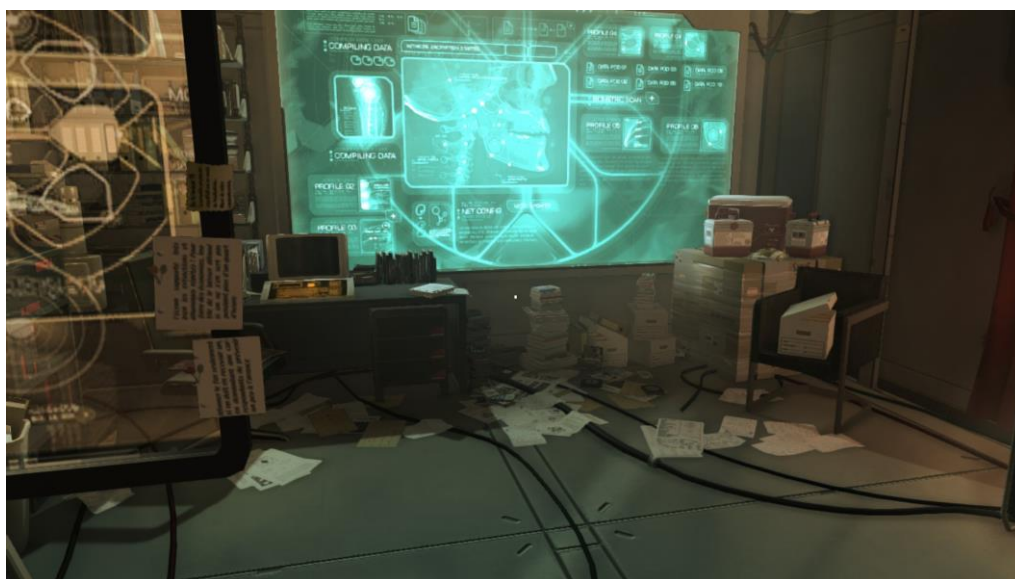


Figura 3. Biurko i dokumenty w biurze dr Reed

Wydaje się, że specjalistka jest zafascynowana tematem swoich badań, co sugeruje sposób jej wypowiedzi w pozostałych częściach notatnika elektronicznego. Przykładem jest druga strona, w której dr Reed kończy jedno ze zdań wykrzyknikiem, wykazując w ten sposób ekscytację.

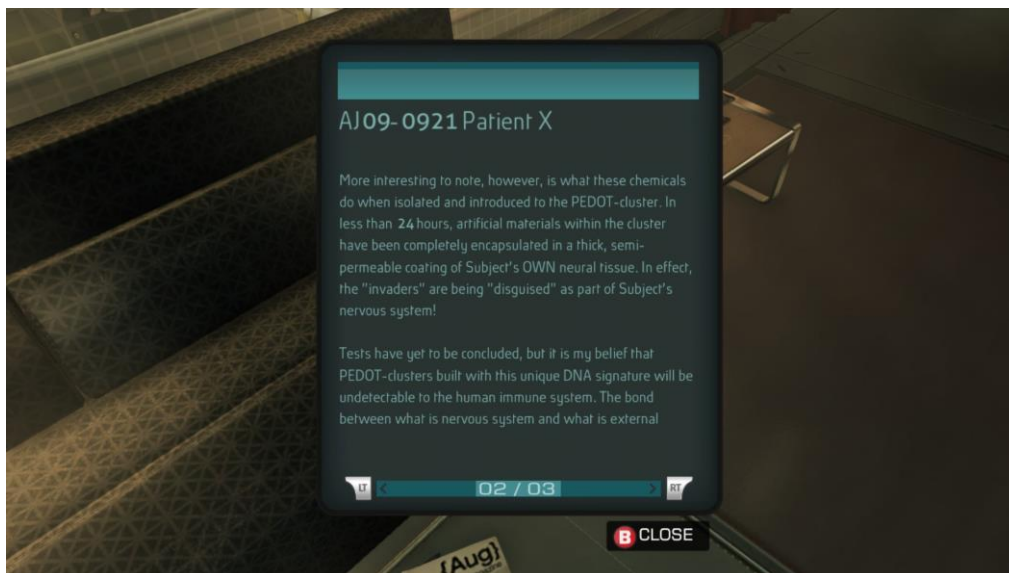


Figura 4. Druga strona czytnika elektronicznego z biura dr Reed

2.2. Narracja środowiskowa w początkowej placówce Sarif Industries

Drugą sceną, w której można zauważyć narrację środowiskową jest atak na placówkę firmy Sarif Industries – miejsca, w którym pracuje główny bohater Adam Jensen. Gracz w pierwszej chwili nie ma pojęcia, co dokładnie się stało. Wie tylko, że przedsiębiorstwo znalazło się w stanie niebezpieczeństwa. Przemierzając korytarze jednostki badawczej trafia na alarm, ciała martwych naukowców, a także pożary.



Figura 5. Siedziba Sarif Industries podczas ataku

Widząc wcześniej wymienione obrazy łatwo dojść do wniosku, że najprawdopodobniej doszło do ataku. Sytuacja wygląda krytycznie, co komunikuje otoczenie. Na obecnym etapie

nie ma możliwości, aby stwierdzić, kto przeprowadził szturm, a także co jest jego powodem. Tak wykorzystany element narracji środowiskowej sprawia, że odbiorca może czuć zagubienie oraz strach, być może ciekawość. Przemierzane korytarze i pomieszczenia mogą nasuwać pytania, na które odbiorca może próbować odpowiedzieć we własnym zakresie.

Brnąc dalej, postać Adama Jensena napotyka wyrwę w ścianie i kilka wywróconych obiektów.

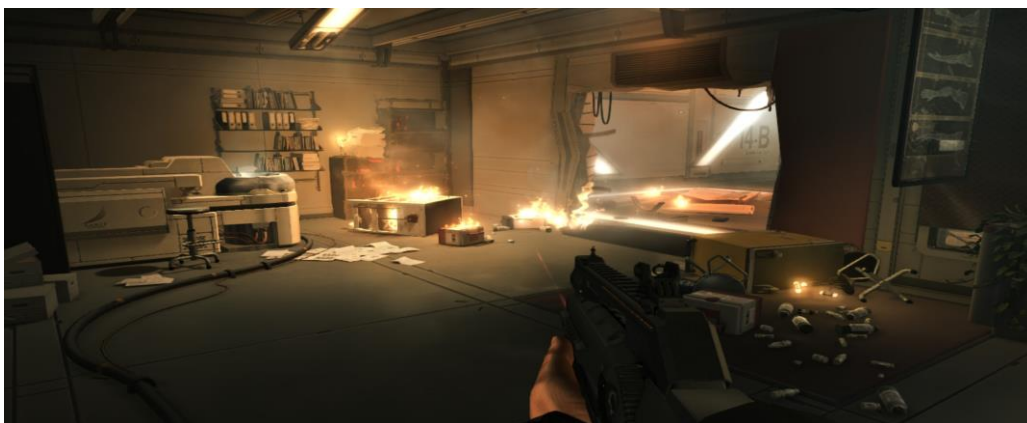


Figura 6. Zniszczona ściana w zaatakowanej placówce Sarif Industries

Mijane widoki wprowadzają poczucie zagrożenia i dezorientacji. Gracz, który nie był bezpośrednim świadkiem incydentu, może zacząć deliberować nad tym, czy na swojej drodze trafi na jeszcze większe zniszczenia.

2.3. Narracja środowiskowa w biurze Francisa Pritcharda

Biuro jednej z postaci drugoplanowych – Francisa Pritcharda – zdaje się być świetnym przykładem wykorzystania narracji środowiskowej. Podobnie jak dr Reed, również Francis Pritchard ma wokół siebie spory bałagan. Porozrzucane kartki mogą wskazywać na niedbalstwo postaci, lub jej ogromne zaangażowanie w wykonywaną pracę.



Figura 7. Francis Pritchard w swoim biurze

Więcej szczegółów na temat szefa ochrony Sarif Industries możemy poznać, podchodząc do jego biurka. Wyróżniają się paczka papierosów i popielniczka. Obiekty sugerują, że mężczyzna jest palaczem.

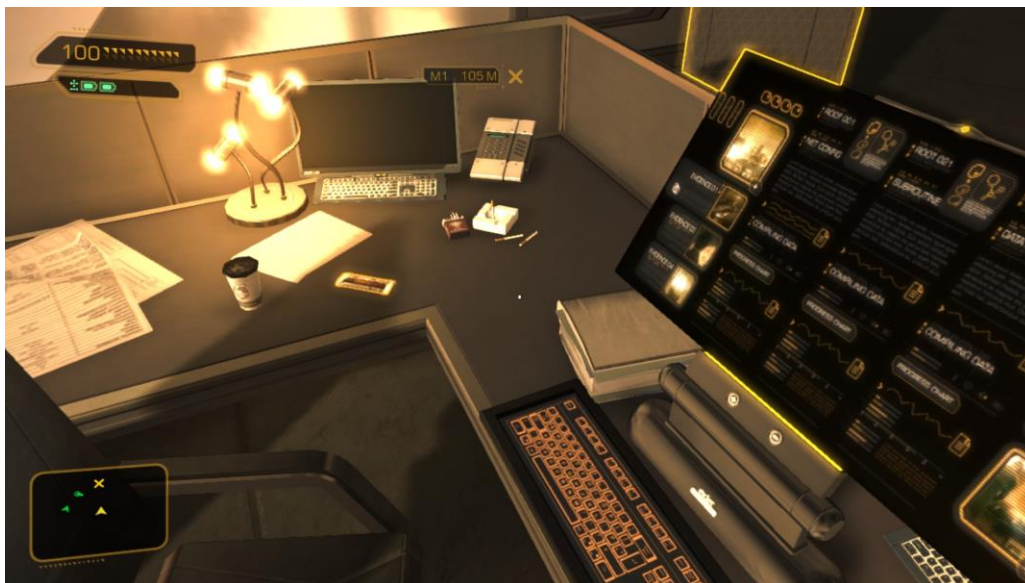


Figura 8. Biurko Francisa Pritcharda

Stosunkowo dużą część pomieszczenia zajmuje motocykl, obok którego widnieją narzędzia. Na ścianie naprzeciw pojazdu wiszą plakaty – jeden z nich przedstawia wspomniany motocykl, a drugi serię gier wideo pt. *Final Fantasy*, której wydawcą jest Square Enix [www.gry-online.pl], a więc podmiot odpowiedzialny za *Deus Ex: Human Revolution*. Warto zaznaczyć, że plakat przedstawia nieistniejącą część [www.finalfantasy.fandom.com].



Figura 9. Motocykl i plakaty w biurze Pritcharda

Wymienione obiekty pozwalają poznać osobę Francisa Pritcharda w bezpośredni sposób. Przyjrawszy się otoczeniu, można dojść do konkluzji, że jest to człowiek palący, zaangażowany w swoją pracę, a także fan motocykli i gier wideo. W umyśle gracza może pojawić się również inny wniosek – Pritchard jest osobą niedbającą o porządek, być może

nieprzykuwającą uwagi do tego typu spraw. Negatywne wrażenie może potęgować zachowanie postaci, która często wyraża się do głównego bohatera sarkastycznie.

2.4. Narracja środowiskowa w biurze Adama Jensena

Również biuro Adama Jensena zdradza kilka informacji, na jego temat. Jedną z ciekawszych wydaje się ta, dotycząca edukacji. Podchodząc do ściany można dojrzeć dyplomy, wskazujące na wykształcenie wyższe z zakresu sądownictwa karnego.

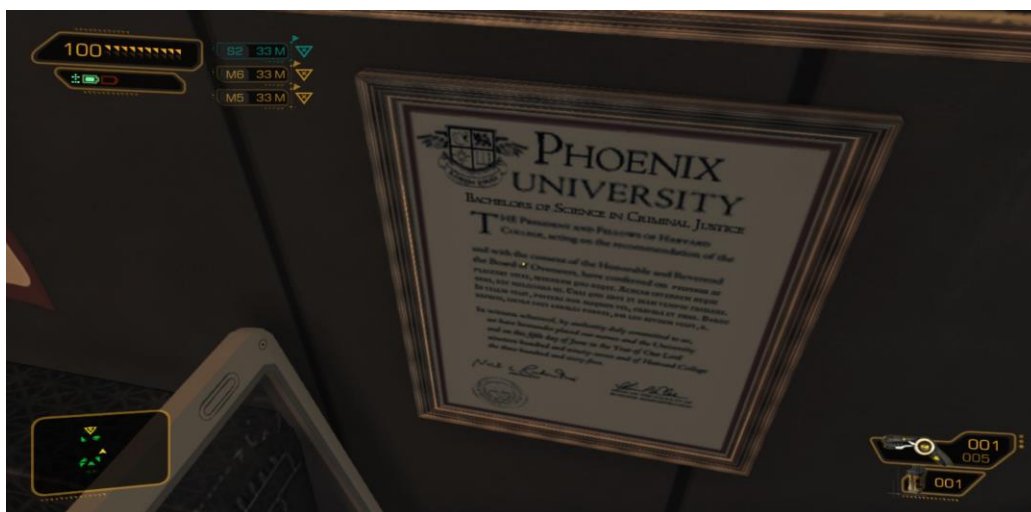


Figura 10. Dyplom z uczelni wyższej, należący do Adama Jensena

Wiedzę o zainteresowaniach głównego bohatera poszerza również sterta książek, leżących na biurku. Na wierzchu umiejscowiono pozycję dotyczącą jednostki policyjnej S.W.A.T., co można powiązać z przeszłością Jensena – podczas rozgrywki gracz dowiadyuje się, że protagonista był członkiem wspomnianej grupy.



Figura 11. Książki na biurku Adama Jensena

2.5. Narracja środowiskowa w mieszkaniu Adama Jensena

Mieszkanie Jensena wydaje się świetnym przykładem zastosowania narracji środowiskowej. Przytoczone miejsce warto omówić, jako że jego temat został poruszony w pomienionym wywiadzie z dyrektorem artystycznym gry.

Po wejściu do wnętrza w oczy rzuca się bałagan, na przykład kartonowe pudła, rozmieszczone w różnych częściach apartamentu.



Figura 12. Kuchnia w mieszkaniu Jensena

Eksplorując miejsce zamieszkania protagonisty gracz natrafia na komputer osobisty. Znajduje się na nim wiadomość e-mail, która przekazuje, że Adam Jensen niedawno się wprowadził. Tym samym odbiorca może dojść do konkluzji, jakoby nieporządek w mieszkaniu był spowodowany niedawnym zakwaterowaniem.

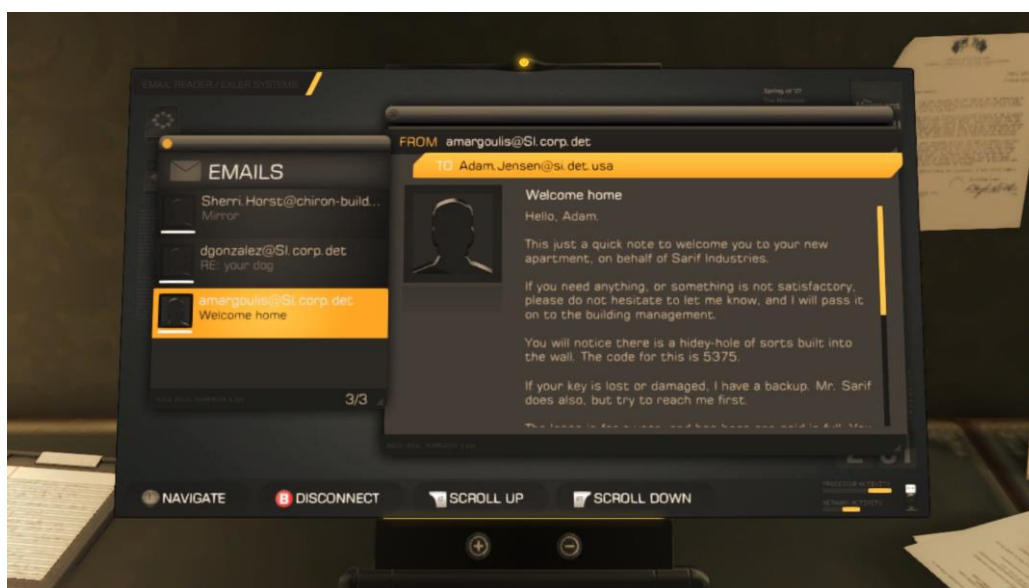


Figura 13. Wiadomość e-mail zdradzająca niedawne zakwaterowanie

Łatwo natrafić na czytnik elektroniczny, który zdradza jedno z prawdopodobnych zainteresowań Jensena. Urządzenie zawiera krótki tekst traktujący o urządzeniu odmierzającym czas, tzw. „Elephant Clock”, stworzonym przez Al-Jazari’ego.



Figura 14. Notatki traktujące o urządzeniu czasowym

Wygląda na to, że główny bohater jest zaangażowany w konstruowanie modelu napomknętego urządzenia czasowego, czego potwierdzeniem są plany rozwieszone na oknach i części rozrzucone na stole, sugerujące trwającą budowę.



Figura 15. Część planów na oknie, elementy konstrukcji na stole

Bardzo ciekawa w kontekście opowiadania przez otoczenie wydaje się łazienka. Już po wejściu można zauważyć rozbite lustro i półki z lekami. Przyglądając się temu widokowi można pomyśleć, że Adam Jensen nie radzi sobie z emocjami, które targają nim po ataku na siedzibę Sarif Industries. Przez zajście stracił bowiem kobietę, którą kochał – dr Reed. Ponadto

jego ciało zostało znacznie zmodyfikowane, co zostało poczynione, aby mógł przeżyć, po śmiertelnie niebezpiecznym incydencie, jaki miał miejsce podczas rzeczonego szturm. Być może medykamenty służyły protagonistcie do uśmierzania bólu, który pojawił się po operacji.



Figura 16. Łazienka w mieszkaniu Jensena, w niej rozbite lustro i leki

Interesująco wygląda biurko, na którym znajdziemy paczkę papierosów, książkę traktującą o życiu z cybernetycznymi implantami i zdjęcia przedstawiające m.in. jego ukochaną – dr Reed, oraz jednostkę policyjną S.W.A.T.



Figura 17. Biurko Jensena w jego mieszkaniu

Niektóre elementy, takie jak książka oraz zdjęcia, odnoszą się do przeszłości Adama Jensena. Grając odbiorca dowiaduje się o relacji z dr Reed, udziale w jednostce S.W.A.T, a także jest bezpośrednim świadkiem wypadku. Obiekty takie jak książka ukazują, że protagonista prowadzi życie również poza wzrokiem gracza.

Warto odnotować, że niektóre książki pojawiają się kilkakrotnie. Obrazuje to krótka analiza biura Sarifa oraz mieszkania Jensena, bowiem w jednym i drugim miejscu umieszczono kilka takich samych pozycji. Tego stanu rzeczy nie powinno się raczej wiązać z narracją środowiskową, a przyspieszeniem pracy producentów gry – dzięki skopiowaniu niektórych przedmiotów mogli najprawdopodobniej skrócić czas poświęcony przygotowywaniu produkcji. Na poniższej grafice znajduje się zestawienie części książek w mieszkaniu Jensena i w biurze Sarifa. Powtarzające się tytuły to m.in. *CHILD AND VIOLENCE* oraz *HUMAN TRAFFIC*.

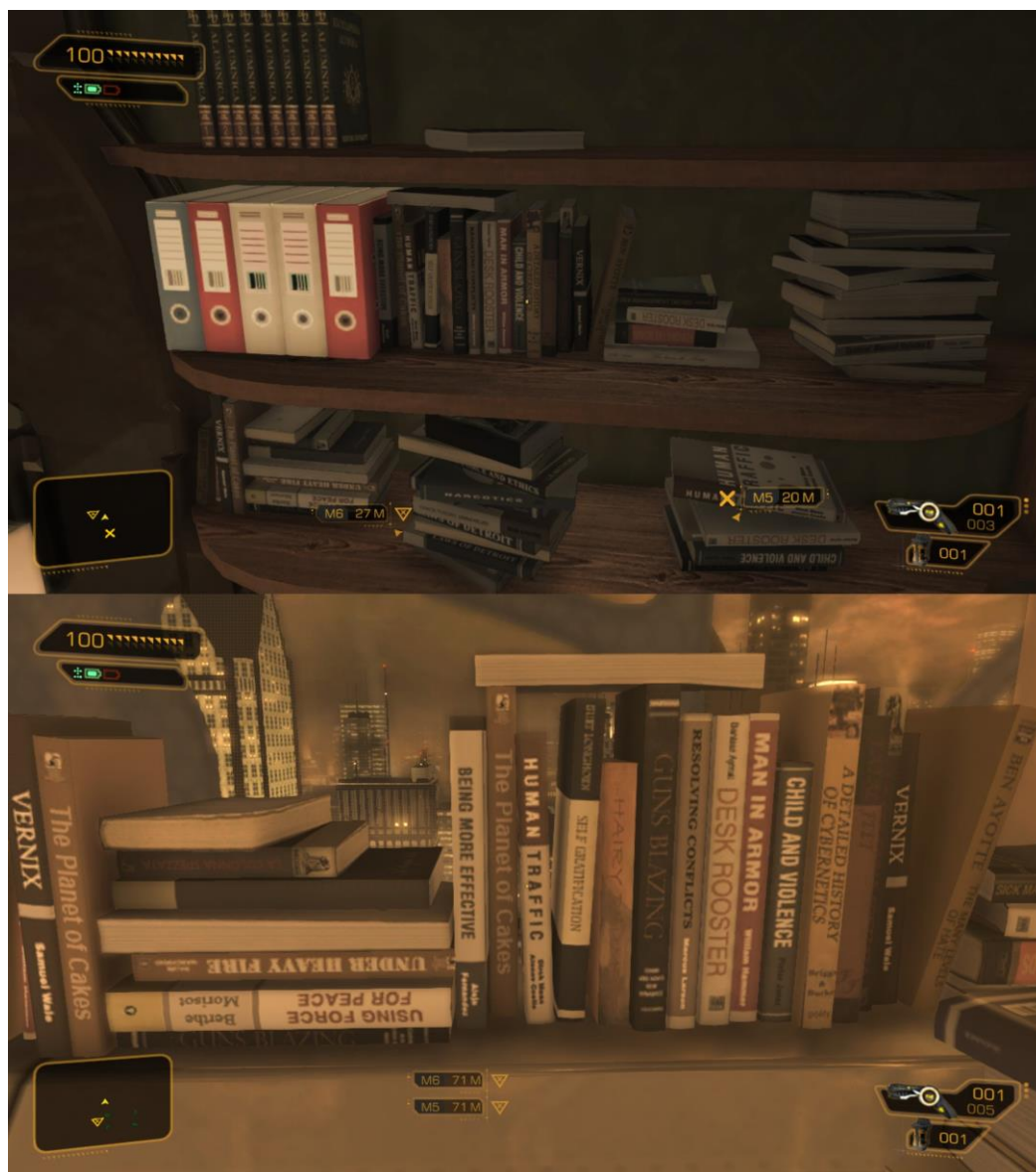


Figura 18. Na górze mieszkanie Jensena, na dole biuro Sarifa

3. Wyniki i dyskusja

Powyższe przykłady zaczerpnięte z gry *Deus Ex: Human Revolution* w bardzo wyraźny sposób ukazują działanie narracji środowiskowej w grze wideo. Badając każde z podanych miejsc można dojść do wniosku, że tzw. environmental storytelling wpływa pozytywnie na budowanie historii i konstruowanie portretu psychologicznego postaci.

Opowiadanie przez otoczenie, szczególnie w miejscach dotyczących osoby występującej w świecie gry – na przykład mieszkanie Jensena, biuro Pritcharda – pomaga graczowi poznać większą liczbę szczegółów na jej temat. Może lepiej zaznajomić się z minionymi wydarzeniami, lub lepiej poznać charakter. Może również domyślać się emocji, które towarzyszą bohaterom. Obrazuje to rozbite lustro w mieszkaniu protagonisty, którego – być może – napędza gniew oraz bezsilność.

W innych wypadkach gracz może zaznajomić się z niedawnymi wydarzeniami, które zaszły w danej lokacji. Obrazuje to sytuacja z początku gry, w której Adam Jensen przemierza zaatakowaną placówkę Sarif Industries. Odbiorca może dojść do wniosku, że niebezpieczeństwo zagraża życiu. Niniejsza scena może również ukazywać opowiadanie przez otoczenie, jako element, który generuje w odbiorcy emocje, np. narastające napięcie, pojawiające się podczas eksplorowania wyniszczonej placówki badawczej. Gracz nie wie dokładnie, jak poważne jest zagrożenie. Nie wie również, w którym momencie natrafi na bezpośrednie niebezpieczeństwo.

Należy jednak zauważyć, że nie wszystkie elementy umieszczone w świecie gry muszą stanowić część narracji środowiskowej. Analizując mieszkanie Jensena i biuro Sarifa można dojść do konkluzji, jakoby niektóre elementy – takie jak powtarzające się egzemplarze książek – zostały wykorzystane w celu przyspieszenia lub ułatwienia prac nad grą.

4. Podsumowanie

Zbadawszy pięć wybranych lokacji można wywnioskować, że narracja przez otoczenie odgrywa szczególnie pozytywną rolę w fabularnych grach wideo, a więc takich, w których historia i postacie są istotnymi elementami całości. Prowadzenie opowieści przez otoczenie może przyczynić się do wywołania w graczem emocji, przekazać dodatkowe informacje, lub przybliżyć osobowość i uczucia danej postaci. Umiejętna implementacja narracji środowiskowej może wzbogacić doświadczenie odbiorcy płynące z rozgrywki. Niemniej warto mieć na względzie, że prawdopodobnie nie każdy element świata przedstawionego został w nim umieszczony z myślą o przekazywaniu historii.

Bibliografia:

1. Andersen NH. (2019). Environmental Storytelling in Storyworlds. Aalborg Universitet. Identyfikator: oai:pure.atira.dk:studentproject/9d573cf0-2068-437f-bf36-8fb0e565384f. https://web.archive.org/web/20240514020453/https://projekter.aau.dk/projekter/files/306255849/Masters_Thesis_Environmental_Storytelling_In_Storyworlds.pdf Dostęp: 19.07.2024.
2. Berlin. (2011). Deus Ex: Human Revolution – Bunt Ludzkości – recenzja. <https://cdaction.pl/newsy/deus-ex-human-revolution-bunt-ludzkosci-recenzja> dostęp: 19.07.2024.
3. Carter R. (2012). Interview: Jonathan Jacques-Belletête on Deus Ex and How Art Direction Impacts Gameplay. <https://web.archive.org/web/20120715050338/http://thecriticalbit.com/2012/05/04/interview-jonathan-jacques-belletete-on-deus-ex-and-how-art-direction-impacts-gameplay/> Dostęp: 19.04.2024.
4. Eidos Montreal. (2011). Deus Ex: Human Revolution. Square Enix.

5. Hellerman J. (2023). Visual Storytelling Techniques and Tips for Filmmakers. <https://nofilmschool.com/visual-storytelling-techniques-and-tips-filmmakers> Dostęp: 19.07.2024.
6. Jenkins H. (2004). Game Design as Narrative Architecture. *Computer*, Vol 44 no. 3, s. 118 – 130.
7. Stewart B. (2015). Environmental Storytelling. <https://www.gamedeveloper.com/design/environmental-storytelling#close-modal> Dostęp: 19.07.2024.
8. Thomas B. (2011). Deus Ex: Human Revolution Review. https://techgaze.com/article/deus_ex_human_revolution_review/ Dostęp: 19.07.2024.
9. Urchison A. (2021). Environmental Storytelling in Video Games: Exploring its use in Game Development and Media. Westmoreland County Community College, Department of English. https://csdb01.cs.edinboro.edu/~a871555u/Web_Dev_Examples/Ch3_Case/Blog/Articles/EnvironmentalStorytelling.pdf Dostęp: 19.07.2024.

Wykaz Stron internetowych:

10. GRY-OnLine.pl, <https://www.gry-online.pl/gry/deus-ex-human-revolution/z8332> (Deus Ex: Bunt Ludzkości, 19.07.2024)
11. GRY-OnLine.pl, <https://www.gry-online.pl/firma.asp?ID=7812> (Nixxes Software, 19.07.2024)
12. GRY-OnLine.pl, <https://www.gry-online.pl/S043.asp?ID=7102389&PAGE=3> (Deus Ex 3 | PC, 19.07.2024)
13. GRY-OnLine.pl, <https://www.gry-online.pl/gry-z-serii-i-podobne.asp?ID=910> (Seria Final Fantasy – seria gier, 19.07.2024)
14. Metacritic, <https://www.metacritic.com/game/deus-ex-human-revolution/> (Deus Ex: Human Revolution, 19.07.2024)
15. Metacritic, <https://www.metacritic.com/game/deus-ex-human-revolution/user-reviews/?platform=xbox-360> (Deus Ex: Human Revolution, Xbox 360 User Reviews, 19.07.2024)
16. Metacritic, <https://www.metacritic.com/game/deus-ex-human-revolution/user-reviews/?platform=playstation-3> (Deus Ex: Human Revolution, PlayStation 3 User Reviews, 19.07.2024)
17. Metacritic, <https://www.metacritic.com/game/deus-ex-human-revolution/user-reviews/?platform=pc> (Deus Ex: Human Revolution, PC User Reviews, 19.07.2024)

15. PRZEJAWY I IDENTYFIKACJA NIEPOWODZEŃ SZKOLNYCH UCZNIÓW ZDOLNYCH

Michalina Todorowska

Szkoła Doktorska Akademii Mazowieckiej w Płocku

Email: michalinastankiewicz17@gmail.com

1. Wstęp

Tematyka niepowodzeń szkolnych od wielu lat stanowi jeden z głównych tematów badawczych czołowych pedagogów-dydaktyków. Pomimo podejmowanych badań jest to zjawisko wciąż aktualne oraz nadal nierozwiązane. Niskie osiągnięcia szkolne, a także doznawane niepowodzenia nie są obojętne dla rozwoju i dalszego, przyszłego życia młodego człowieka.

Celem artykułu będzie przeanalizowanie przejawów niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych oraz sposobów ich identyfikacji przez nauczycieli edukacji wczesnoszkolnej.

Podjęłam się tego tematu, ponieważ uważam, że jest on ważny dla współczesnej pedagogiki. Zauważam, iż w społeczeństwie wciąż można spotkać się z błędnym przekonaniem stwierdzającym, że ponadprzeciętne jednostki są nieustannie skazane na sukces w wielu dziedzinach, jednak niestety bardzo często tak nie jest. Wybitni uczniowie podobnie jak pozostali wychowankowie doznają niepowodzeń edukacyjnych w różnych obszarach swojej działalności. Niepowodzenia szkolne – a szczególnie uczniów zdolnych to niezwykle ciekawe, interesujące oraz rozwijające się poznawczo zjawisko. Swoimi rozważaniami, a także przeprowadzonymi badaniami chcę przyczynić się do rozwoju wiedzy naukowej na ten temat.

W swojej pracy przedstawię przejawy i sposoby identyfikacji niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych przez nauczycieli edukacji wczesnoszkolnej w świetle badań własnych. Zanalizuję i zinterpretuję zebrany podczas badań własnych materiał empiryczny.

W artykule przedstawię wyniki badań własnych, w których uczestniczyło stu piętnastu nauczycieli edukacji wczesnoszkolnej. W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego, a w niej technikę ankiety.

2. Materiały i metody

Celem przeprowadzonych badań było uzyskanie odpowiedzi na pytanie: „Jakie przejawy niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych dostrzegają nauczyciele edukacji wczesnoszkolnej i w jaki sposób je identyfikują?”.

W swoich badaniach wykorzystałam ilościową orientację metodologiczną. Przeprowadziłam badania wśród stu piętnastu nauczycieli edukacji wczesnoszkolnej pracujących na terenie całej Polski. Próba została dobrana celowo – przebrałam nauczycieli pracujących na terenie każdego województwa. Podczas tego etapu badań zastosowałam metodę sondażu diagnostycznego, a w niej technikę ankiety. Autorski kwestionariusz ankiety składający się z metryczki oraz różnorodnych pytań zamkniętych dotyczących przyczyn

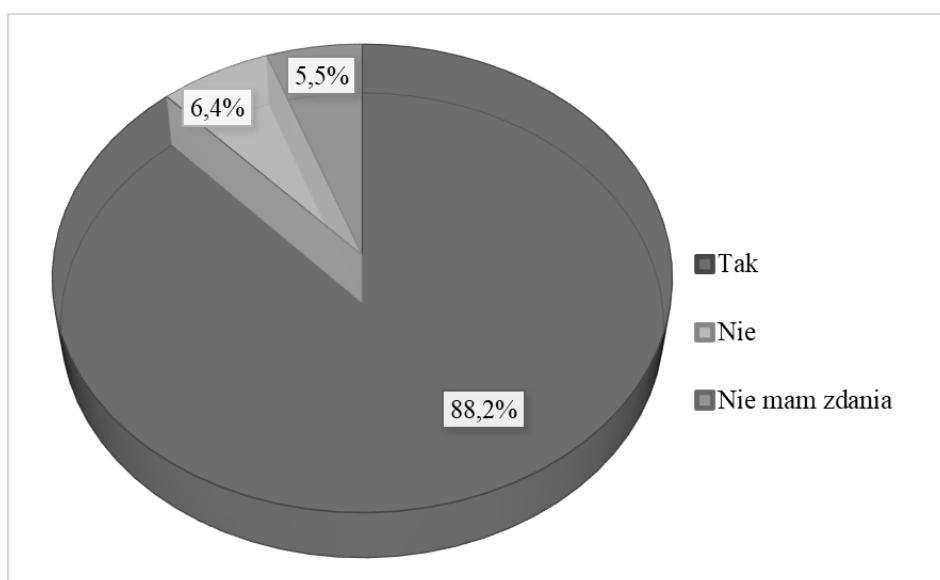
niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych zamieściłam na grupach oraz forach internetowych zrzeszających nauczycieli pracujących z dziećmi w młodszym wieku szkolnym.

Przygotowane oraz zrealizowane przeze mnie badania nie wymagały formułowania hipotez, ponieważ starałam się w nich znaleźć odpowiedź na pytanie „jak jest?”. Opisuując zachodzące zjawiska i zdarzenia nie przyjmowałam wstępnych założeń, a na celu miałam ich poznanie. Otrzymane wyniki przeprowadzonych badań zamieściłam na wykresach procentowych.

3. Wyniki

Wykres 1 dotyczy opinii nauczycieli edukacji wczesnoszkolnej na temat doznawania niepowodzeń szkolnych przez uczniów zdolnych. Większość przebadanych pedagogów (88,2%) wskazuje, iż ponadprzeciętne jednostki mogą doznawać trudności w nauce. Niewielki procent ankietowanych (6,4%), uważa że tacy uczniowie nie doznają niepowodzeń szkolnych, natomiast 5,5% nie ma zdania odnośnie tego tematu.

Analizując poniższy wykres można zauważyć, iż nauczyciele dostrzegają problem niepowodzeń szkolnych wśród uczniów zdolnych.



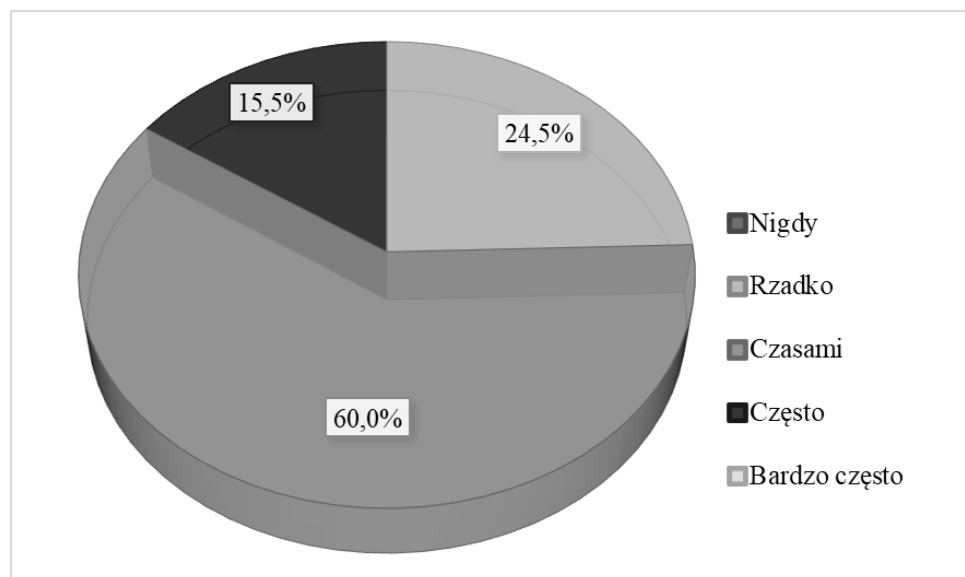
Wykres 1. Doznawanie niepowodzeń szkolnych przez uczniów zdolnych w opinii nauczycieli

Źródło: badania własne.

Kolejnym elementem, który poddałam analizie była częstotliwość doznawania trudności w nauce prowadzących do powstawania u uczniów zdolnych niepowodzeń szkolnych.

Znaczna większość badanych nauczycieli (60%), uważa że ponadprzeciętne jednostki czasami doznają trudności w nauce. Niemalże co czwarty badany (24,5%) wskazał, iż zdarza się to rzadko, a prawie 16% ankietowanych (15,5%), że często. Żaden z ankietowanych pedagogów nie uważał, aby ten problem pojawiał się bardzo często oraz nie pojawiał się nigdy.

Analizując Wykres 2 można zauważyć, iż uczniowie zdolni doznają trudności w nauce, które przyczyniają się do powstawania u nich niepowodzeń edukacyjnych.

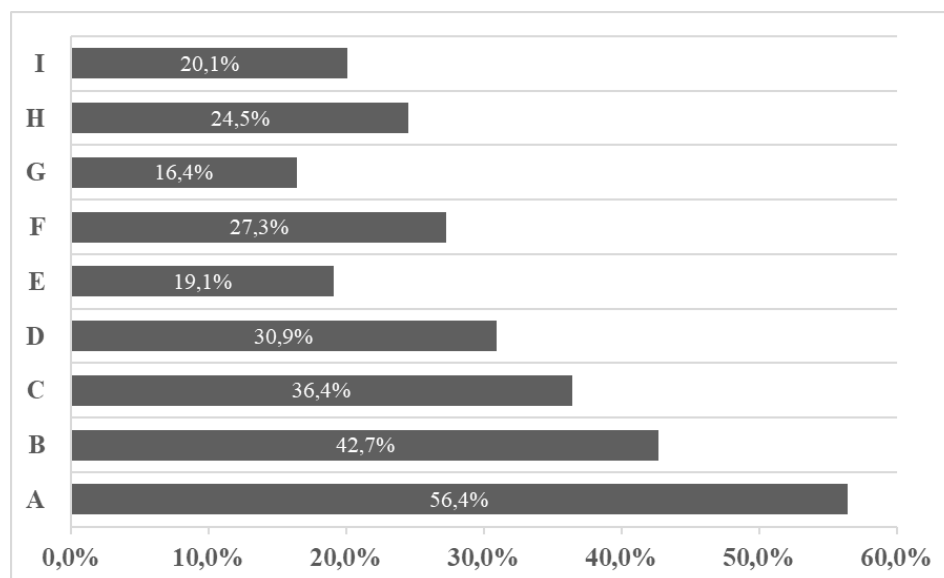


Wykres 2. Częstotliwość doznawania trudności w nauce prowadzących do powstawania niepowodzeń szkolnych przez uczniów zdolnych

Źródło: badania własne.

Kolejne pytanie w kwestionariuszu ankiety dotyczyło dostrzeganych przez nauczycieli edukacji wczesnoszkolnej najczęstszych trudności uczniów zdolnych.

Kafeteria odpowiedzi była zamknięta, jednak miała miejsce na dopisanie przez badanego swojej propozycji odpowiedzi.



Wykres 3. Najczęstsze trudności uczniów zdolnych

Źródło: badania własne.

* Liczba wyborów jest inna niż liczba badanych z uwagi na charakter pytania – wielokrotny wybór

A – problemy z integracją i komunikacją

B – nieumiejętność pracy w grupie

C – nierównomierne tempo pracy na lekcji

D – brak nawyku systematycznej pracy

E – trudności w przechodzeniu od teorii do praktyki

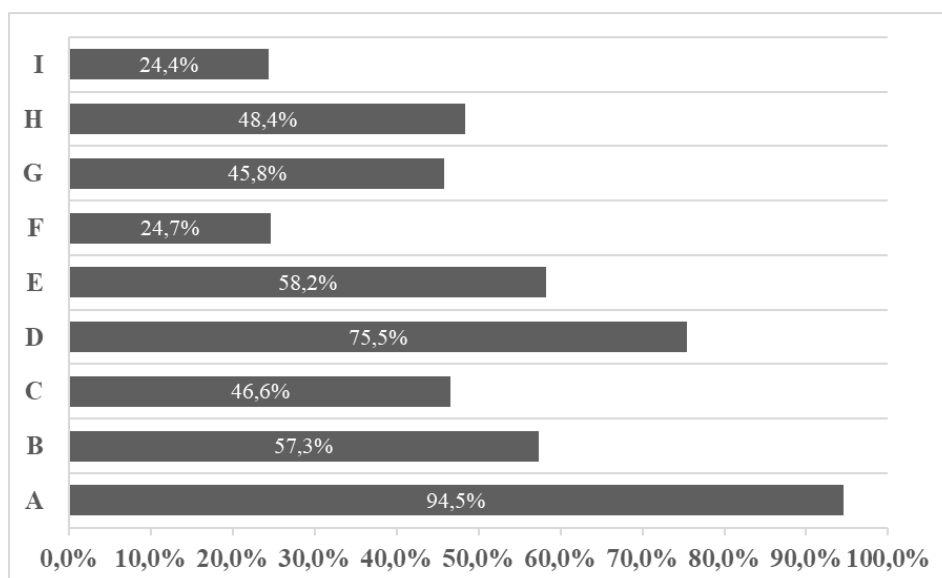
F – chwiejność emocjonalna

G – słaba koncentracja

H – unikanie działania w nieznanach i nowych sytuacjach w obawie przed niepowodzeniem

I – niezorganizowanie w pracy

Zamieszczony powyżej wykres przedstawia najczęstsze trudności uczniów zdolnych. Największy odsetek ankietowanych osób (56,4%) wskazał, iż ponadprzeciętne jednostki najczęściej mają problem z integracją i komunikacją. Znaczny odsetek badanych wyszczególniał również trudności z umiejętnością pracy w grupie (42,7%) oraz nierównomiernym tempem pracy na lekcji (36,4%). Prawie 1/3 ankietowanych nauczycieli (30,9%) wyróżniła, iż uczniowie zdolni mają trudności z brakiem nawyku systematycznej pracy, a 27,3% uważa, że z chwiejnością emocjonalną. Niemalże 1/4 badanych (24,5%) wskazuje na problemy z unikaniem działania w nieznanach i nowych sytuacjach w obawie przed niepowodzeniem. Ponadto, co piąty nauczyciel wymieniał, iż uczniowie zdolni są niezorganizowani na lekcji. Najmniej wskazań otrzymały trudności z przechodzeniem od teorii do praktyki (19,1%) oraz ze słabą koncentracją (16,4%).



Wykres 4. Przejawy niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych

Źródło: badania własne

* Liczba wyborów jest inna niż liczba badanych z uwagi na charakter pytania – wielokrotny wybór

A – słabe wyniki prac kontrolnych, sprawdzianów i odpowiedzi

B – niedbałe wykonywanie zadań domowych

C – duży potencjał zdolności i jednocześnie brak umiejętności uczenia się

D – szeroka wiedza ogólna przy jednoczesnym braku opanowania przerabianego materiału

E – szerokie zainteresowania pozaszkolne i minimalny wysiłek wkładany w prace szkolne

F – koncentrowanie swojej uwagi na wybranych przedmiotach

G – posiadanie pasji czy hobby, które przedkłada się nad naukę

H – unikanie działania w nieznanach i nowych sytuacjach w obawie przed niepowodzeniem

I – wyraźna dysproporcja pomiędzy wysokim poziomem zdolności poznawczych a niskim poziomem wykonywania zadań szkolnych

Kolejnym elementem, który poddałam badaniu była opinia nauczycieli edukacji wczesnoszkolnej na temat przejawów niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych. Jak można

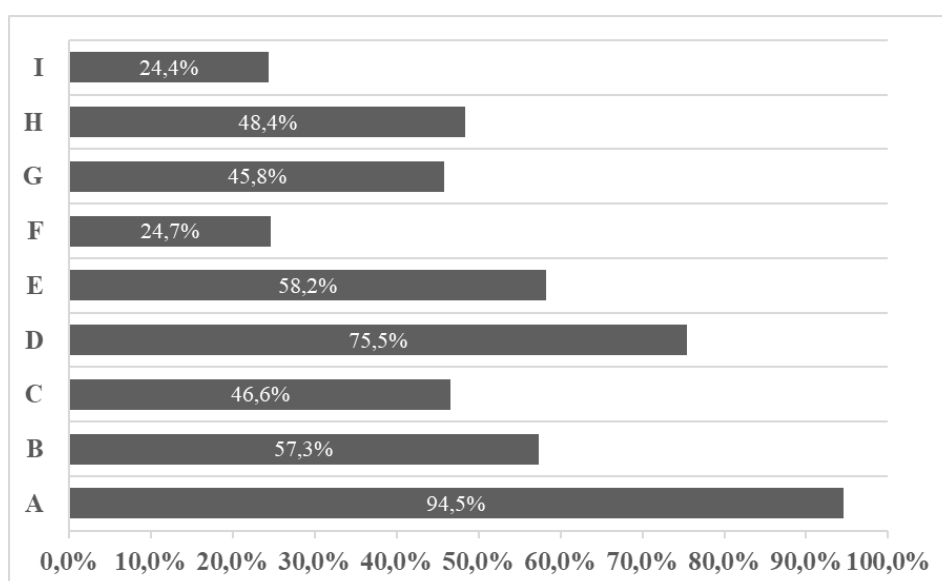
zauważyć na Wykresie 4 większość pedagogów (94,5%) wskazuje, iż ponadprzeciętne jednostki wyróżniają wśród rówieśników słabe wyniki prac kontrolnych, sprawdzianów i odpowiedzi.

Ponad $\frac{3}{4}$ ankietowanych nauczycieli (75,5%) wskazała, iż przejawem niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych jest szeroka wiedza ogólna przy jednoczesnym braku opanowania przerabianego materiału.

Ponad połowa badanych stwierdziła, że przejawów niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych można dopatrywać się w szerokich zainteresowaniach pozaszkolnych i minimalnym wysiłku wkładanym w prace szkolne (58,2%) oraz niedbałym wykonywaniu zadań domowych (57,3%).

Trzy odpowiedzi – unikanie działania w nieznanych i nowych sytuacjach w obawie przed niepowodzeniem (48,4%), duży potencjał zdolności i jednocześnie brak umiejętności uczenia się (46,6%) oraz posiadanie pasji czy hobby, które przedkłada się nad naukę (45,8%) dostały po prawie połowie wskazań.

Najmniejszy odsetek nauczycieli – prawie 1/4 zadeklarowała, iż przejawem niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych może być koncentrowanie swojej uwagi na wybranych przedmiotach (24,7%) oraz wyraźna dysproporcja pomiędzy wysokim poziomem zdolności poznawczych a niskim poziomem wykonywania zadań szkolnych (24,4%).



Wykres 5. Identyfikacja niepowodzeń szkolnych ucznia zdolnego

Źródło: badania własne.

* Liczba wyborów jest inna niż liczba badanych z uwagi na charakter pytania – wielokrotny wybór

A – poprzez bieżącą obserwację uczniów

B – poprzez rozmowę z innymi nauczycielami, pedagogiem/psychologiem szkolnym

C – poprzez rozmowy z rodzicami

D – poprzez rozmowy indywidualne z uczniem

E – poprzez analizę osiągnięć

F – poprzez testy diagnozujące

G – poprzez zapoznanie się z orzeczeniami i opiniami poradni psychologiczno-pedagogicznej

H – poprzez bieżące ocenianie

I – poprzez analizę konkursów

Na Wykresie 5 przedstawiłam sposoby identyfikacji niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych wskazywane przez badanych nauczycieli.

Najwięcej osób (95,5%) wskazywało na bieżącą obserwację uczniów jako ich sposób na rozpoznawanie niepowodzeń edukacyjnych u ponadprzeciętnych jednostek.

Ponad $\frac{3}{4}$ ankietowanych (75,5%) wskazało na rozmowy indywidualne z uczniem. Prawie 60% przebadanych wyróżniło analizę osiągnięć (58,2%) oraz rozmowę z innymi nauczycielami, a także z psychologiem/pedagogiem szkolnym (57,3%) w celu rozpoznania niepowodzeń edukacyjnych wyróżniających się wychowanków.

Trzy odpowiedzi – bieżące ocenianie (48,4%), rozmowy z rodzicami (46,6%) oraz zapoznanie się nauczycieli z orzeczeniami i opiniami poradni psychologiczno-pedagogicznej (45,8%) dostały po prawie połowie wskazań.

Najmniejszy odsetek nauczycieli – prawie $\frac{1}{4}$ zadeklarowała, iż identyfikuje niepowodzenia szkolne ucznia zdolnego poprzez testy diagnozujące (24,7%) oraz analizę konkursów (24,4%).

Analizując Wykres 5 można zauważyć, iż badani nauczyciele stosują wiele metod służących rozpoznawaniu niepowodzeń edukacyjnych u ponadprzeciętnych jednostek.

4. Podsumowanie

Mam świadomość, że przeprowadzone i zaprezentowane przeze mnie badania nie wyczerpały w pełni tematu przejawów niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych i sposobów ich identyfikacji przez nauczycieli.

To pejoratywne zjawisko niestety wciąż jest aktualne oraz wymaga dalszej eksploracji, a także refleksji.

Odpowiadając na postawione pytanie badawcze: „Jakie przejawy niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych dostrzegają nauczyciele edukacji wczesnoszkolnej i w jaki sposób je identyfikują?”, można rzec, że w opinii pedagogów przejawów niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych należy się doszukiwać w słabych wynikach prac kontrolnych sprawdzianów i odpowiedzi oraz szerokiej wiedzy ogólnej przy jednoczesnym braku opanowania przerabianego materiału.

Nauczyciele edukacji wczesnoszkolnej najczęściej identyfikują niepowodzenia szkolne uczniów zdolnych poprzez bieżącą obserwację wychowanków oraz prowadzone z nim rozmowy indywidualne.

Niepowodzenia szkolne, a zwłaszcza te dotyczące uczniów zdolnych są niewątpliwie wciąż aktualnym oraz bardzo ważnym tematem dla współczesnej pedagogiki.

Warto, aby każdy współczesny pedagog dysponował wiedzą z obszaru pedagogiki zdolności i kierował wszechstronnym rozwojem ucznia, zapewniał mu warunki do zaspokajania jego specjalnych potrzeb edukacyjnych oraz umożliwiał mu nieustanny rozwój posiadanych, indywidualnych zdolności.

Bibliografia:

1. Dyrda B. (2000). *Syndrom Nieadekwatnych Osiągnięć jako niepowodzenie szkolne uczniów zdolnych. Diagnoza i terapia*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
2. Dyrda B. (2007). *Zjawiska niepowodzeń szkolnych uczniów zdolnych. Rozpoznawanie i przeciwdziałanie*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.

3. Dyrda B. (2015). *Trudności w nauce szkolnej uczniów zdolnych, czyli słów kilka o Syndromie Nieadekwatnych Osiągnięć Szkolnych*. Warszawa: Ośrodek Rozwoju Edukacji.
4. French J.L. (1973). *Dzieci szczególnie uzdolnione – badania i metody kształcenia*. W: N. G. Haring, R. L. Schiefelbusch (red.), *Metody pedagogiki specjalnej*. Warszawa: PWN.
5. Jasiak J. (2009). O syndromie nieadekwatnych osiągnięć. *Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze*, Nr 9.
6. Rimm S. (2000). *Dlaczego zdolne dzieci nie radzą sobie w szkole*. Poznań: Wydawnictwo Moderski i S-ka.

16. STRES, DOBROSTAN I ORIENTACJA TEMPORALNA. EFEKTYWNOŚĆ TRENINGU UWAGAŃNOŚCI

Domonika Dobrowolska

1. Wstęp

Współcześnie zagadnienie dobrostanu jednostki (well-being) oraz związków występujących pomiędzy poziomem odczuwanego stresu, strategiami radzenia sobie z wpływem stresorów, a także treningu uważności, zyskują coraz większą popularność. Istotnym elementem uwzględnianym w publikacjach odnoszących się do tych obszarów jest także orientacja temporalna, determinująca siłę powiązań występujących pomiędzy tymi zmiennymi. Celem niniejszej publikacji jest analiza związków występujących pomiędzy perspektywą temporalną, dobrostanem, stresem i strategiami radzenia sobie z nim, a moderującą rolą treningu uważności.

Naturalnym wręcz dążeniem każdej jednostki jest próba osiągnięcia homeostazy pomiędzy poszczególnymi sferami jej istnienia. Z jednej strony może być analizowany jako pewna właściwość psychiczna jednostki, oddziałująca na jej poczucie własnej wartości oraz poziom szczęścia. Z drugiej, jest zagadnieniem analizowanym przez pryzmat jakości życia jednostek. Dobrostan, utożsamiany ze zdrowiem, to „stan pełnego fizycznego, psychicznego i społecznego dobrostanu [well-being], a nie tylko brak choroby lub kalectwa” (WHO, 1948). Ale dopiero Maslow zaczął utożsamiać dobrostan z kategorią zdrowia psychicznego jednostki i jej dążeniem do osiągnięcia pełni bytu, w tym także do samorealizacji jako jednej z kluczowych potrzeb życiowych. Jest elementem wpływającym na rozwój jednostki, a co za tym idzie na jej zdolność do samoregulowania poziomu osobistego dobrostanu (Marcinkowska-Wróbel, 2016). Dobrostan warunkowany jest przez następujące czynniki: samoakceptację, osobisty rozwój, cel w życiu, panowanie nad otoczeniem, autonomię, pozytywne relacje z innymi.

2. Wpływ treningu uważności na redukcję stresu i poprawę dobrostanu

Stres stanowi jeden z podstawowych elementów motywujących działania jednostki, zarówno w pozytywnym jak i negatywnym aspekcie. Co interesujące stresorami lub czynnikami stresogennymi może być praktycznie wszystko, a to czy coś jest lub nie jest odbierane przez jednostkę jako stresor uzależnione jest od wielu czynników, w tym także od poziomu „uważności” osoby. Poziom uważności wpływa na zdolność jednostki do koncentrowania się na bieżących doświadczeniach, zarówno sygnałach płynących z jej wnętrza - ciała, jak i myślach oraz odczuwanych stanach emocjonalnych. Wpływa także na poziom dobrostanu człowieka. Trening uważności jest o tyle istotny, że jak wskazuje Seyle stres mogą wywoływać zarówno zdarzenia negatywne jak i pozytywne. Tym bardziej na znaczeniu zyskują umiejętności adaptacyjne jednostki rozwijane dzięki treningowi uważności, dzięki którym może ona samodzielnie wpływać na poziom odczuwanego dobrostanu (Seyle, 1978). Badania prowadzone nad dobrostanem wykazały jego powiązania z czynnikami, które są wskaźnikami

adaptacji, takimi jak umiejętności społeczne, na przykład skłonność do współpracy, umiejętności przywódcze, efektywne funkcjonowanie w grupie, akceptacja społeczna oraz utrzymywanie bliskich relacji z innymi ludźmi, a także zdolnością do reagowania na stres (Myers, 2004, s. 205-208).

3. Orientacja temporalna a stres

Osoby uzyskujące wysokie wyniki w skali perspektywy przeszłej pozytywnej, związanej z kultywowaniem pozytywnych wspomnień i tradycji, często mają wysokie poczucie własnej wartości i szczęścia oraz są pewne siebie. Rzadko poddają się depresji. Jeśli ta orientacja czasowa jest dominująca (nie jest zrównoważona orientacjami na teraźniejszość oraz przyszłość), to może wiązać się z konserwatyzmem, unikaniem zmian oraz brakiem otwartości na nowe doświadczenia (Zimbardo i Boyd, 2009; Boniwell i Zimbardo, 2007). Osoby o silnej orientacji hedonistycznej charakteryzują się nastawieniem na życie bieżącą chwilą, poszukują przyjemności oraz wrażeń (stymulacji) i działają pod wpływem impulsu. Odpowiada to hedonizmowi opisywanemu przez Nosalą (1993) jako koncentracja na bieżących zadaniach, maksymalizacja aktualnych przyjemności, hedonistyczny stosunek do rzeczywistości. Ludzie uzyskujący wysokie wyniki w skali teraźniejszej hedonistycznej, zwłaszcza jeśli perspektywa ta jest dla nich dominującą, żyją chwilą, cenią przyjemności zmysłowe oraz intensywne działania, szukają wrażeń, a także są otwarci na nowe znajomości i przygody seksualne. Często są kreatywni, umieją cieszyć się życiem, mają dużo energii i często również wielu przyjaciół. Jednak, działając impulsywnie, nie poświęcają dość uwagi systematycznej pracy. Często bywają również niepunktualni i nie realizują zadań terminowo, co może wywoływać problemy na studiach, czy później w życiu zawodowym i być dla nich źródłem stresu (Zimbardo i Boyd, 2009). Potoczne powiedzenie: „szczęśliwi czasu nie liczą” – świetnie oddaje specyfikę tej grupy ludzi.

Nastawienie przyszłościowe (związane jest z wytyczaniem celów, których realizacji podporządkowywane jest aktualne życie) niezrównoważone innymi perspektywami temporalnymi może przerodzić się w pogoń za sukcesem, która sprawia, że człowiek nie jest obecny „tu i teraz”. Popada wówczas w pułapkę czasu (timecrunch) (Zimbardo, 2002). Jednostki zorientowane na przyszłość działają zgodnie z założonym przez siebie planem, czasem nawet „na siłę”, nie licząc się z własnymi emocjami, potrzebami i samopoczuciem – realizują plany i dążą do założonych celów. Są systematyczne, pracowite, punktualne i kończą rozpoczęte zadania. Dzięki temu często odnoszą sukcesy szkolne, akademickie i zawodowe, co jest dla nich ważne, gdyż są to często osoby ambitne, o wysokiej potrzebie osiągnięć (Zimbardo i Boyd, 2009). Jeśli perspektywa ta nie jest zrównoważona innymi, ponoszą również wysokie koszty osobiste, takie jak: napięcie, stres, przeciążenie oraz lęk przed niepowodzeniem, jak również trudność w zaakceptowaniu swoich słabości. Nadmiernie silna orientacja na przyszłość może wiązać się również z minimalizacją potrzeby więzi społecznych i słabym zakorzenieniem we wspólnocie i tradycji. Zorientowani na przyszłość w sposób zdyscyplinowany dążą do wyznaczonych celów, nie zważając na własne emocje czy bieżące potrzeby, realizują je „na siłę”, ponosząc wysokie koszty osobiste, a kiedy osiągają swoje cele, nie potrafią się nimi cieszyć. Nie potrafią celebrować bieżącą chwilę. „Niezależnie od tego, czy chodzi o kulminację związaną z własnym życiem, czy o upragnioną wizję świata [...] – czas

oczekiwania jest czasem podrzędnym, nieważnym, podporządkowanym innemu czasowi, któremu przypisuje się najwyższe znaczenie” (Pawelczyńska, 1986, s. 109).

Badania prowadzone w grupie studentów (Brisette i in. 2002) pozwoliły stwierdzić, że wyższy poziom optymizmu, który jest kluczowym wyznacznikiem orientacji na przyszłość pozytywną, ocenianego na początku pierwszego semestru college'u (rozpoczęcie edukacji wyższej traktowane jest tu jako ważna zmiana życiowa i potencjalne źródło kryzysu rozwojowego), był pozytywnie związany z niższym poziomem stresu i depresji oraz wyższym przyrostem postrzeganego wsparcia społecznego. Optymiści w większym stopniu planowali swoją przyszłość i posługiwali się poznawczymi reinterpretacjami oraz bardziej aktywnymi strategiami zaradczymi. Potrafili czerpać z sytuacji stresowych, ujmować je w sposób mniej zagrażający i wykorzystywać jako pouczające doświadczenia. Autorzy konkludują, iż zorientowanym na przyszłość optymistom łatwiej zachować dobre samopoczucie i funkcjonować w bardziej adaptacyjny sposób w konfliktowych i trudnych sytuacjach.

Zespół badawczy pod kierunkiem Arpawong (2016) ustalił, iż osoby, które po traumatycznym doświadczeniu angażują się w ustalanie i realizację zadań na przyszłość, szukanie nowych możliwości życiowych, a nie skupiają się na przeszłości, czy teraźniejszość znacznie lepiej radzą sobie ze stresem i negatywnymi emocjami. Osoby nastawione na przyszłość doświadczają mniej problemów psychicznych i częściej stosują aktywne strategie radzenia sobie ze stresem spowodowanym np. atakami terrorystycznymi (Holman, Silver, 2005).

Badania (w których posługiwano się Kwestionariuszem Postrzegania Czasu Zimbardo) pokazały, że osoby o silnej orientacji przeszłościowej negatywnej, a więc dużo uwagi poświęcające negatywnym wspomnieniom i negatywnej ocenie przeszłości, są bardziej od innych depresyjne, agresywne, niespokojne i nieśmiałe, a mniej szczęśliwe, przyjacielskie i sumienne (Zimbardo i Boyd, 2009). Osoby uzyskujące wysokie wyniki w skali perspektywy teraźniejszej fatalistycznej mają poczucie braku wpływu na własne życie i przyszłość, co skłania je do koncentracji na bieżących przyjemnościach o charakterze ucieczkowym, charakteryzuje je większa depresyjność oraz wyższy poziom lęku i agresji niż osoby uzyskujące niskie wyniki w tej skali (Zimbardo i Boyd, 2009).

Według Furmańskiej i współpracowników (2019) pacjenci, którzy skupiali się na negatywnych aspektach przeszłości i na fatalistycznie ujmowanej teraźniejszości, częściej posługiwali się strategiami lękowego zaabsorbowania, bezradności, beznadziei oraz rzadziej pozytywnego przewartościowania.

Pomimo licznych badań poświęconych procesualnemu charakterowi przebiegu stresu i radzenia sobie z nim (Folkman, Lazarus, 1984; Lazarus, Folkman, 1987), wiedza na temat przebiegu radzenia sobie ze stresem w aspekcie temporalnym jest stosunkowo niewielka i niewystarczająca (Gruszczyńska, 2007). Aktualnie przeżywany dystres w teoretycznych modelach stresu jest ujmowany jako efekt trudnych doświadczeń, które miały miejsce w przeszłości (stressful life events; por. Holmes, Rahe, 1967). Lazarus (1990) zauważył, iż reakcja stresowa jest odpowiedzią na uciążliwą sytuację bieżącą. Jak zwracają uwagę Bar-Tal, Cohen-Mansfield i Golander Bar-Tal i współpracownicy (1998), którzy poddali weryfikacji empirycznej pięć modeli teoretycznych opisujących możliwe zależności pomiędzy stresorami odnoszącymi się do przeszłości (past stressors), teraźniejszości (present stressors) i przyszłości (anticipated stressors). Badania przeprowadzono na grupie osób hospitalizowanych z powodu

nie zagrażającej życiu choroby oraz ich współmałżonków. Wyniki wskazują, że jedynie stresory związane z przeżywaną aktualnie sytuacją mają bezpośredni wpływ na przeżywany stan stresu (dystres psychologiczny). Stresory przeżywane w przeszłości i te antycypowane nie obciążają w sposób bezpośredni, przyczyniając się do zwiększenia aktualnej reakcji stresowej. Przeszłość, oceniana jako obciążająca, prowokuje natomiast do negatywnych przewidywań odnośnie do przyszłości (tzw. katastrofizacja). Co ciekawe, generowane w związku z tym napięcie nie przekłada się bezpośrednio na odczuwany aktualnie stres; dopiero ocena przyszłości jako zagrażającej wpływa na postrzeganie sytuacji teraźniejszej i aktualnie przeżywanych stresorów.

4. Wpływ treningu uważności na obniżenie stresu, poprawę dobrostanu oraz równowagę pomiędzy perspektywami czasowymi

Praca kliniczna oraz badawcza zespołu pod kierownictwem prof. Jona Kabat-Zinna na Uniwersytecie Medycznym w Massachusetts, która miała na celu złagodzenie cierpień oraz bólu doznawanego przez osoby terminalnie chore zaowocowała w roku 1979 opublikowaniem programu MBSR (Mindfulness-Based Stress Reduction) (Kabat-Zinn, 2018). Na wzór tej metody powstawały i nadal są opracowywane oraz poddawane ewaluacji programy wspomagające psychoterapię oraz leczenie (Germer, Siegel, Fulton, 2015). Nazwane ogólnie interwencjami w oparciu o uważność - MBI (Mindfulness-Based Intervention). Obszar zastosowania uważności powiększa się dynamicznie i obecnie jest to dziedzina obejmująca zdrowie, dobrostan, efektywność funkcjonowania (redukcja stresu i lęku) oraz rozwój człowieka.

Mindfulness jest wytworem trzeciej fali Terapii Poznawczo-Behawioralnej (CBT). MBRP (Mindfulness-Based Relapse Prevention). Wzorowany podobnie jak MBCT na ośmiotygodniowym programie łagodzenia objawów stresu - MBSR opiera się jak inne MBI na psychoedukacji, świeckiej medytacji, elementach psychoterapii behawioralnej oraz treningu psychologicznego. Najistotniejszym czynnikiem wywołującym zmiany jest stosowanie czterech praktyk formalnych mindfulness (uważna gimnastyka, uważne chodzenie, medytacja uważności, skanowanie ciała) i nieformalnych (np. ćwiczenie z rodziną, uważność widzenia). Jak pokazują wyniki badań, terapia ta pomaga pacjentom lepiej poradzić sobie z funkcjonowaniem i nawrotami uzależnienia w przyszłości (Bowen, Chawla, Marlatt, 2011). Badania prowadzone przez zespół pod kierunkiem Mooney (2017) pozwoliły zweryfikować wiedzę na temat znaczenia zbalansowanej perspektywy czasowej dla samopoczucia i dobrostanu osób w wieku dorosłym i starszym, oraz dla tworzenia przez nich planów funkcjonowania po przejściu na emeryturę. Okazało się, że zrównoważoną perspektywę czasową zidentyfikowano u około 14% respondentów. Osoby o zbalansowanym profilu temporalnym były bardziej skłonne do aktywnego budowania planów na okres po przejściu na emeryturę. Można przypuszczać, że są one w stanie przygotowywać realistyczne plany na przyszłość, uwzględniając swoje przeszłe doświadczenia i obecny sposób życia, a nie dążąc jedynie do zachowania aktualnego status quo. Natomiast odchylenie od zbalansowanej perspektywy czasowej okazało się negatywnie związane z planowaniem emerytalnym i dobrym nastrojem oraz pozytywnie skorelowane z depresją, lękiem, poczuciem stresu i negatywnym nastrojem. Autorzy badań stwierdzają, że zrównoważenie temporalne można zatem traktować jako predyktor planowania i subiektywnego dobrostanu u osób starszych. Aby zrozumieć

wpływ treningu, warto odwołać się do badań Jaworowskiej i Matczak, które pokazują, że tendencja do emocjonalnego radzenia sobie ze stresem jest oznaką dezadaptacji (Jaworowska i Matczak, 2003). Wykazano także silną korelację niskiego poziomu dobrostanu ze stylem emocjonalnym oraz ujemną korelację pomiędzy dobrostanem, a unikającym stylem radzenia sobie ze stresem (Strelau i in., 2005).

5. Podsumowanie

Zagadnienia związane ze stresem, sposobami radzenia sobie z nim oraz ich wpływem na dobrostan jednostek są obecnie istotną częścią badań naukowych i rozważań teoretycznych. Treningi uważności stanowią istotny sposób poprawy dobrostanu i redukcji stresu, nie bez znaczenia pozostaje również orientacja temporalna jednostek, która w istotny sposób wpływa na ocenę poznawczą sytuacji stresowej oraz na wybór strategii radzenia sobie ze stresem.

Bibliografia:

1. Arpawong T. E., Rohrbach L. A., Milam J. E., Unger J. B., Land H., Sun P., Spruijt-Metz D., Sussman S. (2016). Post-Traumatic Growth Inventory-Short Version. <https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2Ft46757-000> (dostęp 11.03.2024).
2. Bar-Tal, Y., Cohen-Mansfield, J., Golander, H. (1998). Which stress matters? The examination of temporal aspects of stress. *The Journal of Psychology*, 132(5), 569-576.
3. Boniwell I., Zimbardo P.G. (2007). Zrównoważona perspektywa czasowa jako warunek optymalnego funkcjonowania. W: A. Linley, S. Joseph (red.), *Psychologia pozytywna w praktyce* (s. 112-131). Warszawa: PWN.
4. Bowen, S., Chawla, N., & Marlatt, G. A. (2011). *Mindfulness-based relapse prevention for addictive behaviors: A clinician's guide*. Guilford Press.
5. Brissette, I., Scheier, M.F., Carver, C.S. (2002). The role of optimism and social network development, coping and psychological adjustment during a life transition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 102-111.
6. Furmańska, J., Ligocka, M., Milik, A., Kołodziejska, A., Rzepa, T. (2019). Postrzeganie czasu i jego znaczenie w procesie adaptacji do choroby nowotworowej. *Czasopismo Psychologiczne*, 25(1), 95-99.
7. Germer Ch. K., Siegel R.D., Fulton P.R. (2015). *Uważność i psychoterapia*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
8. Holman E. A., Silver R. C. (2005). Future-Oriented Thinking and Adjustment in a Nationwide Longitudinal Study Following the September 11th Terrorist Attacks. *Motivation and Emotion*, 29(4), 389-410.
9. Holmes T. H., Rahe R. H. (1967). The Social Readjustment Rating Scale. *Journal of Psychosomatic Research*, 11(2), 213-218.
10. Lazarus R. S. (1990). Theory-based stress measurement. *Psychological Inquiry*, 1(1), 3-13.
11. Lazarus, R.S., Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*. New York: Springer Publishing Company.
12. Lazarus, R.S., Folkman, S. (1987). Transactional theory and research on emotions and coping. *European Journal of Personality*, 1, 141-169.

13. Marcinkowska-Wróbel L. (2016). Mindfulness, <http://mindfulness.com.pl/faculty/marcinkowska-wrobel-lucyna/> (dostęp 11.03.2024).
14. Mooney A., Earl J.K., Mooney C.H., Bateman, H. (2017). Using balanced time perspective to explain well-being and planning in retirement. *Frontiers in Psychology*, 8, 1781.
15. Nosal C.S. (1993). Style percepcji czasu: Wymiary i struktura. Propozycja nowej skali pomiarowej. [w:] J. Brzeziński (red.) *Psychologiczne i psychometryczne problemy diagnostyki psychologicznej* [s.121-142], Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
16. Nosal, C.S. (1993). Style percepcji czasu: Wymiary i struktura. Propozycja
17. Nosal, C.S. (1993). Style percepcji czasu: Wymiary i struktura. Propozycja
18. Nosal, C.S. (1993). Style percepcji czasu: Wymiary i struktura. Propozycja
19. nowej skali pomiarowej. [w:] J. Brzeziński (red.) *Psychologiczne i*
20. nowej skali pomiarowej. [w:] J. Brzeziński (red.) *Psychologiczne i*
21. nowej skali pomiarowej. [w:] J. Brzeziński (red.) *Psychologiczne i*
22. psychometryczne problemy diagnostyki psychologicznej [s.121 – 142], Poznań:
23. psychometryczne problemy diagnostyki psychologicznej [s.121 – 142], Poznań:
24. psychometryczne problemy diagnostyki psychologicznej [s.121 – 142], Poznań:
25. Selye S. (1978). *Stres okiełznany*. (s.75-90). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
26. Strelau J., Jaworowska A., Wrześniewski K., Szczepaniak P. (2005). *Kwestionariusz Radzenia Sobie w Sytuacjach Stresowych – podręcznik*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
27. *The Healing Power of mindfulness: a New way of being*. (2018). Massachusetts: Hachette Books
28. Wydawnictwo Naukowe UAM.
29. Wydawnictwo Naukowe UAM.
30. Wydawnictwo Naukowe UAM.
31. Zimbardo P.G (2002). Psychology in the public service. *American Psychologist*, 57(6-7), 431–433.
32. Zimbardo P.G., Boyd J.N. (2009). *Paradoks czasu*. Warszawa: PWN.

17. MARKETING INFLUENCERSKI – PERSPEKTYWA PSYCHOLOGICZNA

Wojciech Pietrzak

Akademia Mazowiecka w Płocku

Wydział Nauk Humanistycznych i Informatyki

Studenckie Koło Naukowe Anglomaniacy

ul. Gałczyńskiego 28, 09-400 Płock

Email: wojtekpietrza2@gmail.com

1. Wstęp

W dobie dynamicznych zmian technologicznych i rosnącej roli mediów społecznościowych, na scenę zawodową wkroczył nowy, nietypowy zawód – *influencer*. W przeciwieństwie do tradycyjnych profesji, takich jak lekarz, nauczyciel czy sprzedawca, influencerzy zdobywają popularność i wpływ, wykorzystując swoje umiejętności w zakresie tworzenia treści online, budowania zaangażowanych społeczności oraz współpracy z markami. Ich praca polega nie tylko na dzieleniu się swoim życiem i pasjami z obserwującymi, ale również na kreowaniu trendów i opinii, co czyni ich istotnym elementem współczesnego marketingu i komunikacji. Fenomen influencerów ilustruje, jak bardzo nasze podejście do kariery i pracy zmieniło się w erze cyfrowej.

2. Pochodzenie influencerów

Zasadniczą rolę w tej ewolucji odegrał rozwój technologiczny, w szczególności rozwój Internetu i mediów społecznościowych. Współistnienie tradycyjnych mediów z platformami cyfrowymi sprawiło, że influencerzy znaleźli nowe możliwości łączenia się z odbiorcami w skali globalnej [Shee, 2023]. Warto zauważyć, że przekształceniu tradycyjnych influencerów w influencerów cyfrowych towarzyszyła swoista demokratyzacja procesu tworzenia treści. Inaczej niż w przypadku ograniczonego dostępu tradycyjnych celebrytów do mediów głównego nurtu, platformy cyfrowe pozwoliły jednostkom na niezależną produkcję i dystrybucję niezależnych treści [Zhang i Wei, 2021]. Serwisy społecznościowe, takie jak Instagram, YouTube i Twitter, stały się nowymi kanałami, na których influencerzy mogą prezentować swoją wiedzę, dzielić się osobistymi doświadczeniami i nawiązywać bezpośredni kontakt ze swoimi obserwatorami [Wong, 2023]. Postęp technologiczny ułatwił interakcje w czasie rzeczywistym i spersonalizowane dostarczanie treści. To z kolei sprawiło, że influencerzy mogą nawiązywać bezpośredni kontakt ze swoimi odbiorcami, odpowiadając na komentarze i budując poczucie wspólnoty. Jednocześnie pojawienie się smartfonów wyposażonych w zaawansowane aparaty i kamery umożliwiło tworzenie wysokiej jakości ilustrowane treści bez konieczności stosowania kosztownych systemów do ich produkcji [English, 2023].

Przełomowe etapy rozwoju marketingu influencerskiego łączą się bezpośrednio ze zmianami w technologii, konsumpcji mediów i zachowaniach konsumentów. Już na początku

obecnego stulecia pojawiły się blogi, wokół których gromadziły się grupy czytelników żywo zainteresowanych poruszaniem w nich zagadnieniami. Jednak najważniejszym przełomem technologicznym było pojawienie się serwisów społecznościowych, takich jak Facebook, YouTube i Twitter, które wyposażyły influencerów w skuteczne i proste w obsłudze narzędzia do nawiązywania kontaktu z odbiorcami na całym świecie. Innymi znaczącymi innowacjami były uruchomiony w 2010 r. Instagram, który stał się decydującym krokiem naprzód dzięki technologii opartej na wizualizacji oraz wprowadzony w 2018 r. TikTok, który szybko stał się sensacją na skalę światową, tworząc nową przestrzeń dla marketingu influencerów za pośrednictwem krótkich treści wideo. Już od 2007 roku można zarabiać na byciu influencerem dzięki programowi partnerskiemu YouTube [Sicilia i Lopez, 2023, s. 593-594].

W krótkim czasie influencerzy stali się nie lada przedsiębiorcami, często zarabiając ogromne sumy pieniędzy zarówno dla swoich sponsorów, jak i dla siebie. Według danych z 2022 roku rynek influencerów osiągnął wartość 16,4 miliarda dolarów [Mileva, 2024]. Skoro dostęp do mediów społecznościowych stał się stosunkowo łatwy, wielu sponsorów zauważyło możliwość uzyskania szybkiego i znaczącego zysku, niekoniecznie z zachowaniem rzetelności, co z kolei skłoniło Amerykańską Federalną Komisję Handlu do wprowadzenia w 2019 r. w USA wytycznych dotyczących jawności treści sponsorowanych, w celu zwiększenia ich przejrzystości w ramach współpracy marketingowej z influencerami [Ascolese, 2013]. Na mocy prawa amerykańscy influencerzy mają obowiązek informować o tym, czy dany post jest sponsorowany, dodając do niego hashtag #ad lub #sponsored [Mileva, 2024]. Kolejna kluczowa zmiana nastąpiła w 2019 r. wraz z wdrożeniem narzędzi i systemów służących do automatyzacji działań marketingowych prowadzonych przez influencerów, dzięki którym twórcom treści łatwiej jest dotrzeć do docelowych odbiorców [„The State of Influencer”]. Są to różnego rodzaju oprogramowania oparte na algorytmach mających za zadanie optymalny dobór adresatów treści pod kątem ich wieku, płci, miejsca zamieszkania, wykształcenia czy zainteresowań.

Kolejnym przełomowym okresem okazał się rok 2020, po tym jak pandemia COVID-19 spowodowała znaczne przesunięcie uwagi konsumentów na działania związane z aktywnością internetową, w ramach których marketing influencerski odgrywał kluczową rolę w utrzymywaniu relacji między marką a konsumentem w okresie lockdownu. W 2021 r. integracja funkcji e-commerce z mediami społecznościowymi wzmocniła rolę influencerów w sprzedaży online za sprawą ich rekomendacji produktowych i współpracy przy wprowadzaniu produktów na rynek - proces ten nie słabnie od tamtej pory [Fogg, 2021]. Obecnie rośnie liczba przedsiębiorców zwracających się do influencerów z prośbą o rekomendacje i recenzje produktów [Mileva, 2024] i, jak zauważył Schwartz, prawie każda marka obecna w mediach społecznościowych przyjęła jakąś formę marketingu influencerów [2023].

3. Kategorie influencerów

W ogólnym ujęciu, influencer może być zdefiniowany jako „osoba fizyczna ze znaczną liczbą obserwujących w mediach społecznościowych, która jest opłacana przez producentów za promowanie ich produktów, w formie darmowych produktów i prezentów i/lub płatności gotówkowych za każdy post promocyjny” [Kadekova i Holiencinova 92]. Jednak, jak wyjaśnia McCorquodale, „w rzeczywistości influencerzy są po prostu niezależnymi markami

medialnymi, które wyróżniają się dogłębnym opisywaniem jednej rzeczy: własnego życia” [2021, s.15]. Jedni publikują informacje osobiste wraz z treściami, które pokazują to, co robią, takimi jak transmisje na żywo z ich rozgrywki gamingowej, gotowania lub tworzenia rzemiosła artystycznego, podczas gdy inni lubią regularnie dzielić się wszystkim, o czym myślą, co jedzą i co robią na wielu płaszczyznach [tamże]. Johnson dodaje, że powszechnie akceptowalna definicja influencera nie istnieje, ponieważ pojęcie może opisywać wszystkich, od twórców-amatorów po celebrytów, takich jak Kim Kardashian i wszystkich „pomiędzy” [Johnson].

Według Kadekovej i Holienčinovej większość influencerów można podzielić na kategorie: celebryci, eksperci branżowi i liderzy myśli, blogerzy lub twórcy treści oraz mikroinfluencerzy [92]. Jednak najbardziej powszechna w literaturze przedmiotu klasyfikacja influencerów opiera się zwykle na trzech następujących kryteriach: liczbie obserwujących, medium wykorzystywanym do nawiązania kontaktu oraz poziomie wpływu i uznania [„The State of Influencer”].

Do pierwszej z wymienionych kategorii należą cztery rodzaje influencerów: mega-influencerzy, makro-influencerzy, mikro-influencerzy i nano-influencerzy. Mega-influencerzy to osoby z dużą liczbą obserwujących w mediach społecznościowych [ponad 1 milion na co najmniej jednej platformie], często supergwiazdy spoza internetu, takie jak sportowcy, aktorzy, piosenkarze, a nawet telewizyjne osobowości reality show. Nie brakuje też mega-influencerów, którzy zgromadzili ogromną rzeszę fanów dzięki mediom społecznościowym i aktywności w Internecie. Jeśli chodzi o makroinfluencerów, są oni łatwiej osiągalni, ale mają mniejszą liczbę obserwujących. Zazwyczaj w tej kategorii znajdują się dwie grupy osób: ci, którzy nie są jeszcze wielkimi celebrytami lub należą do tak zwanych gwiazd klasy B. Mogą to być też osoby o ugruntowanej pozycji w Internecie, które zgromadziły większą bazę fanów niż przeciętny mikroinfluencer. Makroinfluencerzy często bywają skuteczni w szerzeniu informacji, ponieważ zazwyczaj mają duże grono fanów (od 100 000 do 1 miliona). Z drugiej strony, mikroinfluencerzy to zwyczajni ludzie, którzy zdobyli uznanie dla swojej wiedzy specjalistycznej w danym obszarze. Po wyjściu z „wirtualnej anonimowości” niektórzy z nich stali się niemal tak rozpoznawalni jak znani celebryci. W rezultacie zbudowali imponującą liczbę tzw. followersów w mediach społecznościowych zrzeszających entuzjastów danej dziedziny (od 10 000 do 100 000 obserwujących). Mikroinfluencerzy mają szczególne bazy fanów, z którymi budują bliską więź; w związku z tym jest mało prawdopodobne, aby mogli narazić te relacje na szwank, popierając coś, z czym się nie zgadzają. Niektórzy mikroinfluencerzy są gotowi bezpłatnie poświęcać swój czas na reklamowanie firmy lub kampanii, w którą wierzą. Ostatnią podkategorią w pierwszej grupie jest tak zwana kategoria nanoinfluencerów. Choć ich liczba obserwujących jest skromna (1,000-10,000), są oni zazwyczaj autorytetami w niszowej lub niezwykle wyspecjalizowanej dziedzinie. Najczęściej nano-influencerzy mają niewielki wpływ na odbiorców, ponieważ mają ograniczoną liczbę obserwujących. Niemniej jednak wykazują się entuzjazmem, dużym zaangażowaniem i gotowością do identyfikowania się z publikowanymi treściami [Sicilia i Lopez, 2023, s. 601-602].

Pod względem powiązania z rodzajem środka przekazu, istnieją cztery rodzaje influencerów: blogerzy, YouTuberzy, podcasterzy i osoby tworzące wyłącznie posty społecznościowe. Rynek influencerów i blogowanie są ze sobą powiązane od dłuższego czasu [Kadekova i Holienčinova, s. 92]. W Internecie można znaleźć liczne blogi opisujące

różnorodne zagadnienia, poczynając od popularnych tematów, a skończywszy na wskazówkach, jak odnieść sukces jako influencer. Wielu blogerów nie tylko zgromadziło rzesze odbiorców, ale także udało im się wzbudzić uznanie i szacunek wśród widzów. Jednak z racji tego, że blogi posługują się głównie tekstem jako formą ekspresji, pojawił się inny, bardziej popularny typ influencerów, znany jako YouTuberzy lub vlogerzy, którzy angażują widzów poprzez swoje filmy na platformie, dzieląc się swoimi osobistymi przemyśleniami, uczuciami i doświadczeniami, poruszając przy tym szeroki zakres tematów. Istnieje również stosunkowo nowe zjawisko podcastingu, które zyskuje na popularności. Według badania Infinite Dial przeprowadzonego w USA w 2019 r. 51% populacji amerykańskiej deklaruje, że słucha podcastów, a liczba słuchaczy rośnie. Z tego powodu influencerzy zaczęli „wchodzić do gry w podcasty” [Santora, 2021]. Warto wreszcie wspomnieć o mediach społecznościowych, które stały się podstawową przestrzenią działania influencerów. W ramach wszystkich głównych platform mediów społecznościowych działają influencerzy, ale to Instagram stał się dominującą platformą w ostatnich latach ze względu na możliwość publikowania wizualnie atrakcyjnych zdjęć.

Ostatnia kategoria influencerów odnosi się do tak zwanego poziomu wpływu i uznania. Wśród celebrytów znajdują się osoby, które zyskały powszechne uznanie dzięki medialnemu rozgłosowi. Gwiazdy te mają wielu obserwujących na platformach mediów społecznościowych, w tym na Facebooku, Instagramie i YouTube. Istnieje jednak ryzyko, że celebryci, którzy są influencerami, nie będą cieszyć się wystarczającym zaufaniem wśród docelowych odbiorców, ponieważ mogą być podejrzewani o to, że są opłacani przez duże firmy w celach sprzedażowych. Nawet jeśli celebryci posiadają duże rzesze fanów i obserwujących w mediach społecznościowych, nie zawsze wiadomo, jak duży wpływ mają na odbiorców, ponieważ mogą nie cieszyć się zaufaniem rynku docelowego dla określonych produktów. Innym rodzajem influencerów, jeśli chodzi o ich poziom wpływu, są kluczowi liderzy opinii, którzy ze względu na swoje kwalifikacje zawodowe, status lub wiedzę specjalistyczną w danej dziedzinie są coraz bardziej doceniani. Należą do nich dziennikarze, naukowcy, eksperci branżowi i profesjonalni doradcy [„The State of Influencer”].

4. Perspektywa psychologiczna

Z psychologicznego punktu widzenia interakcja między influencerami a ich odbiorcami jest wieloaspektowa. Kluczowa dla jej zrozumienia jest koncepcja wpływu społecznego, w której influencerzy są postrzegani jako liderzy opinii, a ich obserwatorzy, kierując się poczuciem konformizmu społecznego, przyjmują ich upodobania i traktują je tak, jakby były ich własnymi [Kets de Vries, 2023].

W marketingu influencerskim, według Aslamovej, zaufanie i wiarygodność odgrywają równie ważną rolę. Influencerzy budują zaufanie poprzez autentyczność, przejrzystość i ścisły kontakt z odbiorcami, tworząc psychologiczną więź, która potęguje skuteczność ich rekomendacji [Aslamova, 2023]. Ta więź często opiera się na psychologicznej potrzebie łączności z innymi, gdzie obserwujący identyfikują się ze stylem życia, wartościami i doświadczeniami influencerów [Hoos, 2019]. Inną podstawową zasadą psychologiczną, która ma zastosowanie w tym przypadku, jest wzajemność interakcji społecznych, która jest wynikiem zaangażowania influencerów. Odpowiadając na komentarze, dostarczając mniej lub więcej wartościowych treści i wspierając poczucie wspólnoty, wywołują psychologiczną

skłonność obserwujących do naśladowania [Lewis, 2015]. Rozciąga się to na zwiększone zaangażowanie w treści sponsorowane, wzmacniając tym samym relację influencer-marka. Nie bez znaczenia jest też pewien rezonans emocjonalny, który jest potężną strategią dla influencerów, wykorzystującą strategię storytelling, której sugestywne treści tworzące więzi emocjonalne dają możliwość porównywania doświadczeń. Może to być wzmocnione przez tak zwaną „prawdziwą warstwę” treści, którymi influencerzy dzielą się ze swoimi obserwatorami. Budowanie społeczności, a nie tylko jednostronnej relacji, często prowokuje do wymiany myśli poprzez mówienie o problemach, a nawet proszenie o radę lub opinię. W ten sposób influencerzy mogą „inicjować dyskusje i dawać swoim obserwatorom zielone światło do mówienia o podobnych doświadczeniach” [McCorquodale, 2021 s. 17].

Za pomocą limitowanych czasowo ofert, ekskluzywnych promocji czy zakulisowych relacji z wydarzeń celebryckich, influencerzy marketingowi generują poczucie wyjątkowości, ekskluzywności i jednocześnie tworzą wrażenie presji czasu. W ten sposób wykorzystują psychologiczny strach przed utratą wyjątkowych doświadczeń lub możliwości, znany jako FOMO - Fear of Missing Out [Dinh i Lee, 2021]. Zjawisko to zostało wyjaśnione przez Hedgesa jako psychologiczna interpretacja angielskiego przysłowia „Grass is always greener on the other side” (tł.: trawa jest zawsze bardziej zielona po drugiej stronie), które podkreśla wieczne niezadowolenie z tego co posiadamy i zazdrość wobec innych. Inaczej mówiąc, skoro ludziom towarzyszą emocje wynikające z niezadowolenia ze stanu posiadania, media społecznościowe z łatwością wykorzystują ten fakt i mogą być punktem zapalnym dla tych emocji. Jest to często związane z „skłonnością jednostki do brania udziału, kupowania i konsumowania, ukształtowaną przez media społecznościowe na zasadzie subiektywnych upodobań, wzbudzania zazdrości lub rywalizacji” [Alfina].

Influencerzy pozycjonują się jako autorytety w określonych niszach, wykorzystując mechanizm psychologiczny powiązany z tym, że ludzie są bardziej skłonni do ulegania wpływom osób postrzeganych jako eksperci [Aslamova, 2023]. Specjalizacja zwiększa ich wiarygodność, dzięki czemu ich rekomendacje są bardziej przekonujące. Aby osiągnąć sukces, influencerzy muszą zbudować lojalną bazę obserwujących, którzy cenią ich opinie. Znając niszowe zainteresowania, potrzeby i preferencje danej społeczności, są szczególnie dobrzy w nawiązywaniu kontaktu z konkretnymi odbiorcami [„The Power of Influencers Niches”]. Innymi słowy, niszowi influencerzy są świadomi tego, do kogo mówią, co ich obserwatorzy chcą usłyszeć i jak nawiązać z nimi kontakt w autentyczny sposób.

Kolejną interesującą koncepcją psychologiczną związaną z fenomenem influencerów jest tak zwany efekt aureoli, który opiera się na pierwszym wrażeniu wywieranym przez osobę, którą spotykamy. Jeśli powstaje silna pozytywna opinia, jesteśmy bardziej skłonni jej zaufać i jej słuchać. Aby uzyskać pełniejsze zrozumienie tego zjawiska, warto zdać sobie sprawę z instynktownej skłonności ludzi do dopasowania się do innych. Tym samym, skoro influencerzy cieszą się renomą i mają określony status, to, co uważają za warte zrobienia i kupienia, naprawdę ma znaczenie. Wynika to z faktu, że tak zwane dopasowanie społeczne jest ogromnym czynnikiem warunkującym sukces działań marketingowych prowadzonych przez influencerów. Pod względem psychologicznym, jeśli używasz tych samych produktów, co najbardziej znane i wpływowe osoby, nie tylko stajesz się taki jak one, ale także pasujesz do kręgu osób o podobnych zainteresowaniach [George, 2022]. Nie bez znaczenia jest też to, że influencerzy cieszą się większym zaufaniem odbiorców niż reklamy. Dlatego też nie dziwi fakt,

że marki chętnie współpracują z influencerami, którzy wywołują silne pozytywne emocje i uosabiają wartości, które rezonują z ich docelowymi odbiorcami. W ten sposób mogą skutecznie wykorzystać efekt aureoli do wzmocnienia pozycji rynkowej i budowania głębszych relacji z konsumentami.

Warto zauważyć, że efekt aureoli odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu zachowań konsumenckich i zależy od zdolności influencera do przekazywania wartości marki w przystępny i angażujący sposób, co z kolei sprzyja silniejszemu związkowi emocjonalnemu między marką a konsumentem. Dodatkowo, gdy influencer jest aktywny w obszarach związanych z marką, jego pozytywny wizerunek może przenieść się na samą markę, zwiększając atrakcyjność produktu w oczach konsumenta. Obserwujący mają tendencję do odbierania opinii i rekomendacji influencerów jako wiarygodnych i rzetelnych. Na przykład influencer znany ze swojej wiedzy na temat zrównoważonego stylu życia może skutecznie promować markę produktów przyjaznych dla środowiska. Jest to możliwe dzięki efektowi aureoli, ponieważ pozytywne cechy influencera rozciągają się na markę, dzięki czemu konsumenci są bardziej skłonni postrzegać ją pozytywnie i wybierać jej produkty zamiast produktów konkurencji [Belanche i in., 2021]. Efekt aureoli może również zwiększyć lojalność wobec marki i długoterminowe relacje z konsumentami. Kiedy konsumenci kojarzą markę z pozytywnymi atrybutami ulubionego influencera, są bardziej skłonni do rozwijania poczucia lojalności wobec marki [„From Perception”].

Efekt aureoli jest szczególnie ważny dla wschodzących marek, które chcą zaistnieć na rynku, a także dla marek o ugruntowanej pozycji, które chcą odświeżyć swój wizerunek lub dotrzeć do nowych grup demograficznych. Ważne jest jednak, aby marki starannie wybierały influencerów, których wartości i wizerunek są zbieżne, ponieważ niedopasowanie może skutkować utratą reputacji marki. Autentyczność i spójność we współpracy marki z influencerami są zatem niezbędne, aby zmaksymalizować korzyści płynące z efektu halo [„From Perception”].

Dobór influencerów do celów promocyjnych i reklamowych jest procesem strategicznym, który wymaga starannego rozważenia takich czynników jak trafność, autentyczność, wiarygodność, jakość treści i reputacja [Aslamova, 2023; Haenlein i in., 2020]. Kluczem do sukcesu kampanii marketingowych z udziałem influencerów jest staranny dobór osób, które mogą skutecznie przekazywać przesłanie marki i rezonować z odbiorcami [„How Brands Can Get”]. Marki stosują różne kryteria i metodologie, aby wybrać influencerów do działań promocyjno-reklamowych, upewniając się, że mogą oni spełnić ich cele marketingowe i dopasować się do docelowych danych demograficznych. Jedną z głównych kwestii przy wyborze influencerów jest trafność i zgodność treści i odbiorców influencera z tożsamością marki i rynkiem docelowym. Firmy zazwyczaj przeprowadzają dokładne badania w celu zidentyfikowania influencerów, których nisza, tematy treści i dane demograficzne odbiorców są ściśle zgodne z ich ofertą produktów lub usług, co pomaga zapewnić, że zaangażowanie influencera jest autentyczne i rezonuje z ich obserwatorami. Oprócz autentyczności, marki oceniają również jakość i profesjonalizm treści influencera, w tym czynniki takie jak estetyka wizualna i umiejętność opowiadania historii. Wysokiej jakości treści nie tylko poprawiają wizerunek marki, ale także zwiększają prawdopodobieństwo zaangażowania i dobrej reakcji odbiorców [Ibáñez-Sánchez i in., 2021, s. 480-481]. Ponadto marki biorą pod uwagę reputację i pozycję influencera w swojej branży lub niszy, biorąc pod uwagę takie czynniki, jak

profesjonalizm, niezawodność i wcześniejsza współpraca. Pozytywne relacje i korzystna reputacja mogą zwiększyć wiarygodność influencera i skuteczność celów marki [Aslamova, 2023]. Jak tylko potencjalni influencerzy zostaną wyłonieni, marki angażują się w negocjacje i współpracę w celu ustalenia szczegółów kampanii, celów i warunków umowy. Jasna komunikacja i dostosowanie oczekiwań są niezbędne do zapewnienia udanego partnerstwa między marką a influencerem.

5. Wpływ influencerów na życie społeczno-gospodarcze

Pojawienie się influencerów, z ich zdolnością do budowania zaufania, autentyczności i relacyjności ze swoimi followersami, zmieniło charakter zachowań konsumenckich i decyzji zakupowych [Ibáñez-Sánchez i in., 2021 s. 479-480]. W przeciwieństwie do tradycyjnych form reklamy, które często budzą negatywne emocje, konsumenci mają tendencję do postrzegania influencerów jako bardziej autentycznych ze względu na osobistą więź między nimi a ich odbiorcami. Fakt, że influencerzy często dzielą się osobistymi anegdotami, doświadczeniami i wskazówkami, pozwala im stworzyć poczucie zaufania i relacji z odbiorcami [Hoos, 2019]. W rezultacie konsumenci są bardziej skłonni do podejmowania działań i rozważania zaleceń influencerów, postrzegając ich jako wiarygodne źródła informacji i porad.

Za pomocą dobrze dobranych treści, zdjęć o tematyce lifestylej i opowiadanych historii, influencerzy mają możliwość wzbudzania pożądania i aspiracji wśród swoich obserwujących, zwiększając zainteresowanie i zaangażowanie w promowane produkty lub marki. Umieszczając produkty w swoich treściach i dzieląc się autentycznymi doświadczeniami, influencerzy mogą skutecznie kształtować preferencje konsumentów i wpływać na decyzje zakupowe. Jest to możliwe dzięki wykorzystaniu platform takich jak Instagram, YouTube i TikTok, które zapewniają influencerom narzędzia do prezentowania produktów w atrakcyjny wizualnie sposób i angażowania odbiorców poprzez transmisje na żywo lub sesje pytań i odpowiedzi w celu ułatwienia bezpośredniej komunikacji i przekazywania informacji zwrotnych [Kadekova i Holiencinova, s. 99]. Co więcej, influencerzy często wyznaczają trendy i gusta w swoich niszach, wprowadzając obserwujących w nowe produkty, trendy i innowacje [Ibáñez-Sánchez i in., 2021 s. 470]. W rezultacie mogą budować poczucie zaangażowania skupionego wokół marki lub produktu, skłaniając swoich obserwatorów do dalszych poszukiwań i ostatecznie podejmowania decyzji zakupowych.

Nie należy zapominać, że influencerzy są czymś więcej niż tylko nowoczesnym narzędziem marketingowym dla handlu. Oprócz promowania produktów we współpracy z firmami, wielu z nich aktywnie kształtuje kulturę popularną, trendy w modzie i wybory dotyczące stylu życia [Smith, 2023]. Dzięki obecności na platformach mediów społecznościowych i zdolności do gromadzenia dużej liczby obserwujących, influencerzy stali się twórcami kultury, wpływającymi na normy społeczne, preferencje estetyczne i zachowania konsumentów.

Jednym z głównych sposobów, w jaki influencerzy wpływają na kulturę popularną, jest ich zdolność do wyznaczania trendów i kształtowania dyskursu kulturowego poprzez przedstawianie odbiorcom nowych dzieł, artystów i trendów. Często działają jako ambasadorzy kultury, którzy łączą sztukę z konsumentami. W obszarze produkcji filmowych i wideo influencerzy często służą jako recenzenci, którzy polecają i oceniają filmy, programy telewizyjne i treści cyfrowe swoim obserwatorom. Poprzez recenzje, rekomendacje

i współpracę z twórcami filmowymi i platformami streamingowymi influencerzy mogą zwiększać lub zmniejszać popularność niektórych filmów lub treści wideo, wpływając na preferencje odbiorców. Na tej samej zasadzie influencerzy w branży muzycznej odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu gustów i trendów muzycznych. Ich playlisty, recenzje muzyczne i współpraca z wytwórniami muzycznymi mogą przybliżyć obserwującym nowe utwory, gatunki i wschodzących artystów. Dodatkowo, influencerzy mogą wnieść swój wkład w dyskurs kulturowy, omawiając znaczenie muzyki w życiu codziennym, a nawet opowiadając się za zmianami społecznymi w ramach inicjatyw związanych z muzyką [Powell i Pring, 2024].

W dziedzinie mody influencerzy odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu i wprowadzaniu trendów oraz standardów branżowych [Smith, 2023]. Ich wybory dotyczące ubioru, wskazówki dotyczące stylizacji i porady mogą zapoznać obserwujących z nowymi projektantami, wschodzącymi markami i modnym wyglądem. Prezentując odzież i akcesoria na swoich platformach, nie tylko zwiększają widoczność marki, ale także wpływają na decyzje zakupowe konsumentów i wyznaczają kierunki rozwoju mody. Niezależnie od tego, czy chodzi o wybory stylistyczne, cele podróży czy sposób życia, influencerzy mają możliwość wskazywania tego, co jest uważane za modne, pożądane i społecznie akceptowalne.

Co więcej, influencerzy mają ogromny wpływ na wybory dotyczące stylu życia i zachowania konsumentów, szczególnie w obszarach takich jak zdrowie i dobre samopoczucie, uroda i podróże. Dzieląc się osobistymi doświadczeniami, rekomendacjami produktów i wskazówkami dotyczącymi stylu życia, inspirują obserwujących do przyjęcia określonych nawyków, praktyk i rutynowych działań. Promując wegetarianizm lub zdrową dietę i opowiadając się za ekologią lub dbaniem o siebie, influencerzy kształtują postawy i zachowania w zakresie zdrowia, dobrego samopoczucia, a także samorealizacji.

W ostatnich latach influencerzy stali się wpływowymi postaciami w aktywizmie, angażując swoje bazy i kontakty, w celu promowania spraw społecznych i politycznych oraz znaczących zmian. Ich rola w aktywizmie nie ogranicza się do tradycyjnych form rzecznictwa, ponieważ influencerzy mają zdolność mobilizowania dużej liczby odbiorców, inicjowania rozmów i podnoszenia świadomości w skali globalnej. Podstawowym sposobem, w jaki influencerzy mogą wspierać działania aktywistyczne, jest wykorzystywanie ich przestrzeni cyfrowej do rozpowszechniania zmarginalizowanych głosów i rzucania światła na niesprawiedliwość społeczną [Thomas i Fowler, 2023]. Dzięki dobrze dobranym treściom zwracają uwagę między innymi na kwestie takie jak nierówność rasowa, dyskryminacja ze względu na płeć, zrównoważony rozwój środowiska i łamanie praw człowieka. Dzieląc się osobistymi historiami, doświadczeniami i perspektywami, influencerzy humanizują te kwestie, wzbudzają empatię i poczucie solidarności wśród swoich obserwujących, zachęcając do konstruktywnego dialogu i działania.

Dodatkowo, influencerzy odgrywają kluczową rolę w mobilizowaniu swoich odbiorców do podejmowania konkretnych działań wspierających szereg inicjatyw. Niezależnie od tego, czy chodzi o kampanie zbierania funduszy, petycje, inicjatywy wolontariackie czy wysiłki na rzecz organizowania społeczności, influencerzy mają możliwość przekonania swoich zwolenników do udziału w działaniach zbiorowych. Udostępniając społecznościom swoje kanały komunikacji, influencerzy są w stanie zaangażować swoich odbiorców w działania, które mogą mieć wpływ na rzeczywistość i przynieść zmiany w ich środowiskach i poza nimi. Oprócz podnoszenia świadomości i mobilizowania do działania, influencerzy mogą

również przyczyniać się do kształtowania dyskursu publicznego i wpływania na wyniki polityki [Natividad, 2023]. Podejmując działania propagandowe, influencerzy mogą zmieniać opinię publiczną, podważać dominujące narracje, a nawet przekonywać decydentów do wsłuchania się w ich argumenty. Wykorzystując wpływ i wiarygodność, influencerzy mogą napędzać zmiany systemowe na poziomie lokalnym, krajowym a także międzynarodowym.

Co więcej, influencerzy przyczyniają się do rozwoju współpracy i solidarności w ramach ruchów aktywistycznych poprzez łączenie podobnie myślących osób i organizacji, ułatwianie partnerstw i wzmacnianie wspólnych wysiłków [Partida, 2024]. Dzięki współpracy z innymi influencerami, aktywistami, organizacjami non-profit i grupami rzeczników, influencerzy mogą zwiększyć swój zasięg i zmaksymalizować wpływ na rozwiązywanie złożonych kwestii społecznych i politycznych.

6. Podsumowanie

Wraz z postępem technologicznym i rosnącymi oczekiwaniami konsumentów, forma influencer marketingu z pewnością ulegnie zmianie. Po pierwsze, nie ma wątpliwości, że sztuczna inteligencja (AI) będzie coraz częściej stosowana w celu poprawy skuteczności działań marketingowych influencerów. Dodatkowo, dzięki narzędziom analitycznym, możliwy będzie lepszy dobór nowych influencerów, optymalizacja czasu i ukierunkowania działań. Rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji umożliwią bardziej precyzyjny proces „targetowania” odbiorców i personalizację treści, zwiększając tym samym zaangażowanie i współczynniki konwersji [Oihab i in., 2024]. Ponadto oczekuje się, że technologie rzeczywistości rozszerzonej (AR) i wirtualnej (VR) zrewolucjonizują marketing, oferując bardziej zróżnicowane doświadczenia [MacIntyre, 2023]. Dla przykładu, influencerzy będą mogli wykorzystywać AR do tworzenia interaktywnych reklam, w których konsumenci zobaczą produkty w swoim bezpośrednim otoczeniu, lub VR do organizowania wirtualnych wydarzeń i premier produktów, oferując tym samym bardziej angażujące i zapadające w pamięć doświadczenia konsumenckie.

Jako że konsumenci coraz bardziej cenią sobie autentyczność, marki będą prawdopodobnie częściej współpracować z mikro- i nanoinfluencerami. Są to osoby z mniejszą, ale bardzo zaangażowaną rzeszą odbiorców, które nawiązują bardziej autentyczne relacje, co przekłada się na większe zaufanie i oddziaływanie [Keats, 2023]. Jest wysoce prawdopodobne, że integracja handlu e-commerce z platformami mediów społecznościowych będzie się umacniać, a influencerzy będą odgrywać kluczową rolę w zwiększaniu sprzedaży za pośrednictwem swoich postów. Takie funkcjonalności jak tagi i transmisje sprzedażowe na żywo ułatwią konsumentom zakup produktów polecanych przez influencerów, skracając tym samym czas od momentu zauważenia produktu do jego zakupu [Lamont, 2024]. Ze względu na coraz większe zainteresowanie konsumentów kwestiami etycznymi i zrównoważonym rozwojem, influencerzy, którzy angażują się w te sprawy będą mogli łatwiej trafić do odpowiednich odbiorców. Wszystko to oznacza to, że firmy i influencerzy zobowiązani są do zachowania dbałości o uczciwość i rzetelność we współpracy, niezbędną do budowania i podtrzymywania zaufania konsumentów.

Bibliografia:

1. Ascolese, Bianca. [2013]. Regulating Influencer Marketing: A Comparative Analysis of Laws Across the World. Foley. <http://foley.com/insights/publications/2023/09/regulating-influencer-marketing-analysis-laws/>. 15.12.2023.
2. Aslamova, Yulia. [2023]. Building Trust and Credibility: Influencer Marketing Ethics and Transparency. Ceccan Chronicle. <http://deccanchronicle.com/lifestyle/culture-and-society/050723/building-trust-and-credibility-influencer-marketing-ethics-and-transp.html>. 10.12.2023.
3. Belanche, Daniel, et al. [2021]. Building Influencers' Credibility on Instagram: Effects on Followers' Attitudes and Behavioral Responses toward the Influencer. Journal of Retailing and Consumer Services. <http://sciencedirect.com/science/article/pii/S096969892100151X>. 17.05.2024.
4. Dinh, Thi Cam Tu, and Yoonjae Lee. [2021]. I Want to Be As Trendy As Influencers – How 'Fear of Missing Out' Leads to Buying Intention for Products Endorsed by Social Media Influencers. Journal of Research in Interactive Marketing. <http://emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JRIM-04-2021-0127/full/html>. 10.10.2023. 346-364.
5. English, Doria. [2023]. How Has the Digital Camera Impacted Society. Robots.net. <http://robots.net/tech/how-has-the-digital-camera-impacted-society/>. 10.10.2023.
7. Fogg, David. [2021]. How Covid-19 Has Changed Influencer Marketing. Insights For Professionals. <http://insightsforprofessionals.com/marketing/social-media/how-covid-19-has-changed-influencer-marketing>. 3.12.2023.
8. From Perception to Preference: The Halo Effect and Its Influence on Brand Perception. Markitome. <http://markitome.com/blog/preference-the-halo-effect/>. 23.05.2024.
9. George, Micaela. [2022]. The Halo Effect That Influencers Create And How It Can Benefit Brands. Influencelogic. <http://influencelogic.com/the-halo-effect-that-influencers-create-and-how-it-can-benefit-brands/>. 17.05.2024.
10. Haenlein, Michael et al. [2020]. Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to Be Successful on Instagram, TikTok. California Management Review, 63[1], 5-25. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0008125620958166>. 10.01.2024.
11. Hoos, Bradley. [2019]. The Psychology of Influencer Marketing. Forbes. <http://forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2019/08/22/the-psychology-of-influencer-marketing/>. 9.11.2023.
12. How Brands Can Get Influencer Partnerships Right in 2024. [2024]. Goat. <http://goatagency.com/blog/influencer-marketing/influencer-partnerships/>. 5.03.2024.
13. Ibáñez-Sánchez, Sergio, et al. [2021]. Influencers and Brands Successful Collaborations: A Mutual Reinforcement to Promote Products and Services on Social Media. Journal of Marketing Communications, 28[5], 469-486, <http://tandfonline.com/doi/full/10.1080/13527266.2021.1929410>. 10.12.2023.
14. Johnson, Matt. Why Social Media Influencers Are the New American Dream. NeuroscienceOf. <http://neuroscienceof.com/human-nature-blog/social-media-influencer-american-dream>. 10.03.2024.
15. Kadekova, Zdenka, and Maria Holienčinova. Influencer Marketing as a Modern Phenomenon Creating a New Frontier of Virtual Opportunities. Communication Today,

- 2018/9.
http://researchgate.net/publication/329247338_Influencer_marketing_as_a_modern_phenomenon_creating_a_new_frontier_of_virtual_opportunities. 10.01.2024.
16. Keats, Courtney. [2023]. The Ultimate Brand Guide to Influencer Collaboration. The Bazaar Voice. <http://bazaarvoice.com/blog/the-ultimate-brand-guide-to-influencer-collaboration/#:~:text=Our%20research%20shows%20that%20social%20media%20stars%20and,products%20they%20promote%20over%20recommendations%20from%20bigger%20accounts>. 26.05.2024.
 17. Kets de Vries, Manfred. [2023]. The Psychological Strategies of Influencers. Instead Knowledge. <http://knowledge.insead.edu/career/psychological-strategies-influencers>. 19.11.2023.
 18. Lamont, Douglas. [2024]. Shoppable Content and Social Commerce: The Future of Retail. TLG Marketing. <http://tlgmarketing.com/shoppable-content-and-social-commerce/>. 28.03.2024.
 19. Lewis, Seth. [2015]. Reciprocity as a Key Concept for Social Media and Society. Sage Journals. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305115580339>. 5.01.2024.
 20. MacIntyre, Blair. [2023]. Augmenting the Realities of Work. MIT Technology Review Insights. <http://technologyreview.com/2023/11/29/1083726/augmenting-the-realities-of-work/>. 21.05.2024.
 21. McCorquodale, Sara. [2021]. Influence: How Social Media Influencers Are Shaping Our Digital Future. Bloomsbury Publishing Plc.
 22. Mileva, Geri. [2024]. Top 12 AI-Powered Influencer Marketing Platform for Brands and Agencies. Influencer Marketing Hub. <http://influencermarketinghub.com/ai-influencer-marketing-platforms>. 5.03.2024.
 23. Natividad, Nikki. [2023]. Going through the Eras with Taylor Swift Led to My Feminist Awakening. Vice. <http://vice.com/en/article/y3wbzj/eras-tour-taylor-swift-feminist-awakening>. 10.04.2024.
 24. Oihab, Alla-Cherif [2024]. Intelligent Influencer Marketing: How AI-powered Virtual Influencers Outperform Human Influencers. Technological Forecasting and Social Change. <http://sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162523007989>. 20.05.2024.
 25. Partida, Devin. [2024]. How Social Media Activism Shapes Movements. Rehack. <http://rehack.com/culture/social-media-activism/>. 10.02.2024.
 26. Powell, John, and Tabitha Pring. [2024]. The Impact of Social Media Influencers on Health Outcomes: Systematic Review. Social Science & Medicine. [www/pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38070305/](http://www.ncbi.nlm.nih.gov/38070305/). 10.04.2024.
 27. Santora, Jacinda. [2021]. 25 Most Popular Podcasts by Influencers You Should Be Listening to. Influencer Marketing Hub. <http://influencermarketinghub.com/influencer-podcasts/>. 20.12.2023.
 28. Schwartz, Quinn. [2023]. The History of Influencer Marketing. Grin. <http://grin.co/blog/the-history-of-influencer-marketing/>. 20.12.2023.
 29. Shee, Kat. [2023]. The Rise of Influencers in Media. Forbes. <http://forbes.com/sites/theyec/2023/06/23/the-rise-of-influencers-in-media/>. 10.01.2024.
 30. Sicilia, Maria, and Manuela Lopez. [2023]. What Do We Know about Influencers on Social Media? Toward a New Conceptualization and Classification of Influencers. The Palgrave

- Handbook of Interactive Marketing. Springer, 593-622, DOI:10.1007/978-3-031-14961-0_26. 10.11.2023.
31. Smith, Chloe. [2023]. Exploring The Impact Of Social Media Influencers On Popular Culture. Lifestyle. [http:// lifestyle.social/popular-culture-social-media-influencers](http://lifestyle.social/popular-culture-social-media-influencers). 6.01.2024.
32. The Power of Influencers Niches: Why Targeting Specific Audiences Is Key to Influencer Marketing Success. [2023]. Influencity. [http:// influencity.com/blog/en/the-power-of-influencer-niches-why-targeting-specific-audiences-is-key-to-influencer-marketing-success](http://influencity.com/blog/en/the-power-of-influencer-niches-why-targeting-specific-audiences-is-key-to-influencer-marketing-success). 15.12.2013.
33. The State of Influencer Marketing 2019: Benchmark Report [+Infographic]. Influencer Marketing Hub. [2024]. <https://influencemarketinghub.com/influencer-marketing-2019-benchmark-report/>. 20.02.2024.
34. Thomas, Veronica, and Kendra Fowler. [2023]. Examining The Outcomes of Influencer Activism. Journal of Business Research. DOI:10.1016/j.jbusres.2022.113336. 10.02.2024.
35. Wong, Belle. Top Social Media Statistics and Trends of 2024. Forbes Advisor. [2023]. <http://forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/>. 10.11.2023.
36. Zhang, Lu, and Wei Wei. [2021]. Influencer Marketing: A Comparison of Traditional Celebrity, Social Media Influencer and AI Influencer. Boston Hospitality Review. [http:// bu.edu/bhr/2021/10/04/influencer-marketing-a-comparison-of-traditional-celebrity-social-media-influencer-and-ai-influencer/](http://bu.edu/bhr/2021/10/04/influencer-marketing-a-comparison-of-traditional-celebrity-social-media-influencer-and-ai-influencer/). 10.11.2023.

18. ANALIZA STRATEGII CSR NA POLITECHNICE ŁÓDZKIEJ – BADANIE DZIAŁAŃ CSR PODEJMOWANYCH PRZEZ UCZELNIĘ ORAZ ICH WPLYWU NA SPOŁECZNOŚĆ AKADEMICKĄ I ŚRODOWISKO

Zuzanna Piatka

Politechnika Łódzka

Wydział Organizacji i Zarządzania

Studenckie Koło Naukowe CSR

ul. Stefana Żeromskiego 116, 90-924 Łódź

Email: 231264@edu.p.lodz.pl

1. Wstęp

Corporate Social Responsibility (CSR), czyli społeczna odpowiedzialność biznesu, odgrywa coraz istotniejszą rolę w działalności instytucji edukacyjnych, w tym uczelni wyższych. W ostatnich latach generalnie można zaobserwować, że zainteresowanie tematem społecznej odpowiedzialności biznesu wzrasta (Heyward, 2020), obecnie zarówno konsumenci domagają się większej aktywności ze strony przedsiębiorstw i instytucji, ale również firmy przeznaczają coraz to większe sumy na rzecz działań społecznie odpowiedzialnych (Sharma i Sathish, 2022). Politechnika Łódzka jako jedna z wiodących polskich uczelni technicznych, wprowadza i realizuje liczne inicjatywy w ramach strategii CSR (Politechnika Łódzka, 2024), mające na celu wspieranie zrównoważonego rozwoju oraz poprawę jakości życia społeczności akademickiej i lokalnej. Celem niniejszej pracy jest kompleksowa analiza działań CSR podejmowanych przez Politechnikę Łódzką oraz ocena ich wpływu na społeczność akademicką i środowisko naturalne. W pracy podjęto próbę identyfikacji kluczowych obszarów, w których uczelnia angażuje się w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, oraz zbadania, jakie korzyści wynikają z tych inicjatyw dla różnych interesariuszy poprzez zastosowanie metod badawczych, takich jak analiza dokumentów, przegląd udostępnianych przez uczelnię informacji, kwestionariusze ankietowe. Praca ma na celu dostarczenie wszechstronnego obrazu realizacji strategii CSR na Politechnice Łódzkiej. Rezultaty badań pozwolą na lepsze zrozumienie roli uczelni w promowaniu odpowiedzialności społecznej oraz wskażą możliwości dalszego rozwoju i optymalizacji działań CSR w kontekście akademickim.

Corporate Social Responsibility (CSR), czyli społeczna odpowiedzialność biznesu, to koncepcja, zgodnie z którą przedsiębiorstwa i organizacje dobrowolnie uwzględniają aspekty społeczne, środowiskowe oraz etyczne w swojej działalności oraz w relacjach z różnymi interesariuszami (PARP, 2024). CSR zakłada, że organizacje, oprócz dążenia do osiągnięcia zysków finansowych, powinny przyczyniać się do zrównoważonego rozwoju, poprawy jakości życia społeczności lokalnych oraz ochrony środowiska naturalnego. (Wołkowicka i Dąbrowski, 2012). Według CSR jednostka odpowiedzialna społecznie, to taka, która ochronę środowiska, zasoby ludzkie, relacje z otoczeniem, oraz informuje o tych działaniach (Fernando, 2024). Poniżej znajduje się tabela z wymiarami CSR (tabela 1).

Tabela 1. 1

Wymiary CSR	Przypisanie definicji do określonego wymiaru, jeśli definicja obejmuje tematykę	Przykładowe zwroty determinujące przynależność do określonego wymiaru
Interesariuszy	Interesariusze i grupy interesariuszy	„relacje z interesariuszami”, „sposoby wchodzenia w relacje z pracownikami, dostawcami, klientami, społecznościami”, „postępowanie wobec interesariuszy”
Spółeczny	Powiązania przedsiębiorstwem społeczeństwem między a	„wspieranie poprawy warunków społecznych”, „łączenie dbałości o społeczeństwo z działalnością firmy”, „rozważanie pełnego wpływu na społeczeństwo”
Ekonomiczny	Aspekty finansowe i społeczno-ekonomiczne	„wspieranie rozwoju gospodarczego”, „utrzymanie rentowności”, „działania gospodarcze”
Dobrowolny	Działania wykraczające poza ramy prawne	„oparte na wartościach etycznych”, „przekraczające wymogi prawne”, „dobrowolne działania”
Środowiskowy	Środowisko naturalne	„czystsze środowisko”, „zarządzanie zasobami środowiskowymi”, „dbałość o środowisko w działalności gospodarczej”

Źródło: opracowanie własne na podstawie: (Dahlsrud, 2008).

Pierwszą osobą, która podjęła się opisanie zjawiska był Howard Bowen. Był to amerykański ekonomista, który w swoim dziele z roku 1953, o tytule „Odpowiedzialność społeczna biznesmena”, opisał CSR jako obowiązek przedsiębiorców do prowadzenia polityk i podejmowania decyzji oraz podążania za takimi kierunkami, które są pożądane z perspektywy celów i wartości społeczeństwa (Bowen, 1953). Poniżej przedstawiona jest tabela, która zawiera jeszcze inne definicje zjawiska CSR (tabela 1.2.2).

Tabela 1. 2

Definicja	Autor	Rok
McGuire definiuje społeczną odpowiedzialność biznesu jako koncepcję, w której korporacje mają nie tylko zobowiązania ekonomiczne i prawne, ale także pewne obowiązki wobec społeczeństwa, wykraczające poza te podstawowe zobowiązania.	Joseph McGuire	1963
Davis postrzega CSR jako zdolność firm do rozważania i reagowania na problemy, które wykraczają poza ich zobowiązania ekonomiczne, techniczne i prawne, aby przynieść korzyści społeczne.	Keith Davis	1973
Sethi określa CSR jako podnoszenie standardów zachowań korporacyjnych do poziomu zgodnego z obowiązującymi normami społecznymi, wartościami i oczekiwaniami.	Suresh Sethi	1975
Wood definiuje społeczną odpowiedzialność biznesu jako konfigurację zasad biznesowych, uwzględniającą społeczną odpowiedzialność, procesy reakcji na społeczeństwo oraz polityki, programy i obserwowalne wyniki związane z relacjami z interesariuszami firmy.	John Wood	1991
Bank Światowy opisuje społeczną odpowiedzialność biznesu jako praktykę łączenia firmy ze społeczeństwem, gdzie korporacyjni obywatele angażują się w partnerstwa na rzecz rozwoju społeczności na całym świecie.	Bank Światowy	1998

Źródło: opracowanie własne na podstawie: (Swaen, 2002).

Zjawisko CSR można zaobserwować również za czasów rewolucji przemysłowej w Europie – właściciele fabryk prowadzili wtedy osobiste aktywności charytatywne, byli świadomi, że powinni zapewnić swoim pracownikom odpowiednie warunki. W Polsce obserwować takie działania można było szczególnie w Łodzi. Najbogatszy łódzki fabrykant, którym wtedy był Karol Scheibler, bardzo angażował się w działania filantropijne, które były na rzecz robotników. Inwestował on w budowę kompleksu mieszkalnego, w którym znajdowały się szkoły, biblioteki, mieszkania dla robotników, sklepy, zakłady opieki zdrowia, mieszkania i domy dla kadry zarządzającej – to osiedle nazywało się „Księży Młyn” (Łapa, 2020), miejsce to istnieje do dzisiaj i jest atrakcją turystyczną.

CSR jest więc strategicznym podejściem do zarządzania, które integruje cele ekonomiczne z celami społecznymi i ekologicznymi, co pozwala na zbudowanie trwałych relacji z interesariuszami oraz przyczynia się do długoterminowego sukcesu organizacji. W kontekście uczelni wyższych, takich jak Politechnika Łódzka, CSR oznacza także kształtowanie postaw prospołecznych i proekologicznych wśród studentów i pracowników, a także aktywny udział w rozwoju lokalnej społeczności.

2. Metoda analizy i oceny działań CSR realizowanych na uczelni

W celu zbadania strategii CSR (Corporate Social Responsibility) realizowanych przez Politechnikę Łódzką oraz oceny ich wpływu na społeczność akademicką i środowisko, zastosowano wieloaspektowe podejście badawcze. W niniejszym rozdziale przedstawione zostaną szczegółowe informacje na temat materiałów i metod wykorzystanych w badaniu. Przeprowadzenie wszechstronnej analizy wymagało zastosowania zarówno metod jakościowych, jak i ilościowych, aby uzyskać kompleksowy obraz działań CSR podejmowanych przez uczelnię. Podstawą badania była analiza dokumentów, przegląd udostępnianych przez uczelnię informacji oraz kwestionariusze ankietowe. Każda z tych metod dostarczała unikalnych danych, które łącznie umożliwiły dokładne zrozumienie i ocenę inicjatyw CSR oraz ich percepcji przez różne grupy interesariuszy.

Na początku, w ramach przeglądu udostępnianych przez uczelnię informacji dokonano szczegółowej analizy treści dostępnych na oficjalnych stronach internetowych Politechniki Łódzkiej, w tym zakładki dotyczącej CSR. Analizowano informacje udostępniane na oficjalnej stronie uczelni. Przegląd ten umożliwił ocenę transparentności i dostępności informacji dotyczących działań CSR, a także identyfikację głównych kanałów komunikacji wykorzystywanych przez uczelnię.

Analiza dokumentów była drugim etapem badania i polegała na przeglądzie i ocenie oficjalnych dokumentów Politechniki Łódzkiej dotyczących działań CSR. Przeanalizowano strategię, raporty roczne, sprawozdania finansowe oraz inne dokumenty dostępne na oficjalnej stronie internetowej uczelni. Celem tej analizy było zrozumienie zakresu, celów i efektów działań CSR podejmowanych przez uczelnię oraz ich zgodności z przyjętymi standardami i normami.

Ostatnią metodą badawczą zastosowaną w artykule były kwestionariusze ankietowe skierowane do szerszej grupy studentów Politechniki Łódzkiej. Kwestionariusze ankietowe miały na celu ilościowe zbadanie świadomości, postaw oraz opinii społeczności akademickiej na temat działań CSR podejmowanych przez uczelnię. Kwestionariusze ankietowe zostały stworzone za pomocą platformy Microsoft Forms i rozesłane do studentów Politechniki Łódzkiej. Forma formularza jest internetowa, aby można było szybko i wygodnie podejść do wypełniania formularza.

Metody wykorzystane w niniejszym badaniu pozwoliły na kompleksową analizę działań CSR podejmowanych przez Politechnikę Łódzką oraz ich wpływu na społeczność akademicką i środowisko, co stanowi solidną podstawę do dalszych wniosków i rekomendacji.

3. Ocena działań z zakresu CSR podejmowanych przez Politechnikę Łódzką

Pierwszym krokiem w badaniu była analiza dokumentów, a dokładniej raportów dotyczących zrównoważonego rozwoju. Na stronie Politechniki Łódzkiej znaleźć można dwa takie raporty: za lata 2020/21 oraz 2021/22. W tym artykule analizie został poddany najbardziej aktualny z nich.

Raport zrównoważonego rozwoju Politechniki Łódzkiej za lata akademickie 2021/2022 przedstawia szeroki zakres działań uczelni w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) oraz ich wpływ na społeczność akademicką i środowisko. Politechnika Łódzka aktywnie angażuje się w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDG), co znajduje odzwierciedlenie w danych dotyczących działalności naukowej (SDG - Cele Zrównoważonego

Rozwoju (ang. Sustainable Development Goals) to globalna strategia mająca na celu przeobrażenie świata w taki sposób, aby potrzeby współczesnych pokoleń były zaspokajane w sposób odpowiedzialny, z poszanowaniem środowiska i uwzględnieniem interesów przyszłych generacji (gov.pl, 2024)).

W latach 2017-2021 uczelnia opublikowała 1353 prace naukowe związane z SDG, przy czym niemal 30% z tych publikacji powstało we współpracy międzynarodowej. Ten wynik wskazuje na silne powiązania Politechniki Łódzkiej z globalną społecznością naukową oraz na rosnącą świadomość ekologiczną wśród naukowców.

Na szczególną uwagę zasługuje projekt „Workcamp”, w którym studenci uczestniczyli w renowacji budynków przeznaczonych dla osób potrzebujących. W 2021 roku zrealizowano 5 takich projektów, angażując łącznie ponad 100 studentów. Kolejnym istotnym programem była akcja „Zupa na Pietrynie”, w ramach której rozdano 1200 porcji ciepłych posiłków osobom bezdomnym i ubogim. Te działania podkreślają zaangażowanie uczelni w poprawę jakości życia społeczności lokalnej i jej wkład w realizację Celu numer 1 (Koniec z ubóstwem) oraz Celu numer 10 (Mniej nierówności).

W obszarze infrastruktury, Politechnika Łódzka wdrażała liczne projekty mające na celu poprawę efektywności energetycznej oraz zmniejszenie śladu węglowego uczelni. W 2021 roku odnotowano 15-procentowy spadek zużycia energii elektrycznej w stosunku do poprzedniego roku, co było efektem inwestycji w odnawialne źródła energii oraz modernizacji systemów zarządzania energią. Działania te przyczyniły się również do zmniejszenia emisji CO₂ o 10%, co jest krokiem w kierunku realizacji Celu numer 13 (Działania w dziedzinie klimatu) oraz Celu numer 7 (Czysta i dostępna energia).

Równość płci jest jednym z priorytetów Politechniki Łódzkiej, co odzwierciedlają liczne działania promujące Cel numer 5 (Równość płci). W roku akademickim 2021/2022 odsetek kobiet wśród studentów wyniósł 45%, co pokazuje rosnącą obecność kobiet na uczelni technicznej, tradycyjnie zdominowanej przez mężczyzn. Również wśród kadry naukowej uczelni zanotowano postęp – kobiety stanowiły 42% pracowników naukowych, a ich udział na stanowiskach kierowniczych wyniósł 36%. Politechnika Łódzka prowadziła także programy wspierające rozwój kariery zawodowej kobiet, co ma na celu dalsze zmniejszanie różnic w dostępie do awansu zawodowego między kobietami a mężczyznami.

Oprócz działań na rzecz równości płci, uczelnia promuje także zrównoważony rozwój poprzez edukację. W roku akademickim 2021/2022 około 40% oferowanych kursów zawierało elementy związane ze zrównoważonym rozwojem, co odzwierciedla dążenie PŁ do kształtowania wśród studentów świadomości ekologicznej i społecznej. Warto podkreślić, że uczelnia nie ogranicza się tylko do kształcenia studentów, ale angażuje również pracowników w programy doskonalenia zawodowego, co przyczynia się do podnoszenia kompetencji całej społeczności akademickiej.

Podsumowując, raport zrównoważonego rozwoju Politechniki Łódzkiej za lata 2021/2022 ukazuje istotne osiągnięcia uczelni w obszarze realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs). Politechnika Łódzka wykazała znaczące postępy w zakresie redukcji zużycia energii, czego dowodem jest 15-procentowe zmniejszenie zużycia energii elektrycznej i 10-procentowa redukcja emisji CO₂. Dodatkowo, uczelnia intensywnie wspierała lokalne społeczności poprzez projekty takie jak „Workcamp” i „Zupa na Pietrynie”, a także promowała równość płci, co znajduje odzwierciedlenie w rosnącym udziale kobiet zarówno wśród

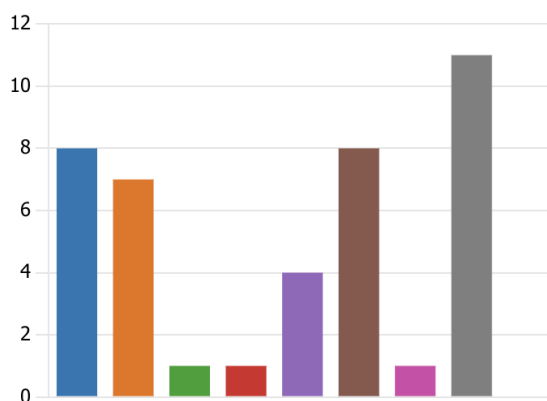
studentów, jak i kadry naukowej. Raport ten jest jednak ostatnim dostępnym dokumentem, obejmującym lata akademickie 2021/2022, co oznacza, że nie ma aktualnych danych w formie raportu dotyczących dalszych postępów uczelni w realizacji strategii zrównoważonego rozwoju. Oczekiwane jest zatem, że kolejne raporty dostarczą nowych informacji na temat kontynuacji i ewolucji tych działań w przyszłych latach.

Drugą metodą badawczą było sprawdzenie wiedzy studentów Politechniki Łódzkiej na temat ogólnej wiedzy o CSR oraz o działaniach uczelni w ramach Społecznej odpowiedzialności biznesu. W tym celu przeprowadzono krótki wywiad ankietowy w postaci ankiety internetowej na platformie Forms. Studenci Politechniki Łódzkiej otrzymali link do kwestionariusza, którego wypełnienie nie zajmowało wiele czasu, ponieważ średni czas jego wypełnienia to 1 minuta 16 sekund. W badaniu wzięło udział 41 studentów. Kwestionariusz był w formie anonimowej.

1. Proszę wskazać wydział:

[Więcej szczegółów](#)

Wydział Mechaniczny	8
Wydział Elektrotechniki, Elektro...	7
Wydział Biotechnologii i Nauk o...	1
Wydział Budownictwa, Architekt...	1
Wydział Chemiczny	4
Wydział Fizyki Technicznej, Infor...	8
Wydział Inżynierii Procesowej i ...	1
Wydział Organizacji i Zarządzania	11
Wydział Technologii Materiałow...	0



Rysunek 3. 1 Pytanie sprawdzające wydział studenta

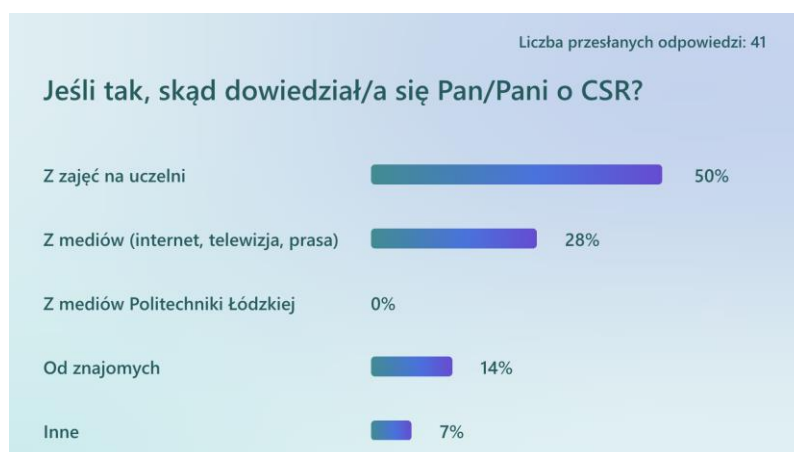
Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.



Rysunek 3. 2 Sprawdzenie wiedzy studentów na temat CSR

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

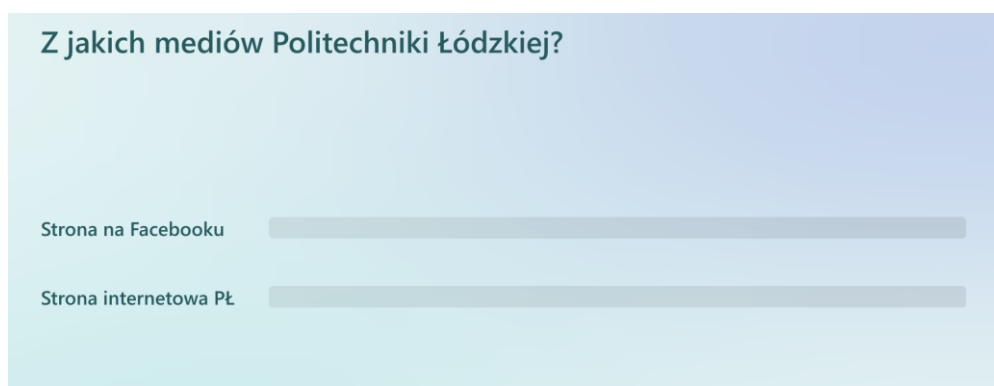
Pierwsze pytanie miało na celu zebranie odpowiedzi, z których wydziałów są respondenci. Drugie zaś pytanie miało sprawdzić, ile osób odpowiadających zna koncepcję CSR. Badanie pokazało, że 34% respondentów zna koncepcję CSR, a 65% nie. Porównując odpowiedzi z drugiego pytania z tymi z pierwszego, okazało się, że respondenci odpowiadający potwierdzają na drugie pytanie to większości studenci wydziału Organizacji i Zarządzania – aż 10 studentów z 14, czyli 74,4%. Odpowiedź „tak” zaznaczyło również 3 osoby z wydziału Mechanicznego oraz 1 z wydziału Elektrotechniki, Elektroniki, Informatyki i Automatyki. W odpowiedzi „nie” do pytania drugiego największy udział mieli studenci wydziału Fizyki Technicznej, Informatyki i Matematyki Stosowanej – było to aż 8 głosów na 27, czyli 29,6%. Odpowiedź „nie” zaznaczali studenci wszystkich wydziałów. Pytanie drugie pokazało, że przeważająco większą wiedzę o CSR mają studenci z wydziału Organizacji i Zarządzania – chociaż nie wszyscy, ponieważ znaleźli się i tacy, co zaznaczyli odpowiedź „nie” w pytaniu drugim. Pytanie to ukazało, że studenci innych wydziałów nie mają wiedzy na temat CSR.



Rysunek 3. 3 Sprawdzenie źródła wiedzy studentów na temat CSR

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

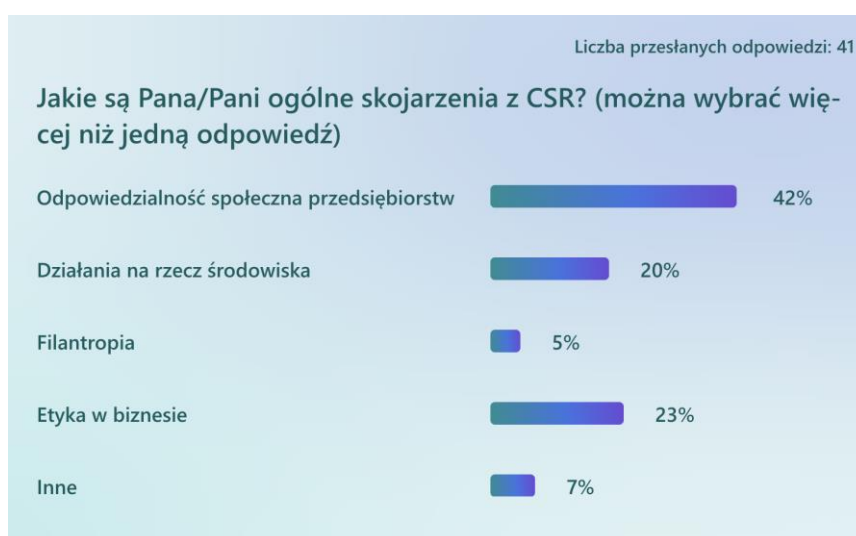
Pytanie 3 sprawdzało, skąd studenci dowiedzieli się o terminie CSR. Siedmiu z nich odpowiedziało, że o CSR dowiedzieli się z zajęć na uczelni – w tym czterech studentów było z wydziału Organizacji i Zarządzania, dwóch z wydziału Mechanicznego i jeden z wydziału Elektrotechniki, Elektroniki, Informatyki i Automatyki. Cztery osoby odpowiedziały, że o CSR wiedzą z mediów – takich jak Internet, telewizja, prasa. Dwie osoby twierdzą, że o Społecznej odpowiedzialności biznesu wiedzą od znajomych. Jedna osoba zaznaczyła odpowiedź „inne” pod którą kryło się hasło „infografika w supermarkecie”. Nikt z respondentów nie słyszał o CSR z mediów swojej uczelni.



Rysunek 3. 4 Sprawdzenie źródła wiedzy studentów oferowanych przez PŁ na temat CSR

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

Pytanie 4 miało na celu sprawdzenie, z których mediów Politechniki Łódzkiej studenci czerpali wiedzę na temat CSR, lecz w pytaniu 3 żaden respondent nie odpowiedział, że wie o Społecznej odpowiedzialności biznesu z mediów swojej uczelni, dlatego pytanie 4 zostało bez odpowiedzi.

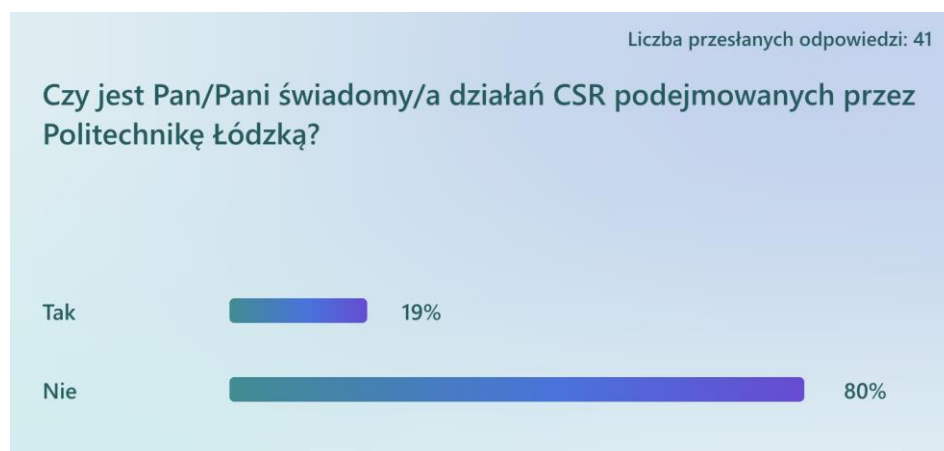


Rysunek 3. 5 Sprawdzenie skojarzeń ogólnych na temat CSR

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

Pytanie 5 sprawdzało, z czym studentkom kojarzy się ogólnie termin CSR. W tym pytaniu można było zaznaczyć kilka odpowiedzi. Najwięcej głosów, czyli 33 głosy, otrzymał termin „Odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstw”. Drugim określeniem z największą ilością głosów był „Etyka w biznesie”. Termin „Działania na rzecz środowiska” otrzymał 16 głosów. „Filantropia” otrzymała głosów 4. Opcję „Inne” zaznaczyło 6 osób i pod tą odpowiedzią kryły się pojęcia takie jak: „Równość”, „zrównoważony rozwój”, „TBL”, „Greenwashing”, „Pinkwashing” oraz stwierdzenie „nie mam żadnych”. Wymienione zostały pojęcia, które nie były wcześniej opisane w artykule. Termin TBL, czyli Potrójna linia graniczna (ang. Triple Bottom Line) został wprowadzony w 1994 roku przez Johna Elkingtona. Jest to koncepcja, która promuje równowagę działań społecznych, ekonomicznych

i środowiskowych firm. TBL postuluje raportowanie wyników w trzech obszarach: społecznym, ekologicznym i ekonomicznym. Celem jest, aby firmy prowadziły uczciwe praktyki wobec pracowników i społeczności, dbały o zrównoważone działania ekologiczne oraz uwzględniały pełny wpływ ekonomiczny swoich działań (GOZwpraktyce, 2024). Natomiast, Greenwashing to coraz częściej używane określenie, zarówno w kontekście działań reklamowych firm, jak i potencjalnych konsekwencji za takie praktyki. Chociaż termin ten nie ma oficjalnej definicji, powszechnie rozumie się go jako nieuczciwe działania marketingowe, które wprowadzają konsumentów w błąd co do ekologicznych właściwości produktu lub usługi (Gogol, 2024). Kolejnym podanym w odpowiedziach terminem był „pinkwashing”. Pinkwashing to termin odnoszący się do praktyk firm, które promują produkty i kampanie jako wspierające społeczność LGBTQ+, często w okresie Pride Month, ale faktycznie nie angażują się w etyczne działania. Celem takich działań jest głównie poprawa wizerunku i zwiększenie sprzedaży, a nie rzeczywiste wsparcie dla społeczności LGBTQ+. Przykładem jest sytuacja, gdy firma tworzy produkty z motywami tęczowymi, lecz jednocześnie prowadzi działalność w krajach, gdzie prawa osób LGBTQ+ są ograniczone (Mazur, 2021). Ostatnim terminem był „zrównoważony rozwój” – jest to koncepcja polegająca na dążeniu do wzrostu gospodarczego przy jednoczesnym poszanowaniu środowiska i zapewnieniu postępu społecznego, z korzyściami dostępnymi dla wszystkich grup społecznych. Ta idea zakłada solidarność międzypokoleniową i integrację trzech kluczowych aspektów: ekologicznego, społecznego i ekonomicznego (gov.pl, 2024).



Rysunek 3. 6 Ocena świadomości na temat działań PŁ na rzecz CSR

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

Pytanie 6 miało na celu sprawdzenie, ile studentów jest świadomych działań CSR podejmowanych przez ich uczelnie. Badanie pokazało, że aż 33 studentów, co stanowi 80,5% ankietowanych, nie jest świadomych działań na rzecz CSR Politechniki Łódzkiej. Zaledwie 8 osób spośród ankietowanych odpowiedziało, że jest świadoma działań CSR swojej uczelni.



Rysunek 3. 7 Ocena zainteresowania studentów zgłębieniem tematu CSR

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

Pytanie 7 trafiło do ankietowanych, którzy na pytanie 6 odpowiedzieli „nie”. Pytanie 7 miało na celu sprawdzenie, ile osób, które nie znają działalności Politechniki Łódzkiej na rzecz CSR chcą się dowiedzieć o niej więcej. Badanie pokazało, że 9 z 33 osób nie jest zainteresowanych zgłębieniem wiedzy na ten temat, lecz większość (72,7%), chciałaby na ten temat dowiedzieć się więcej.



Rysunek 3. 8 Ocena znajomości działań CSR podejmowanych przez PŁ

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

Pytanie 8 miało na celu sprawdzenie jakie działania CSR, które realizuje Politechnika Łódzka znają jej studenci. W tym pytaniu można było zaznaczyć kilka odpowiedzi. Badanie pokazało, że najczęściej ankietowanych słyszało o Kole Naukowym związanym z działalnością na rzecz Społecznej Odpowiedzialności Biznesu oraz o projektach i działaniach związanych z ochroną środowiska. Wielu studentów (22%) zaznaczyło również odpowiedź „inicjatywy społeczne”. Odpowiedzi „wolontariat studencki” o „działania na rzecz różnorodności i inkluzji” zaznaczyło 11% ankietowanych.



Rysunek 3. 9 Ocena skuteczności działań PŁ na rzecz CSR

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

Pytanie 9 sprawdzało, jak studenci oceniają skuteczność działań Politechniki Łódzkiej na rzecz CSR. Najwięcej ankietowanych zaznaczyło odpowiedź „4”, która odpowiadała za ocenę „skutecznie” – tę odpowiedź zaznaczyło aż 50% respondentów. Drugą najbardziej wybieraną odpowiedzią była „3”, która oznaczała „umiarkowanie”, tę opcję wybrało 37% studentów. Odpowiedź „1”, oznaczającą „bardzo nieskutecznie” wybrało 12% odpowiadających. Odpowiedzi „2” – „mało skutecznie” oraz „5” – „bardzo skutecznie”, nie wybrał nikt.



Rys. 3. 10 Ocena zaangażowania PŁ w tematy CSR

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

Pytanie o numerze 10 sprawdzało czy studenci Politechniki Łódzkiej uważają, że uczelnia powinna zwiększyć swoje zaangażowanie w działaniach CSR. Aż 62% studentów zaznaczyło odpowiedź „tak”. Odpowiedź „nie” zaznaczyło 12% respondentów, a 25% z nich nie ma zdania w tej kwestii.

Liczba przesłanych odpowiedzi: 41

Jakie dodatkowe działania CSR chciałby/aby Pan/Pani zobaczyć realizowane przez Politechnikę Łódzką? (proszę podać)

"Większe dostosowanie dla osób niepełnosprawnych"

"Współpraca z lokalnymi firmami - gościnne wykłady podczas zajęć na których omawiane byłyby działania CSR tych firm i jaki wpływ ma na to na firmę jak i społeczeństwo"

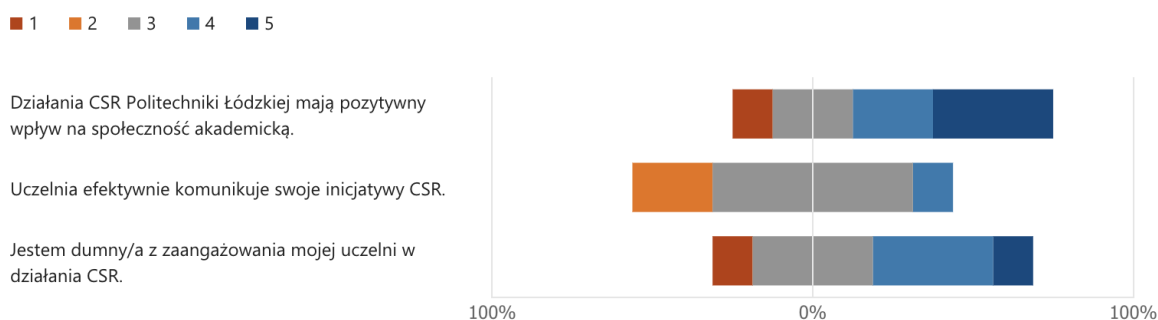
Rysunek 3. 11 Pytanie otwarte badania ankietowego – Jakie działania CSR realizowane przez PŁ studenci chcą zobaczyć

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

Pytanie numer 11 zbierało odpowiedzi na temat, jakie działania na rzecz CSR, które realizowałyby Politechnika Łódzka, respondenci chcieliby zobaczyć. To pytanie miało odpowiedzi w formie otwartej. Ankietowani odpowiedzieli m.in. o tym, że chcieliby zobaczyć większe dostosowanie dla osób niepełnosprawnych na terenach uczelni oraz współpracę z lokalnymi firmami i gościnne wykłady ich przedstawicieli podczas zajęć.

12. W jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z poniższymi stwierdzeniami? (1 - zdecydowanie się nie zgadzam, 2- raczej się nie zgadzam się, 3 - Ani się zgadzam, ani się nie zgadzam, 4- Raczej się zgadzam 5 - zdecydowanie się zgadzam)

[Więcej szczegółów](#)



Rysunek 3. 12 Ocena działań CSR realizowanych przez PŁ

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

Pytanie numer 12 miało na celu sprawdzenie, jak oceniają studenci działalność swojej uczelni na rzecz CSR. Pytanie zawierało 3 stwierdzenia, które respondenci mieli ocenić. Pierwsze stwierdzenie brzmiało „Działania CSR Politechniki Łódzkiej mają pozytywny wpływ na społeczność akademicką”. Większość respondentów (37,5%) zdecydowanie zgadzało się z tym stwierdzeniem, 25% odpowiadających zaznaczyło, że raczej się zgadza, również 25% studentów odpowiedziało, że ani się zgadza, ani się nie zgadza, a tylko 12,5% odpowiadających

twierdzi, że zdecydowanie się nie zgadza. Drugie stwierdzenie brzmiało „Uczelnia efektywnie komunikuje swoje inicjatywy CRS”. Az 62,5% ankietowanych odpowiedziało, że ani się zgadza, ani się nie zgadza, 25% studentów odpowiedziało, że raczej się nie zgadza, a 12,5% odpowiedziało, że raczej się zgadza. Ostatnie stwierdzenie brzmiało „Jestem dumny/a z zaangażowania mojej uczelni w działania CSR. Az 37,5% odpowiadających stwierdziło, że raczej się zgadza i 37,5% uważa, że ani się zgadza, ani się nie zgadza, 12,5% studentów zdecydowanie się zgadza i również 12,5% uważa, że zdecydowanie się nie zgadza.

Liczba przesłanych odpowiedzi: 41

Czy posiada Pan/Pani dodatkowe uwagi lub sugestie dotyczące działań CSR Politechniki Łódzkiej? (proszę podać)

"Należy skupić się na realizacji podstawowych zadań uczelni jak rozwój nauki i kształcenie specjalistów, a nie tematach o znikomej użyteczności "

Rysunek 3. 13 Dodatkowe uwagi i sugestie

Źródło: opracowanie własne za pomocą platformy Google Forms.

Ostatnie pytanie o numerze 13 miało sprawdzić czy respondenci posiadają dodatkowe uwagi bądź sugestie dotyczące działań CSR realizowanych na Politechnice Łódzkiej. Odpowiedź, która się pojawiła to: „Należy skupić się na realizacji podstawowych zadań uczelni jak rozwój nauki i kształcenie specjalistów, a nie tematach o znikomej użyteczności”.

Badanie ankietowe przeprowadzone wśród studentów Politechniki Łódzkiej miało na celu ocenę świadomości oraz poziomu wiedzy studentów na temat koncepcji Corporate Social Responsibility (CSR) oraz działań uczelni w tym zakresie. Badanie przeprowadzone zostało w formie krótkiego, anonimowego kwestionariusza, który wypełniło 41 studentów z różnych wydziałów. Wyniki ankiety pokazują, że świadomość na temat CSR wśród studentów Politechniki Łódzkiej jest stosunkowo niska. Jedynie 34% respondentów zna koncepcję CSR, przy czym największa wiedza na ten temat występuje wśród studentów Wydziału Organizacji i Zarządzania, co może wskazywać na większe zaangażowanie tego wydziału w promowanie CSR lub większe zainteresowanie studentów tej dziedziny tematem. Większość studentów (65%) nie posiada wiedzy na temat CSR, co może sugerować potrzebę intensyfikacji działań edukacyjnych w tym obszarze. Badanie również ujawniło, że studenci zdobywają wiedzę o CSR głównie z zajęć akademickich, a w mniejszym stopniu z mediów zewnętrznych, takich jak Internet czy telewizja. Co istotne, żaden z respondentów nie dowiedział się o CSR z mediów uczelnianych, co może sugerować niedostateczną komunikację lub promowanie działań CSR przez Politechnikę Łódzką w jej własnych kanałach informacyjnych. W kwestii skojarzeń z terminem CSR, studenci najczęściej łączyli go z odpowiedzialnością społeczną przedsiębiorstw oraz etyką w biznesie, co jest zgodne z ogólnie przyjętymi definicjami. Istotne jest również to, że pojawiły się odpowiedzi związane z bardziej zaawansowanymi konceptami, takimi jak zrównoważony rozwój, Greenwashing czy Pinkwashing, co świadczy o pewnym poziomie świadomości wśród części respondentów. Jeśli chodzi o świadomość działań CSR podejmowanych przez Politechnikę Łódzką, 80,5% studentów nie jest świadoma takich

działań, co wskazuje na konieczność lepszej komunikacji i promowania inicjatyw CSR wśród społeczności akademickiej. Jednocześnie większość studentów wyraziła chęć poszerzenia swojej wiedzy na temat działań uczelni w zakresie CSR, co daje nadzieję na skuteczne podjęcie działań w celu edukacji i zwiększenia zaangażowania studentów w te inicjatywy. Ocena skuteczności działań CSR Politechniki Łódzkiej przez studentów wypadła umiarkowanie, z największą liczbą ocen na poziomie „skutecznie”. To wskazuje na potencjał do poprawy, szczególnie w zakresie komunikacji tych działań, gdzie większość respondentów uznała, że uczelnia nie efektywnie komunikuje swoje inicjatywy CSR. Ostateczne wnioski z badania sugerują potrzebę zwiększenia działań edukacyjnych i komunikacyjnych w zakresie CSR na Politechnice Łódzkiej, z większym zaangażowaniem wszystkich wydziałów oraz lepszym wykorzystaniem mediów uczelnianych do promowania działań CSR.

4. Podsumowanie

Powyższy artykuł, będący analizą działań CSR na Politechnice Łódzkiej, przedstawia kompleksowy przegląd inicjatyw społecznej odpowiedzialności biznesu realizowanych przez uczelnię oraz ich wpływ na społeczność akademicką i środowisko.

Badania, oparte na analizie dokumentów oraz kwestionariuszach ankietowych, dostarczają cennych wniosków na temat efektywności strategii CSR oraz ich roli w promowaniu zrównoważonego rozwoju. Inne uczelnie mogą czerpać z doświadczeń Politechniki Łódzkiej, szczególnie w zakresie efektywnej implementacji strategii CSR powiązanej z Celami Zrównoważonego Rozwoju (SDGs). Przykład Politechniki Łódzkiej pokazuje, jak kluczowe jest zintegrowanie działań CSR z długoterminowymi celami instytucji oraz globalnymi wyzwaniami, takimi jak zmiany klimatyczne czy nierówności społeczne. Inne uczelnie mogą naśladować działania związane z redukcją zużycia energii, które na Politechnice Łódzkiej przyniosły 15-procentowy spadek w zużyciu energii elektrycznej oraz 10-procentowe obniżenie emisji CO₂ w 2021 roku. Te osiągnięcia podkreślają, jak istotne jest inwestowanie w odnawialne źródła energii i modernizację infrastruktury, co może przynieść korzyści zarówno środowiskowe, jak i ekonomiczne. Jednym z najważniejszych elementów strategii CSR Politechniki Łódzkiej jest również jej zaangażowanie w kwestie społeczne, co jest szczególnie widoczne w projektach takich jak „Workcamp” i „Zupa na Pietrynie”. Inne uczelnie mogą korzystać z tego doświadczenia, rozwijając podobne inicjatywy, które nie tylko wspierają lokalne społeczności, ale także budują zaangażowanie i empatię wśród studentów. W ten sposób, działania CSR mogą stać się integralną częścią edukacji, wpływając na rozwój osobisty studentów oraz ich świadomość społeczną. Ponadto, rosnąca rola kobiet w społeczności akademickiej Politechniki Łódzkiej, gdzie kobiety stanowią 45% studentów i 42% kadry naukowej, może służyć jako inspiracja dla innych uczelni. Promowanie równości płci i tworzenie warunków do rozwoju kariery zawodowej kobiet jest nie tylko kwestią sprawiedliwości, ale także korzyścią dla całej instytucji, która zyskuje na różnorodności perspektyw i doświadczeń. Uczelnie dążące do zwiększenia reprezentacji kobiet w naukach technicznych mogą wykorzystać strategie wdrożone na Politechnice Łódzkiej, takie jak programy wsparcia kariery zawodowej kobiet. Jednak warto zaznaczyć, że ostatni raport zrównoważonego rozwoju Politechniki Łódzkiej obejmuje lata akademickie 2021/2022, co oznacza brak dostępnych, nowszych danych na temat postępów w zakresie CSR na uczelni. Inne instytucje akademickie, które chciałyby monitorować i naśladować działania PŁ, powinny

mieć świadomość, że brak aktualnych raportów może utrudniać ocenę kontynuacji i rozwoju strategii CSR. Regularne publikowanie raportów zrównoważonego rozwoju jest kluczowe nie tylko dla transparentności działań, ale także dla umożliwienia innym uczelniom czerpania z doświadczeń i najlepszych praktyk.

Dodatkowo, badanie ankietowe przeprowadzone wśród studentów ujawniło istotne luki w ich wiedzy na temat CSR, co wskazuje na potrzebę intensyfikacji działań edukacyjnych w tym obszarze. Wyniki badania sugerują, że inne uczelnie mogą czerpać korzyści z rozwijania programów edukacyjnych oraz komunikacyjnych, które lepiej informują studentów o działaniach uczelni na rzecz CSR. Kluczowe jest również zwiększenie świadomości studentów poprzez integrację zagadnień zrównoważonego rozwoju w programach nauczania oraz aktywne angażowanie ich w projekty i inicjatywy społeczne. Zwiększenie widoczności działań CSR na kampusach i w mediach uczelnianych może przyczynić się do większego zaangażowania studentów i pracowników w realizację wspólnych celów zrównoważonego rozwoju.

Wnioskując, artykuł nie tylko dostarcza szczegółowej analizy działań CSR na Politechnice Łódzkiej, ale również oferuje wartościowe wnioski dla innych uczelni, które pragną rozwijać swoje strategie zrównoważonego rozwoju. Przykład PŁ pokazuje, że skuteczna implementacja działań CSR wymaga integracji z celami instytucji oraz globalnymi wyzwaniami, a także regularnego monitorowania i raportowania postępów. Inne uczelnie mogą naśladować te podejścia, dostosowując je do własnych potrzeb i kontekstu, co przyczyni się do budowania bardziej zrównoważonych i odpowiedzialnych społeczności akademickich na całym świecie.

Bibliografia:

1. Łapa, M. (2020). W 200 lat Łodzi przemysłowej (strony 25-26). Łódź: Urząd Miasta Łodzi.
2. Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Unwersytet Iowa.
3. Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. W *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* (str. 5).
4. Fernando, J. (2024, Marzec 6). *Investopedia*. Pobrano z lokalizacji [www.investopedia.com: https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp](https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp)
5. Gogol, P. (2024, luty 19). *EY*. Pobrano z lokalizacji [ey.com: https://www.ey.com/pl_pl/climate-change-sustainability-services/greenwashing-co-to-jest-esg-fy24](https://www.ey.com/pl_pl/climate-change-sustainability-services/greenwashing-co-to-jest-esg-fy24)
6. *gov.pl*. (2024, lipiec 24). Pobrano z lokalizacji [www.gov.pl: https://www.gov.pl/web/rozwój-technologia/zrownowazony-rozwoj](https://www.gov.pl/web/rozwój-technologia/zrownowazony-rozwoj)
7. *gov.pl*. (2024, sierpień 20). Pobrano z lokalizacji [gov.pl: https://www.gov.pl/web/polskapomoc/cele-zrownowazonego-rozwoju](https://www.gov.pl/web/polskapomoc/cele-zrownowazonego-rozwoju)
8. *GOZwpraktyce*. (2024, lipiec 24). Pobrano z lokalizacji [gozwpraktyce.pl: https://gozwpraktyce.pl/slownik/potrojna-linia-graniczna/](https://gozwpraktyce.pl/slownik/potrojna-linia-graniczna/)
9. Heyward, C. (2020, Październik 2020). *Forbes*. Pobrano z lokalizacji [www.forbes.com: https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/11/18/the-growing-importance-of-social-responsibility-in-business/?sh=76bf99232283](https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/11/18/the-growing-importance-of-social-responsibility-in-business/?sh=76bf99232283)
10. Mazur, B. (2021, maj 26). *raportcsr.pl*. Pobrano z lokalizacji [raportcsr.pl: https://raportcsr.pl/pinkwashing-czyli-nieetyczne-zyski-pod-teczowa-flaga/](https://raportcsr.pl/pinkwashing-czyli-nieetyczne-zyski-pod-teczowa-flaga/)

11. *PARP*. (2024, lipiec 9). Pobrano z lokalizacji www.parp.gov.pl:
<https://www.parp.gov.pl/csr>
12. *Politechnika Łódzka*. (2024, lipiec 25). Pobrano z lokalizacji p.lodz.pl:
<https://p.lodz.pl/uczelnia/zrownowazony-rozwoj>
13. Sharma, E. i Sathish, M. (2022). CSR leads to economic growth or not”: an evidence-based study to link corporate social responsibility (CSR) activities of the Indian banking sector with economic growth of India. W *Asian J Bus Ethics* 11 (strony 67–103). Springer.
14. Swaen, V. (2002). *Corporate Social Responsibility: do managers and consumers have the same conception of “doing good”?* Uniwersytet Katolicki w Lille.
15. Wołkowicka , A. i Dąbrowski , S. (2012). SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU A KONKURENCYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTWA. W *STUDIA I PRACE WYDZIAŁU NAUK EKONOMICZNYCH I ZARZĄDZANIA NR 30* (strony 80-89). Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.

19. CHARAKTERYSTYKA POLITYKI ENERGETYCZNEJ I BEZPIECZEŃSTWA ENERGETYCZNEGO WĘGIER

Aleksandra Roszak

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa

Kierunek: Bezpieczeństwo Narodowe

Ul. Santocka 16 Poznań, 60-431

Email: alexandra.roszak00@gmail.com

1. Wstęp

Celem niniejszej pracy jest szczegółowe i wieloaspektowe omówienie polityki energetycznej Węgier, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów zabezpieczających przed przerwami w dostawach energii oraz wyzwań, przed którymi staje ten kraj. Polityka energetyczna oraz kwestie związane z bezpieczeństwem energetycznym stanowią fundament stabilności gospodarczej oraz społecznej każdego państwa. W przypadku Węgier, położonych w sercu Europy Środkowej, w państwie pozbawionym dostępu do morza, zagadnienia te nabierają szczególnego znaczenia, wynikającego z unikalnych wyzwań, z jakimi muszą się mierzyć. Ze względu na specyficzne położenie geograficzne oraz ograniczone zasoby naturalne, Węgry są w znacznym stopniu zależne od importu surowców energetycznych. Ta zależność sprawia, że zagwarantowanie stabilnych i bezpiecznych dostaw energii stanowi jeden z najważniejszych priorytetów polityki państwowej. Z tego powodu analiza polityki energetycznej Węgier wymaga uwzględnienia zarówno kontekstu historycznego, jak i geopolitycznego, w którym to państwo funkcjonuje, a także procesów integracyjnych z Unią Europejską. W analizie uwzględnione zostaną zarówno uwarunkowania wewnętrzne, jak i międzynarodowe, które kształtują politykę energetyczną Węgier. Ponadto, praca ta przybliży działania podejmowane przez rząd węgierski w celu zabezpieczenia przed potencjalnymi przerwami w dostawach energii, co jest bardzo ważne dla utrzymania stabilności gospodarczej i społecznej państwa.

2. Kontekst Historyczny i Geopolityczny

Krótkie tło historyczne

Polityka energetyczna Węgier kształtowała się na przestrzeni dekad pod wpływem istotnych wydarzeń historycznych oraz uwarunkowań geopolitycznych. Po zakończeniu II wojny światowej Węgry znalazły się w orbicie wpływów Związku Radzieckiego, co miało decydujący wpływ na rozwój sektora energetycznego tego kraju. W tym okresie węgierska energetyka została ściśle zintegrowana z systemami energetycznymi innych państw należących do bloku wschodniego, co w znacznym stopniu ograniczyło możliwości dywersyfikacji źródeł energii. W okresie powojennym, w ramach bloku wschodniego, energetyka Węgier została dostosowana do radzieckich standardów technicznych oraz operacyjnych. Węgry były częścią

zintegrowanego systemu energetycznego, co oznaczało, że infrastruktura energetyczna kraju była projektowana i rozwijana zgodnie z potrzebami i interesami Związku Radzieckiego oraz jego satelitów. Taki stan rzeczy jako kolejna przyczyna, skutecznie hamowała próby dywersyfikacji źródeł energii, co z kolei utrudniało rozwój niezależnej polityki energetycznej. Upadek Związku Radzieckiego i zakończenie zimnej wojny przyniosły Węgrom nowe możliwości oraz wyzwania w zakresie kształtowania polityki energetycznej. Wraz z transformacją ustrojową i integracją z instytucjami zachodnimi, w tym przede wszystkim z Unią Europejską, Węgry stanęły przed koniecznością przededefiniowania swojej polityki energetycznej, uwzględniając nowe realia geopolityczne oraz gospodarcze. Obecnie historyczne uwarunkowania, w tym dziedzictwo zależności od rosyjskich dostaw energii, wciąż wpływają na politykę energetyczną Węgier. Kraj ten stara się z jednej strony dywersyfikować źródła energii i uniezależnić się od pojedynczych dostawców, a z drugiej – musi brać pod uwagę historycznie ukształtowane więzi oraz istniejącą infrastrukturę, co sprawia, że proces ten jest wyjątkowo złożony i wymaga przemyślanych strategii na poziomie zarówno krajowym, jak i międzynarodowym.

Transformacja po 1989 roku

Transformacja ustrojowa, która nastąpiła po 1989 roku, oraz przejście do gospodarki rynkowej na początku lat 90. XX wieku otworzyły przed Węgrami nowe perspektywy, upadek komunizmu umożliwił Węgrom porzucenie dotychczasowego modelu centralnie planowanej gospodarki na rzecz rynkowych mechanizmów, co z kolei stworzyło fundamenty pod liberalizację rynku energetycznego oraz otwarcie się na inwestycje zagraniczne. W procesie kształtowania nowej strategii energetycznej, kluczowe stało się dążenie do integracji z europejskim rynkiem energetycznym, co wymagało dostosowania krajowych regulacji i norm do standardów obowiązujących w Unii Europejskiej. Liberalizacja sektora energetycznego obejmowała m.in. wprowadzenie konkurencyjnych mechanizmów na rynku energii, stopniowe uwalnianie cen oraz tworzenie instytucji regulujących rynek w zgodzie z europejskimi dyrektywami.

Wpływ członkostwa w Unii Europejskiej i integracja z Rynkiem Europejskim

W procesie kształtowania nowej strategii energetycznej, integracja z europejskim rynkiem energetycznym wymagała dostosowania krajowych regulacji i norm do standardów obowiązujących w Unii Europejskiej. Liberalizacja sektora energetycznego obejmowała m.in. wprowadzenie konkurencyjnych mechanizmów na rynku energii, stopniowe uwalnianie cen oraz tworzenie instytucji regulujących rynek w zgodzie z europejskimi dyrektywami. W obliczu rosnących wyzwań związanych z globalnym ociepleniem oraz wyczerpywaniem się tradycyjnych zasobów energetycznych, państwa na całym świecie intensyfikują swoje wysiłki na rzecz rozwijania źródeł energii odnawialnej. Węgry jako członek Unii Europejskiej, również podjęły znaczące kroki w tym kierunku. Kraj ten, położony w centrum Europy Środkowej, posiada unikalne zasoby naturalne oraz warunki geograficzne, które w ostatnich latach dokonały znacznego postępu, w sposobie ich pobierania i przetwarzania. Podsumowując, Węgry znajdują się na ścieżce dynamicznego rozwoju sektora energii odnawialnej, co jest ważne zarówno z perspektywy ekologicznej, jak i ekonomicznej. Transformacja energetyczna kraju jest nie tylko odpowiedzią na globalne wyzwania, ale także szansą na budowanie

nowoczesnej i zrównoważonej gospodarki. W kolejnych rozdziałach tego opracowania zostaną bardziej szczegółowo omówione poszczególne źródła energii odnawialnej na Węgrzech, ich potencjał, wyzwania oraz przyszłe perspektywy rozwoju.

3. Infrastruktura energetyczna

Węgry posiadają rozbudowaną sieć gazociągów, która umożliwia zarówno wewnętrzne przesyłanie gazu, jak i jego import oraz eksport.

Najważniejsze gazociągi to:

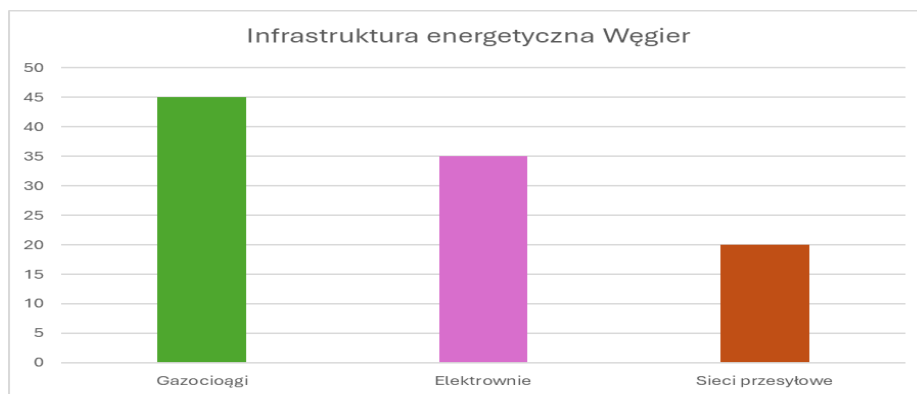
- Gazociąg Bratysława-Budapeszt: ważny szlak przesyłowy gazu z Europy Zachodniej.
- Gazociąg South Stream: projektowany gazociąg mający na celu zwiększenie dostaw gazu z Rosji.
- Interkonektory regionalne: umożliwiające wymianę gazu z sąsiednimi krajami, w tym Chorwacją, Rumunią i Serbią.

Oprócz elektrowni jądrowej Paks, Węgry posiadają liczne elektrownie węglowe, gazowe oraz wykorzystujące OZE. Najważniejsze z nich to:

- Elektrownia Jądrowa Paks: z czterema reaktorami i planowaną rozbudową.
- Elektrownie gazowe: zlokalizowane głównie w pobliżu dużych miast.
- Farma wiatrowa Bőny: największa w kraju farma wiatrowa.
- Elektrownie słoneczne i biomasowe: rozproszone po całym kraju, z rosnącym udziałem w produkcji energii elektrycznej.

Węgierska sieć przesyłowa energii elektrycznej jest dobrze rozwinięta i połączona z sąsiednimi krajami poprzez interkonektory, co umożliwia import i eksport energii.

Operator krajowej sieci przesyłowej, MAVIR, dba o stabilność i niezawodność dostaw energii (IEA, *Hungary: Energy Policy Review 2021*, *World Energy Balances 2023*).



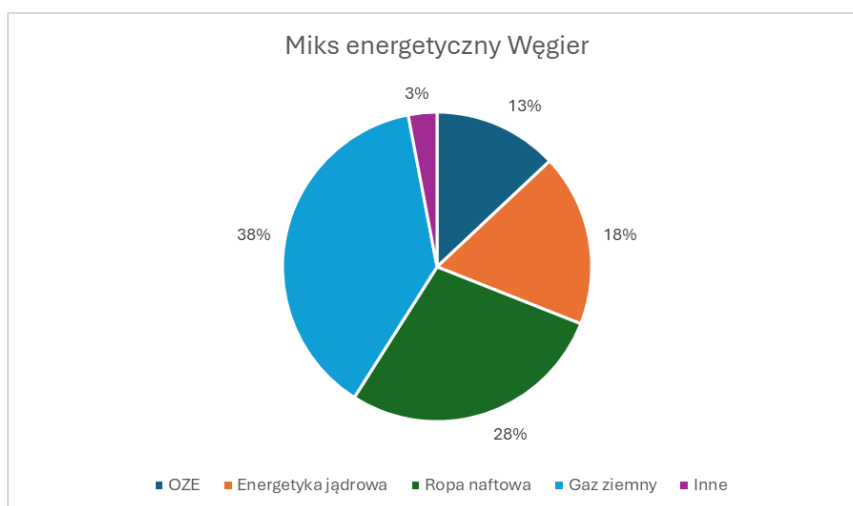
Wykres 1. Opracowanie własne na podstawie IEA Hungary 2021

Efektywność Energetyczna

Rząd Węgier promuje inicjatywy na rzecz zwiększenia efektywności energetycznej w sektorach przemysłu, transportu i budownictwa. Programy wsparcia obejmują modernizację budynków, wymianę przestarzałych urządzeń i technologii oraz edukację i świadomość społeczną w zakresie oszczędzania energii. Polityka energetyczna Węgier koncentruje się na zapewnieniu bezpieczeństwa energetycznego, zrównoważonym rozwoju oraz integracji z rynkiem wewnętrznym UE. Kluczowe dokumenty, takie jak Narodowa Strategia Energetyczna i NECP, wyznaczają kierunki rozwoju sektora energetycznego, promując dywersyfikację

źródeł energii, rozwój OZE i modernizację infrastruktury. Inicjatywy na rzecz dywersyfikacji źródeł energii, w tym rozwój OZE, rozbudowa elektrowni jądrowej Paks oraz dywersyfikacja dostaw gazu ziemnego, są kluczowymi elementami strategii Węgier, mającymi na celu zwiększenie stabilności i niezależności energetycznej kraju.

4. Polityka Energetyczna



Wykres 2. Opracowanie własne na podstawie Ministerstwo Gospodarki Węgier 2020

Polityka energetyczna Węgier jest kształtowana w odpowiedzi na wyzwania związane z bezpieczeństwem energetycznym, zrównoważonym rozwojem i integracją z rynkiem wewnętrznym Unii Europejskiej. Główne cele i priorytety polityki energetycznej kraju obejmują między innymi zwiększenie bezpieczeństwa energetycznego. Węgry dążą do zmniejszenia swojej zależności od jednego dostawcy surowców energetycznych, szczególnie od Rosji. Priorytetem jest dywersyfikacja źródeł dostaw gazu ziemnego i ropy naftowej oraz rozwój krajowych zasobów energetycznych. Innym aspektem jest wspieranie zrównoważonego rozwoju. Węgry zobowiązały się do realizacji unijnych celów klimatyczno-energetycznych, co obejmuje zwiększenie udziału odnawialnych źródeł energii (OZE) w miksie energetycznym oraz redukcję emisji gazów cieplarnianych. Wzrost efektywności energetycznej i ochrona środowiska są kluczowymi aspektami polityki energetycznej. Istotna jest również obszerna modernizacja infrastruktury energetycznej. Rząd Węgier kładzie duży nacisk na modernizację istniejącej infrastruktury energetycznej, w tym sieci przesyłowych, elektrowni oraz magazynów energii. Inwestycje w nowe technologie, takie jak inteligentne sieci (smart grids) i magazyny energii, mają na celu poprawę niezawodności i efektywności systemu energetycznego. Kolejnym ważnym krokiem w rozwoju jest promowanie konkurencyjnego rynku energii. Integracja z rynkiem wewnętrznym UE wymaga liberalizacji i deregulacji sektora energetycznego. Węgry dążą do stworzenia konkurencyjnego rynku energii, który zapewni konsumentom stabilne ceny i dostęp do różnych dostawców.

5. Istotne strategie rządowe dla Węgier

- Narodowa Strategia Energetyczna (2011-2030)

Narodowa Strategia Energetyczna jest głównym dokumentem strategicznym kształtującym politykę energetyczną Węgier. Dokument ten określa cele i działania na rzecz zapewnienia bezpieczeństwa energetycznego, zrównoważonego rozwoju i efektywności energetycznej. Najważniejsze aspekty strategii obejmują:

- Zwiększenie udziału OZE do 20% w 2030 roku.
- Modernizację elektrowni jądrowej Paks oraz budowę nowych reaktorów.
- Rozwój infrastruktury przesyłowej i magazynowej dla gazu ziemnego.
- Promowanie efektywności energetycznej w sektorach przemysłu, transportu i budownictwa. (National Energy Strategy 2030 with an Outlook to 2040).

➤ Polityka Energetyczna Węgier do 2040 roku.

Ten dokument podkreśla znaczenie zrównoważonego rozwoju oraz integracji z europejskim rynkiem energii. Zawiera plany rozwoju OZE, modernizacji infrastruktury oraz inicjatywy na rzecz zwiększenia efektywności energetycznej.

- Strategia Rozwoju Gazu Ziemnego (2014). Strategia ta koncentruje się na zapewnieniu stabilnych dostaw gazu ziemnego poprzez dywersyfikację źródeł i tras dostaw, rozwój infrastruktury magazynowej oraz promowanie gazu ziemnego jako paliwa przejściowego w procesie dekarbonizacji.
- Krajowy plan działań na rzecz Energii i Klimatu (NECP). NECP jest kluczowym dokumentem w ramach unijnej polityki energetyczno-klimatycznej, który określa cele i działania Węgier na lata 2021-2030 w zakresie redukcji emisji, zwiększenia udziału OZE oraz poprawy efektywności energetycznej.

6. Źródła energii odnawialnej na Węgrzech

Energia Jądrowa

Węgry jako kraj o ograniczonych zasobach energetycznych, z dużym zaangażowaniem rozwija tę technologię, aby zapewnić sobie bezpieczeństwo energetyczne oraz zminimalizować wpływ na środowisko, wykorzystując niezawodne i stabilne źródło energii o niskiej emisji dwutlenku węgla. Węgierska elektrownia jądrowa w Paks, będąca jedyną tego typu instalacją w kraju, odgrywa ważną rolę w zaopatrywaniu kraju w energię elektryczną, generując około połowy całkowitej produkcji energii elektrycznej. Znajduje się ona w odległości około 130 kilometrów od stolicy kraju- Budapesztu. Rozwój energetyki jądrowej na Węgrzech jest również kwestią strategiczną, wpisującą się w szeroko zakrojoną politykę energetyczną kraju. Kwestie związane z niezawodnością dostaw energii, stabilnością systemu elektroenergetycznego oraz ograniczeniem emisji gazów cieplarnianych stanowią fundament decyzji o dalszym inwestowaniu w tę formę energetyki. W wyżej wspomnianym kontekście europejskim Węgry stają przed wyzwaniem dostosowania swojego sektora energetycznego do wymogów Unii Europejskiej, jednocześnie starając się utrzymać konkurencyjność i zapewnić przystępność cen energii dla swoich obywateli i przedsiębiorców (Paks Nuclear Power Plant, *Annual Reports* oraz *Project Updates*, 2022).

Kopalnie węgla brunatnego

W latach powojennych i przez większą część 20 wieku węgiel brunatny był podstawowym surowcem energetycznym, ze względu na swoje lokalne zasoby i stosunkowo niskie koszty wydobycia. Wprowadzenie na terenie Węgier elektrowni opartych na węglu brunatnym pozwoliło na rozwój przemysłu i stabilizację dostaw energii. Obecnie jednak, mimo że węgiel brunatny wciąż jest istotnym źródłem energii, jego znaczenie stopniowo maleje na rzecz odnawialnych źródeł energii i gazu ziemnego.

Węgiel brunatny, będący jednym z najważniejszych krajowych zasobów naturalnych Węgier, był kluczowym elementem rozwoju przemysłowego i energetycznego kraju przez wiele dekad. Jego niskie koszty wydobycia i obfitość uczyniły go atrakcyjnym źródłem paliwa dla węgierskich elektrowni, przyczyniając się do niezależności energetycznej kraju. Jednakże, w miarę wzrastającej świadomości ekologicznej i międzynarodowych zobowiązań do redukcji emisji dwutlenku węgla, rola węgla brunatnego w wielostopniowej różnorodności zasobów energetycznych Węgier staje się przedmiotem intensywnej debaty, ponieważ zobowiązały się do realizacji celów klimatycznych, co oznacza stopniowe odchodzenie od węgla brunatnego na rzecz bardziej zrównoważonych alternatyw. Kopalnie odkrywkowe powodują znaczne zmiany w krajobrazie, niszcząc naturalne ekosystemy i wpływając na bioróżnorodność. Dodatkowo spalanie węgla brunatnego generuje znaczną ilość emisji dwutlenku węgla, dwutlenku siarki, tlenków azotu i pyłów, co negatywnie wpływa na jakość powietrza i zdrowie ludzi zamieszkujących pobliskie obszary. Emisje z elektrowni węglowych mogą powodować problemy zdrowotne, takie jak choroby układu oddechowego i krążenia, co stanowi poważne zagrożenie. Przejście na bardziej ekologiczne źródła energii wymaga znacznych inwestycji i zmian w polityce energetycznej. Zamknięcie kopalń i elektrowni węglowych wiąże się z innym problemem jakim jest konieczność zapewnienia alternatywnych miejsc pracy i programów wsparcia dla pracowników tychże kopalń.

Zasoby geotermalne

Energia geotermalna stanowi jedno z najbardziej obiecujących odnawialnych źródeł energii na Węgrzech. Dzięki korzystnym warunkom geologicznym, kraj ten posiada znaczący potencjał do wykorzystania ciepła z wnętrza Ziemi. Pozyskiwana jest ona z gorących skał i wód podziemnych, oferuje stabilne i ekologiczne źródło energii, które może być wykorzystane zarówno do produkcji energii elektrycznej, jak i do celów grzewczych. Węgry znajdują się na obszarze Pannonian Basin, który charakteryzuje się cienką skorupą ziemską oraz podwyższonym gradientem geotermalnym. Oznacza to, że temperatura skał rośnie szybciej wraz z głębokością niż w innych regionach Europy. W wyniku tego, zasoby geotermalne znajdują się na stosunkowo płytkich głębokościach, co ułatwia ich eksploatację. Ciepło geotermalne jest używane do ogrzewania budynków mieszkalnych, szkół, obiektów przemysłowych oraz do ogrzewania szklarni, co wspiera rozwój rolnictwa. Energia geotermalna jest czystym źródłem energii, które nie emituje gazów cieplarnianych ani innych zanieczyszczeń do atmosfery, przyczyniając się do ochrony środowiska i walki ze zmianami klimatycznymi. W przeciwieństwie do energii słonecznej czy wiatrowej, energia geotermalna jest dostępna przez cały rok, niezależnie od warunków pogodowych, co zapewnia stabilne dostawy energii. Rozwój sektora geotermalnego może przyczynić się do zwiększenia niezależności energetycznej Węgier poprzez redukcję zależności od importowanych paliw

kopalnych. Węgry zamierzają podwoić ilość energii geotermalnej w swoim zużyciu energii do 2030 roku, rząd oferuje subsydiowane kredyty państwowe, aby zmniejszyć ryzyko inwestorów w badania. Państwo to znajduje się w czołówce pięciu krajów Europy pod względem bezpośredniego wykorzystania energii geotermalnej jako czystej alternatywy dla paliw kopalnych w ogrzewaniu miejskim, ale ze względu na warunki geologiczne kraju wciąż mają ogromne, niewykorzystane zasoby. (Ministerstwo Spraw Energetycznych Węgier, 2024). Ponad 650 000 domów na Węgrzech jest podłączonych do sieci ciepłowniczych, jednak energia geotermalna zaspokaja jedynie 2% krajowego zapotrzebowania na ogrzewanie, a tylko kilkadziesiąt gmin korzysta z tego źródła energii. Największy system ciepłownictwa geotermalnego w Unii Europejskiej znajduje się w Segedynie, w południowej części kraju, niedaleko granicy z Serbią i jest zarządzany przez lokalne władze. Krajowa Strategia Geotermalna zakłada zwiększenie wykorzystania energii geotermalnej z 6,4 PJ do 8 PJ do 2026 roku, a następnie do 12-13 PJ na początku następnej dekady. Ministerstwo Energii poinformowało, że udział energii geotermalnej w całkowitej produkcji energii cieplnej na Węgrzech wzrośnie z 6,5% do 25-30% w tym okresie, a źródło to zastąpi 1-1,2 miliarda m³ gazu do 2035 roku, co stanowi 15% obecnego zużycia gazu w kraju. Zużycie gazu spadło o 23%, z 11 miliardów m³ w 2022 roku do 8,5 miliarda m³ w ubiegłym roku, dzięki środkom oszczędności energii i łagodniejszej pogodzie. (Ministerstwo Spraw Energetycznych Węgier, 2024). Rząd podejmuje bardziej aktywną rolę w badaniach i wykorzystaniu energii geotermalnej. Oszacowano, że potrzebne jest około 165 mld HUF (420 mln EUR) finansowania, aby stworzyć sprzyjające warunki finansowe dla inwestycji. W ramach pierwszej fazy inicjatywy mającej na celu rozwój energii geotermalnej na Węgrzech, Ministerstwo Energii uruchamia specjalny program subsydiowanych kredytów inwestycyjnych o wartości 34 miliardów HUF (około 100 milionów euro). Program ten ma na celu wsparcie inwestorów w realizacji projektów związanych z wierceniami geotermalnymi poprzez zmniejszenie ryzyka finansowego związanego z takimi inwestycjami. Kredyty będą subsydiowane przez państwo, co oznacza, że inwestorzy będą mogli uzyskać finansowanie na korzystniejszych warunkach niż na wolnym rynku. Subsidia mogą obejmować obniżone stopy procentowe lub inne formy wsparcia finansowego. Dzięki tym kredytom, rząd oszacowuje znaczny wzrost wykorzystania energii geotermalnej, co ma przyczynić się do zwiększenia jej udziału w całkowitej produkcji energii cieplnej w kraju. Rozwój energii geotermalnej pozwoli na zastąpienie znacznej części zużycia gazu ziemnego, co jest ważnym krokiem w kierunku zwiększenia niezależności energetycznej Węgier oraz redukcji emisji gazów cieplarnianych (Energy Affairs Ministry, April 2024).

Energia słoneczna

Királyegyháza to miasto położone w środkowych Węgrzech, gdzie warunki klimatyczne są sprzyjające dla produkcji energii słonecznej. Lokalizacja elektrowni fotowoltaicznej została dobrana z uwzględnieniem dostępności odpowiednich terenów oraz ekspozycji na światło słoneczne. Elektrownia fotowoltaiczna wykorzystuje moduły fotowoltaiczne do konwersji energii słonecznej na energię elektryczną. Moduły te są montowane na specjalnych konstrukcjach, takich jak panele słoneczne na ziemi lub panele fotowoltaiczne na dachach budynków. Składają się one z wielu ogniw fotowoltaicznych wykonanych z materiałów półprzewodnikowych, takich jak krzemionka. Ogniwa te absorbują światło słoneczne i generują prąd stały. Gdy promienie słoneczne padają na panele fotowoltaiczne, fotonów jest absorbowanych przez ogniwa, co powoduje uwolnienie elektronów i wytworzenie różnicy potencjałów elektrycznych. To powoduje przepływ prądu stałego przez ogniwa fotowoltaiczne. Prąd stały wyprodukowany przez panele fotowoltaiczne jest przesyłany do inwertera. Inwerter jest urządzeniem elektronicznym, które przekształca prąd stały na prąd zmienny, który jest bardziej odpowiedni do użytku w gospodarstwach domowych i sieciach elektrycznych. Prąd zmienny wyprodukowany przez inwerter jest przesyłany do transformatora, który zmienia napięcie prądu zmiennego na poziom odpowiedni dla dystrybucji energii elektrycznej. Następnie energia ta może być przesyłana do sieci dystrybucyjnej lub zużywana lokalnie. Elektrownia fotowoltaiczna jest monitorowana i zarządzana przez systemy monitoringu, które kontrolują wydajność instalacji oraz przepływ energii. Regularna konserwacja i utrzymanie są również niezbędne dla zapewnienia sprawności działania elektrowni. Elektrownia fotowoltaiczna w Királyegyháza przyczynia się do zrównoważonego rozwoju poprzez zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych i innych zanieczyszczeń związanych z tradycyjnymi źródłami energii. Ponadto może generować miejscowe miejsca pracy i przynosić korzyści gospodarcze dla lokalnej społeczności. Łączna moc zainstalowanych paneli słonecznych w Királyegyházie wynosi około 2-3 MW (megawatów). Roczna produkcja energii z instalacji wynosi około 2,500-3,000 MWh (megawatogodzin), dodatkowo zmniejsza emisję dwutlenku węgla o około 1,500-2,000 ton rocznie. Ta ilość energii jest wystarczająca do zasilania kilkuset gospodarstw domowych (Extorenergy Hungary, 2023).

7. Podsumowanie

Wnioski oraz prognozy

Dywersyfikacja źródeł energii na Węgrzech wyłania się jako krytyczny element strategii narodowej, mającej na celu zabezpieczenie stabilnych, niezawodnych i zrównoważonych dostaw energii. W obliczu rosnących wyzwań związanych z bezpieczeństwem energetycznym, ekonomią, środowiskiem i geopolityką, konieczność redukcji zależności od określonych surowców energetycznych oraz rozwój alternatywnych źródeł energii nabiera priorytetowego charakteru. W kontekście bezpieczeństwa energetycznego, obecne uzależnienie od importu surowców energetycznych, głównie węgla i gazu ziemnego, niesie ze sobą ryzyko niestabilności dostaw oraz podatności na zmienne warunki geopolityczne i cenowe na rynkach międzynarodowych. Dywersyfikacja źródeł energii stanowi zatem kluczowy środek zaradczy, mający na celu ograniczenie tego ryzyka poprzez rozwój krajowych, niezależnych zasobów energetycznych oraz różnicowanie

importowanych surowców. W świetle coraz bardziej palących problemów związanych ze zmianami klimatycznymi i ochroną środowiska, konieczność redukcji emisji gazów cieplarnianych i ograniczenia eksploatacji surowców kopalnych staje się imperatywem. Rozwój odnawialnych źródeł energii, takich jak energia słoneczna, wiatrowa czy biomasa, nie tylko przyczynia się do poprawy bezpieczeństwa energetycznego, ale także realizuje cele zrównoważonego rozwoju oraz zapewnia ochronę środowiska naturalnego. Aspekt ekonomiczny również odgrywa istotną rolę w kontekście dywersyfikacji zasobów energetycznych. Inwestycje w nowe technologie oraz rozwój sektorów związanych z energią odnawialną mogą stymulować wzrost gospodarczy, tworzenie nowych miejsc pracy oraz promować innowacje, co przekłada się na zwiększenie konkurencyjności kraju i zwiększenie jego niezależności energetycznej. W świetle powyższych argumentów, dywersyfikacja zasobów energetycznych na Węgrzech kształtuje się jako strategiczny priorytet, wymagający holistycznej i wieloaspektowej polityki, obejmującej zarówno rozwój alternatywnych źródeł energii, jak i efektywne zarządzanie zasobami oraz promowanie oszczędności energetycznych. Równocześnie, inwestycje w infrastrukturę energetyczną oraz współpraca międzynarodowa odgrywają istotną rolę w realizacji tego celu, mając na uwadze długoterminowe interesy narodowe i społeczne.

Bibliografia:

1. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2016.008.01.0002.01.POL&toc=OJ:C:2016:008:FULL - dostęp na dzień 26.08.2024r.
2. <https://www.intellinews.com/hungary-aims-to-double-geothermal-energy-use-by-2030-321839/#:~:text=More%20than%20650%2C000%20Hungarian%20homes,use%20it%20for%20that%20purpose>
3. (T. Varga, "The Role of Renewable Energy in Hungary's Energy Policy," *Renewable Energy Journal*, vol. 11, no. 2, 2021, s. 95-108).
4. (European Network of Transmission System Operators for Gas (ENTSOG), *Ten-Year Network Development Plan*).
5. https://www.ceeweb.org/documents/publications/Biomass_Energy_in_Hungary_-_Policy_Brief.pdf
6. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2016.008.01.0002.01.POL&toc=OJ:C:2016:008:FULL
7. <https://gsenergia.pl/2023/10/10/najwiekszy-w-europie-system-ogrzewania-geotermia-na-wegrzech/#:~:text=25%20maja%202023%20r.,ponad%20400%20budynk%C3%B3w%20u%C5%BCyteczno%C5%9Bci%20publicznej>.
8. <https://www.iaea.org/search/google/hungary%20nuclear>
9. <https://www.iaea.org/newscenter/pressreleases/iaea-reviews-hungarys-nuclear-emergency-preparedness-and-response-framework>
10. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2016.008.01.0002.01.POL&toc=OJ:C:2016:008:FULL

11. <https://www.gramwzielone.pl/energia-sloneczna/20191312/deweloper-oze-z-duzym-finansowaniem-na-dokonczenie-farmy-pv-na-wegrzech#:~:text=Zlokalizowana%20w%20Kir%C3%A1lyegyh%C3%A1za%20na%20p%C5%82udniu,ko%C5%84ca%20pierwszej%20po%C5%82owy%20tego%20roku>
12. https://www.ceeweb.org/documents/publications/Biomass_Energy_in_Hungary_-_Policy_Brief.pdf
13. https://www.researchgate.net/figure/Types-and-proportion-of-biomass-in-Hungary_fig7_256471134
14. https://en.wikipedia.org/wiki/Solar_power_in_Hungary
15. <https://www.intellinews.com/hungary-aims-to-double-geothermal-energy-use-by-2030-321839/#:~:text=More%20than%20650%2C000%20Hungarian%20homes,use%20it%20for%20that%20purpose.>

20. ROZWIJANIE DZIECIĘCEJ TWÓRCZOŚCI I KREATYWNOŚCI W PROCESIE UCZENIA SIĘ

Natalia Martenka

Poradnia Psychologiczno-Pedagogiczna Centrum Rozwoju Dziecka w Szczytnikach

Email: natalia.martenka@gmail.com

Abstrakt:

Niniejszy artykuł poświęcony jest zagadnieniu twórczości i kreatywności dzieci w wieku przedszkolnym oraz wczesnoszkolnym, a także metodom aktywizującym, które wspierają ich rozwój. W dynamicznie zmieniającym się świecie postawa twórcza staje się kluczową kompetencją, pozwalającą na adaptację do nowych warunków i aktywne kształtowanie rzeczywistości. Praca rozpoczyna się od zdefiniowania pojęć twórczości i kreatywności, które choć często używane zamiennie, mają nieco odmienne znaczenia. Następnie omówiona zostaje specyfika aktywności twórczej dzieci, która charakteryzuje się spontanicznością, bezinteresownością i często przybiera formę zabawy. Autorzy wskazują na naturalne predyspozycje dzieci do twórczego działania, podkreślając jednocześnie rolę odpowiednio zorganizowanego procesu edukacyjnego w rozwijaniu tych zdolności.

Kluczową część artykułu stanowi prezentacja metod aktywizujących, które wspierają rozwój kreatywności w edukacji wczesnoszkolnej. Omówione zostają różne klasyfikacje tych metod, m.in. podział na metody problemowe, ekspresji i impresji oraz graficznego zapisu. Szczególną uwagę poświęcono systemom metod aktywizujących, takim jak Pedagogika Zabawy czy Metoda Ruchu Rozwijającego Weroniki Sherborne, które w kompleksowy sposób stymulują rozwój dziecka.

W artykule zaznaczono znaczenie tworzenia w procesie edukacyjnym środowiska sprzyjającego kreatywności, charakteryzującego się otwartością na nowe doświadczenia, wspieraniem niezależności myślenia i zachęcaniem do niestandardowych rozwiązań. Zwraca też uwagę na rolę nauczyciela jako facylitatora procesu twórczego.

W podsumowaniu podkreślono, że kreatywność jest kluczową kompetencją XXI wieku, wpływającą na rozwój jednostki i społeczeństwa w różnych sferach życia. Wskazują na potrzebę dalszych badań nad efektywnymi metodami rozwijania twórczości w edukacji wczesnoszkolnej, co może przyczynić się do lepszego przygotowania młodego pokolenia do wyzwań przyszłości.

Słowa kluczowe: kreatywność, twórczość, metody aktywizujące, dzieci, edukacja

1. Wstęp

Świat zmienia się, ulega ciągłym przeobrażeniom. Dynamiczne przemiany gospodarcze, skok technologiczny, dostępność informacji, natychmiastowa komunikacja, niestabilny rynek pracy, szybkie tempo życia, różnorodność i złożoność problemów – oto tylko część tendencji, które kształtują naszą rzeczywistość. Są to wyzwania wymagające adaptacyjnej postawy twórczej i aktywnej w poszukiwaniu i realizowaniu zmian, a także otwartości wobec owych zmian, elastyczności w uczestnictwie w życiu społecznym oraz gospodarczym i co bardzo ważnym jest – kierowaniu samym sobą oraz własnym życiem. Stąd sądzi się powszechnie, iż postawa twórcza, kreatywna pozwalająca dokonywać zmian, to jednocześnie potrzeba i wartość współczesnego świata [Strzelczyk, 2012, s. 97].

Podstawowym warunkiem zaistnienia twórczej aktywności dzieci są sprzyjające cechy trzech płaszczyzn. Pierwsza z nich, materialna, to umożliwienie dziecku działania z wykorzystaniem zróżnicowanych materiałów. Kolejna, czyli emocjonalna, przejawia się w tworzeniu klimatu zapewniającego poczucie bezpieczeństwa, natomiast metodyczną, cechuje się umiejętne stymulowanie, inspirowanie i kierowanie aktywnością dziecka. Oprócz tego niezbędna jest także silna motywacja w dążeniu do celu, wysoki poziom emocji dodatnich, pozytywny obraz samego siebie oraz odpowiednia postawa rodziców wobec dzieci [Klim-Klimaszewska, 2007].

Edukacja wczesnoszkolna skierowana na rozwijanie twórczej aktywności dzieci wymaga odpowiednio zorganizowanego procesu dydaktyczno-wychowawczego. W jego projektowaniu uwzględnia się aktywność spontaniczną, inspirowaną i stymulowaną dzieci oraz samodzielne rozwiązywanie zadań problemowych, zarówno teoretycznych, jak i praktycznych związanych z otoczeniem i potrzebami dziecka. W wyniku twórczej aktywności dzieci powstaje produkt, który jest nowy dla działającego podmiotu i jednocześnie pożyteczny, ponieważ w ten sposób uczeń rozwija swoje zdolności i wiedzę oraz wzrasta jego samoocena [Kujawiński, 1990].

2. Twórczość i kreatywność – zagadnienia terminologiczne

Rozwój kreatywności u dzieci powinien być centralnym zagadnieniem w systemach edukacji. Kreatywność – powszechnie kojarzy się z różnorodnością, oryginalnością, wyobraźnią, wychodzeniem poza schematy, postrzeganiem rzeczywistości z wielu perspektyw. Przed przystąpieniem do lektury warto jednak usystematyzować główne pojęcia związane z kreatywnością, a także przedstawić ją w kontekście systemu edukacji jako całości [Fazlagić, 2019, s. 13].

Pojęcie twórczości, pomimo powszechnego używania go zarówno w mowie potocznej, jak i w tekstach naukowych wielu dyscyplin, jest niezmiernie trudne do zdefiniowania. W literaturze pedagogicznej i psychologicznej brak jest powszechnie przyjętej definicji. Słownik języka polskiego PWN podaje następującą definicję twórczości: *tworzenie czegoś, zwykle przez artystę, naukowca* [SJP PWN, 1998 s. 518].

Coraz bardziej popularnym terminem, używanym przez badaczy, nauczycieli jest *kreatywność*. Dla niektórych staje się ona synonimem twórczości – odnosi się do tych samych cech człowieka zdolnego do generowania rzeczy mających określoną pozytywną wartość, związaną z dobrem, prawdą, pięknem. Słownik Języka Polskiego PWN określa interesujące nas pojęcie kreatywności jako *tworzenie czegoś, zwykle dzieła sztuki, także wytwór tej czynności* [SJP, s. 978].

3. Aktywność twórcza u dzieci w wieku młodszym

Jak zauważają zwolennicy podejścia humanistycznego, dziecko w sposób naturalny jest twórcą. Aktywność dziecka związana jest z rozwojem, będąc tym samym nakierowana na budowanie siebie. Francuscy badacze – R. Gloton oraz C. Clero w swoich badaniach podkreślają, że twórczość jest rezultatem pracy wyobraźni, która organizuje i porządkuje oraz przekształca informacje ze świata zewnętrznego. Twórczość dziecka, podobnie jak twórczość artysty, stanowi wynik gry dialektycznej pomiędzy umotywowaną obserwacją, a spontaniczną wyobraźnią [Gloton, Ciero, 1976, s. 54].

Psychologowie rozwojowi i psychologowie twórczości przytaczają następujące argumenty przemawiające za prawdziwością tezy o tym, że dzieci są twórcze. Przejawiają wiele zachowań oryginalnych, dostosowanych do okoliczności, w których działają, a ponadto trafnie rozwijających problem. Dzieci malują, rysują, układają wierszyki i piosenki. Wytwory tego typu stanowią ważną przesłankę ich ogólnego rozwoju. Twórczość sprawia dzieciom ogromną, osobistą przyjemność i satysfakcję są to nagrody, które mają znaczny wpływ na rozwój ich osobowości [Hurlock, 1985, s. 77].

Twórczość dzieci stanowi poważny wkład w umiejętności przewodzenia, wznosi do działań grupy coś nowego i odmiennego. Piszac o twórczości dzieci warto zastanowić się nad podejściem realistycznym, który zakłada, że dzieci są mniej lub bardziej twórcze, lub wykazują się mniej lub bardziej rozwiniętą postawą twórczą [Szmidt, 2013, s. 291].

Zgodnie z koncepcją Barbota i Tinio (2015) potencjał twórczy specjalizuje się poprzez kształtowanie się zainteresowań i zaangażowanie w aktywności w ramach określonych dziedzin, co z kolei stymuluje proces różnicowania się potencjału twórczego jednostki [Wiśniewska, 2021, s. 86].

Wielu autorów do najbardziej typowych form twórczości dzieci wymieniają:

1. animizm – przypisywanie świadomości przedmiotom martwym,
2. zabawy tematyczne,
3. improwizowaną dramatyzację, czyli „grę w rolę”,
4. zabawy konstrukcyjne tworzenie tzw fikcyjnych towarzyszy,
5. marzenia na jawie i fantazjowanie,
6. opowiadania i humor,
7. twórczość plastyczną,
8. twórcze pisanie,
9. muzykowanie i zabawy muzyką,
10. projektowanie ubrań i konstrukcji technicznych [Hurlock, 1985, s. 77].

Torrance, na podstawie badań testowych doszedł do wniosku, że twórcze dzieci: nie boją się ryzyka, często zadają pytania o zagadkowe rzeczy, chcą wiedzieć, podejmują trudne zadania, które pochłaniają ich uwagę i energię poznawczą, są odważni w swoich przekonaniach, zaciekawieni, poszukujący, zdecydowani i pewni siebie, są wrażliwi emocjonalnie, świadomi swoich emocji, zdolni do odczuwania i wyrażania silnych uczuć, mają zmysł piękna i poczucie humoru, są serdeczni lub szczerzy, walczą o odległe cele [Dobrołowicz, 1995, s. 155].

Jak zauważyła badaczka Erica Landau, dziecko utalentowane twórczo zabiera się do wszystkiego, co robi z dużą ochotą i radością. Wszystkiego musi dotknąć i spróbować.

Jest skłonne do bawienia się pojęciami i częściami składowymi wiedzy. Bawi się po to, by odnajdywać nowe rozwiązania i nadawać pojęciom nowy sens. Dziecko twórcze jest ciekawe, a jego ciekawość przeradza się w motywację badania, tworzenia, przeżywania – jest ważnym i nigdy niezaspokojonym źródłem zainteresowań [Landau, 2003. s. 34].

4. Kreatywność i twórczość w edukacji

Pedagodzy badający fenomen kreatywności odnoszą go przede wszystkim do specyficznych warunków jego ujawniania się i rozwijania w warunkach edukacyjnych. Zajmują się zatem poszukiwaniem odpowiedzi na pytania: Jakie są edukacyjne uwarunkowania rozwoju

kreatywności? Co sprawia, że w pewnych warunkach kreatywność jest budzona, wspierana i rozwijana, a co powoduje, że jest tłamszona, hamowana i karana? <https://czasopisma.uni.lodz.pl/wychow/article/view/4492> (dostęp: 13.09.2024). Na tej podstawie formułowane są kolejne pytania: Jakie są środowiskowe, kulturowe i edukacyjne stymulatory i inhibitory rozwoju kreatywności? Jakie są cechy szkoły twórczej (wspierającej twórczość uczniów) i twórczego nauczania? Na etapie wczesnej edukacji, w ramach pedagogiki przedszkolnej i wczesnoszkolnej, pytania badawcze przybierają postać specyficzną dla tego okresu wiekowego: Czym się charakteryzuje aktywność twórcza dzieci? Jak diagnozować potencjał twórczy dzieci? Jakimi metodami, środkami i treściami budzić i rozwijać zdolności twórcze dzieci? Jak wcześnie wykrywać i stymulować myślenie i działanie twórcze/kreatywne dzieci? Z dotychczas przeprowadzonych badań wiadomo, że najważniejsze cechy budujące klimat sprzyjający rozwijaniu kreatywności są następujące: stymulowanie do poznawania tego, co nowe i różnorodne, do zdobywania zróżnicowanych doświadczeń, otwartość na przeżywanie rozmaitych emocji (dostarczanie różnych bodźców: nowi ludzie, nowe miejsca, nowe sposoby spędzania czasu wolnego, odmienne kultury itp.), zachęcanie do niezależności, wspieranie oryginalności w sposobie myślenia, zachęcanie do wymyślania niestandardowych rozwiązań oraz do wychodzenia poza schematy, wspieranie fantazjowania (np. wspólne rozważanie, co by było gdyby, intelektualne bawienie się hipotetycznymi sytuacjami), wspieranie wytrwałości w realizowaniu pomysłów, nadawaniu im rysów nowatorstwa, a także w praktycznej ich realizacji i dbałości o ich wartość użytkową. Wynikające z badań empirycznych ustalenia koncentrują się na dalszym poszukiwaniu odpowiedzi na pytanie: W jaki sposób nauczyciele przedszkolni i wczesnoszkolni mogą organizować środowisko uczenia się sprzyjające wzbudzaniu i rozwijaniu kreatywności? [Zbróg, 2019, s. 98,99].

5. Metody aktywizujące rozwijające twórczość i kreatywność dzieci w wieku młodszym

Dynamicznie zmieniająca się rzeczywistość wymusza na edukacji potrzebę zmiany metod nauczania. Łączy się to z koniecznością przygotowania do współczesnego życia ludzi twórczych, zdolnych nie tylko do przystosowywania się do nowych warunków, ale także przeobrażania rzeczywistości. Konieczne jest łączenie metod tradycyjnych z metodami aktywizującymi. W organizowaniu sytuacji edukacyjnych wspomagających rozwój dziecka nauczyciel nie może ograniczyć się do wyboru jednej metody. Najważniejszymi metodami w praktyce przedszkolnej są metody, które służą prowokowaniu do działania, rozbudzeniu zaciekawienia i zainteresowania dziecka, uruchomieniu spontanicznej i swobodnej aktywności własnej [Danielewicz, 2020, s. 73,74].

6. Podział oraz opis wybranych metod aktywizujących w edukacji

Metody aktywizujące wpływają na podniesienie sprawności intelektualnych dzieci, wyzwalają u uczniów aktywność, pomysłowość i inwencję twórczą, uczą wzajemnej współpracy, komunikowania się, podejmowania nowych wyzwań i odpowiedzialności za wynik własnej pracy i pracy grupy. Metody te powinny stanowić podstawę w procesie kształcenia i wychowania dzięki tak dużej roli, którą odgrywają.

Poniżej znajduje się ogólny podział metod aktywizujących według autorów wybranych opracowań pedagogicznych [Krzyżewska, 1998]:

1. **metody problemowe** - rozwijają umiejętność krytycznego myślenia. Polegają one na przedstawieniu uczniom sytuacji problemowej oraz organizowaniu procesu poznawczego. Wykorzystywane są przy tym różnorodne źródła informacji np. filmy dydaktyczne, fotografie, rysunki, Internet, dane liczbowe. Przykłady: burza mózgów, obserwacja, dyskusja panelowa, metoda problemowa, studium przypadku.
2. **metody ekspresji i impresji** - nastawione na emocje i przeżycia. Powodują wzrost zaangażowania emocjonalnego uczniów. Jest on efektem doznań i przeżyć związanych z wykonywaniem określonych zadań. Przykłady: drama, metoda symulacyjna, mapa mózgu, metoda laboratoryjna, metoda projektu.
3. **metody graficznego zapisu** - proces podejmowania decyzji przedstawia się na rysunku. Zachęcają do samodzielnego podejmowania decyzji. Przykłady: drzewko decyzyjne, rybi szkielet, plakat, mapa mentalna, śnieżna kula, mapa skojarzeń.
Inny podział metod aktywizujących proponuje metod Jadwiga Krzyżewska.
Autorka wyróżnia:
 4. **metody integracyjne** - odpędzają i relaksują, wprowadzają w dobry nastrój i życzliwą atmosferę. Zapewniają bezpieczeństwo w grupie, gwarantują poczucie tożsamości z grupą, uczą efektywnej komunikacji, pomagają uporządkować problemy, uczą twórczego myślenia i współpracy. Przykłady: Krasnoludek, kłębek, graffiti, wrzucić strach do kapelusza, kwiat grupowy.
 5. **metody tworzenia i definiowania pojęć** - uczą analizować, definiować oraz negocjować i przyjmować różne stanowiska. Do tego typu metod zalicza się techniki: kula śniegowa, burza mózgów, mapa pojęciowa, zegar skojarzeń.
 6. **metody hierarchizacji** - uczą analizowania, klasyfikowania i porządkowania w relacjach wyższości – niższości. Przykłady: promyczkowe uszeregowanie, piramida priorytetów.
 7. **metody twórczego rozwiązywania problemów** - uczą dzieci dyskusowania, krytycznego i twórczego myślenia, uczą łączyć wiedzę z doświadczeniem oraz rozwiązywać problemy. Przykłady: rybi szkielet, mapy mentalne, metoda trójkąta, sześć myślących kapeluszy.
 8. **metody pracy we współpracy** - preferują samodzielne zdobywanie wiedzy przez uczniów. Uczą współpracy, akceptacji różnic indywidualnych, sprawnej komunikacji i negocjowania oraz pracy w grupie i z grupą. Sukces grupy uzależniony jest od sukcesów indywidualnych. Przykłady: układanka, zabawa na hasło, puzzle.
 9. **metody diagnostyczne** – Odnoszą się do zbierania informacji o przebiegu i wynikach określonego stanu rzeczy. Uczą oceniania, wnioskowania oraz wyjaśniania danego stanu. Przykłady: obcy przybysz, metaplan
 10. **metody dyskusyjne** - uczą dyskutować i słuchać innych oraz negocjować i przyjmować różne punkty widzenia. Przykłady: debata – za i przeciw, akwarium, punktowana, panelowa
 11. **metody rozwijające twórcze myślenie** - uczą myśleć twórczo oraz odkrywać swoje predyspozycje i zdolności. Przykłady: słowo przypadkowe, fabuła z kubka
 12. **metody grupowego podejmowania decyzji** – uczy rozwiązywania problemów, dokonywania wyborów. Przykłady: sześć par butów, drzewo decyzyjne.

13. **metody i techniki planowania** - pozwalają fantazjować i marzyć oraz planować i urzeczywistniać marzenia. Przykłady: gwiazda pytań, projekt, planowanie z przyszłości.
14. **metody przyspieszonego uczenia się** – radzi jak się uczyć i jak myśleć, aby potrzebną wiedzę i umiejętności nabywać w sposób trwały i skuteczny. Zdobywanie wiedzy spostrzegane jest jako interesująca przygoda intelektualna. Przykład: łańcuchowa metoda skojarzeń.
15. **gry dydaktyczne** - uczą przestrzegania ustalonych reguł, dają możliwość odczuwania radości z wygranej i kształcą umiejętność przyjęcia przegranej. Natomiast metody i techniki przyspieszonego uczenia się pozwalają na szybkie i bezstresowe przyswajanie trwałej wiedzy. Przykład: Karty dziwne powiedzonka.
16. **metody ewaluacyjne** - pozwalają dokonywać oceny siebie i innych, uczą przyjmować i wyrażać krytykę oraz pochwałę. Przykłady: kosz i walizeczka, tarcza strzelecka.

Poniżej znajduje się opis wybranych przykładów aktywności wykorzystujących metody aktywizujące, o których wspomniano powyżej[Krzyżewska 1998]:

- **Graffiti** – Dzięki tej metodzie można rozwijać myślenie twórcze lub rozwiązywać twórcze problemy. Jest to dobry sposób między innymi na przyjmowanie nowych niezwykłych koncepcji i pomysłów. Przykład: Dzieci kończą zdanie *mam nadzieję, że dzisiaj.... Jak można kreatywnie spędzić czas?*
- **Wyspa** – metoda doskonaląca kontakty interpersonalne. Pozwala na pokonywanie barier emocjonalnych. Pobudza aktywność twórczą poprzez ekspresję plastyczną oraz generowanie pomysłów.
- **Burza mózgów** – Można ją stosować jako rozgrzewkę twórczą przed określonym zadaniem oraz jako metodę rozwiązywania problemów. Pozwala uzyskać w krótkim czasie dużą liczbę zróżnicowanych rozwiązań danego problemu. Przykłady: *Co kojarzy Ci się ze słowem kreatywność, wymień jak najwięcej określeń ze słowem twórczość..*
- **Sześć myślących kapeluszy** – Metoda przydatna w sytuacjach, gdzie uczniowie muszą współpracować ze sobą oraz brać udział w rozwiązywaniu problemów. Autorem metody jest Edward De Bono. Przypisał on 6 kapeluszom w różnych kolorach – 6 różnych sposobów myślenia:
 - biały – zajmuje się wyłącznie faktami oraz liczbami. Nie wydaje żadnych opinii.
 - czarny – krytykuje opinie innych. Widzi braki, zagrożenia oraz niebezpieczeństwa w proponowanym rozwiązaniu.
 - czerwony – kieruje się emocjami, przekazuje swoje odczucia na bieżąco, kieruje się intuicją.
 - niebieski - przewodzi całej dyskusji. Kontroluje przebieg spotkania. Przyznaje głos poszczególnym mówcom podczas podsumowania rozmowy.
 - zielony – osoba myśląca twórczo. Jej zadaniem jest wskazywanie nowych, oryginalnych pomysłów.
 - żółty – widzi sprawy z pozytywnej strony. Wskazuje na zalety oraz korzyści danego rozwiązania.

- **Dziwne powiedzonka** – jest to gra dydaktyczna, która uczy i bawi. Rozwija spostrzegawczość. Zadaniem dzieci jest odczytywanie dziwnych powiedzonek oraz wyszukiwanie ich znaczeń.
- **Drzewo decyzyjne** – jest to graficzny zapis analizy procesu podejmowania decyzji autorstwa Roger'a LaRaus'a i Richarda Remy'ego. Za pomocą tzw. drzewa decyzyjnego przedstawiony jest problem, jego możliwe rozwiązania wraz z pozytywnymi i negatywnymi konsekwencjami decyzji. Metoda służy rozwijaniu umiejętności dokonywania wyboru i podejmowania decyzji wraz z ich skutkami. Wybór rozwiązania problemu odbywa się w grupie.

7. Systemy metod aktywizujących

Jako metody aktywizujące traktujemy wszystkie wiodące systemy metod, które wspomagają lub stymulują rozwój dziecka. Wybór metod aktywizujących zależy od wielu czynników, takich jak liczebność grupy, wcześniejsze doświadczenia dzieci i ich potrzeby. Często metody aktywizujące pozwalają na rozwiązanie problemu grupowego czy sytuacji konfliktowych [Kolasa-Skiba, 2021, s. 60].

Na potrzeby niniejszego artykułu chciałabym opisać dwie kolejne metody, które niewątpliwie są metodami aktywizującymi rozwijającymi twórczość i kreatywność dziecka. Często wykorzystuje się je w edukacji zarówno na zajęciach w przedszkolu, jak i edukacji wczesnoszkolnej. Mają one na celu wspomaganie lub stymulowanie rozwoju dzieci. Należą do nich: Pedagogika Zabawy oraz Metoda Ruchu Rozwijającego Weroniki Sherborne.

Pedagogika Zabawy

Była wynikiem poszukiwania dróg wspierania rozwoju człowieka, polepszenia komunikacji interpersonalnej oraz integracji grupy. W swoich teoretycznych założeniach podkreślała ideę psychologii humanistycznej, w której człowiek to osoba rozwijająca się całe życie i dążąca do samorealizacji. Jego całościowa wizja opiera się na rozumie, emocjach oraz zmysłach. [Kedzior-Niczyporuk, 2003, s. 5]. Pedagogika Zabawy wspiera zamysły pedagogiczne poprzez: wspólne odkrywanie i przeżywanie zabawy, gry i zabawy pobudzające do wspólnego, wartościowego przeżywania, angażowanie w gry wielorakich możliwości wyrażania i kontaktowania się dzieci poprzez: taniec, ruch, śpiew, rozmowy. Poza tym kształtuje ona postawę zarówno dziecko, jak i nauczyciela twórczego, pobudzającego pracę, obecnego w klasie [Winner, 2003, s. 21].

Pedagogika zabawy wybiera z repertuaru zabaw tylko te, które spełniają określone warunki:

- **zapewniają dobrowolność uczestnictwa** – dziecko decyduje, czy chce wziąć udział w zajęciach. Nie jest do niczego zmuszany. Nauczyciel pełni tutaj rolę animatora, który zaprasza, zachęca, inspiruje.
- **uwzględniają dwa poziomy komunikowania**: rzeczowy (logiczne i obiektywne informacje), emocjonalny (treści przyjmowane w zależności od emocji)
- **uznają pozytywne przeżycia jako wartości i unikają rywalizacji** – zabawa preferuje pozytywne doświadczenia, unika rywalizacji przypadkowych zwycięstw i konkurencji.

- **posługiwanie się różnorodnymi środkami wyrazu** – treści i emocje przekazywane są za pomocą różnych zmysłów [Krzyżewska, 2000, s. 24,25].

Metoda Ruchu Rozwijającego Weroniki Sherborne

Podstawowe założenia metody Weroniki Sherborne czerpią z doświadczeń i propozycji Labana, ponieważ kładą nacisk na rozwijanie komunikacji przez ruch, co prowadzi do świadomości własnego ciała i usprawniania ruchowego, świadomości przestrzeni i działania w niej. Aktywności wywodzą się z naturalnych potrzeb dziecka, które są zaspokajane w kontakcie z dorosłymi w trakcie tak zwanego baraszkowania. Udział w ćwiczeniach metodą Weroniki Sherborne ma na celu stworzenie dziecku okazji do poznania własnego ciała, usprawnienia motoryki, pocucia swojej siły, sprawności w związku z tym możliwości ruchowych. Ponieważ dzięki temu zaczyna mieć ono zaufanie do siebie, zyskuje też poczucie bezpieczeństwa. Podczas ćwiczeń ruchowych dziecko może poznać przestrzeń, w której się znajduje. Przestaje być ona dla niego groźna, czuje się w niej bezpieczniej, staje się bardziej aktywne, przejawia większą inicjatywę, staje się twórcze, odważniejsze. <https://czasopisma.upjp2.edu.pl/studiasocialiacracoviensia/article/view/2607> (dostęp: 11.09.2024).

Metoda Ruchu Rozwijającego zdobywa coraz większą popularność i jest wykorzystywana w pracy z dziećmi przedszkolnymi szczególnie w grupie sześciolatków, które przygotowują się do podjęcia nauki w szkole.

Aktywności ruchowe stosowane w metodzie Weroniki Sherborne dają dzieciom u progu startu szkolnego możliwość poznania własnego ciała oraz kontrolowania go. Są także wspaniałą zabawą, której często towarzyszy radość, śmiech i okrzyki. Zajęcia prowadzone metodą Ruchu Rozwijającego wpływają stymulująco na rozwój umysłowy, psychiczny i fizyczny. Dzieci chętnie biorą w nich udział. Rolą nauczyciela jest proponowanie aktywności ruchowych, ale scenariusz współtworzą same dzieci. Otwiera to przed nimi możliwości twórczego rozwoju wyobraźni, inicjatywy, samodzielności oraz pocucia własnej wartości [Szaflik, 2006, s. 217].

8. Zakończenie

Kreatywność stała się w ostatnich latach terminem bardzo popularnym, wymienianym jako jedna z najważniejszych kompetencji XXI w. Szybko zmieniający się współczesny świat stawia wymagania, którym często efektywnie sprostać może tylko osoba myśląca w sposób nietypowy, oryginalny, nowatorski, wykraczający poza schematy. Teresa Parczewska i Iwona Zwierzchowska wyliczają, że kreatywność stanowi klucz do postępu i rozwoju, źródło innowacji, ulepszeń i odkryć w różnych sferach życia społecznego, kulturowego i ekonomicznego, wpływa na sposób działania jednostki nie tylko w sytuacjach problemowych, lecz także w zwyczajnych, codziennych sytuacjach bycia w świecie [Parczewska, Zwierzchowska 2017, s. 34]. Dlatego na każdym kroku słyszymy, jak ważną i potrzebną kompetencją jest kreatywność rozumiana jako zdolność do tworzenia nowych, lepszych rozwiązań napotykanym problemom. Bycie kreatywnym przynosi zarówno jednostce, jak i jej otoczeniu wiele korzyści [Andrzejczak, 2019, s. 34].

Zdaniem wielu naukowców kreatywność nie jest cechą dychotomiczną – występuje w różnym nasileniu u różnych ludzi. Rezultatem procesu twórczego powinno być nie tylko

znalezienie nowego rozwiązania danego problemu. Te nowe rozwiązania powinny również być wartościowe [Szóstek, 2019, s. 24].

Twórczość dziecięca ma miejsce bez uświadomienia sobie postawy twórczej. Jest ona bezinteresowna, spontaniczna, ma charakter zabawy i nie opiera się na znanych regułach działania [Magda-Adamowicz, 2015]. Odgrywa duże znaczenie w kształtowaniu osobowości dzieci i młodzieży, gdyż stymuluje procesy poznawcze i emocjonalne, jest narzędziem terapeutycznym oraz pozwala wyrazić własne myśli i uczucia. Jest ona definiowana w dwojaki sposób. Twórczość dziecka w znaczeniu węższym dotyczy wytworów plastycznych. W znaczeniu szerszym związana jest z wielostronną działalnością dziecka, w wyniku której powstają nowe i oryginalne produkty w dziedzinie poznania, sztuki i techniki (zaprojektowanie oryginalnego konkursu, napisanie wierszyka, opowiadania lub skomponowanie piosenki). W przypadku, gdy dziecko rozwiązuje problem, który jest już rozstrzygnięty lub konstruuje przedmioty wynalezione wcześniej mówimy o twórczości wtórnej (subiektywnej) [Okoń, 2004].

Bibliografia:

1. Andrzejczak A. (2019) Czy wszyscy muszą być kreatywni? W: J. Faziagić (red.) *Kreatywność w systemie edukacji*, Warszawa: Wydawnictwo FRSE, s. 34.
2. Danielewicz A. (2020) Metody aktywizujące w wychowaniu przedszkolnym. Zeszyty Naukowe WSG, t. 36 seria: *Edukacja-Rodzina-Społeczeństwo* nr 5, s. 73,74.
3. Dobrołowicz W. (1995) *Psychodydaktyka kreatywności*, Warszawa: WSPS, s. 66.
4. Faziagić J. (red.) (2019) *Kreatywność w systemie edukacji*, Warszawa: Wydawnictwo FRSE, s. 13.
5. Gloton R., Clero C. (1976) *Twórcza aktywność dziecka* przeł. I. Wojnar, wyd. 3, Warszawa: WSiP.
6. Hurlock E. B. (1985) *Rozwój dziecka*, przeł. B. Hornowski, S. Kowalski, B. Rosemann, Warszawa: PWN.
7. Klim-Klimaszewska A. (2007), *Wspomaganie procesu adaptacji dziecka do środowiska przedszkolnego*, Siedlce.
8. Krzyżewska K. (1998) *Aktywujące metody i techniki w edukacji wczesnoszkolnej* cz.I, Suwałki, Wydawnictwo AU Omega.
9. Krzyżewska K. (2000) *Aktywujące metody i techniki w edukacji* cz.II, Suwałki, Wydawnictwo: AU Omega, s. 24, 25.
10. Kędzior-Niczyporuk E. (red.) (2003) *Wprowadzenie do pedagogiki zabawy*, Lublin, Wydawnictwo: Klanza, s. 5.
11. Kolasa-Skiba A. (2021) Metody pracy kreatywnej w nauczaniu zdalnym. *Edukacja-Terapia- Opieka* nr 3 s. 60.
12. Kujawiński J. (1990) Rozwijanie aktywności twórczej uczniów klas początkowych W J. Kujawiński (red.) *Rozwijanie aktywności twórczej uczniów klas początkowych. Zarys metodyki*. Warszawa, Wydawnictwo: WSiP.
13. Landau E. (2003) *Twoje dziecko jest zdolne. Wychowanie przykładem*, przeł. T. Szafrński, Warszawa: Wydawnictwo Pax, s. 34.
14. Magda-Adamowicz M. (2015) *Twórczość pedagogiczna nauczycieli w kontekście systemowym. Źródła, koncepcje, identyfikacje*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek

15. Okoń W. (2004), *Nowy słownik pedagogiczny*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa .
16. Parczewska, T., Zwierzchowska, I. (2017), Swoistość postrzegania kreatywności W: J. Bałachowicz, I. Adamek (red.), *Kreatywność jako wymiar profesjonalizacji przyszłych nauczycieli wczesnej edukacji*, Warszawa: Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, s. 34.
17. Strzelczyk U. (2012) Rozwijanie dziecięcej aktywności i kreatywności przez działanie. *Nauczyciel i Szkoła* nr 2(52) s. 97.
18. Szaflik B. (2006) Metoda ruchu rozwijającego Weroniki Sherborne. *Nauczyciel i Szkoła* nr 3-4 (32-33), s. 217.
19. Szmidt K. J. (Red.) (2013) *Pedagogika twórczości*, Sopot: Wydawnictwo GWP, s. 291.
20. Szóstek (2019) Wszyscy jesteśmy kreatywni:wymogi wstępne i elementy procesu twórczego W: J. Faziagić (red.) *Kreatywność w systemie edukacji*, Warszawa: Wydawnictwo FRSE, s 24.
21. Szymczak M. (red.) (1998) *Słownik Języka Polskiego PWN*, Warszawa: PWN, s. 518.
22. Winner A. (2003) Gry w szkole W E. Kędzior-Niczyporuk (red.) *Wprowadzenie do pedagogiki zabawy*, Lublin: Wydawnictwo Klanza, s. 21.
23. Wiśniewska E. (2021) *Efektywność treningu kreatywności dzieci i młodzieży*, Warszawa: Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, s.86.
24. Zbróg Z. (2019) Rozwijanie dziecięcej kreatywności w procesie uczenia się rozwiązywania problemów. *Prima educatione* nr 3, s. 98,99.

Wykaz stron internetowych:

25. <https://czasopisma.upjp2.edu.pl/studiasocialiacracoviensia/article/view/2607>(Zaufanie-bezpieczeństwo-rozwoj. Metoda Ruchu Rozwijającego Weroniki Sherborne dla wszystkich) , (dostęp: 11.09.2024).
26. <https://czasopisma.uni.lodz.pl/wychow/article/view/4492> (Teoretyczno-badawcze nurty w polskiej kreatologii) (dostęp: 13.09.2024).

21. ZAGROŻENIA VIRAL MARKETINGU: JAK NIEPRZEWIDYWALNOŚĆ KAMPAanii VIRALOWEJ WPŁYWA NEGATYWNIE NA PRZEDSIĘBIORSTWA W BRANŻY GIER WIDEO?

Jacek Grzegorzewski, Cezary Wojciechowski

Uniwersytet Łódzki

Wydział Zarządzania

Studenckie Koło Naukowe BIZAKTYWNE

ul. Jana Matejki 22/26, 90 - 237 Łódź, Polska

Email: jacek.grzegorzewski@edu.uni.lodz.pl

1. Wstęp

Reklama viralowa, z uwagi na swój potencjał do szybkiego i szerokiego rozprzestrzeniania się w sieci, staje się coraz bardziej popularnym narzędziem w strategiach marketingowych wielu przedsiębiorstw. Jednakże, dynamiczny wzrost zasięgu takich kampanii niesie ze sobą nieoczekiwane wyzwania, szczególnie dla firm, które nie są odpowiednio przygotowane na gwałtowny napływ nowych klientów. W sytuacji, gdy liczba potencjalnych konsumentów gwałtownie rośnie, rosną również oczekiwania wobec oferowanego produktu oraz zdolności firmy do spełnienia tych oczekiwań. Brak odpowiedniego przygotowania może prowadzić do kryzysu wizerunkowego, a w skrajnych przypadkach do upadłości firmy.

Branża gier wideo, ze względu na swoją specyfikę i dużą dynamikę, jest szczególnie narażona na tego typu ryzyka. W artykule zostanie przeanalizowany przypadek firmy FNTASTIC i jej gry *The Day Before*, która, pomimo początkowego entuzjazmu wywołanego przez viralową kampanię reklamową, doprowadziła do upadku przedsiębiorstwa kilka dni po premierze. Olbrzymie oczekiwania graczy, napędzane przez samo rozprzestrzeniające się reklamy, przerosły możliwości firmy, co stało się przyczyną jej późniejszej porażki. Artykuł będzie stanowił próbę zrozumienia mechanizmów rządzących reklamą viralową w kontekście rynku gier wideo oraz konsekwencji, jakie może przynieść dla nieprzygotowanych przedsiębiorstw na tego typu przedsięwzięcie.

Słowa kluczowe: Viral, reklama, konsumenci, konsekwencje.

2. Viral Marketing

Marketing viralowy (z ang. viral marketing) - to niezwykle skuteczna strategia marketingowa - *“ma na celu rozpowszechnianie informacji o produkcie lub usłudze od osoby do osoby drogą ustną lub poprzez Internet lub pocztę elektroniczną. Celem marketingu viralowego jest inspirowanie jednostek do udostępniania wiadomości marketingowej swoim przyjaciołom, rodzinie i innym osobom, aby spowodować wykładniczy wzrost liczby odbiorców tej reklamy”* [Kagan, <https://www.investopedia.com/terms/v/viral-marketing.asp>]. Reklama viralowa często pojawia się w serwisach internetowych [Puriwat i Tripopsakul], takich jak TikTok oraz w aplikacjach należących do grupy Meta, w tym Facebook i Instagram. Strategie te, uważane

za jedne z najefektywniejszych metod przyciągania uwagi konsumentów, opierają się na szybkim i szerokim rozprzestrzenianiu się treści, które zyskują popularność dzięki aktywności użytkowników [https://www.cstore.pl/blog/czym-jest-marketing-wirusowy/]. Przykładem takiej strategii jest promocja gry *The Day Before* przez firmę FNTASTIC. Firma wykorzystwała viralową kampanię marketingową, aby dotrzeć do szerokiego grona graczy, co zaowocowało ogromnym zainteresowaniem produktem i gwałtownym wzrostem oczekiwań wobec gry.

Jednak, jak zostanie omówione w dalszej części artykułu, tak szybki i niekontrolowany zasięg reklamy viralowej niesie ze sobą poważne ryzyka dla przedsiębiorstw, które źle oszacują działanie tej strategii promocyjnej. W przypadku FNTASTIC, brak kontroli nad rozprzestrzenianiem się reklamy oraz presja wynikająca z nadmiernych oczekiwań konsumentów doprowadziły do sytuacji, której firma nie była w stanie sprostać. Konsekwencje te były na tyle poważne, że FNTASTIC ogłosiła upadłość zaledwie cztery dni po premierze gry, co ilustruje potencjalne zagrożenia związane z nieprzemyślanym wykorzystaniem strategii viralowej, które w konsekwencji szkodzą całemu przedsiębiorstwu. Warto jednak najpierw przyjrzeć się dlaczego reklamy viralowe docierają do takiej masy odbiorców, w porównaniu z tradycyjnymi kampaniami promocyjnymi i z czym ma to związek.

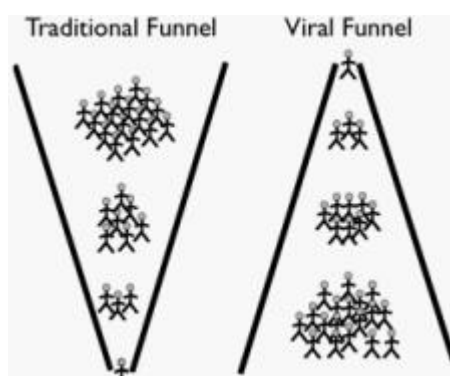
3. Różnice w działaniu reklam viralowych i tradycyjnych

Różnice pomiędzy tradycyjnymi reklamami a viralowymi wynikają przede wszystkim z odmiennych mechanizmów funkcjonowania, sposobu dotarcia do odbiorców oraz różnicy kosztów, które trzeba ponieść w obu formach promocji. Tradycyjne formy promocji charakteryzują się wyższymi wydatkami, które powstają w wyniku zakupu potrzebnej przestrzeni reklamowej, zatrudnienia wykwalifikowanych aktorów i wykorzystania zaawansowanego wyposażenia do realizacji takiej kampanii reklamowej. W przypadku reklam viralowych koszty te są znacznie mniejsze [Mpele Lekhanya], gdyż ich siła opiera się na organicznym rozprzestrzenianiu treści przez samych odbiorców, to z kolei pozwala na pominięcie kosztów związanych z pośrednikami i tym samym na obniżenie wydatków. Zasadniczą różnicą między tymi dwoma formami reklam jest przewidywalność i kontrola nad ich zasięgiem. Tradycyjne reklamy są starannie zaplanowane i tym samym przewidywalne, a ich zasięg oraz grupę docelową można z góry określić. Jest to istotne ze względu na celowość takich działań, które mają na celu dotarcie do ściśle określonych odbiorców. Jednakże, tradycyjne reklamy pomimo dużych zalet związanych z kontrolą nad nimi, nie cieszą się dużym zasięgiem, co spowodowane jest z pewnością dozą niechęci ze strony konsumentów, którzy zwykle traktują je jako spam, co zdecydowanie ogranicza ich zasięg. Natomiast reklamy viralowe są z założenia reklamami o olbrzymim zasięgu, które trafiają do rzeszy potencjalnych konsumentów, lecz charakteryzują się niemal zerową kontrolą nad nimi. Firma ma jedynie kontrolę nad jej początkowym formatem i treścią reklamy, ale jej dalszy los zależy od reakcji i decyzji społeczeństwa, do którego reklama pierwotnie trafiła. Stąd właśnie można zauważyć fakt różnicy docierania do konsumentów, co jest największą różnicą viralowych kampanii marketingowych. Rozbieżność reklam viralowych od tych tradycyjnych, cechuje się znacznie większym, choć trudnym do przewidzenia, zasięgiem, gdyż to odbiorcy sami decydują o dalszym rozprzestrzenianiu treści w sieci. W tym przypadku zaufanie, jakie osoby obdarzają siebie nawzajem, odgrywa kluczową rolę w mechanizmie dystrybucji tej formy promocji, co sprawia, że reklamy viralowe mogą osiągać znacznie większe wyniki zasięgu niż tradycyjne

kampanie reklamowe. Wynika to z faktu, że treści przekazywane przez osoby bliskie lub znajome są odbierane jako bardziej wiarygodne niż te pochodzące bezpośrednio od firm. Nośność reklam wiralowych jest zatem ich największą wadą jak i zarazem atutem, ponieważ opiera się na relacjach międzyludzkich czyni je skutecznymi, lecz znacznie mniej kontrolowanymi przez przedsiębiorstwo, co w następstwie może prowadzić do np. niepożądanych edycji reklam przez osoby trzecie, a w wyniku tego utratę dobrego wizerunku przedsiębiorstwa.

4. Viral Marketing w branży gier wideo

Rynek gier wideo charakteryzuje się wyjątkową dynamiką, sprzyjającą rozwojowi technologii komercyjnych [Krok]. Branża ta jest areną nieustannej rewolucji, której towarzyszy każda premiera nowego produktu. Wraz z wprowadzaniem nowych gier, przed producentami stawiane są wyzwania związane z coraz bardziej zaawansowanymi specyfikacjami komputerowymi. Nowa technologia otwiera przed przedsiębiorstwami kolejne możliwości, które chętnie implementowane są w produktach, stanowiąc jednocześnie atrakcyjny element kampanii reklamowych.



Rysunek 1. Różnice pomiędzy reklamą tradycyjną a wirusową

Źródło: M. Brzezińska-Waleszczyk, Viral marketing i specyfika reklamy wirusowej jako formy komunikacji w social media, https://kmt.uksw.edu.pl/media/pdf/kmt_2016_27_brzezinska_waleszczyk.pdf [data dostępu 06.09.2024].

Społeczność graczy można porównać do zintegrowanej grupy, w której premiery wyjątkowo rewolucyjnych gier wywołują szeroki oddźwięk. Wykorzystanie krótkich filmików oraz przykuwających uwagę obrazów w kampaniach reklamowych, koncentrujących się na zaawansowanych aspektach technologicznych produktów, często skutkuje powstawaniem wiralowych treści [Malinen]. Te, zgodnie z zasadą marketingu wiralowego, są masowo udostępniane przez odbiorców, co przyczynia się do ich dalszego rozprzestrzeniania.

W branży gier wideo, gdzie rewolucyjne zmiany technologiczne często wyznaczają granicę między starą a nową generacją technologii komputerowych, reklamy mają wyjątkową skłonność do przekształcania się w treści wiralowe. Przykładem takiego zjawiska jest kampania promocyjna FNTASTIC, która dzięki ukazaniu rewolucyjnych aspektów swojej gry *The Day Before*, dotarła do szerokiego grona konsumentów za pomocą swojej zaraźliwości. Reklamy te prezentowały innowacyjne technologie, takie jak zaawansowane mechaniki działania gruntu

w grze oraz nową fizykę pojazdów, co wzbudziło ogromne zainteresowanie wśród społeczności graczy. W wyniku tego, treści promocyjne były masowo udostępniane przez odbiorców, co doprowadziło do lawinowego wzrostu liczby potencjalnych konsumentów i postawiło przed firmą FNTASTIC nowe wyzwania związane ze zwiększonymi oczekiwaniami wobec produktu.

5. Przedsiębiorstwo FNTASTIC

Kluczowym elementem niniejszego rozdziału jest przedstawienie pełnego obrazu firmy, na podstawie której oparty został artykuł. FNTASTIC to przedsiębiorstwo, które rozpoczęło swoją działalność w 2015 roku. Miało to miejsce w Rosji, w najzimniejszym miejscu zamieszkałym przez ludzi na świecie - Jakucku. Warto w tym miejscu przytoczyć fakt, iż studio, w którym odbywała się na co dzień produkcja gier było zlokalizowane w podstrefie Balestier w Singapurze. Założycielami byli rosyjscy bracia Eduard i Aisen Gotovtsev. Przedsiębiorstwo na rynku gier komputerowych nigdy nie było jednak szeroko rozpoznawalną marką. Do dnia zapowiedzi *The Day Before*, zostały wyprodukowane tylko 4 gry, które nie cieszyły się wielkim uznaniem. Ta, która przyniosła producentom największą popularność to *"The Wild Eight"* [Ronie]. Po 9 miesiącach od dnia premiery prawa do gry zostały sprzedane firmie 'Hypetrain', która zmieniła nazwę produkcji poprzedniego wydawcy na 'Eight Points'. Pozostałe gry przedsiębiorstwa FNTASTIC to: *"Dead Dozen"*, *"Radiant One"* oraz *"Propnight"*. Wymienione tytuły były klasyfikowane jako produkty klasy niższej niż zapowiadany "hit". Uplasowały się one w kategoriach gier "indie", które charakteryzuje stosunkowo niewielki budżet przeznaczony na produkcję, krótszy czas trwania fabuły, ale również zwykle wyjątkowa i niecodzienna tematyka gry [<https://www.helpshift.com/blog/what-is-an-indie-game-and-why-is-it-so-popular>]. Odstępstwem od reguły miało być *The Day Before*, zapowiadane jako survival MMO, w którym gracz musi przetrwać w świecie dotkniętym przez apokalipsę zombie.

6. Reklama viralowa - przykład The Day Before

Kampania reklamowa stanowi kluczowy element strategii wprowadzania produktu na rynek [Thundergun], co znajduje szczególne odzwierciedlenie w branży gier wideo. Przed premierą gry *The Day Before* przedsiębiorstwo FNTASTIC zastosowało zróżnicowane techniki marketingowe, w tym umieszczenie pierwszych banerów reklamowych na platformie Steam, a 29 stycznia 2021 roku na platformie YouTube producenci opublikowali pierwszy oficjalny materiał wideo zapowiadający *The Day Before*. Taka forma prezentacji treści gry stanowi bardzo ważny element strategii marketingowej firm skupiających się na produkcji gier. Materiały promocyjne, zwane trailerami na rynku treści cyfrowych, są tworzone są z myślą o ukazaniu kluczowych cech produktu w celu wzbudzenia zainteresowania wśród potencjalnych konsumentów [Švelch]. Prognozy wskazują, że wartość rynku gier wideo osiągnie 522 miliardy dolarów do roku 2027, co podkreśla ogromny potencjał finansowy tej branży [<https://www.ediie.com/blog/game-trailers-unveiling-secrets-behind-successful-marketing/>].

Twórcy są w pełni świadomi jak ogromne korzyści finansowe niesie ze sobą wydanie gry komputerowej, ale również jak wiele potrzeba, aby to osiągnąć. Z tego powodu każda klatka materiału wideo, zapowiadającego produkt firmy FNTASTIC, została dopracowana pod kątem ścieżki dźwiękowej, która nasyciała rozgrywkę dodatkowymi doznaniem, szatą graficzną

prezentującą wykorzystane wysokiej jakości tekstury i odpowiednio dobraną kolorystykę otoczenia i wszelkich obiektów, aż po szczegóły techniczne i mechaniki gry. Głównym celem tworzenia zapowiedzi w formie wideo jest nie tylko ukazanie najważniejszych elementów znajdujących się w grze, lecz również wyróżnienie produktu spośród konkurencji rynkowej i stworzenie wrażenia na konsumencie, że dana gra jest w stanie zaoferować rozrywkę na wyższym poziomie niż potrafi zrobić to konkurencja. W przypadku *The Day Before* rewolucyjnymi cechami, które prezentował trailer, miały być między innymi - olbrzymi i zmienny świat gry, responsywny na podejmowane przez gracza działania, czy kompletnie rewolucyjna fizyka gleb, która miała zupełnie odmienić techniki tworzenia struktur poziomów w branży. Dzięki tym wszystkim elementom odbiorca miałby poczuć się częścią świata gry i doświadczyć rewolucyjnych doznań związanych z rozgrywką. Fakt tak zaawansowanego materiału promocyjnego, spowodował, że reklama stała się wiralem w serwisach internetowych i zagwarantowała, olbrzymi przypływ nowych potencjalnych konsumentów, zupełnie nieadekwatny do skali przedsiębiorstwa i ich przeszłych produktów.

Należy jednak zauważyć, że tak "wyjątkowy" trailer może wywołać zarówno pozytywne, jak i negatywne reakcje konsumentów. I choć nadzwyczaj popularny trailer przypominał wielu graczom kultowe produkcje AAA (z ang. tripyl ej), jak *The Last of Us* stworzone przez firmę Naughty Dog czy też *The Division 2* produkcji Ubisoftu [Gruszczyk], które cieszyły się ogromną popularnością i zaufaniem wśród konsumentów, spowodował ogrom głosów okazujących zachwyt nad nadchodzącą produkcją, ale równie dużą ilość głosów sceptycznych od społeczności [Alva], do której dotarło wideo promocyjne produkcji. Zwracano uwagę na rozbieżność między zaprezentowaną skalą projektu, a dotychczasowym dorobkiem studia FNTASTIC, które do tej pory miało w swoim portfolio jedynie kilka niskobudżetowych tytułów. Tak intensywna promocja, szczególnie w formie viralowej, może prowadzić do wygórowanych oczekiwań ze strony konsumentów, które później nie zawsze mogą zostać spełnione, co rodzi ryzyko utraty zaufania do marki. W przypadku *The Day Before*, mimo rosnącego sceptycyzmu, popularność gry nadal rosła, napędzana przez artykuły i materiały wideo analizujące rzeczywisty stan produkcji, ponad to, nawet sami potencjalni konsumenci publikowali na swoich profilach społecznościowych tworzone przez nich materiały, które z perspektywy przedsiębiorstwa stanowiły darmowe, dodatkowe materiały promocyjne, przez które zasięg promocji autonomicznie się wydłużał. Gra przez tak olbrzymią promocję stała się jedną z najczęściej dodawanych do list życzeń na platformie Steam w latach 2022 i 2023, co stanowiło nadzwyczaj olbrzymi sukces marketingowy.

6.1. Zbyt wielu odbiorców – ryzyko braku kontroli

Data premiery *The Day Before* została pierwotnie zaplanowana na czerwiec 2022 roku. Społeczność zainteresowanych produktem graczy, która ze względu na wysokiej jakości trailer i szeroki zasięg reklamy była ogromna, oczekiwała tego dnia z niecierpliwością. Jak się jednak okazało, było to w praktyce nieosiągalne ze względu na prawne i techniczne czynniki produkcyjne. Twórcy gry, wydając trailer prezentujący grę wyglądającą jak produkt AAA podnieśli poprzeczkę bardzo wysoko. Społeczność graczy zaczęła posiadać wobec gry duże wymagania, jak się jednak później okazało, niemożliwe do spełnienia przez przedsiębiorstwo FNTASTIC. Kolejne materiały promocyjne zamiast zwiększać satysfakcję graczy z *The Day Before* powodowały jednak coraz bardziej sceptyczne nastawienie do gry. Przedstawiały one

bowiem bardziej faktyczny stan gry aniżeli ten, który został ukazany w pierwszym oficjalnym trailerze, lecz w dalszym ciągu wielu graczy uważało materiały wideo za wyreżyserowane i nieprzedstawiające rzeczywistego produktu. Pierwotna data premiery została przełożona na 1 marca 2023 roku, lecz gra została oficjalnie wydana dopiero ponad 9 miesięcy później - 7 grudnia. Każde opóźnienie powodowało wzrost frustracji graczy, a coraz większa część z nich podejrzewała, że gra swoim stanem znacznie odbiega od tego, co zostało przedstawione w pierwotnej zapowiedzi. Do wielokrotnego przekładania daty premiery mógł przyczynić się fakt, iż twórcy nie zdali sobie sprawy z tego jak dużo pracy, wysiłku oraz funduszy potrzeba na dostarczenie graczom produktu w stanie, w jakim został zaprezentowany w trailerze. Liczono na to, że między czerwcem 2022 r. a grudniem 2023 r. możliwe będzie doprowadzenie gry do poziomu spełniającego potrzeby i wymagania odbiorców. W przypadku firmy FNTASTIC silnie zastosowany viral marketing nie poskutkował pozytywnymi rezultatami - zamiast tego doprowadził on do wyraźnej dysproporcji pomiędzy oczekiwaniami rynku a możliwościami przedsiębiorstwa pracującego nad *The Day Before*.

6.2. Wady rosnących oczekiwań i działania twórców, by im sprostać

Przedsiębiorstwa starające się dorównać wymaganiom odbiorców podejmują decyzje, które niejednokrotnie przynoszą negatywne konsekwencje, a ekscytacja odbiorców kończy się wyraźnym rozczarowaniem. Ma to miejsce w szczególności w przypadku firm, które przeceniają swoje możliwości. Naturalnym stanem rzeczy jest sytuacja, w której to przedsiębiorstwo chce zaprezentować swój produkt w jak najkorzystniejszym świetle, ukazując jego wyjątkowe cechy. W tym miejscu wielu producentów wykorzystuje viral marketing, który swoim zasięgiem jest w stanie trafić do ogromnej rzeszy odbiorców. Pozwala na polepszenie wizerunku firmy i zwiększenie jej popularności. Problem pojawia się natomiast, gdy faktyczny stan produktu wyraźnie odbiega od tego, co zostało zaprezentowane potencjalnym odbiorcom. Dochodzi do konfrontacji pomiędzy wysokimi wymaganiami a tym, co ma miejsce w rzeczywistości. Klienci zostają rozczarowani, a przedsiębiorstwo ponosi poważne konsekwencje swoich działań. Z powodu coraz mniejszego zainteresowania produktem z racji na jego faktyczny stan przedsiębiorstwo nie otrzymuje z jego sprzedaży zysków umożliwiających dalszy rozwój. Co również warto podkreślić, na wizerunku firmy pojawia się skaza, której niełatwo się pozbyć. Wielu konsumentów traci zaufanie do marki [<https://fastercapital.com/topics/the-impact-of-misleading-advertising-on-businesses.html>]. Miejsce mają również sytuacje, kiedy przedsiębiorstwo kompletnie nie radzi sobie ze skutkami niespełnionych oczekiwań odbiorców i jest zmuszone zakończyć swoją dotychczasową działalność. W przypadku *The Day Before* twórcy skorzystali z viral marketingu, który początkowo, po stworzeniu filmowego traileru nadchodzącej gry przyniósł firmie FNTASTIC wyraźne korzyści. Gra zrobiła ogromne wrażenie na graczach, którzy spodziewali się przełomowej produkcji. Przedsiębiorstwo zaczęło jednak napotykać coraz większe problemy związane z wydaniem gry na zadowalającym graczy poziomie, wynikające z tego, że faktyczny stan gry znacznie odbiegał od tego, który prezentowany był na materiałach wideo. Świat dzienny ujrzały również informacje o tym, jakoby FNTASTIC produkowało grę nie płacąc wielu pracownikom za pracę, zatrudniając przy tym wolontariuszy [Capel]. Miało to na celu zwiększenie efektywności produkcji - uzyskanie jak najlepszych efekty przy możliwie najmniejszych nakładach. Sytuacja twórców *The Day Before* to obraz nieprzewidywalności,

jaką niesie ze sobą viral marketing. Użyty w nieodpowiedni sposób staje się wiralem, którego konsekwencje ciężko pokonać.

6.3. Efekt presji i konsekwencje po premierze

Dnia 7 grudnia 2023 roku miała miejsce premiera długo wyczekiwanego produktu FNTASTIC - *The Day Before*, czyli gry, którą branża gier wideo uznawała za jedną z najbardziej obiecujących produkcji roku. Gra ta, otoczona ogromnym zainteresowaniem przez niebotycznie daleko sięgające reklamy viralowe, zapowiadające ten produkt jako rewolucyjny, przyciągnęła największą liczbę oczekujących odbiorców w całym 2023 roku. Po premierze jednak okazało się, że finalny produkt zupełnie nie spełniał pokładanych w nim nadziei i był daleki od oczekiwań wszystkich konsumentów i krytyków. Gra, zamiast oferować przełomowe doświadczenia, okazała się produktem niedokończonym, pozbawionym kluczowych elementów, które pierwotnie miały wprowadzić kolejną rewolucję do branży gier wideo. Zawarte w viralowych kampaniach reklamowych obietnice nie zostały spełnione, a wiele mechanik gry funkcjonowało w sposób niezgodny z zapowiedziami. Nowe techniki reaktywności świata rozgrywki, które miały stanowić główny atut gry i których prezentacja wywołała gwałtowny wzrost zainteresowania grą, okazała się wadliwa. Szczególnie zawiodła zaawansowana technologia, która miała zrewolucjonizować tworzenie fizyki terenu, która w materiałach promocyjnych miała odzwierciedlać realistyczne oddziaływanie na otoczenie np. poruszanie się pojazdu po błocie. W praktyce jednak, podczas rozgrywki, mechanika ta nie działała prawidłowo – w niektórych przypadkach postacie graczy czy pojazdy dosłownie zapadały się pod ziemię, natomiast inne obszary gruntu, zamiast realistycznie reagować na działania gracza, pozostawały zupełnie niereaktywne, nie wykazując żadnych specjalnych efektów prezentowanych przez twórców. Zaraz po premierze, platforma Steam została zalana falą negatywnych opinii i recenzji, zarówno ze strony graczy, jak i krytyków. Konsumentów, którzy oczekiwali innowacyjnego i dopracowanego produktu, zaczęli masowo składać wnioski o zwrot pieniędzy, rozczarowani stanem technicznym oraz ogólną jakością gry, która wprawdzie była niegrywalna. Skala niezadowolenia była na tyle duża, że doprowadziła do poważnych konsekwencji finansowych dla studia FNTASTIC, ponieważ w ciągu zaledwie kilku dni od premiery, bo dokładnie 11 grudnia 2023 roku, studio ogłosiło bankructwo [Parker], nie będąc w stanie sprostać zobowiązaniom finansowym oraz kontynuować działalności z powodu gwałtownego spadku przychodów i braku środków na dalsze funkcjonowanie.

7. Podsumowanie

Analiza przypadku gry *The Day Before* pozwala zobrazować zagrożenia, jakie może nieść ze sobą viral marketing. Nieprzemyślane i nadmierne wykorzystanie tego typu strategii marketingowej, zamiast umożliwić przedsiębiorstwu osiągnięcie konkretnie określonych celów i zaistnienie na rynku może stać się czynnikiem, który w najpoważniejszych przypadkach odgrywa kluczową rolę w zakończeniu dotychczasowej działalności firmy. Studio FNTASTIC jest dosadnym przykładem na to jak działania związane z viral marketingiem mogą wzbudzić zainteresowanie odbiorców, które przewyższa rzeczywiste możliwości producenta. Taka sytuacja przysparza wiele problemów, zwykle bardzo ciężkich lub niemal, że niemożliwych do rozwiązania. Z obiektywnego punktu widzenia sytuacja studia FNTASTIC może stanowić swego rodzaju przestrożę dla innych przedsiębiorstw, aby wiedziały jak nie powinno się

postępować. Do viral marketingu należy podejść ostrożnie, co wymaga skrupulatnego planowania oraz przeprowadzania badań rynkowych. To właśnie te dwa elementy mogą okazać się pomocnymi narzędziami pozwalającymi na uniknięcie sytuacji, która spotkała producentów *The Day Before*.

Bibliografia:

1. Alva B., *Fans Have Serious Skepticism About The Day Before Being Real* Read More, <https://www.svg.com/1179320/fans-have-serious-skepticism-about-the-day-before-being-real/>, (data dostępu 20.04.2024).
2. Brzezińska-Waleszczyk M, *Viral marketing i specyfika reklamy wirusowej jako formy komunikacji w social media*, https://kmt.uksw.edu.pl/media/pdf/kmt_2016_27_brzezińska_waleszczyk.pdf (data dostępu 06.09.2024).
3. Capel C. J., *Survival game The Day Before is made by unpaid "volunteers"*, <https://www.pcgamesn.com/the-day-before/volunteers>, (data dostępu 05.09.2024).
4. *Game Trailers: Unveiling the Secrets Behind Successful Marketing*, <https://www.ediie.com/blog/game-trailers-unveiling-secrets-behind-successful-marketing/>, (data dostępu 15.04.2024).
5. Gruszczyk W., *The Day Before wygląda niczym The Last of Us połączony z The Division 2? Gameplay prezentuje się wspaniale*, <https://www.ppe.pl/news/156260/The-Day-Before-wygląda-niczym-The-Last-of-Us-polaczony-z-The-Division-2-Gameplay-prezentuje-sie-wspaniale.com>, (data dostępu 20.04.2024).
6. Kagan J., *Viral Marketing: What It Is, How It Works, Examples, Pros & Cons*, <https://www.investopedia.com/terms/v/viral-marketing.asp>, (data dostępu 19.08.2024).
7. Krok E., *The video game market and its participants*, https://www.researchgate.net/publication/313687892_The_video_game_market_and_its_participants, (data dostępu 5.09.2024).
8. Malinen D., *Viral Marketing As a Means of Promoting Video Games*, https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/159056/Malinen_Daniil.pdf?sequence=1&isAllowed=y, (data dostępu 05.09.2024).
9. *Marketing wirusowy – czym jest i co jest viral marketing?*, <https://www.cstore.pl/blog/czym-jest-marketing-wirusowy/>, (data dostępu 18.08.2024).
10. Mpele Lekhanya L., *The Impact Of Viral Marketing On Corporate Brand Reputation*, https://www.researchgate.net/publication/297747214_The_Impact_Of_Viral_Marketing_On_Corporate_Brand_Reputation, (data dostępu 05.09.2024).
11. Parker N., *Game Developer Fntastic Closes 4 Days After Releasing Their Biggest Game*, <https://www.pajiba.com/news/game-developer-fntastic-closes-4-days-after-releasing-their-biggest-game.php>, (data dostępu 05.09.2024).
12. Puriwat W., Tripopsakul S., *The Role of Viral Marketing in Social Media on Brand Recognition and Preference*, <https://ijournalse.org/index.php/ESJ/article/download/631/pdf>, (data dostępu 18.08.2024).
13. Ronie B., *The Day Before disaster: the complete story of Fntastic and The Day Before (So far)*, <https://wolfsgamingblog.com/2023/12/18/the-day-before-disaster-the-complete-story-of-fntastic-and-the-day-before-so-far/>, (data dostępu 20.08.2024).

14. Švelch J., *Towards a typology of video game trailers: Between the ludic and the cinematic*, https://www.researchgate.net/publication/329013691_Towards_a_typology_of_video_game_trailers_Between_the_ludic_and_the_cinematic, (data dostępu 01.09.2024).
15. The Impact Of Misleading Advertising On Businesses, <https://fastercapital.com/topics/the-impact-of-misleading-advertising-on-businesses.html>, (data dostępu 31.08.2024)
16. Thundergun A., *The Importance of Marketing Campaigns: Understanding Their Purpose and Role in Business Success*, <https://medium.com/@mothermarketer/the-importance-of-marketing-campaigns-understanding-their-purpose-and-role-in-business-success-e51ea0cb7eb0>, (data dostępu 28.08.2024).
17. What is an Indie Game and Why is It So Popular, <https://www.helpshift.com/blog/what-is-an-indie-game-and-why-is-it-so-popular/>, (data dostępu 22.08.2024).

22. ZAMÓWIENIA PUBLICZNE W KULTURZE – WYZWANIA SPECJALISTÓW DS. ZAKUPÓW PUBLICZNYCH W INSTYTUCJACH KULTURY

mgr Magdalena Kopyś

Uniwersytet MERITO WSB

Dawniej Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu

Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Email: magdalenakopys@gmail.com

1. Wstęp

Zamówienia publiczne są jednym z kluczowych form udziału sektora publicznego w gospodarce. W instytucjach kultury, które korzystają z finansowań ze strony państwa, jak i z projektów unijnych są one nieodrębnym składnikiem ich funkcjonowania. Bez zamówień publicznych nie można by było zakupić odpowiedniego sprzętu lub usługi, które by były kluczowe dla funkcjonowania jednostki.

Kluczową postacią w zamówieniach publicznych jest specjalista ds. zamówień publicznych, który dba o prawidłowy przebieg przetargów i koordynuje zamówienia. Jest on obecny praktycznie na każdym etapie planowania zamówienia publicznego, jak i w trakcie jego wykonania.

W niniejszym artykule zostanie omówione zagadnienie zamówienia publicznego, jak i obowiązki kluczowej dla nich postaci – specjalisty ds. zamówień publicznych. Problem został przedstawiony przy zastosowaniu podejścia literaturowo-prawnego, jak i własnych doświadczeniach związanych z pełnioną funkcją w instytucji kultury. Zagadnienia omówione zostaną według literatury przedmiotu, jak i artykułów z portali internetowych oraz stron rządowych.

2. Zamówienia publiczne

Zamówienia publiczne nie są formą dobrowolną. Szczegółowe procedury są opisane w Ustawie z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (PZP). Sam termin zamówienie publiczne jest zdefiniowany, jako odpłatna umowa zawierana między zamawiającym a wykonawcą, czyli podmiotem, który oferuje zamawiającemu roboty budowlane, usługi lub dostawy, przy czym musi być równa lub większa niż 130 tys zł, bądź przekraczać progi unijne przez zamawiających sektorowych. Nie da się interpretować w sposób właściwy norm prawnych, jeśli nie zna się ustawy. To ona ukierunkowuje proces interpretacji.

Art. 1. wymienionej wyżej ustawy reguluje zamówienia oraz konkursy, określając:

- podmioty obowiązane do stosowania przepisów ustawy;
- zakres wyłączeń stosowania przepisów ustawy;
- zasady udzielania zamówień;
- etapy przygotowania i prowadzenia postępowania o udzielenie zamówienia;

- tryby udzielania zamówień oraz szczególne instrumenty i procedury w zakresie zamówień;
- wymagania dotyczące umów w sprawie zamówienia publicznego oraz umów ramowych;
- organy właściwe w sprawach zamówień;
- środki ochrony prawnej;
- pozasądowe rozwiązywanie sporów dotyczących realizacji umów w sprawie zamówienia publicznego;

kontrolę udzielania zamówień oraz kary pieniężne [Ustawa z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, Dz. U. 2019 poz. 2019.].

Składanie zamówień publicznych ma swoje zasady. Przy udzielaniu zamówień najważniejszymi zasadami opisanymi w ustawie, jak i na stronie rządowej zawierającej dedykowane informacje są: uczciwej konkurencji, równości, bezstronności i obiektywizmu, efektywności i jawności oraz przejrzystości. Ponadto wszystko odbywa się w formie pisemnej w języku polskim. Poniżej pokrótce zostaną omówione poszczególne zasady.

Zasada uczciwej konkurencji – zamawiający jest zobowiązany do przeprowadzenia postępowania zgodnie z zasadami opisanymi w PZP, w sposób uczciwy, kierując się dobrymi obyczajami oraz interesem innego przedsiębiorcy bądź klienta, jednocześnie zapewniając dostęp grupom wykonawców i ograniczając wykorzystywanie pozycji monopolistycznej przez inne podmioty. Równość wykonawców powinna być bowiem zapewniona bez względu na każdym etapie przygotowania jak i realizacji postępowania. Kolejną regułą jest zastosowanie równości, która nie pozwala zamawiającemu preferować ani dyskryminować żadnego z podmiotów przystępujących do postępowania o udzielenie zamówienia. Każdy z nich powinien być traktowany na równych prawach przez zamawiającego w toku całego postępowania, a stawiane im wymagania powinny być jasne i znane w chwili przygotowywania ofert. Bezstronność i obiektywizm wyklucza z uczestniczenia w postępowaniu jednostek powiązanych w różny sposób z wykonawcą. Zasada efektywności to wymóg wyboru oferty najkorzystniejszej ekonomicznie. Miałaby ona uwzględniać efektywność kosztową, aspekty jakościowe, środowiskowe lub społeczne związane z przedmiotem zamówienia. Jawność i przejrzystość są ze sobą powiązane. Oznacza to powszechność dostępność do informacji i dokumentów, jednocześnie wymagając by postępowanie zawierało jasne reguły, które mogłyby podlegać weryfikacji [<https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00223>; Olszewska i Rokicki, 2010, s. 15-17]. W ostatnim czasie coraz częściej składane są bowiem wnioski o udostępnienie informacji publicznych, często odnoszących się do zamówień publicznych, co jest wynikiem coraz większego zainteresowania sektorem publicznym. Jak wskazuje p. Justyna Olszewska – największym odbiorcą w tej sferze są studenci prowadzący prace badawcze i podejmujący problematykę związane z zamówieniami publicznymi w świetle PZP [Olszewska i Rokicki, 2010, s. 17]. W obecnej chwili informacje zamieszczane przez zamawiających są powszechnie dostępne w Biuletynie Informacji Publicznej (BIP), co jednocześnie realizuje zasadę jawności i transparentności.

3. Planowanie zamówień publicznych

Jak podaje p. Mateusz Winiarz: *ogólne zasady udzielania zamówień publicznych tworzą grupę generalnych uregulowań dotyczących każdego przypadku udzielenia zamówienia, niezależnie od tego, czy dokonywane jest na podstawie ustawowych przepisów ogólnych, czy też ze względu na przedmiot postępowania lub charakter zamawiającego ustawodawca przewidział specjalne uwarunkowania* [Winiarz, 2014, s. 5]. Oznacza to, że zasady udzielania zamówień publicznych są takie same dla każdego postępowania. Przed ustawą odpowiada zarówno zamawiający, jak i podmiot otrzymujący zamówienie na równi. Wszystkie obowiązki i zakazy dotyczące ich realizacji zostały opisane u PZP. Czyli wszelkie wątpliwości interpretacyjne należy rozstrzygać w taki sposób, aby żadna z zasad nie została naruszona.

Proces zamówienia publicznego rozpoczyna się od etapu planowania. Właściwe planowanie jest zdeterminowane w dużym stopniu od struktury organizacyjnej zamawiającego. Cechuje się to tym, że im bardziej rozbudowana jest struktura organizacji, tym proces planowania jest bardziej złożony. Wiadomym jest że organy stanowiące jednostki samorządu terytorialnego muszą podejmować uchwały budżetowe, czyli na mocy ustawy o finansach publicznych przygotowują harmonogram zamówień publicznych, lub też tworzą wieloletni plan inwestycyjny, mający charakter strategiczny. Taki harmonogram ma za zadanie porządkowanie wydatkowania środków publicznych, jednocześnie dając gwarancje ich przejrzystości. Plan postępowań o udzielenie zamówień zawiera w szczególności informacje dotyczące:

- przedmiotu zamówienia;
- rodzaju zamówienia według podziału na zamówienia na roboty budowlane,
- dostawy lub usługi;
- przewidywanego trybu albo procedury udzielenia zamówienia;
- orientacyjnej wartości zamówienia;
- przewidywanego terminu wszczęcia postępowania o udzielenie zamówienia.

Zamówienia poniżej progu powinny być planowane podobnie jak zamówienia osiągające wartość (lub przewyższające ją) przewidzianą w ustawie. Ich prawidłowość powinna być opracowana w oparciu o kilka ważnych zasad. Przede wszystkim każde zamówienie powinno być analizowane i weryfikowane w oparciu o harmonogram, oraz zasadność wyboru w świetle PZP. Zakazane jest m.in. zaniżanie wartości zamówienia lub dzielenie go na części w celu uniknięcia stosowania przepisów ustawy.

Jednostki instytucji kultury w ramach planowania wydatków i przetargów sporządzają roczny plan finansowy. Dzięki niemu można przewidzieć kwotę planowanego wydatku na cały rok. Jeśli Instytucja kultury, np. opera, czy filharmonia zaplanuje wydatki o tym samym charakterze, i przewiduje przekroczenie ustawowego progu 130 tys. zł., wówczas w planie rocznym powinno się uwzględnić konieczność złożenia zamówienia publicznego. Sumaryczne ujęcie wydatku na dostawy bądź usługi dokonuje się bowiem według formuły rodzaju, uwzględniając sposób ustalania wartości zgodnie z PZP.

Oczywiście istnieją wydatki nieprzewidziane. Wynikają one w trakcie roku, przez co nie mogą podlegać opisanej formule i są traktowane jako jednostkowy wydatek. Urząd Zamówień Publicznych wskazuje bowiem, że jeśli zamawiający nie ma możliwości przewidzenia i zaplanowania z góry zamówień powoduje, że zamawiający nie może

przeprowadzić jednej procedury na nie, gdyż nie zna przedmiotu i zakresu zamówienia na etapie planowania rocznego [Olszewska i Rokicki, 2010, s. 23]. Zatem można wywnioskować, iż ów zamówienia są traktowane jako odrębne, a ich wartość należy ustalać właściwie do ich zakresu.

Proces planowania jest działaniem dynamicznym, odnoszącym się do bieżących działań zamawiającego w obszarze realizacji zadań w trakcie roku budżetowego. Planowanie zamówień publicznych w rocznym planie powinno być wykonane w należytej staranności. Przekłada się to na dobrą organizację i sprawne dokonywanie wydatków w ciągu roku. Podczas planowania należy zwrócić uwagę na wydatki lat ubiegłych. Jeżeli istnieją takie, które powtarzają się okresowo, należy ustalić ich wartość łącznie jeśli stanowią wydatek tego samego rodzaju. W przypadku mniejszych zamówień - prowadzonych w częściach, takich jak np. artykuły biurowe, należy przewidzieć zatem ich łączną kwotę w przeciągu całego roku. Dlatego też w harmonogramie należy unikać nazewnictwa typu „inne wydatki”, czy „pozostałe usługi”.

Reasumując planowanie powinno zapewnić zamawiającemu ciągłość realizowania zadań. Zaś celem ogłoszenia jest poinformowanie wszystkich potencjalnie zainteresowanych podmiotów o planowanym zamówieniu.

4. Przygotowanie postępowania

Podstawą ustalenia wartości zamówienia jest całkowite szacunkowe wynagrodzenie wykonawcy bez podatku od towarów i usług, ustalone z należytą starannością [Ustawa z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, Dz. U. 2019 poz. 2019, art. 28]. Treść ustawy wprost wskazuje jak ważny jest proces szacowania wartości zamówienia. Jak zostało wyżej nadmienione, nie można zaniżać wartości zamówienia, lub dzielić go na części w celu uniknięcia odpowiedzialnością na mocy ustawy PZP. Jeżeli zamawiający planuje udzielić zamówienia usługi w częściach, z których każda stanowi przedmiot odrębnego postępowania, lub dopuszcza możliwość składania ofert częściowych, wartością zamówienia jest łączna wartość poszczególnych części zamówienia [Ustawa z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, Dz. U. 2019 poz. 2019, art. 30]. Według ustawy PZP: zamawiający przygotowuje i przeprowadza postępowanie o udzielenie zamówienia w sposób:

- zapewniający zachowanie uczciwej konkurencji oraz równe traktowanie wykonawców;
- przejrzysty;
- proporcjonalny [Ustawa z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, Dz. U. 2019 poz. 2019, art. 16].

Oprócz szacowania ważnym elementem przygotowania zamówienia publicznego jest opis przedmiotu. Musi być on jak najbardziej dokładny. P. Janusz Rokicki w publikacji o zamówieniach publicznych wskazuje, że opis przedmiotu jest zarówno uprawnieniem, jak i obowiązkiem zamawiającego [Olszewska i Rokicki, 2010, s. 71]. Zatem należy przygotowanie opisu przedmiotu zamówienia, powinno być poprzedzone analizą potrzeb zamawiającego. Ma to też na celu prawidłowe i rzeczywiste obliczenie ceny oferty podmiotom przystępującym do przetargu, natomiast sam zamawiający będzie w stanie prawidłowo i obiektywnie ocenić złożone propozycje. Przyświeca to zasadzie celowości i oszczędności, a także odnosi się do zasad równego traktowania i konkurencyjności. Nie można bowiem opisać przedmiotu zamówienia w taki sposób, aby utrudniał uczciwą konkurencję, np.

poprzez podanie marki produktu, oraz wycofanie sformułowań, które by wskazywały na konkretnego wykonawcę, lub też eliminowały konkretnych innych wykonawców.

Nie zawsze zamówienia są organizowane w formie konkursu. Istnieją również zamówienia z wolnej ręki, której tryb udzielenia zamówienia polega na tym, że zamawiający udziela zamówienia po negocjacjach tylko z jednym wykonawcą. Zamawiający, po wszczęciu postępowania, może przekazać do publikacji Urzędowi Publikacji Unii Europejskiej ogłoszenie o zamiarze zawarcia umowy, z uwzględnieniem art. 216 ust. 1.

5. Zamówienia publiczne w instytucjach kultury

Słownik PWN przyjmuje następujące wyjaśnienia terminu kultura:

- materialna i umysłowa działalność społeczeństw oraz jej wytwory;
- społeczeństwo rozpatrywane ze względu na jego dorobek materialny i umysłowy;
- odpowiednio wysoki poziom rozwoju społeczeństwa w jakimś zakresie [https://sjp.pwn.pl/sjp/kultura;2565197.html].

W znaczeniu najszerszym kultura obejmuje to wszystko, co w zachowaniu się i wyposażeniu członków społeczeństw ludzkich stanowi rezultat zbiorowej działalności. Mówi się też o kulturze jako tym, co w zachowaniu się ludzkim jest wyuczone. Zatem znając już termin kultury można rozumieć treść artykułu 11 ust. 5 pkt 2 ustawy PZP: *przepisów ustawy nie stosuje się do zamówień lub konkursów, których przedmiotem są dostawy lub usługi z zakresu działalności kulturalnej związanej z organizacją wystaw, koncertów, konkursów, festiwali, widowisk, spektakli teatralnych, przedsięwzięć z zakresu edukacji kulturalnej lub z gromadzeniem materiałów bibliotecznych przez biblioteki lub muzealiów, a także z zakresu działalności archiwalnej związanej z gromadzeniem materiałów archiwalnych, jeżeli zamówienia te nie służą wyposażaniu zamawiającego w środki trwałe przeznaczone do bieżącej obsługi jego działalności* [Ustawa z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, Dz. U. 2019 poz. 2019, art. 11 ust. 5 pkt 2.]. Zatem przez treść powyższego artykułu można zrozumieć, że wartość zamówienia nie może przekraczać progu unijnego, przedmiotem zamówienia musi być dostawa lub usługa, zamówienie musi mieścić się w zakresie działalności, działalność kulturalna, o której mowa wyżej, ma być związana z organizacją wystaw, koncertów, konkursów, festiwali, widowisk, spektakli teatralnych, przedsięwzięć z zakresu edukacji kulturalnej lub z gromadzeniem materiałów bibliotecznych przez biblioteki lub muzealiów, zamówienia nie służą wyposażaniu zamawiającego w środki trwałe przeznaczone do bieżącej obsługi jego działalności.

Warto wspomnieć również o praktykach publicznych w sferze kultury. Instytucje kultury regulowane są na podstawie ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej [Ustawa z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, Dz.U.2024.0.87.]. Według art. 1: działalność kulturalna w rozumieniu polega na tworzeniu, upowszechnianiu i ochronie kultury. Ustawa ta normuje ogólne zasady prowadzenia tej działalności, lecz nie reguluje bezpośrednio problematyki zamówień publicznych.

Jednym z podstawowych mechanizmów w finansowaniu instytucji kultury są dotacje. W szczególności mają one charakter podmiotowy, służący głównie finansowaniu zadań statutowych działalności instytucji. Istnieją też dotacje celowe, służące do finansowania zadań instytucji w celu rozpowszechniania działalności kulturalnej, m.in. koncerty czy festiwale. Dotacje celowe są przyznawane na wniosek zainteresowanego, w tym przypadku instytucji kultury. Nie zwalnia to jednak z przestrzegania rocznego planu wydatków, jak

i przeprowadzenia przetargu jeśli wydatek przekracza próg wyrażony w PZP [Golat, 2012, s. 18].

Ustawa PZP wskazuje, że jej przepisów nie stosuje się do zamówień o wartości poniżej progów unijnych na dostawy lub usługi z zakresu działalności kulturalnej. Chodzi m.in. o działalność związaną z organizacją wystaw, koncertów, konkursów czy festiwali. Podmiot, który prowadzi działalność kulturalną, zamieszcza na swojej stronie Biuletynu Informacji Publicznej ogłoszenie o zamówieniu, którego planuje udzielić. Takie ogłoszenie należy zamieścić w przypadku, gdy wartość zamówienia jest równa lub przekracza 130.000 zł. Górną granicą, do której zamówienia publiczne w instytucjach kultury muszą być ogłaszane w BIP, jest oczywiście wartość progów unijnych.

Zasady i tryb udzielania zamówień kulturalnych określono w ustawie o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, w przepisach PZP w rozdziale 4a. Według tego rozdziału zamówienia publiczne planowane i procedowane przez instytucje kultury można podzielić na dwa rodzaje – zamówienia publiczne realizowane przez instytucje kultury o szacunkowej wartości zamówienia nieprzekraczającej 130 000 zł netto oraz zamówienia publiczne realizowane przez instytucje kultury o szacunkowej wartości zamówienia powyżej progu. W pierwszym przypadku instytucja kultury ma pełną dowolność w określeniu procedury ich udzielania. Najczęściej instytucje kultury powołują wewnętrzny regulamin, który ma za zadanie porządkować zamówienia, oraz pilnować aby łączna wartość zamówień tego samego rodzaju nie przekroczyła progu.

Przy zamówieniach powyżej progu przewidzianego w ustawie PZP ustawodawca określił minimalne wymagania proceduralne. Instytucja kultury musi wówczas opublikować na swojej stronie podmiotowej BIP ogłoszenie o udzielanym zamówieniu. Regulacja jest bardzo ogólna i nie określa elementów takiego ogłoszenia.

Warto również wspomnieć, o fakcie że PZP definiuje również trójpodział zamówień publicznych z których mogą korzystać zarówno instytucje kultury, jak i inne: usługi, dostawy, i roboty budowlane. Z zakresu zamówień publicznych są całkowicie wyłączone umowy o prace pomimo, że chodzi o pracę wykonywaną przez zatrudnionych w instytucji kultury. Natomiast umowy cywilnoprawne stają się wyznacznikiem zamówienia publicznego.

6. Specjalista ds. zamówień publicznych – czyli osoba odpowiedzialna za przeprowadzenie procesu zamówienia publicznego

Specjalista ds. zamówień publicznych to osoba zajmująca się przygotowaniem i realizacją zamówień publicznych (przede wszystkim przetargów), a także koordynacją procesu ofertowego oraz monitorowaniem rezultatów postępowania przetargowego. Specjalista ds. zamówień publicznych sporządza dokumentację przetargową i zajmuje się jej archiwizowaniem. Bierze udział w pracach komisji przetargowych i powinien doskonale znać odpowiednie przepisy Prawa Zamówień Publicznych. Głównymi zadaniami osoby obejmującej to stanowisko są:

- przygotowywanie specyfikacji istotnych warunków zamówienia,
- sporządzanie sprawozdań i raportów,
- publikowanie ogłoszeń o przetargach w różnych źródłach,
- udzielanie pomocy merytorycznej w dziedzinie zamówień publicznych innym pracownikom firmy,

- sporządzanie rekomendacji dla dyrekcji lub zarządu organizacji dotyczących wyboru najtrafniejszej oferty,
- sporządzanie dokumentacji przetargowej,
- spisywanie umów handlowych z wykonawcami wybranymi w przetargu,
- współpracę z Urzędem Zamówień Publicznych.

7. Przykłady zamówień publicznych w sferze kultury – przetargi krok po kroku

Analiza zapotrzebowania jest pierwszym krokiem do stworzenia zamówienia publicznego. Na jej podstawie instytucja kultury stwierdza potrzebę zakupu sprzętu, usługi, czy robót budowlanych. Dla przykładu instytucja kultury ma w roku przeprowadzić kilka projektów koncertowych w plenerze. Potrzebny będzie do tego m.in. sprzęt nagłaśniający o określonych parametrach. Z poprzednich lat okazało się, że minione projekty wymuszały wypożyczenie sprzętu o jednorazowej wartości 40 tys. zł. Ilość projektów w planie rocznym w bieżącym roku ma przekroczyć próg 130 tys. zł. Kierownik działu zatem stwierdził, że o wiele korzystniejsze dla jednostki będzie posiadanie własnego sprzętu wartego około 150 tys. zł. Postanawia więc wnioskować o zamówienie publiczne.

Jak już zostało wspomniane, aby rozpocząć planowanie potrzebne jest oszacowanie wydatku. Szacowanie najprościej jest dokonać poprzez kontakt bezpośredni z różnymi przedsiębiorstwami prowadzącymi sklepy/hurtownie o określonym charakterze. Można również przeglądać oferty firm na stronach internetowych, czy jeżeli dany zakup miał miejsce w niedalekiej przeszłości można sprawdzić jego wartość i porównać do cen rynkowych. We wniosku o rozpoczęcie zamówienia publicznego kierownik działu argumentuje konieczność zakupu związanego z zapotrzebowaniem. Przede wszystkim jednak sporządza opis przedmiotu zamówienia, w powyższym przykładzie uwzględnia wszystkie parametrów sprzętu nagłośnieniowego oraz jego cenę. Nie podaje marki sprzętu, ani nie wprowadza terminologii, która miała by na celu wybór jednej firmy, bądź dyskwalifikację innych, lecz musi opisać go jak najdokładniej, według kryteriów technicznych. Sporządzoną dokumentację przekazuje Specjaliście ds. Zamówień Publicznych.

Po otrzymaniu wniosku od kierownika działu, specjalista ds. zakupów analizuje jego poprawność merytoryczną i sprawdza czy zawiera wszystkie formalnie wymagane załączniki, czyli np. dokument oszacowania, czy opis przedmiotu. Weryfikuje, czy w jednostce instytucji kultury inny dział składał podobne zapotrzebowanie. W takim przypadku musi dość do porozumienia między kierownikami ów działów w sferze ustalenia specyfikacji i warunków zakupu. Po przeanalizowaniu wniosku przekazuje zapotrzebowanie do głównego księgowego w celu sprawdzenia czy jednostka posiada środki finansowe na zakup, w tym przypadku nagłośnienia.

Gdy znajdą się środki na zakup sprzętu nagłośnieniowego, i uzyskaniu zgody głównego księgowego i kierownika organizacji rozpoczyna się proces przetargu publicznego. Specjalista ds. zamówień publicznych publikuje za pośrednictwem rządowej strony e-zamówienia ogłoszenie o możliwości składania ofert, wskazując czas na zakończenie przetargu. Po zakończeniu czasu na składanie ofert, publikuje taką informację i zwołuje komisję w której uczestniczy w roli sekretarza. Komisja zazwyczaj składa się z kierownika organizacji, kierownika działu i jeszcze jednej osoby, najczęściej zastępcy kierownika, bądź w tym przypadku technika który zajmuje się nagłośnieniem, oraz sekretarza – specjalisty ds.

zamówień publicznych. Jej głównym celem jest porównanie i wybranie najkorzystniejszej i najbardziej zbliżonej do zapotrzebowania oferty.

Podczas wyboru najkorzystniejszej oferty patrzy się głównie na kwestie ekonomiczne i jakościowe. W przypadku rażąco niskiej ceny nagłosnienia, specjalista ds. zamówień publicznych ma prawo do wezwania ofertodawcy do wyjaśnienia powodu takiego stanu rzeczy. Składający ofertę ma wówczas obowiązek złożenia uzasadnienia swojej ceny. Jeżeli jest ono rzeczowe, wówczas nie ulega ono odrzuceniu i może brać udział w wyborze. Przykładem takiej sytuacji może być spółka, która ze względu na swoje obroty jest zwolniona z podatku VAT, przez co cena urządzenia będzie niższa od innych.

Specjalista składa informację o wyborze najkorzystniejszej oferty wraz z pełnym uzasadnieniem, oraz publikuje informację o odrzuceniu pozostałych ofert. W przypadku braku ofert spełniających kryteria, błędów, czy ogólnie braku zainteresowania przetargiem (żaden podmiot nie złożył oferty w przetargu) zamówienie może zostać unieważnione.

Wraz kierownictwem działu, specjalista ds. zamówień publicznych sporządza umowę zgodnie z ofertą, oraz kompletuje dokumenty i oświadczenia niezbędne do podpisania umowy. Po jej podpisaniu ma za zadanie zweryfikować poprawność złożonych podpisów, czy są zgodne z informacją wskazaną np. w KRS (tylko osoby uprawnione, bądź pełnomocnicy mogą zawrzeć umowę). Specjalista sprawdza również czy np. podpis elektroniczny nie jest spreparowany np. przez program SZAFIR. Na koniec publikuje informację o zawarciu umowy na portalu rządowym. W chwili gdy transakcja dojdzie do skutku Specjalista ds. zamówień publicznych sporządza protokół z zamówienia. Publikuje również informację o wykonaniu umowy na portalu rządowym, a następnie archiwizuje skompletowane dokumenty i oświadczenia w celach ewentualnej kontroli.

Bardzo ważne jest współpraca specjalisty ds. zamówień publicznych z radcą prawnym wyspecjalizowanym w tej dziedzinie. Ma to za zadanie uniknięciu błędów i uchybień, które mogły by spotkać się z karą.

8. Zakończenie

Zamówienia powyżej 130 tys. zł określa się mianem zamówienia publicznego w świetle ustawy PZP. Proces zamówienia publicznego rozpoczyna się od etapu planowania, szacowania i opisu przedmiotu. Następnie po wygenerowaniu informacji o przetargu na portalu rządowym uruchamia się cały mechanizm zadań, które musi wykonać specjalista ds. zamówień publicznych.

Znajomość ustawy Prawo zamówień publicznych (PZP) to jeden z podstawowych obowiązków specjalisty zajmującego się tą dziedziną. Określa ona m.in. procedury dotyczące przygotowywania zamówień publicznych, a także wyboru wykonawcy. Precyzuje, jak wyglądają zamówienia publiczne z perspektywy wykonawców, ich obowiązki i prawa, a także jak przeprowadzać zamówienia publiczne z punktu widzenia zamawiających.

Pod koniec 2019 roku w Sejmie zatwierdzono nowe Prawo zamówień publicznych. Przepisy tej ustawy zaczęły obowiązywać od 1 stycznia 2021 roku. Od specjalistów zamówień publicznych wymagane jest więc odświeżenie wiedzy, ponieważ nowy akt prawny wprowadza wiele modyfikacji w obecnych mechanizmach i implementuje nowe. Oznacza to konieczność szkoleń, którymi warto zainteresować się już teraz. Zmiany w prawie są jednak codziennością specjalistów ds. zamówień publicznych.

Bibliografia

Akty prawne:

1. Ustawa z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, Dz. U. 2019 poz. 2019.
2. Ustawa z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, Dz.U.2024.0.87.

Literatura przedmiotu:

3. Olszewska J., Rokicki J., Zamówienia publiczne. Zarządzanie organizacją, ludźmi i problemami, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010.
4. Winiarz M., Zamówienia publiczne w instytucjach kultury, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2014.
5. Golat R., Zamówienia publiczne w sferze kultury, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.

Wykaz stron internetowych

6. <https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00223>, dostęp z dnia: 16.09.2024.
7. <https://sjp.pwn.pl/sjp/kultura;2565197.html>, dostęp z dnia: 17.09.2024.

23. KODEKS PRAWA RODZINNEGO I OPIEKUŃCZEGO AND OBITELJSKI ZAKON ON DOMESTIC ADOPTION: A COMPARATIVE ANALYSIS OF ADOPTION LAW IN POLAND AND CROATIA

Iga Rosołowska

Uniwersytet w Białymstoku

Wydział Prawa

Studenckie Koło Filozofii Prawa

Ul. Mickiewicza 1, 15-213 Białystok

Email: iga.rosoowska@gmail.com

1. Introduction

The impact of Adoption on Society

The family is the child's first environment with which they come into contact after being born. Through it, the child learns the basics of social existence and achieves personal maturity. The family creates conditions that allow for the development of a sense of security, acceptance, stability, and love, indicating its fundamental role in human life (Wąsiński, 2005, pp. 35–40). The population in Europe has been declining since 2017, as data from Population.net (n.d.-a) shows that only then did the number of inhabitants of the Old Continent, which currently stands at 742,868,000, begin to decrease. However, such a situation has been observed in many European countries since the late 1990s, including Poland (1999) (Population.net, n.d.-b) and Croatia (1990) (Population.net, n.d.-c). Paradoxically, the number of infertile individuals is increasing. Media space is filled with slogans like "Infertility, the plague of the 21st century." The number of infertile couples is rising year by year, and the situation is serious enough for the World Health Organization to recognize infertility as a social disease. (Mroczkowska, 2022) estimates that 15 to 17 percent of couples are infertile, meaning that every sixth couple in the world, in Poland, and in Croatia, struggles with infertility. Of course, besides infertility, there are numerous other, highly diverse factors contributing to the decline in births, whether social, economic, or ideological. However, the inability to have offspring may be one of the main motivations for adopting. The situation in Poland also reflects European data. An increasing scale of childlessness in marriages and social orphanhood can be observed. The number of children whose biological parents do not want or are unable to raise them is increasing, while the number of adults wishing to have children but unable to conceive them themselves is also rising (Wąsiński, 2005, pp. 46–48). For such couples, adoptive parenthood becomes the only chance to fulfill their maternal and paternal needs. Croatia also fits into these statistics (Svaki šesti par u Hrvatskoj ima problema s neplodnošću, n.d.).

Methodology, aim and scope of the essay

The study on adoption processes in Poland and Croatia utilized a methodology involving scientific literature analysis, legal document review, and comparative analysis. This essay aims to comprehensively compare adoption laws and procedures in both countries, focusing on

differences and similarities in adoption processes, parent qualifications, adoption forms, and legal and social impacts. Scientific literature analysis and legal document review formed the basis of the research, identifying adoption regulations in both countries. Comparing these systems revealed major differences and similarities. Additionally, consulting popular science articles and informational websites provided a broader perspective. Through this study, various aspects of adoption processes are examined to understand system functionality and potential improvement areas. The comprehensive analysis sheds light on differences and similarities between Polish and Croatian adoption systems.

In this article, the names of codes and other legal acts will be translated from their original language into English in order to ensure the reader's full understanding of the content. Translating names and terms will allow for a better understanding of the context and facilitate reference to specific legal provisions within the discussed topic. Consequently, the reader will be able to better comprehend the issues discussed and analyze legal provisions more accurately.

2. Main sources and fundamental information of adoption in Polish and Croatian law

Child adoption (referred to as "Przysposobienie" in Polish family law and "Posvojenje" in Croatian law) is a complex procedure whereby a legal relationship is established between a minor and biologically unrelated guardians, resulting in the same legal effects as natural kinship (Encyklopedia.pwn.pl, n.d.-c; Enciklopedija.hr, n.d.-c)

Adoption is for many people the only opportunity to fulfill their dream of parenthood, while for children who have lost their biological parents, it represents a chance for a normal, happy childhood. Due to the well-being and safety of minors, their adoption requires meeting many conditions specified by law and regulations of adoption centers.

Main sources of adoption:

In Poland, adoption-related matters are regulated by various legal sources, with the most significant being the Family and Guardianship Code (PL. Kodeks Rodzinny i Opiekuńczy), the Act of February 25, 1964 - Family and Guardianship Code, concerning Adoption from Article 114 to Article 127. This code contains fundamental provisions regarding adoption, encompassing qualifications of prospective adoptive parents, judicial procedures, rights and obligations of adoptive parents, and biological parents' rights (Chapter I). Additionally, executive acts and regulations issued by public administration bodies play a crucial role in the adoption system by specifying procedures and requirements related to adoption. The Law on Supporting Families and Foster Care System also plays a key role in regulating aspects of preparing and training prospective adoptive parents, supervising the adoption process, and the rights and obligations of adoptive families. Furthermore, international conventions such as the Convention on the Protection of Children and Cooperation in respect of Intercountry Adoption, and judicial precedents constitute significant legal sources influencing adoption practices and interpretation of regulations. The comprehensive nature of these legal sources underscores their importance for the effective and balanced functioning of the adoption system, with an emphasis on protecting the best interests of children and the stability of adoptive families (Smyczyński, T., Andrzejewski, M., 2022).

In Croatia, adoption law is governed by several primary legal sources. One of the key documents is the Family Act (CRO. Odluku o Proglasenju Obiteljskog Zakona, Family Act

adopted by the Croatian Parliament on September 18, 2015), which serves as the legal basis for adoption procedures. This code defines the conditions, procedures, and rights and obligations related to the adoption of children. Additionally, other legal acts such as executive laws, ministerial regulations, and international conventions ratified by Croatia also have relevance to adoption issues, including procedures, biological parents' rights, and adoptive parents' rights. There are also international legal acts, such as the Hague Convention of 1993, concerning the protection of children and cooperation in international adoption, which may be applied in the context of international adoption in Croatia. All these legal sources aim to ensure a proper adoption process and protect the rights of both children and all parties involved (Mrosp.gov.hr, n.d.-c).

Regardless of the legal regulations, defining adoption as a formal process whereby an adult or a minor acquires parental rights or the restrictions on parental rights cease in relation to a child who is not their biological offspring is universal.

Who can become an adoptive parent and adoptive child?

According to Articles 114–127 of the Polish Family and Guardianship Code, a person who has full legal capacity can adopt a child if "their personal qualifications justify the belief that they will properly fulfill the duties of an adoptive parent." (Family and Guardianship Code, Journal of Laws, 2023). The law does not specify these qualifications, leaving the decision to adoption agencies. An exception is the adoption with indication, where biological parents indicate the adoptive parent before the court. Only their relatives can be such persons. The spouse of the child's mother or father also has the right to adopt with indication. Other individuals - regardless of the will of the biological parents - must go through the entire adoption process.

A married couple or a single person can adopt a child. Only married couples (civil partnerships do not have this option) have the right to adopt jointly. Only one of the spouses can also become an adoptive parent if the other agrees (Family and Guardianship Code, Journal of Laws, 2023). The law does not specify the age of parents applying for the adoption of a child. In practice, it is required that the adoptive parent be older than the adoptee by 20–40 years. Adoption of a child by a person over 40 years of age is possible, but with such an age difference (Smyczyński, T., Andrzejewski, M., 2022)

A minor can be adopted no earlier than 6 weeks after birth. This means that adoption proceedings for a conceived (unborn) child, for example, one carried by a surrogate after in vitro fertilization (from the perspective of Polish law, she is the mother, regardless of the agreement between her and the potential parents), are not possible. Adoption requires the consent of biological parents unless they are deceased, unknown, unable to reach an agreement with them, or have been deprived of parental authority. The court may also decide on adoption without the consent of the parents if their legal capacity is limited, considering the child's welfare. Adoption also requires the consent of the minor if they are over 13 years old (if the child is younger but understands the meaning of adoption, they must be heard) (gof.pl, 2024). Adoption is granted by a family court decision. Upon a positive decision, biological parents lose parental authority and the right to contact the child. The rights and obligations of the adopted child towards other relatives also cease. A legal relationship similar to that between

parents and children is established between the adoptive parent and the minor. The effects of adoption extend to the entire family, including the adoptee's descendants.

The qualifications of individuals seeking to adopt a child are assessed by adoption agency employees. Candidates are expected to demonstrate the ability to provide the child with safety, peace, access to education, healthcare, etc. According to the "European Convention on Adoption," the interview should include findings on potential parents regarding:

- a. mental and physical health,
- b. family, financial, and housing situation,
- c. reasons for adopting a child,
- d. similarity to the child in terms of personality, religious beliefs, etc.

Some adoption agencies also consider the marital status of the couple applying for adoption or require prospective parents to be free of addictions. The key issue is the well-being of the minor. Prospective parents may meet all the conditions imposed by the law and still not receive a positive opinion, which is a condition for the successful consideration of an adoption application. This may occur when, for example, the child is meant to resolve marital issues (gov.pl, 2024).

In Croatia, issues regarding who and when can become adoptive parents are strictly regulated by family law. Firstly, candidates must be of legal age and possess full legal capacity. In the case of marriage, both the husband and wife must consent to the adoption. Financial capability is also a significant criterion, as it must be sufficient to provide appropriate living conditions and development for the child. Single individuals can also apply for adoption, but they must demonstrate stability in life and the ability to provide appropriate care and support for the child. Prospective adoptive parents must undergo special emotional preparation and training regarding the care of adopted children, as well as obtain a positive opinion from specialists dealing with child care. The entire adoption process is subject to rigorous control by state authorities, ensuring that the child is placed in a family ready to accept a new member and provide them with adequate physical, emotional, and social development (gov.pl, 2024).

In Croatia, the state bodies responsible for the adoption process are primarily family courts and the Ministry of Justice, which oversees the entire adoption process. Family courts are responsible for considering adoption cases and making the final decision on adoption based on an analysis of all gathered data and opinions. Additionally, the adoption process is subject to the control and supervision of special agencies dealing with children's affairs, such as the Center for Child Care or the Child Care Agency, which monitor adoption processes and ensure the well-being of children. These institutions ensure that every child entering an adoptive family receives adequate care and support (mrosp.gov.hr, 2024).

Similarly to Poland and other jurisdictions, the opinion of a child of an age allowing them to understand the essence of adoption is taken into account by decision-making bodies in the adoption process. The value and weight of the child's consent depend on their age, emotional and intellectual maturity, and other individual circumstances. If a child is 12 years of age or older, their consent is usually required and may have a significant impact on the decision regarding adoption. Nevertheless, decision-making bodies are obliged to consider the child's interest at every stage of the adoption process, even if the child is younger and unable to express consent clearly or fully. These actions are always conducted with the child's best interest in mind, striving to provide them with a stable and loving parental environment (gov.pl, 2024).

In Croatia, the basis for the adoption decision is also a court decision. The family court is the authority responsible for adjudicating adoption cases and making the final decision on adoption. The court decision takes into account all available information, expert opinions, and the best interests of the child, ensuring that the adoption process complies with the applicable legal provisions (Jakovac-Lozić, D., 2000).

In the case of adoption in Croatia, biological parents lose their parental rights over the child when the family court issues an adoption decision. This means that after the adoption process is concluded, biological parents no longer have any rights or obligations towards the child. The court may also proceed with adoption without the consent of the biological parents if it deems it necessary for the child's well-being, such as when parents are absent or incapable of making decisions, or when parental rights have been terminated. However, in the case of adoption with indication by biological parents, the adoption process is conducted according to their will, and the family court takes this decision into account (gov.hr, 2024).

Types of adoption in polish and croatian law

In the Polish legal system, three main types of domestic adoption are distinguished: full, incomplete, and total. Each of them has its specific characteristics and legal consequences. These are three different ways of acquiring parental rights over a child. Full adoption means obtaining full rights and responsibilities arising from family law, and the adopted child loses all ties with the biological family. Incomplete adoption involves acquiring limited parental rights and responsibilities, and the adopted child maintains some connections with the biological family. Total adoption resembles full adoption in its mode of operation, being its specific variation. However, it differs in two aspects: the impossibility of terminating such adoption and the complete erasure of information about biological parents (Smyczyński, T., Andrzejewski, M., 2022). The choice of adoption type depends on the decision of the adoptive parents and the circumstances related to the particular child.

A. Full adoption

Full adoption involves obtaining full parental rights for the adopter regarding the child. In practice, this means that the adopter becomes the true parent of the child, and they also have the obligation to fulfill all commitments arising from family law. Full adoption also means that the adopted child loses all ties with the biological family and gains a new surname, replacing the previous one.

Full adoption entails certain legal and family consequences, such as:

- a. The adopted child automatically gains positive effects resulting from family law provisions, such as the right to contact adoptive parents, inheritance rights, or the right to use state services or services of non-governmental organizations on the same basis as a biological child.
- b. Adoptive parents acquire parental rights and are obliged to fulfill obligations arising from family law, e.g., the obligation to support the child, provide care, guide upbringing, and support the child's development in every aspect.
- c. The adopted child loses all ties with the biological family, and all proceedings related to the child will take place based on the legal relationship between the child and the adoptive parents. Biological parents lose all rights and obligations related to the child.

- d. After a child is adopted by a couple, the adoptive parents are legally treated as spouses, and in accordance with the provisions of family law, they become responsible for fulfilling all obligations arising from family law (Family and Guardianship Code, Journal of Laws, 2023).

Full adoption with the possibility of dissolution is most often decreed for children whose biological parents have been deprived of parental authority. The child becomes fully integrated into the adoptive family. The birth certificate is updated with the new parents. The adopted child, upon reaching adulthood, has the right to know their origin (Jarmołowska A., 2007).

B. Incomplete adoption

Incomplete adoption involves the adopter acquiring limited parental rights regarding the child. In practice, this means that the adopter has certain rights, and their role in the child's life is limited (Smyczyński, T., Andrzejewski, M., 2022). The most important limitations related to incomplete adoption include:

- a. The adoptive parent does not have the right to make decisions on important matters related to the upbringing and care of the adopted child, such as choosing a school, the child's place of residence, or decisions regarding consent to medical interventions.
- b. The adopted child does not lose all ties with the biological family, and their name or nickname also remains unchanged without the consent of the biological parents.
- c. Adoptive parents are only obliged to fulfill some obligations arising from family law, primarily those related to providing appropriate care for the child and guiding their upbringing.
- d. Adoptive parents do not gain the right to the adopted child but only receive the opportunity to fulfill specific obligations regarding the child (Family and Guardianship Code, Journal of Laws, 2023)

Incomplete adoption is a type of adoption that is rarely used, but in some family situations, it may be beneficial. It is particularly practiced for older children whose parents are deceased. The essence of this adoption is to accept a child into a new family while maintaining family-law ties with the existing relatives. However, there is no legal relationship established between the child and the adopting relative. In this case, the child has two families simultaneously. They can inherit from both their relatives and adoptive parents (Kolankiewicz M., Zielińska A., 2013).

C. Total adoption

The essence of total adoption is that parents consent to the adoption of their child in the future without specifying the person who will adopt the child. The consent given by the parents for total adoption is called a blank consent. The consent can be revoked by submitting a statement to the guardianship court, no later than before the adoption proceedings commence. For the consent to be effective, it must be submitted within the deadlines specified in the law. According to the Family and Guardianship Code, the consent cannot be given earlier than six weeks after the child's birth. Therefore, consent given before the expiration of this period cannot be considered valid. This is related to considering the decision to give the child up for adoption. The final deadline for giving consent is when the child reaches the age of majority, as adoption is permissible until that moment.

It should be noted that expressing consent constitutes a personal right of the parents, not an element of their parental authority. Therefore, the right to express consent also belongs to persons with limited legal capacity – i.e., those who do not have parental authority. In exceptional situations – in the case of parents with limited legal capacity – the expression of consent may be omitted. Interestingly, although consent is not an element of parental authority, it expires with it. Parents are entitled to express consent to total adoption. The law also regulates the situation when consent is given only by one of them (Smyczyński, T., Andrzejewski, M., 2022). In such a case, the effectiveness of the consent depends on whether the consent of the other parent to adoption is required. According to the provisions, the consent of the other parent is not required if they have been deprived of parental authority or if they are unknown. However, if the lack of consent from the other parent is due to a difficult-to-overcome obstacle in reaching an agreement, then the consent of the first parent is not effective.

Total adoption is subject to confidentiality, and the adopted child loses their previous civil status, consequently, a new birth certificate for the child is issued. The new birth certificate lists the adoptive parents as the child's parents. The previous birth certificate contains an additional note about the issuance of a new birth certificate and is not subject to disclosure. No copies are issued from it either (Family and Guardianship Code, Journal of Laws, 2023). Only the court has the right to access the original birth certificate, and the adopted child, after reaching the age of majority.

In summary, it is necessary to indicate the most important features of total adoption – commonly referred to as total adoption. The most characteristic feature of this type of adoption is its irrevocability. Irrevocability is associated with a lasting bond between the adopted child and their "new" parents. The possibility of dissolution of the adoption for which parents have expressed consent before the guardianship court is excluded. This is primarily about protecting the child. Confidentiality of adoption is another characteristic feature. It is related to not disclosing data related to birth (with exceptions specified in the law). The adopted child becomes part of the family that has adopted them (Smyczyński, T., Andrzejewski, M., 2022). According to the Family Code of Croatia (Family Law, 2023), several types of domestic adoption are distinguished by the legal system of this country. Here they are:

- A. Full adoption: This is a type of adoption in which the parental rights of the biological parents of the child are completely transferred to the new adoptive parents. The child becomes the legal child of the new parents, and all rights and responsibilities arising from the parenthood of the biological parents expire.
- B. One-time adoption: It involves the adoption of a child who is deprived of parental care due to a court decision to deprive the biological parents of parental rights. In this case, the new adoptive parents acquire parental rights over the child, but there is no possibility of revoking the adoption decision by the biological parents.

Termination of adoption

In Poland, adoption may be dissolved if there has been a permanent breakdown of family ties characteristic of the relationship between adoptive parents and children. A valid reason justifying the dissolution of adoption is considered to be the cessation of family ties, mutual or even only on one side of the adoption relationship; the lack of psychological attitude that normally characterizes the relationship between parents and children. The assessment of the

"valid reasons" justifying the dissolution of adoption under Article 125 § 1 of the Family and Guardianship Code (Family and Guardianship Code, 2023) should be made taking into account the fullness of the relationship between the adopter and the adopted throughout the entire period of adoption. These reasons may vary in nature, be culpable or non-culpable, by one or both parties. However, they must always concern the sphere of family relationships characteristic of the relationship between parents and children.

Although the reasons for dissolving adoption may be diverse, the most common reason for dissolving adoption is the demoralization of the adopted child. The inability of adoptive parents to effectively influence the upbringing of the adopted child, the involvement of the adopted child in a criminal environment, engaging in prostitution and contracting a venereal disease, alcohol abuse, theft, the demoralization of peers in a correctional facility, running away from home and from the correctional facility, staying in a Sobering-Up Station, which had a negative impact on the health of adoptive parents, constitutes a valid reason for dissolving the adoption relationship (gov.pl, 2023).

It should be noted that ordinary difficulties of an educational nature, even the most serious ones encountered by the adoptive parent, do not generally justify the dissolution of adoption, but rather serve as a criterion for the court to apply appropriate measures, unless the educational difficulties create such a situation between the adopter and the adopted that the child's welfare speaks in favor of dissolution of adoption.

The adoption relationship may be dissolved by the court. Both the adoptive parent and the child may file a lawsuit to dissolve the adoption. In the case of married couples, both spouses may jointly file for dissolution of adoption.

Adoption cannot always be dissolved. The dissolution of adoption is not permissible if the welfare of the minor child would be harmed as a result. The dissolution of adoption after the death of the adopted or the adopter is also impermissible.

The dissolution of adoption cannot be demanded by a person who bears exclusive blame for the occurrence of valid reasons. Such a person does not deserve the protection of the adopter who deliberately breaks off contact with the minor child and deliberately avoids such contact in their further life, and grossly violates parental obligations in a culpable manner.

Moreover, the dissolution of adoption for which the adoptive parents expressed consent before the guardianship court without indicating the adoptive parent (complete or anonymous adoption) cannot be demanded. This principle directly follows from the provisions of Article 125¹ of the Family and Guardianship Code (Family and Guardianship Code, 2023). This provision does not itself prevent the dissolution of adoption ordered before March 1, 1976, based on the blank consent of the child's parents. In such a case, this provision merely emphasizes that the dissolution of such adoption is permissible only in exceptional circumstances justified by special circumstances, primarily when the welfare of the minor child requires it.

Upon dissolution of the adoption relationship, its effects cease. If dissolution occurs after the death of the adopter, it is considered that the effects of adoption ceased at the time of their death. The adopted retains the surname acquired through adoption and the name or names received in connection with adoption. However, for valid reasons, the court, at the request of the adopted or the adopter, may decide in the judgment dissolving the adoption relationship that

the adopted returns to the surname they had before the adoption order. At the request of the adopted, the court shall rule on their return to the previously used name or names.

The dissolution of adoption does not always completely end the relationship between adoptive parents and the child. It may turn out that even after the dissolution of adoption, adoptive parents will be obliged to pay maintenance to the adopted child. Whether adoptive parents will be obliged to pay maintenance will be decided by the court based on the material situation of the biological parents of the child. In the event of dissolution of the adoption relationship, if it is found that:

- a. the parents of the child whose adoption has been dissolved have income and financial capabilities to fully satisfy the justified needs of the child - the court may not maintain the alimentary obligations of the adopters towards the adopted;
- b. the parents of the child have no means to satisfy the child's justified needs at all - the court will determine the amount of maintenance due to the child from the adoptive parents according to the criteria specified in Article 135 (1) of the Family and Guardianship Code,
- c. the parents of the child can only partially satisfy the child's justified needs, and the adoptive parents also have such capabilities - the court will generally decide to maintain the alimentary obligations of the adoptive parents. In the event of issuing such a judgment, in a separate process in which the defendants will be the parents of the child and the adoptive parents, the court will determine the scope of the alimentary obligation of each defendant based on the criteria specified in Article 135 of the Family and Guardianship Code (Smyczyński, T., Andrzejewski, M., 2022).

The termination of adoption in Croatia can occur based on the provisions of the family law of this country, which define various types of adoption and the conditions for their termination. In the case of full adoption, which is one of the types of adoption in Croatia, the termination process can occur in two main situations:

- A. Upon a court decision to deprive biological parents of parental rights: When the court decides to deprive the biological parents of their parental rights, which can result from various factors such as neglect, abuse, or other forms of incapacity to care for the child, full adoption can be terminated, and the new adoptive parents obtain full parental rights over the child.
- B. Upon the request of the new adoptive parents or the child: In some cases, full adoption may be terminated upon the request of the new adoptive parents or the child, for example, in a situation where the new parents are unable or unwilling to continue caring for the child. The court may consider such a request and make a decision to terminate the adoption (mrosp.gov.hr, 2023).

3. Adoption process

Adoption process in Poland

According to the Family and Guardianship Code (Family and Guardianship Code, 2023) and information published by the Polish Ministry of Family, Labor, and Social Policy (gov.pl, 2024), the adoption process looks as described below.

The path to adoption leads through an adoption center. It plays a significant role both in the preparation for adoption and during the process itself, and after the completion of the entire procedure, it can provide the adoptive family with the necessary support.

A list of adoption centers conducting adoption proceedings in a given province can be found in the Public Information Bulletin of that province (gov.pl, 2024)

Candidates may contact any adoption center of their choice in the country (no regionalization).

The procedure begins with the submission of documents and a preliminary assessment regarding their personal qualifications and motivation for adoption.

The preliminary assessment is conducted upon the request of the adoption candidate, which includes:

- a. information such as full name, citizenship, address of residence, date of birth, PESEL number, and in the case where a PESEL number has not been assigned - the number and series of the document confirming identity, marital status;
- b. justification of the reasons why the adoption candidate wants to adopt a child;
- c. curriculum vitae containing information, in particular, about education, profession, place of work, children dependent on them, including those under parental authority, along with their age, health status, and development; religion and ethnic origin of the candidates.
- d. expression of consent to participate in the adoption procedure.

The application must be accompanied by:

- a. a complete copy of the marriage certificate, and in the case of an unmarried person - a complete copy of the birth certificate;
- b. a photograph;
- c. a certificate of no criminal record from the National Criminal Register;
- d. a medical certificate of health status issued by a primary health care physician containing health data necessary to determine that the person can provide proper care for the child;
- e. a certificate of employment, a statement of running a business, a statement of income from agricultural activity, and in the case of pensioners or disability pension recipients a copy of the decision establishing the right to a pension or disability pension, indicating the amount of income received from these sources;
- f. copies of civil status acts confirming the relationship or affinity with the child submitted for adoption - if such a relationship exists;
- g. statements regarding deprivation, suspension or limitation of parental authority.

After conducting the preliminary assessment of the adoption candidate, the adoption center prepares a document confirming the conduct of the preliminary assessment, which includes in particular an indication of whether the preliminary assessment is positive or negative. The document confirming the conduct of the preliminary assessment is issued in writing in paper or electronic form. In the event that the preliminary assessment of the adoption candidate is negative, the adoption center in the document confirming the conduct of the preliminary assessment provides detailed justification for the reasons for the negative preliminary assessment and indicates areas requiring improvement, along with informing the party about the right to lodge an appeal with the administrative court on the terms and in the manner specified for acts or actions referred to in art. 3 § 2 point 4 of the Act of 30 August 2002 - Law on proceedings before administrative courts (Law on proceedings before administrative courts, 2023).

The next step is referral for free training to help "familiarize" the fears and concerns of candidates accompanying adoption plans. Many important issues are discussed during the training, such as whether it is possible to love a child of other parents, what is the role of genes and upbringing in the development of a person, whether and how to introduce the child to the topic of adoption, what to think about their biological family.

The training also aims to help develop parenting skills in terms of child care, recognizing their needs at various stages of life, building their sense of worth, and developing proper parenting attitudes.

The training is mandatory, and only candidates related to or affiliated with the child, those who previously adopted the child's sibling, and persons providing foster care for the child (except for persons who do not meet the requirements for foster families regarding the necessary training, to whom the court temporarily entrusted the function of a foster family) are exempt from it.

The adoption center conducts a preliminary assessment of the adoption candidate and allows them to start training within a period not exceeding 4 months from the date of submitting the application, as mentioned above, along with a complete set of documents.

Subsequently, the adoption center prepares a qualification opinion. Its purpose is to accurately determine the potential of the candidates as parents and ensure that they will provide a safe, accepting, loving, and wise family for the child. Also taken into account is the material and housing situation of the candidates, their lack of criminal record, and physical and mental health (including lack of addiction).

The qualification opinion is issued in writing in paper or electronic form. In the event of a positive qualification opinion, this opinion is valid for a period of 36 months from the date of its preparation, unless during this period the adoption center issues a negative qualification opinion.

The adoption candidate is obliged to immediately inform the adoption center of any changes in significant circumstances affecting the qualification for adoption.

In the event of a negative qualification opinion, this opinion contains detailed justification for the reasons for issuing the negative qualification opinion and any indication of areas requiring improvement, along with informing the party about the right to lodge an appeal with the administrative court on the terms and in the manner specified for acts or actions referred to in art. 3 § 2 point 4 of the Act of 30 August 2002 - Law on proceedings before administrative courts.

After obtaining a positive qualification opinion, the waiting period for the child begins. Parents are selected for the child in such a way that they can properly meet its needs. The adoption center provides them with information about the legal, family, health, and psychomotor development situation of a specific child. Only after accepting this proposal does the first contact between the prospective parents and the child take place (except for international adoptions, where the first contact is possible only after the Ministry of Family, Labor and Social Policy issues permission to proceed with the adoption procedure). This contact usually takes place at the premises where the child resides or with persons providing foster care, and sometimes at the adoption center. It should be remembered that building a bond with a child takes time and patience, and this is facilitated by, among other things, subsequent meetings.

After deciding to adopt the child, the prospective parents receive assistance from the adoption center employees in preparing an application to the court for adoption. Before ruling on adoption, the guardianship court may issue a contact order specifying the manner and period of personal contact between the future parents and the child (in the case of international adoption, it is mandatory). This order usually allows candidates to bring the child home, enabling deeper mutual acquaintance and bond building.

If there is direct care for the child (the so-called contact period), adoption center employees support the parents in their new role during visits.

They also prepare a report on the pre-adoption contacts for the needs of the court and, at its request, participate in the hearing. The decision on the adoption of the child by the new parents is made by the guardianship court.

The adoption center also supports families that have already adopted a child, providing them with assistance upon their request. Parents who have adopted a child can participate in individual meetings or join the life of the adoption community or support groups.

Children for adoption can be reported by parents themselves, a medical entity, an organizer of foster care, the director of a care-educational institution, a regional care-therapeutic institution or an intervention pre-adoption center, as well as another institution or person. The report is forwarded to the adoption center operating in the province where the child resides. In addition, parental consent for adoption cannot be given earlier than six weeks after the child's birth.

The adoption center checks whether adoption is possible and appropriate for the child's well-being, establishes the child's legal situation, conducts a psychological diagnosis, determines its special needs, e.g. in terms of therapy, treatment, education. Based on this information, the child is qualified for adoption, and then the search for candidates for their adoption begins.

The right to apply for the adoption of a child is first given to persons related to or affiliated with the child, persons who have adopted their sibling, as well as foster families or family foster homes where the child resides. If the adoption center cannot find adoption candidates in the region it operates in, they are sought throughout the province, and then throughout the country.

Persons interested in adoption submit a written notification of their intention to adopt and a request for an opinion on their qualification and suitability for adoption to the social assistance center. Participation in a professional adoption preparation program (education) is mandatory in the process of issuing an opinion.

By issuing an opinion, the right to be entered into the register of potential adoptive parents in the Republic of Croatia is acquired.

The procedure for assessing qualification and suitability for adoption is conducted by the social assistance center according to the place of residence of potential adoptive parents. Adoption preparation is carried out by social assistance centers at the county seat, and it can also be done by civil society organizations authorized by the ministry responsible for family affairs.

The adoption of a child is carried out by the social assistance center responsible for the child's place of residence.

Adoption process in croatia

According to the regulations outlined in the Croatian Family Code (Family Law, 2023), the adoption process is as follows:

- a. Declaration of Adoption Interest: The process begins with submitting a written declaration of adoption interest to the relevant authority, usually the social welfare office or adoption agency. This declaration includes basic information about the adoption candidates.
- b. Search of Adoption Registers: The responsible authority conducts a search of adoption registers to find a child who best fits the profile and preferences of the candidates.
- c. Assessment and Preparation of Candidates: Adoption candidates undergo a thorough assessment of their abilities and preparation for being adoptive parents. This process may involve qualifying interviews, psychological examinations, home inspections, and participation in training and workshops preparing for adoptive parenthood.
- d. Obtaining Consent from Biological Parents: In the case of adoption, consent from the biological parents of the child is required unless they have been deprived of parental rights or are unknown, deceased, or missing. In some cases, obtaining consent from other family members of the child or legal guardians may be necessary.
- e. Adoption Application: After a positive assessment and preparation, candidates submit an official adoption application to the relevant authority, usually the family and juvenile court. This application includes all required documents, such as candidate assessment reports, medical certificates, birth certificates, certificates of no criminal record, etc.
- f. Review of Application: The family and juvenile court or other competent authority reviews the adoption application. During the court hearing, the best interests of the child and the candidates' compliance with legal and psychosocial requirements are considered. Additional investigations may be necessary, as well as hearing witnesses.
- g. Granting of Adoption: If the court or competent authority determines that adoption is in the best interest of the child and the candidates are adequately prepared, adoption may be granted. In the case of international adoption, permission to cross the border to bring the child to the new country of residence is required.
- h. Completion of Formalities: After adoption is granted, the responsible authority issues an adoption order, which is a legal document confirming the adoption. Candidates also receive all necessary documents, such as adoption certificates, birth certificates with new parent information, etc. The child's acceptance into the adoptive family is also reported to the relevant authorities to make necessary changes to the child's identity documents (Family Law, 2023).

Adoption agencies are institutions or organizations involved in the adoption process. Their main goal is to provide appropriate care and support for both children seeking adoptive families and adoption candidates.

Adoption agencies serve several important functions:

- a. Searching Adoption Registers: Adoption agencies are responsible for searching available adoption registers to find the best match between a child and potential adoptive parents.

- b. **Assessment of Adoption Candidates:** Adoption agencies conduct an assessment of adoption candidates to ensure they are adequately prepared and capable of providing proper care for the child.
- c. **Preparation of Adoption Candidates:** Adoption agencies provide support and training for adoption candidates to help them understand the adoption process, deal with any difficulties, and prepare for adoptive parenthood.
- d. **Psychological and Emotional Support:** Adoption agencies offer psychological and emotional support for both children awaiting adoption and adoption candidates to help them cope with difficulties and concerns related to the adoption process.
- e. **Counseling Services:** Adoption agencies provide advice and information regarding the adoption process, legal aspects of adoption, and other issues related to adoptive parenthood.
- f. **Mediation between Biological and Adoptive Parents:** Adoption agencies may act as mediators between biological and adoptive parents, assisting in negotiations and resolving various adoption-related issues (gov.hr, 2024).

In general, adoption agencies play a crucial role in facilitating the adoption process by providing appropriate support and assistance for both children and prospective adoptive parents.

Adoption agencies are institutions responsible for coordinating the adoption process and providing support and assistance for both children awaiting adoption and adoptive families. These agencies operate based on Croatian adoption law regulations.

Their work involves:

- a. **Collecting Documentation:** Adoption agencies gather documentation regarding children in care institutions, such as medical, social, and legal information.
- b. **Preparing Adoption Candidates:** By offering counseling and psychological support, they assist individuals interested in adoption through the preparation process, which may include training, consultations, and verification of their ability to care for a child.
- c. **Matching Adoptive Families and Children:** By reviewing available profiles of children and adoption candidates, adoption agencies seek suitable matches, considering the needs and preferences of both children and adoptive families.
- d. **Maintaining Adoption Registers:** As mentioned earlier, adoption agencies maintain registers containing information about children and adoption candidates, facilitating the matching process.
- e. **Supporting the Adoption Process:** They offer support and assistance to adoptive families at every stage of the adoption process, from expressing interest in adoption to adoption and integration of the child into the adoptive family.

Adoption agencies in Croatia play a significant role in ensuring a safe and effective adoption process that considers the best interests of the child and the needs of adoptive families (mrosp.gov.hr, 2024).

4. Similarities and differences between Croatia and Poland

Comparing the adoption process in Poland and Croatia reveals both similarities and differences in approach to this issue. In both countries, adoption is a legal and psychological

process aimed at providing a safe and loving home for a child. However, there are certain differences in adoption conditions and procedures.

In Poland, similar to Croatia, adoption is the recognition of a child from other parents as one's own. In both countries, the adoption process is based on assessing the capabilities of prospective parents and ensuring the child's welfare as a primary principle. Like in Poland, in Croatia, there are specific criteria that prospective adopters must meet, such as legal capacity, stable financial situation, and moral and health qualifications.

One of the main differences between the adoption process in Poland and Croatia is that in Poland, both married couples and single individuals can adopt, while in Croatia, preference is given to married couples as adopters. Additionally, in Poland, single individuals have the option to adopt older children, whereas in Croatia, adoption by married couples is preferred for providing a stable family environment (Jakovac-Lozić, D., 2000).

Another significant difference is the adoption procedure itself. In Poland, the adoption process goes through adoption centers, which play a crucial role at every stage, from preparing candidates to providing support to adoptive families post-adoption. On the other hand, in Croatia, the adoption procedure is conducted by the Center for Social Welfare, which assesses candidates and handles documentation.

In summary, both Poland and Croatia prioritize the welfare of the child as the primary principle in the adoption process. Both countries have their specific adoption conditions and procedures aimed at ensuring a stable and loving home for children in need. However, there are also differences in adoption approaches, such as preferences regarding the marital status of adopters and variations in the institutions responsible for conducting the adoption process.

5. Conclusions

Adoption signifies belonging to a new family. Through it, a child gains a new home, parents, and relatives. This situation also enriches families, either with children or with parenting experience. Therefore, it can indisputably be concluded that adoption is a valuable form of compensating for the lack of a natural family, regardless of where and under what circumstances it took place. However, it is associated with various emotions and reflections. The adoption process is difficult, full of doubts, problems, or crises. In summary, adoption is a unique act of "connecting parentless children with childless parents, people thirsty for love with those hungry for affection" (Kozdrowicz, E., 2013).

Bibliography:

Literature;

1. Jakovac-Lozić, D. (2000). *Posvojenje*. Split: Pravni Fakultet Sveučilišta u Splitu.
2. Jarmołowska, A. (2007). *Adopcja dziecka. Psychologiczna analiza decyzji u kobiet i mężczyzn*. Lublin: Wydawnictwo KUL, pp. 187-204.
3. Kolankiewicz, M., Zielińska, A. (2013). *Adopcja w perspektywie prawno-pedagogicznej*. In E. Kozdrowicz (ed.), *Adopcyjne rodzicielstwo - dylematy, nadzieje, wyzwania*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak, pp. 11-15.

4. Kozdrowicz, E. (2013). *Adopcyjne rodzicielstwo - dylematy, nadzieje, wyzwania*. Okładka książki *Adopcyjne rodzicielstwo - dylematy, nadzieje, wyzwania*. Wydawnictwo: Żak, p. 166.
5. Smyczyński, T., Andrzejewski, M. (2022). *Prawo rodzinne i opiekuńcze z testami online*. Seria: Podręczniki Prawnicze, Wydanie 11, pp. 302-304, 308-318, 313-318, 316, 318, 320-325.
6. Wąsiński, A. (2005). *Dziecko, rodzice, adopcja. Ontologiczne i psychospołeczne aspekty rodzinnych form opieki zastępczej*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”, pp. 35-40, 46-48.

Legal sources:

7. Family and Guardianship Code, Journal of Laws 2023, item 2809 consolidated text, articles 114-127, 114, 121, 124, 124(1), 125, 135, 154-175B.
8. Family Law. Consolidated text. NN 103/15, 98/19, 47/20, 49/23, 156/23. (Croatian Parliament, 2015).
9. Law on proceedings before administrative courts, Journal of Laws 2002, item 1270 consolidated text, articles 3 § 2 point 4.
10. Ministarstvo Regionalnoga Razvoja i Fondova Europske Unije (n.d.). Posvajanje. Available online: <https://mrosp.gov.hr/istaknute-teme/obitelj-i-socijalna-politika/obitelj-12037/djeca-i-obitelj-12048/posvojenje-12049/12049>. Accessed: 17.01.2024.
11. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (n.d.). Adopcja. Informacje ogólne. Available online: <https://www.gov.pl/web/rodzina/oooinformacje-ogolne>. Accessed: 18.01.2024.
12. Ministry of Labor, Pension System, Family, and Social Policy. "Adoption." mrosp.gov.hr. Available at: <https://mrosp.gov.hr/istaknute-teme/obitelj-i-socijalna-politika/obitelj-12037/djeca-i-obitelj-12048/12048>. Accessed: 10.01.2024.

Online sources:

13. E-Gradani Informacije i Usluge (n.d.). Posvajanje. Available online: <https://gov.hr/hr/posvojenje/708>. Accessed: 18.01.2024.
14. Europe. Population.net (n.d.). Available online: <https://www.populationof.net/pl/europe/>. Accessed: 8.01.2024.
15. Ministarstvo Regionalnoga Razvoja i Fondova Europske Unije (n.d.). Posvajanje. Available online: <https://mrosp.gov.hr/istaknute-teme/obitelj-i-socijalna-politika/obitelj-12037/djeca-i-obitelj-12048/posvojenje-12049/12049>. Accessed: 17.01.2024.
16. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (n.d.). Adopcja. Informacje ogólne. Available online: <https://www.gov.pl/web/rodzina/oooinformacje-ogolne>. Accessed: 18.01.2024.
17. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (n.d.). Procedury Adopcyjne. Interpretacja. Available online: <https://www.gov.pl/web/rodzina/procedury-adopcyjne--interpretacja-przepisow>. Accessed: 18.01.2024.
18. Poland. Population.net (n.d.). Available online: <https://www.populationof.net/pl/poland/>. Accessed: 8.01.2024.

19. PWN Encyclopedia (n.d.). Przysposobienie. Available online: <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3963965/przysposobienie.html>. Accessed: 15.01.2024.
20. Serwis Rzeczypospolitej Polskiej (n.d.). Available online: <https://www.gov.pl/>. Accessed: 18.01.2024.
21. Mroczkowska, M. (2022). Niepłodność, bólaczka współczesnego człowieka. Aptekarzpolski.pl. Available at: <https://www.aptekarzpolski.pl/wiedza/niepłodnosc-bolackawspolczesnegoczlowieka/#:~:text=Z>. Accessed: 15.01.2024.
22. Svaki šesti par u Hrvatskoj ima problema s neplodnošću. zivim.gloria.hr. Available at: <https://zivim.gloria.hr/zivim/ucim/svaki-sesti-par-u-hrvatskoj-ima-problema-s-nepłodnoscu-15374829#:~:text=Danas>. Accessed: 12.01.2024.

24. BENEFIT FOR INABILITY TO WORK DUE TO ILLNESS FROM HEALTH OR ACCIDENT INSURANCE ANALYSIS OF CASES INVOLVING MISUSE OF BENEFITS IN POLAND

Iga Rosołowska

Uniwersytet w Białymstoku

Wydział Prawa

Studenckie Koło Filozofii Prawa

Ul. Mickiewicza 1, 15-213 Białystok

Email: iga.rosoowska@gmail.com

1. Introduction

Health insurance systems play a crucial role in societies, aiming to guarantee access to medical care and financial support in cases of work incapacity caused by illness or accident. Health insurance and accident insurance are the foundation of modern social systems, designed to minimize the financial consequences associated with the loss of the ability to work (Baran, K., Antonów, K., Dörre-Kolasa, D., Lewandowicz-Machnikowska, M., Sierocka, I., Walczak, K., & Włodarczyk, M., 2022). In the context of this essay, we will analyze cases involving individuals receiving benefits for incapacity to work from health or accident insurance, where the declared incapacity is improperly utilized (Dz.U. z 2021 r. poz. 1596 ze zm.). This phenomenon includes instances where beneficiaries engage in paid work or abuse sick leave in a manner inconsistent with the purpose of the leave (gov.pl, 2024). Before delving into specific cases of improper use of benefits, the analysis will first focus on the general principles and functions of health insurance systems and the rationale behind why effective financial and medical support for those unable to work is a vital element of today's societies. In the subsequent sections, both legal and social aspects related to the misuse of health and accident insurance systems will be discussed, particularly in situations where benefits are exploited (Hryniewicz, J., 1999).

2. Definition and legal basis

To begin, it is necessary to define the subject of this work, which includes: incapacity for work benefits, health insurance, accident insurance, and the appropriate sources in Polish law. Incapacity for work benefits provide financial support to individuals who have lost the ability to perform paid work due to illness or accident. This benefit is available to insured persons who meet certain medical and legal criteria (Baran, K., Antonów, K., Dörre-Kolasa, D., Lewandowicz-Machnikowska, M., Sierocka, I., Walczak, K., & Włodarczyk, M., 2022). To receive this benefit, it is necessary to have a medical certificate confirming the incapacity for work, in accordance with regulations regarding benefit eligibility during actual incapacity. The health insurance system is based on universal social insurance. Citizens, employees, and other participants in the system are required to regularly pay insurance contributions (Dz.U. z 2021 r. poz. 1774 ze zm.). This insurance covers various branches, including health insurance, aimed

at funding medical services. In Poland, health benefits are universal and mandatory for a wide range of citizens, with the goal of ensuring equal access to healthcare. Accident insurance is an additional form of security, focused on situations where incapacity to work results from a sudden and unequivocal event, such as a traffic accident or work-related injury (Hrynkiewicz, J., 1999). Victims may receive benefits that include medical care, rehabilitation, and financial compensation in cases of permanent incapacity.

Defining these terms within the Polish context takes into account the specific nature of Polish law and the health insurance system in effect. The basis for obtaining incapacity for work benefits, as well as for accessing health and accident insurance, is medical certification and adherence to the regulations and principles of the social insurance system (Ślebzak, K., 2017). The legal foundation for incapacity for work benefits primarily includes the Act of October 13, 1998, on the Social Insurance System (Journal of Laws 2021, item 1596, as amended). Specifically, under Article 25 of this Act, a person who loses the ability to work is entitled to a disability pension (Dz.U. z 2021 r. poz. 1596 ze zm.). The requirement to present a medical certificate confirming incapacity for work is regulated by provisions on disability pensions and old-age pensions.

The legal basis for health insurance is found in the Act of August 27, 2004, on Health Care Services Financed from Public Funds (Journal of Laws 2021, item 1774, as amended). According to this Act, health insurance covers all Polish citizens and foreigners residing in Poland who are subject to mandatory health insurance (Dz.U. z 2021 r. poz. 1774 ze zm.). Health insurance contributions are regulated by the Act of August 27, 2004, on Health Care Services Financed from Public Funds, and the Act of April 20, 2004, on Health Care Institutions (Journal of Laws 2021, item 191, as amended) (Dz.U. z 2021 r. poz. 191 ze zm.).

Accident insurance in Poland is based on the Act of October 13, 1998, on the Social Insurance System (Journal of Laws 2021, item 1596, as amended). According to Article 14 of this Act, accident insurance covers compensation and pensions due to work accidents or occupational diseases (Dz.U. z 2021 r. poz. 1596 ze zm.). The legal basis for collecting accident insurance contributions is found in the Act of December 20, 1990, on Social Insurance (Journal of Laws 2021, item 1737, as amended).

These specific legal provisions form the foundation for the functioning of the social insurance system, which includes incapacity for work benefits, health insurance, and accident insurance.

3. Elements of the insurance system in Poland

As previously mentioned, the insurance system is a comprehensive organizational mechanism regulated by law, designed to provide financial support to citizens in situations related to life, health, or property risks. This system encompasses various branches of insurance, such as social, health, property, and vehicle insurance, which are managed by different institutions and supervisory bodies (Dz.U. z 2021 r. poz. 1737 ze zm.).

The core elements of the insurance system in Poland include contributions, benefits, insurers, state supervision, and social insurance.

1. Contributions

Citizens, employees, entrepreneurs, and other participants in the system are required to pay regular insurance contributions. The amount of these contributions depends on the type of insurance and the income of the insured (Dz.U. z 2021 r. poz. 1774 ze zm.).

2. Insurers

These are institutions that offer and manage insurance policies. They can include insurance companies, pension institutions, health insurers, or state insurance agencies (Koczur, W., 2012).

3. Benefits

Insurers provide benefits according to the terms of the insurance contracts. These can include compensations, pensions, disability benefits, health services, or other advantages related to the insured risks (Ślebzak, K., 2017).

4. State Supervision

The insurance system is subject to state supervision. Relevant bodies, such as the Financial Supervision Authority (KNF) or the Ministry of Finance, monitor the activities of insurers, ensure compliance with legal regulations, and protect the interests of the insured (Hrynkiewicz, J., 1999).

5. Social Insurance

Various forms of social insurance operate within the social insurance system, such as retirement, disability, sickness, accident, or health insurance. Social insurance is universal and mandatory for a wide group of citizens (Dz.U. z 2021 r. poz. 1596 ze zm.).

4. Functions and objectives of the insurance system in Poland

The insurance system in Poland aims both to protect individuals from the consequences of various risks and to provide financial support in unpredictable situations. It is organized in such a way as to ensure equal access to benefits and the financial stability of society. The foundation for the functioning of the entire insurance system is Article 68 of the Constitution of the Republic of Poland, which states that everyone has the right to health protection (Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483, z późn. zm.). Public authorities are required to provide equal access to health care services financed from public funds, regardless of a citizen's financial situation.

The health insurance system is based on the principle of universal social insurance, meaning that practically all citizens are covered by this type of insurance. Contributions that fund the system are collected from various social groups and serve as the primary source of health care financing (Dz.U. z 2021 r. poz. 1774 ze zm.).

Functions of the Health Insurance System:

1. Collecting Contributions

The system operates on the principle of collecting contributions from employees, entrepreneurs, retirees, and other social groups. These contributions are the main source of funding for the system (Baran, K., Antonów, K., Dörre-Kolasa, D., Lewandowicz-Machnikowska, M., Sierocka, I., Walczak, K., & Włodarczyk, M., 2022).

2. Financing Health Care Services

The collected contributions are used to cover the costs of health care services, such as doctor visits, diagnostic tests, medications, and hospitalization. The system works with medical facilities based on contracts, regulating the scope and cost of services (Hrynkiewicz, J., 1999).

3. Financial Protection of Individual Budgets

The Polish health insurance system aims to protect citizens from excessive expenses related to health care. This ensures that people who fall ill do not have to worry about the significant costs of treatment (Kiełbasa, M.).

Objectives of the Health Insurance System in Poland:

1. Universality of Access

The main goal of the system is to ensure universal access to health care for all Polish citizens. Regardless of social or economic status, every insured person has the right to use medical services (Dz.U. z 2021 r. poz. 1774 ze zm.).

2. Sustainable Development

The health insurance system supports socio-economic development by promoting the health of citizens. A healthy society contributes to the stable development of the country (Ślebzak, K., 2017).

3. Equality in Access

The system aims to eliminate financial barriers to accessing health care, which contributes to equality in receiving medical benefits (Koczur, W., 2012).

The health insurance system in Poland is a key element of social concern for citizens' health. It provides financial protection against treatment costs, which is particularly important in the case of sudden health emergencies. It also introduces principles of equality in access to medical services, contributing to the creation of a society based on solidarity and concern for the well-being of all its members (Dz.U. z 2021 r. poz. 1774 ze zm.).

In the Polish social insurance system, a crucial aspect is the provision of financial support to individuals unable to work due to illness. Sickness insurance forms the first pillar of this system, covering various groups of insured persons, such as employees and retirees. When an insured person becomes unable to work due to illness, they are entitled to a sickness benefit, provided they present a medical certificate confirming their incapacity (Dz.U. z 2021 r. poz. 1596 ze zm.). Another important aspect is the disability benefits from the social insurance system, granted to individuals permanently or long-term unable to work for various reasons. The granting of a disability pension is subject to the evaluation of a ZUS medical examiner, with the contribution period being a significant criterion (Jasienowicz-Radzewicz, B.). These benefits play a crucial role in providing financial protection to individuals who are unable to work due to illness, supporting their financial stability. The value of these benefits to society stems from their role in ensuring financial security and equality of access to health care. However, effective use of these benefits requires ongoing monitoring of current regulations and consultation with insurance institutions due to possible changes in benefit allocation rules resulting from reforms or legal updates. This system serves not only as support for individuals but also as a factor shaping a society based on solidarity and equality (Baran, K., Antonów, K., Dörre-Kolasa, D., Lewandowicz-Machnikowska, M., Sierocka, I., Walczak, K., & Włodarczyk, M., 2022).

5. What is „accident”?

Accidents can pose significant challenges, particularly in the context of incapacity to work, necessitating the use of accident insurance systems. Accident insurance is best illustrated by the example of a driver who experiences a serious road accident. As a result of this event,

their ability to perform professional duties may be severely limited. The severe injuries they sustained require long-term rehabilitation and treatment. The consequences of the accident are multifaceted. Physical and psychological limitations affect not only the ability to drive but also the capacity to function normally in daily life. The rehabilitation process, which is often long and demanding, can lead to temporary or permanent incapacity to work. Psychosocial effects, such as post-traumatic stress disorder or depression, further complicate the return to professional activity.

Accident insurance is designed to support individuals affected by an accident that leads to work incapacity. The victim can access various forms of rehabilitation, including physiotherapy, specialized treatment, or the purchase of rehabilitation equipment. A rehabilitation benefit is provided in cases of permanent incapacity to work, aimed at partially compensating for the loss of income. If the incapacity to work is permanent, the individual may be entitled to an accident-related disability pension. The case of a road accident highlights not only the necessity of an effective accident insurance system but also the role of financial and rehabilitative support for individuals affected by such situations. This includes not only minimizing financial consequences but also aiding in the adaptation and socio-vocational reintegration process (Baran, K., Antonów, K., Dörre-Kolasa, D., Lewandowicz-Machnikowska, M., Sierocka, I., Walczak, K., & Włodarczyk, M., 2022).

However, for a fuller understanding and utilization of these benefits, it is essential to be thoroughly familiar with the regulations and consult with relevant insurance institutions. The situation in which a person receives incapacity benefits while simultaneously engaging in paid work presents an issue that can lead to serious consequences and potential violations of the health insurance system. First and foremost, such a scenario may result in the loss of the right to incapacity benefits, as these are intended to provide financial support to individuals who are genuinely unable to work due to illness. Employment during the period of receiving such benefits may constitute a violation of the principles of this program, resulting in the forfeiture of the right to receive benefits (Dz.U. z 2021 r. poz. 1596 ze zm.).

Additionally, engaging in paid work while simultaneously receiving health benefits introduces the element of violating the principle of solidarity, which underpins Poland's health insurance system. System participants fund it through contributions, with the understanding that these funds will serve the common good by financing healthcare in situations where it is truly necessary. Paid work, especially when the individual is a recipient of benefits, may be perceived as inappropriate use of system funds, which jeopardizes its stability and social fairness (Ślebzak, K., 2017).

From an ethical perspective, such a situation raises questions about the fairness of using a system intended to support individuals genuinely incapable of working. Engaging in paid work in this context may be viewed as an attempt to circumvent the system, which raises moral concerns (Jasienowicz-Radzewicz, B.). Therefore, it is necessary to conduct a thorough analysis of each case to understand the context and circumstances that may influence the decision to work while receiving benefits. At the same time, such analysis should consider the legal, social, and ethical consequences, maintaining a balance between individual support and the integrity of the health insurance system (Hrynkiewicz, J., 1999).

6. Misuse of sick leave: a case study

Misuse of sick leave is becoming an issue of growing importance, especially when individuals break the original purpose of such leave by working in ways contrary to their doctor's recommendations. Such cases highlight the problem of abusing health benefits and affect the efficiency of the sick leave system. Consider the case of an employee who, after suffering an injury, decides to take medical leave for recovery but begins to work in a way inconsistent with their doctor's recommendations. The problem can best be illustrated through a specific example:

Kowalski, a construction worker, suffered a spinal injury while on the job. The doctor determined that he needed time for full recovery and issued a two-week sick leave. Instead of resting, Kowalski began performing light household tasks, ignoring the doctor's instructions. As a result, his health deteriorated, and his recovery period was extended.

The employee not only undermined the purpose of the sick leave but also exposed himself to additional health risks. In the situation described, the construction worker violated medical advice during his sick leave, raising several legal issues under Polish law. First of all, his actions could result in the loss of compensation for the period of incapacity to work, as stipulated in the Labor Code (Art. 182.1) (Dz.U. 1974 nr 24 poz. 141, z późn. zm.). The employer, in turn, is obligated to respect the sick leave, and failure to comply with this duty may lead to legal consequences, as provided by the Labor Code (Art. 94) (Dz.U. 1974 nr 24 poz. 141, z późn. zm.). Furthermore, Kowalski, by ignoring the doctor's advice, violated the principle of cooperation with the doctor, which is regulated in the Labor Code (Art. 216) (Dz.U. 1974 nr 24 poz. 141, z późn. zm.). Ultimately, the employer had the right to take additional legal measures, such as sanctions outlined in the company's internal regulations or the employment contract.

This situation raises the issue of fair and ethical use of the sick leave system, which is crucial both from the perspective of labor law and professional ethics. Misuse of sick leave generates serious consequences for both the individual and the healthcare system. Individuals acting in this way expose their health to additional risks, which can lead to complications and a prolonged recovery process. Moreover, such behavior undermines the mutual trust between the employee and the employer, as well as between the doctor and the patient, affecting the efficiency of the sick leave system. Therefore, it is essential to strictly follow medical recommendations while on sick leave, ensuring effective healthcare and integrating the principles of honesty when using such benefits (Baran, K., Antonów, K., Dörre-Kolasa, D., Lewandowicz-Machnikowska, M., Sierocka, I., Walczak, K., & Włodarczyk, M., 2022).

7. Benefit for incapacity to work due to illness

The benefit for incapacity to work due to illness, derived from health or accident insurance, while simultaneously engaging in paid work during the period of declared incapacity, constitutes a violation of the principles of the health insurance system in Poland. According to Polish law, such behavior is regulated in the Penal Code, where Article 209a states that a person who defrauds the insurer by performing paid work during a declared incapacity to work due to illness or accident is subject to imprisonment for up to one year (Dz.U. z 2021 r.

poz. 2345 ze zm.). Additionally, under Article 24 of the Act on Health Care Services Financed from Public Funds, the beneficiary is obliged to follow the doctor's recommendations, which include properly utilizing the declared incapacity for work (Dz.U. z 2021 r. poz. 1774 ze zm.). Misuse of this situation may result in the loss of entitlement to benefits and financial liability.

8. Social consequences of abuse of the health insurance system

The social consequences of abusing the health insurance system are significant. Primarily, such conduct leads to social inequalities, as honest insured individuals bear the costs of maintaining the system, while others exploit it through fraudulent and improper use of benefits. This phenomenon undermines public trust in the health insurance system and may increase the tendency to evade paying contributions, which in turn threatens the stability and financing of the entire system (Kielbasa, M.). It is essential to emphasize that in accordance with the principles of a welfare society, honesty in using public health benefits is fundamental to the common good and equal access to healthcare for all citizens (Hrynkiewicz, J., 1999).

The analysis of improper use of incapacity for work benefits within the Polish health insurance system reveals a complex issue, combining legal, social, and ethical aspects. The presented cases of simultaneously receiving benefits and engaging in paid work, along with the improper use of sick leave, highlight significant challenges the system must face. Violations of the functioning principles of the health insurance system bring serious social consequences. Social inequality, loss of public trust, and increased evasion of contribution payments are just a few of the negative effects that may result from system abuse (Baran, K., Antonów, K., Dörre-Kolasa, D., Lewandowicz-Machnikowska, M., Sierocka, I., Walczak, K., & Włodarczyk, M., 2022). It is crucial to maintain honesty in the use of public health benefits to ensure equal access to healthcare for all citizens.

9. Summary

In conclusion, it is important to emphasize the necessity of careful analysis of individual cases. It is essential to consider the context and circumstances that may influence individual decisions. At the same time, such analysis must account for the legal, social, and ethical consequences, balancing individual support with the integrity of the health insurance system. In a welfare society, honesty in using public health benefits is the foundation of the common good. The effective functioning of the health insurance system requires cooperation from citizens, compliance with the law, and adherence to ethical principles. Only then can the system fulfill its role in providing financial support and ensuring equal access to healthcare for all its participants (Ślebzak, K., 2017).

Bibliography:

Literature:

1. Baran, K., Antonów, K., Dörre-Kolasa, D., Lewandowicz-Machnikowska, M., Sierocka, I., Walczak, K., & Włodarczyk, M. (2022). *Prawo pracy i ubezpieczeń społecznych* (4th ed., Ed. K. Baran). Warszawa: Wolters Kluwer Polska (Seria Akademicka - Wolters Kluwer Polska), 982.

2. Hryniewicz, J. (1999). "Wybrane aspekty społeczne i ekonomiczne reformy ubezpieczeń społecznych." *Gospodarka Narodowa*, 3, 25-58.
3. Jasienowicz-Radzewicz, B. *Utrata prawa do zasiłku chorobowego i wynagrodzenia za czas niezdolności do pracy*. Repozytorium UwB.
4. Kiełbasa, M. *Funkcjonowanie systemu ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych w Polsce*. Repozytorium WSB-NLU.
5. Koczur, W. (2012). "Zabezpieczenia społeczne: zarys problematyki." *Prace Naukowe / Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach*, 161.
6. Ślęzak, K. (2017). "Kontrola przez ZUS ważności umów o pracę stanowiących tytuł do ubezpieczenia społecznego - wybrane zagadnienia." *Praca i Zabezpieczenie Społeczne*, 2, 29-41.

Legal sources:

7. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483, z późn. zm.).
8. Kodeks Pracy z dnia 26 czerwca 1974 r., Dz.U. 1974 nr 24 poz. 141, z późn. zm.
9. Ustawa z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych (Dz.U. z 2021 r. poz. 1596 ze zm.).
10. Ustawa z dnia 27 sierpnia 2004 r. o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych (Dz.U. z 2021 r. poz. 1774 ze zm.).
11. Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o zakładach opieki zdrowotnej (Dz.U. z 2021 r. poz. 191 ze zm.)

Online sources:

12. "Poznaj system opieki zdrowotnej | Pacjent" (Accessed on 10.01.2024). Available at: www.pacjent.gov.pl.
13. "Ubezpieczenia wypadkowe - Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej - Portal Gov.pl" (Accessed on 10.01.2024). Available at: www.gov.pl.
14. "Niezdolność do pracy – wszystko, co powinno się o niej wiedzieć?" *Business Insider Polska* (Accessed on 10.01.2024). Available at: www.businessinsider.com.pl.
15. "Urlopy i zwolnienia od pracy - Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej - Portal Gov.pl" (Accessed on 10.01.2024). Available at: www.gov.pl.

25. BILATERAL AND MULTILATERAL DIPLOMACY: CONCEPT, SPECIFICITY AND CONTEMPORARY CHALLENGES

Iga Rosołowska

Uniwersytet w Białymstoku

Wydział Prawa

Studenckie Koło Filozofii Prawa

Ul. Mickiewicza 1, 15-213 Białystok

Email: iga.rosoowska@gmail.com

1. Introduction

Aristotle is the author of one of the oldest theories on the emergence of states, which is based on the concept of natural development. According to it, the state is the natural and most perfect form of organisation of social life, which develops through a series of stages: from the emergence of the family, the rural commune, the city, the polis, to the fully-fledged state (Aristoteles, 2023). The evocation of this Greek philosopher is not accidental. His background and his philosophy indicate that Greece was not only the cradle of democracy, but also of diplomacy, which was fundamental in the history of the development of statehood.

The term 'diplomacy' has its origins in Greek. According to the well-known Polish diplomat and scholar, Dr Julian Sutor, the word 'diplomacy' derives from the Greek diploma, which meant a document that was drawn up on two clay tablets joined together (diplóos - double). Such an official act acted as an MP's instruction, and also guaranteed the privileges granted by the sovereign (Sutor J., 2010). From this it follows that diplomacy, like democracy, has its roots in Ancient Greece.

The state, in its essence, never functions in isolation - it always exists in a wider international context as part of a group of states that must coexist with each other (Aron R., 1995). Consequently, the conduct of foreign policy, trade and the maintenance of diplomatic relations become crucial to its existence and development. Diplomacy thus becomes a tool through which states can communicate and cooperate internationally, negotiating, preventing conflict and pursuing mutual benefits in conditions of peaceful coexistence (Kissinger H., 1994). It is for this reason that the consideration of diplomacy, both bilateral and multilateral, is an essential part of understanding contemporary international relations (Nicolson H., 1963).

2. Origins and definition of diplomacy

Diplomacy, as a humanities discipline, is characterised by great diversity and the lack of a single, universally accepted definition. There are approximately 40 different definitions of diplomacy (Nicolson H., 1963), which is due to its multifaceted nature and the evolution it has undergone over the centuries. Changing conditions in the international arena, as well as the development of law, states and societies, have forced diplomacy to constantly adapt to new political and social norms and situations. In spite of this diversity, we can adopt one of the more universal definitions: diplomacy is 'the official and legitimate activity of state organs, directed outwards and aimed at the realisation of the day-to-day foreign policy tasks of the state' (Sutor

J., 2010). Its primary task is to protect the rights and interests of the state and its citizens through the negotiation and conclusion of international agreements. Diplomacy is also one of the key tools for implementing the foreign policy of any state (Aron R., 1995).

One of the reasons why there are so many definitions of diplomacy is its diversity, which manifests itself in different forms depending on the international and domestic context. This flexibility is necessitated by diverse cultures, political systems and a dynamically changing international situation (Kissinger H., 1994). Many types of diplomacy are distinguished in the literature, but for the purposes of this thesis we will focus on two key forms: multilateral diplomacy and bilateral diplomacy (Krzymowski A., 2012).

The evolution of diplomacy, as historians point out, is divided into two main periods. The first of these is the era of bilateral diplomacy, which in its initial phases were one-off missions with mainly representative functions. These missions were sent on the occasion of dynastic celebrations, victories and defeats in armed conflicts, or negotiations concerning joint ventures of a civil or military nature (Reynolds D., 2007). Over time, bilateral diplomacy has evolved to take the form of permanent missions, allowing for more permanent relations between states (Nicolson H., 1963). Permanent diplomatic representations, the prototypes of modern embassies, gained in importance with the development of civilisation, which required more and more frequent inter-state contacts (Sutor J., 2010).

The next phase in the evolution of diplomacy saw the development of multilateral diplomacy, in which more than two states were involved. This form of diplomacy grew in importance as states began to undertake joint ventures beyond the ad hoc settlement of armed conflicts (Aron R., 1995). Initially focused on regional cooperation, over time it extended to intercontinental relations. A key moment in the development of multilateral diplomacy was the Congress of Vienna in 1815, which established a long-term international peace order, based on the concept of a balance of power (Kissinger H., 1994). In the 20th century, multilateral diplomacy played an increasingly important role, particularly in the context of the emergence of international organisations such as the League of Nations and the United Nations, which sought global cooperation and peacekeeping (Aron R., 1995).

Despite their differences, bilateral and multilateral diplomacy have many features in common. The two forms are complementary, being different tools for the implementation of states' foreign policy. Their tasks vary according to the context, but their common goal is the protection of state interests and the pursuit of peaceful coexistence in the international arena (Nicolson H., 1963).

3. Multilateral diplomacy

Multilateral (multilateral) diplomacy is a method of conducting foreign policy within the framework of relations between or towards a group of states. It can be carried out through negotiations and conferences, known as conference diplomacy (Sutor J., 2010). The sources of law in multilateral diplomacy are the norms of international law that regulate the activities of international organisations and relations between states within these organisations. Multilateral diplomacy mainly involves activities within intergovernmental organisations of universal, regional and sub-regional scope (Kissinger H., 1994).

Multilateral diplomacy operates on two main levels. The first is the universal international organisations, such as the United Nations (UN) system, within which various

agencies operate, such as the Economic and Social Council or the Commission on Human Rights. These organisations deal with international cooperation in specific fields, such as the International Labour Organisation (ILO) or the World Intellectual Property Organisation (WIPO). There are also other specialised organisations on the international scene, such as NATO in the political-military sphere, the European Union in the economic area, the International Committee of the Red Cross in the socio-humanitarian sphere, or CERN in the field of scientific research (Aron R., 1995). These organisations, through their activities, play a key role in in shaping and maintaining the international order.

The second arena of multilateral diplomacy is ad hoc international conferences and meetings at various levels, involving representatives of the executive, legislature, judiciary, as well as various state organs (e.g. border services, police, intelligence services). These conferences are crucial in discussing current issues and resolving problems of an international nature (Reynolds D., 2007).

The diplomatic law of international organisations encompasses the norms governing relations between states and international organisations, including the legal status, privileges and immunities of permanent missions and representations of states to these organisations. These rules also apply to delegations, bodies and conferences, as well as to the status of international organisations and their officers and experts. The legal position of international organisations is usually governed by international agreements (Krzymowski A., 2012).

Within the framework of multilateral diplomacy, two main categories of state missions to international organisations have developed: permanent and temporary missions. Permanent missions are led by accredited representatives of states for several years, while temporary representatives - delegates and experts - are sent to attend specific sessions or conferences of the organisation (Nicolson H, 1963).

Members of delegations and officers of international organisations enjoy certain privileges and immunities, which are governed by both treaty norms and the internal rules of international organisations. These officers are obliged to act in the interests of the organisation and not of individual states, which ensures their independence (Aron R., 1995).

International conferences, crucial in multilateral diplomacy, are divided into three types: deliberative, resolution and information conferences. Deliberative conferences provide a forum for the presentation of positions, resolution conferences deal with the negotiation of international agreements, while information conferences are used for the exchange of international information and the coordination of activities (Sutor J., 2010). Decisions at these conferences are usually taken by vote or consensus, making it easier to agree on joint international action (Kissinger H., 1994).

4. Bilateral diplomacy

Bilateral diplomacy is diplomatic activity conducted between two states. The condition for its existence is the establishment of mutual diplomatic relations. The relationship between two states can be described in four different variants. In the first case, the states do not recognise each other, which implies the absence of established diplomatic relations and permanent diplomatic missions. The second case is the situation, in which states recognise each other but have not established diplomatic relations or permanent diplomatic missions. In the third scenario, states recognise each other, have established diplomatic relations, but may not have

permanent diplomatic missions. The final fourth scenario is where states recognise each other, have established diplomatic relations and maintain permanent missions (Sutor J., 2010).

Diplomatic relations are official, peaceful relations established by mutual consent between sovereign states. They are concluded through the signing of an international agreement and are carried out by specifically authorised state organs, primarily the heads of permanent and temporary diplomatic missions and ministries of foreign affairs (Kissinger H., 1994). The number of diplomatic relations established is often a reflection of a country's potential and its economic capacity to maintain them.

Lack of diplomatic relations between states can arise for two reasons. It can be part of the formation of bilateral relations, signifying frigidity or lack of interest, or so-called *désintéressement*. The absence of established diplomatic relations has relatively little legal significance, and the rupture does not preclude the conclusion of treaties between states (Aron R., 1995). In this case, contacts between states may take place through third countries or in the forum of international organisations (Nicolson H., 1963).

It should be noted, however, that although diplomatic relations cannot be maintained between non-recognising states, the mere recognition of a state does not automatically imply the establishment of diplomatic relations (Krzymowski A., 2012). These relations are governed by diplomatic law, which includes norms and regulations concerning the operation of state organs and diplomatic missions. The main sources of diplomatic law are the Vienna Convention on Diplomatic Relations of 18 April 1961, bilateral agreements, international customs and domestic legislation.

The suspension or severance of diplomatic relations depends solely on the will of one state, which can take such a decision without the consent of the other party. The severance of diplomatic relations is relatively rare and usually results from serious violations of international law, dignity or the interests of the other state, e.g. in the event of armed conflict or fundamental regime change (Reynolds D., 2007). The effect of the severance of diplomatic relations is the immediate liquidation of the diplomatic missions in both countries. After the rupture of relations, the guardianship of the citizens and interests of the sending state is usually assumed by a third state, with the consent of the receiving state (Sutor J., 2010).

The severance of diplomatic relations does not prevent them from being re-established once the political situation between states has normalised. However, it should be borne in mind that maintaining diplomatic relations does not always equate to friendly relations - it can only be a formal form of communication (Aron R., 1995). Even in the event of armed conflict, it is possible to maintain diplomatic relations, although this usually leads to their suspension (Nicolson H., 1963).

Diplomatic relations are distinct from consular relations, although nowadays they often intermingle. Diplomacy focuses on contacts with the highest authorities of the other state, while consular relations are primarily concerned with protecting the interests of one's own citizens and cooperating with local authorities (Krzymowski A., 2012). Diplomatic missions may perform consular functions, while consular missions may perform diplomatic functions only in exceptional cases, with the consent of the host state (Sutor J., 2010).

5. Summary

Diplomatic relations, being one of the oldest forms of official communication between states, have undergone an impressive evolution. From the beginnings of civilisation, where diplomacy consisted of simple, occasional missions, to today's complex and multifaceted relationships that encompass both bilateral and multilateral relations. In today's world, these relationships are global in scope and play a key role in maintaining international order. Diplomacy not only adapts to changing political and economic circumstances, but also actively influencing the development of global standards, including in areas such as security, trade, human rights and the environment (Nicolson H, 1963).

Bilateral diplomacy and multilateral diplomacy are the two basic forms of conducting foreign policy. Bilateral diplomacy, based on relations between two states, provides the foundation on which more complex forms of international cooperation are built. Multilateral diplomacy, on the other hand, involving a larger number of actors including international organisations, is key to addressing global issues that go beyond the capabilities of individual states (Kissinger H., 1994). The two forms of diplomacy, although different in nature, work together, complementing each other and ensuring effective communication and cooperation in the international arena.

Understanding the mechanisms of bilateral and multilateral diplomacy is essential for anyone wishing to explore the ins and outs of international relations. They are the starting point for all other forms of diplomacy, such as public diplomacy, digital diplomacy or economic diplomacy. Without an in-depth understanding of these two fundamental forms, it is impossible to fully understand the complex web of international relations that maintains the global balance. Diplomacy, being the most flexible tool for managing international relations, plays a key role in protecting the world from chaos, guaranteeing stability and peace in a changing world (Nicolson, Harold, 1963).

Bibliography:

1. Arystoteles. *Polityka*. Translated by Ludwik Piotrowicz. Warszawa: PWN, 2008.
2. Aron, Raymond. *Peace and War: A Theory of International Relations*. New York: Doubleday, 1966.
3. Kissinger, Henry. *Diplomacy*. New York: Simon & Schuster, 1994.
4. Nicolson, Harold. *Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press, 1963.
5. Reynolds, David. *Summits: Six Meetings That Shaped the Twentieth Century*. London: Penguin, 2007.
6. Sutor, Julian. *Dyplomacja współczesna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.
7. Konwencja Wiedeńska o stosunkach dyplomatycznych. United Nations, 1961.
8. Krzymowski, Adam. *Wstęp do teorii stosunków międzynarodowych*. Warszawa: Aspra-Jr, 2012.

26. POSTAWY PERSONELU SZPITALI WOBEC EDUKACJI W ZAKRESIE ROBOTYZACJI, SZTUCZNEJ INTELIGENCJI I NOWOCZESNYCH TECHNOLOGII W OPIECIE NAD SENIORAMI

Katarzyna Joanna Ludwiczak

Email: kjludwiczak@wp.pl

1. Wstęp

Sztuczna inteligencja i robotyzacja jest dziedziną prężnie rozwijającą się na przestrzeni 2024 roku. Badając elementy sztucznej inteligencji, należy skupić się czym ona w zasadzie jest. Połączenie dwóch członków „sztuczna” oraz „inteligencja” może zastanawiać. Sztuczność w kontekście AI jest sugestią iż nie powstała ona naturalnie – jest ona stworzona w jakimś celu. Już w 1955 roku podjęto próbę zdefiniowania czym może być sztuczna inteligencja. Badania nad nią są obszerne i dotyczą wielu dziedzin – w wieku dziedzinach bowiem znajduje ona zastosowanie. John McCarty zdefiniował sztuczną inteligencję jako swoisty i skomplikowany proces odbywający się na poziomie binarnym, które efektem jest wykonanie czynności ludzko podobnej do takiej, którą wykonałby człowiek. Zagadnienie sztucznej inteligencji cały czas ewoluuje ze względu na swoją specyfikę i szybki postęp [Kaplan, 2020, s.15].

Artykuł porusza tematykę związaną z wykorzystaniem sztucznej inteligencji do opieki nad osobami starszymi w placówkach medycznych oraz niemiedycznych jakimi są na przykład domu starości. Badania przedstawione w artykule dotyczą spojrzenia osób pracujących w sektorze opieki nad osobami starszymi. Celem niniejszej pracy jest ukazanie w jaki sposób opiekunowie medyczni i niemiedyczni podchodzą do wprowadzenia elementów sztucznej inteligencji i robotyzacji do codzienności pracy z osobami starszymi. Jeśli opiekunowie, którzy mieliby pracować ze sztuczną inteligencją i elementami robotyzacji pracy będą mieli znaczny opór lub strach to wprowadzanie takich rozwiązań może być nieefektywne. Wprowadzanie odpowiedniej edukacji personelu placówek, które zajmują się opieką nad ludźmi starszymi może być kluczowe.

Aby zrealizować cel postawiony w pracy zostało przeprowadzone badanie w formie kwestionariusza ankietowego, które zostało opublikowane w Internecie. Warunkiem przystąpienia do badania była praca w placówce medycznej lub niemiedycznej gdzie prowadzona jest opieka nad osobami starszymi. Kwestionariusz ankietowy był podzielony na dwie części – merytoryczną, która zawierała siedem pytań merytorycznych oraz część metryczkową, która zawierała pytania o wiek, płeć, miejsce zamieszkania oraz wykształcenie respondentów. Pytania merytoryczne dotyczyły pytań o dostępność szkoleń na temat technologii sztucznej inteligencji i robotyzacji w miejscach pracy oraz o gotowość podjęcia takich szkoleń przez respondentów. Zbadano również jakie korzyści dostrzegają ankietowani we wprowadzeniu AI i robotyzacji do pracy oraz jakie obszary budzą strach i wątpliwości.

Niniejszy artykuł został podzielony na kilka części. W pierwszej części przedstawiono kilka teoretycznych zagadnień związanych ze sztuczną inteligencją. Następnie opisano metodologię badań. Kolejna część pracy zawiera badania, a następnie wyniki badań. Ostatniej części przedstawiono literaturę.

2. Metodologia badań

Badanie zostało przeprowadzone za pomocą kwestionariusza ankietowego udostępnionego w Internecie w dniach od 26.01.2024r. do 02.04.2024r. W badaniu uczestniczyły osoby, które miały styczność z szeroko pojętym zagadnieniem związanym z opieką nad osobami starszymi. Były to osoby związane z opieką geriatryczną, opieką w domach starości oraz opieką w hospicjach. Uczestnicy badania byli pracownikami medycznymi (pielęgniarki), ale i również pracownikami i wolontariuszami niemedycznymi (wolontariusze w domach opieki zdrowotnej, opiekunowie osób starszych).

W kwestionariuszu ankietowym znalazło się siedem pytań merytorycznych oraz cztery pytania metryczkowe. W kwestionariuszu ankietowym respondentów zapytano o to czy zakłady pracy respondentów oferują szkolenia w zakresie technologii sztucznej inteligencji i robotyzacji w opiece nad osobami starszymi i w podeszłym wieku oraz czy w takich szkoleniach respondenci uczestniczyli. Zapytano również jakie formy szkoleń według grupy badanej są najistotniejsze i w jakich by uczestniczyli. W kwestionariuszu ankietowym pojawiło się pytanie jakie nowoczesne technologie są najskuteczniejsze zdaniem respondentów w kontekście opieki nad osobami starszymi. W pytaniach merytorycznych zapytano również o to jakie korzyści i bariery dostrzegają ankietowani.

Struktura respondentów pod względem metryczkowym została przedstawiona w tabeli 1.

Tabela 1. Struktura respondentów

Wyszczególnienie	Struktura respondentów	
	Liczba względna	Liczba bezwzględna
Ogółem	100%	80
Wiek		
18-25	56,3%	45
26-35	25%	20
36-45	15%	12
46+	3,7%	3
Płeć		
Kobiety	71,3%	57
Mężczyźni	28,7%	23
Miejsce zamieszkania		
Miasto	77,5%	62
Wieś	22,5%	18
Wykształcenie		
Wyższe	88,8%	71
Średnie	11,2%	9
Podstawowe	0%	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W badaniu kwestionariuszowym wzięło udział 80 respondentów. W tym było 71,3% kobiet i 28,7% mężczyzn. Wiek osób badanych prezentował się następująco. Osoby w przedziale 18-25 stanowiły 56,3% badanych, osoby w przedziale od 36 lat do 35 lat stanowiły 25% respondentów. W przedziale wiekowym 36-45 znalazło się 15% badanych. Najmniej

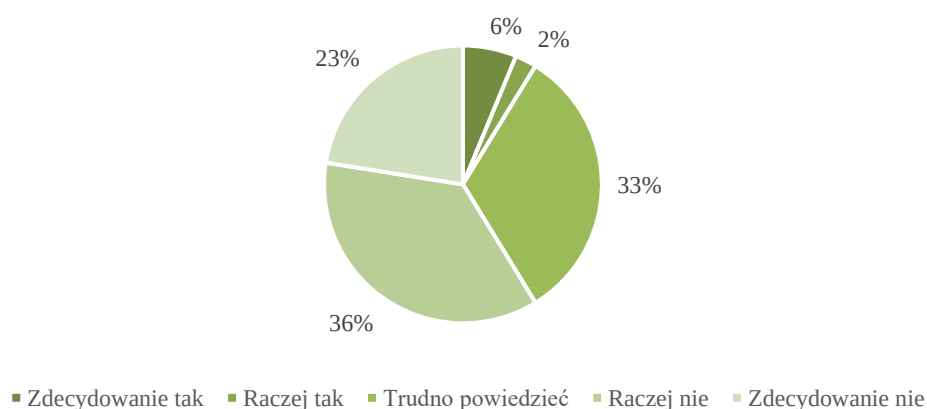
liczebną grupą badanych były osoby w wieku 46 lat i powyżej – 3,7% badanych. W większości miejscem zamieszkania osób przystępujących do badania było miasto – 77,5%, a osób mieszkających we wsi było 22,5%. W badaniu zdecydowana większość respondentów miała wykształcenie wyższe 88,8%. Z kolei wykształcenie średnie miało 11,2%. Nikt z badanych nie zaznaczył, że ma wykształcenie podstawowe.

Celem badania była analiza nastawienia opiekunów osób starszych do nowoczesnych technologii związanych ze sztuczną inteligencją oraz robotyzacją możliwą w przyszłości do stosowania w placówkach zajmujących się opieką nad osobami w podeszłym wieku. Warunkiem uczestnictwa w badaniu kwestionariuszowym była praca zawodów medycznych i niemiedycznych w opiece nad osobami starszymi. Jest to istotne ze względu na to, czy osoby te będą możliwe chętne i dyspozycyjne do korzystania w nowych technologii w tym zakresie.

Kwestionariusz ankietowy składał się z 8 pytań merytorycznych i 4 pytań metryczkowych. Ankieta badawcza została zatytułowana „Kształcenie personelu medycznego i niemiedycznego w obszarze technologii opieki nad osobami starszymi”. Pytanie merytoryczne dotyczyło tego, czy miejsca pracy zapewniają szkolenia w zakresie technologii dla osób sprawujących opiekę nad osobami starszymi, tego czy respondenci uczestniczyli w szkoleniach dotyczących nowych technologii w obszarze opieki nad osobami starszymi i miejscami takich szkoleń. Pytania dotyczyły również tego jakie formy szkolenia byłby najatrakcyjniejsze dla respondentów i w jakich najchętniej by uczestniczyli. Zadano pytanie dotyczące efektywności metod robotyzacji i sztucznej inteligencji w opiece nad osobami starszymi i korzyści wynikających z korzystania z innych technologicznych metod opieki nad osobami starszymi. Respondenci również wskazywali jakie potencjalne bariery będą występowały w przypadku implementacji elementów robotyzacji i sztucznej inteligencji do opieki nad osobami w podeszłym wieku.

3. Wyniki

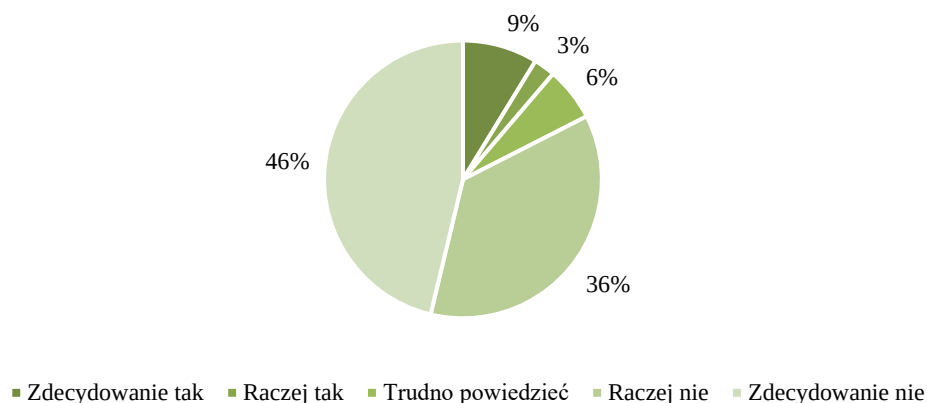
W kwestionariuszu ankietowym zadano respondentom pytanie dotyczące umożliwiania pracownikom firm zajmujących się opieką nad osobami starszymi uczestnictwa w szkoleniach z zakresu sztucznej inteligencji i robotyzacji. Wyniki prezentują się na wykresie 1.



Wykres 1. Dostępność szkoleń w obszarze technologii w zakładach pracy respondentów

Źródło: opracowanie własne.

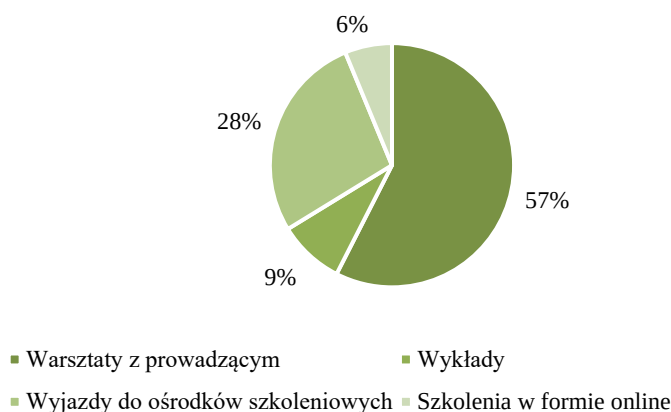
Większość respondentów, czyli 36% badanych raczej nie ma dostępu szkoleń z obszarów technologicznej w swoim miejscu pracy. Z kolei 33% uczestników badania ma problem z jednoznacznym określeniem czy takie szkolenia występują w ich miejscu pracy. Dodatkowo 23% badanych zdecydowanie twierdzi, że takie szkolenia nie odbywają się. Jedynie 6% uczestników badania takie szkolenia miało, a 2% ankietowanych jest zdania, że takie szkolenia raczej miały miejsce w ich miejscu pracy. W badaniu kwestionariuszowym zadano pytanie czy badani uczestniczyli w szkoleniach z obszaru technologii na własną rękę. Dane zostały przedstawione na wykresie 2.



Wykres 2. Korzystanie z szkoleń z obszaru technologii osób związanych z opieką nad osobami starszymi we własnym zakresie

Źródło: opracowanie własne.

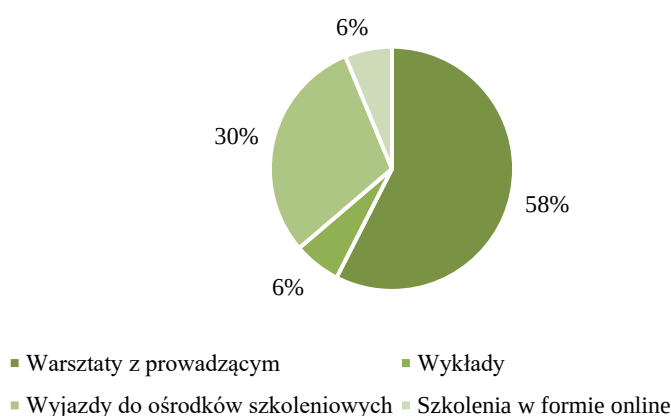
Badani w większości nie korzystają we własnym zakresie ze szkoleń związanych z technologią – jest to 46% uczestników badania. Z kolei 36% ankietowanych twierdzi, że raczej nie korzysta z takich szkoleń we własnym zakresie. Jednak 9% badanych zdecydowanie szkoli się we własnym zakresie, a 3% raczej korzysta z takich szkoleń. Jednak 6% badanych nie jest w stanie określić czy ze szkoleń z obszarze technologii korzysta czy nie we własnym zakresie. Zbadano również jakie formy edukacji zdaniem respondentów są najskuteczniejsze w obszarze kształcenia personelu medycznego w kontekście opieki nad osobami starszymi. Respondenci mogli wybrać spośród przykładów: warsztaty z prowadzącym, wykłady, wyjazdy do ośrodków szkoleniowych, szkolenia w formie online oraz mogli również napisać swoją indywidualną propozycję. Dane zostały przedstawione na wykresie 3.



Wykres 3. Najskuteczniejsze formy szkoleń w zakresie technologii opieki nad osobami starszymi zdaniem respondentów

Źródło: opracowanie własne.

Ponad połowa badanych – 57% – jest zdania, że warsztaty z prowadzącym są najbardziej skuteczną formą prowadzenia szkoleń w zakresie technologii opieki nad osobami starszymi. Z kolei 28% badanych jest zdania, że są to wyjazdy do ośrodków szkoleniowych. Natomiast 9% badanych jest zdania, że wykłady byłyby najskuteczniejszą formą prowadzenia szkoleń w obszarze technologii w kontekście opieki nad osobami starszymi, a 6% jest zdania, że szkolenia w formie online byłyby najskuteczniejsze. Własnej propozycji przeprowadzania szkoleń nikt z badanych nie udzielił. Badanych zapytano również o to w jakich szkoleniach najchętniej braliby udział. Mieli do wyboru: warsztaty z prowadzącym, wykłady, wyjazdy do ośrodków szkoleniowych, szkolenia w formie online oraz mogli również napisać swoją indywidualną propozycję. Dane przedstawione są na wykresie 4.

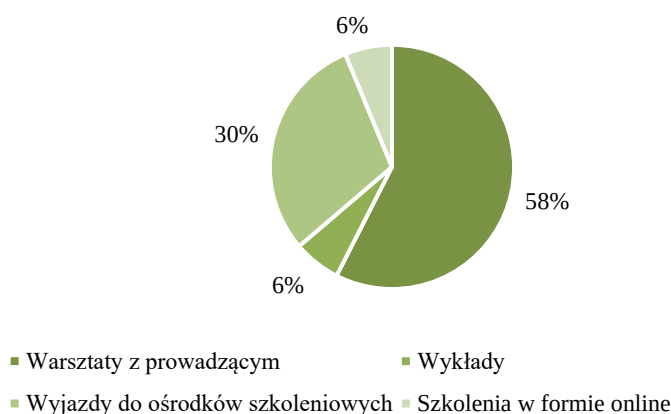


Wykres 4. Szkolenia w których uczestniczyliby uczestnicy badania

Źródło: opracowanie własne.

Większość badanych, czyli 58% jest zdania, że najchętniej uczestniczyliby w warsztatach z prowadzącym. Z kolei 30% badanych jest zdania, że uczestniczyliby w wyjazdach do ośrodków szkoleniowych. Po 6% ankietowanych wybrało wykłady oraz szkolenia w formie online. Nikt z ankietowanych nie zaproponował swojej odpowiedzi.

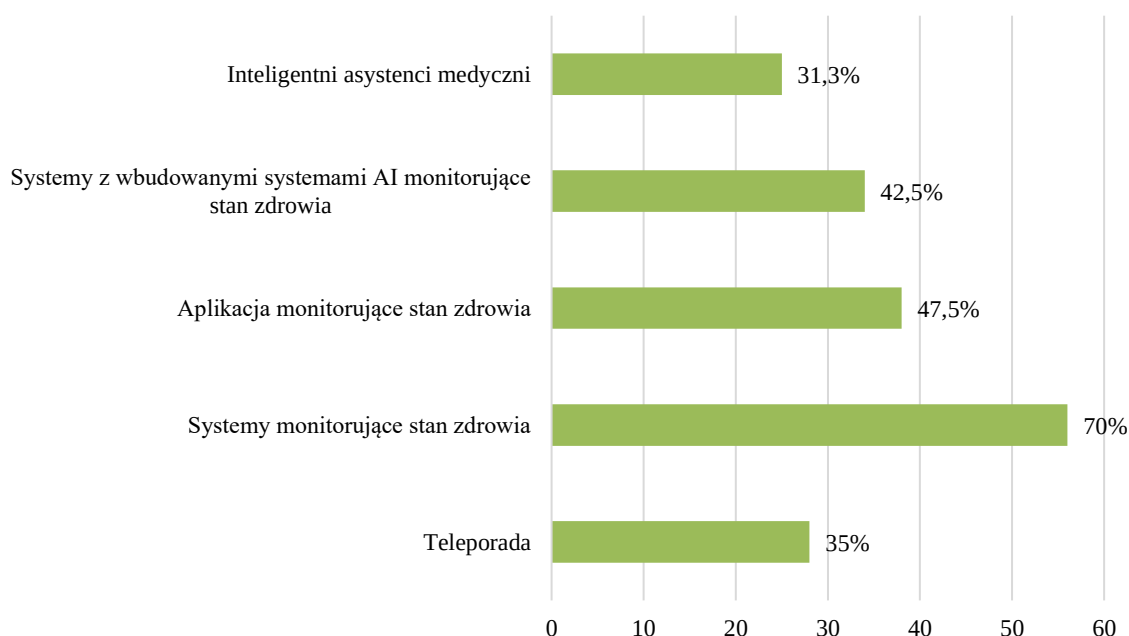
Uczestnicy badania w kwestionariuszu zostali zapytani o to, które technologie są najważniejsze w kontekście opieki nad osobami starszymi. Dane przedstawia wykres 5.



Wykres 5. Najchętniej wybierane formy szkoleń w zakresie kształcenia personelu medycznego w obszarze technologii opieki nad osobami starszymi

Źródło: opracowanie własne.

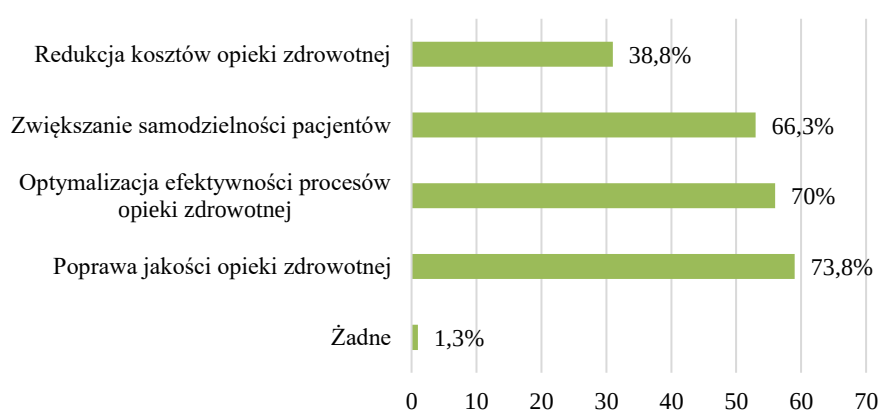
Najchętniej wybieraną formą szkoleń według respondentów są warsztaty z prowadzącym – wybrało to 58%. Wyjazdy do ośrodków szkoleniowych zdobyły 30% głosów osób badanych. Z kolei najmniej głosów zdobyły wykłady oraz szkolenia w formie online – po 6%. Osoby uczestniczące w badaniu nie wskazały własnych form odpowiedzi w tym pytaniu otwartym. Następnie badani odpowiadali na pytanie dotyczące najistotniejszych technologii w zakresie wprowadzania zmian w opiece nad osobami starszymi. Dane przedstawia wykres 6.



Wykres 6. Najistotniejsze technologie wprowadzane do opieki nad osobami starszymi

Źródło: opracowanie własne.

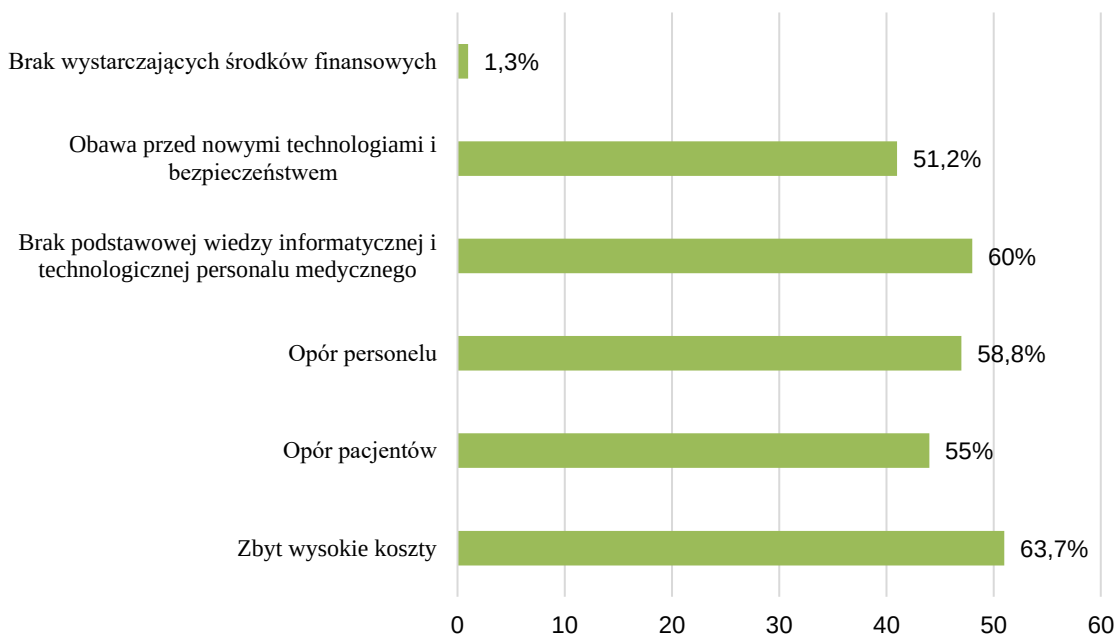
Pytanie zadane respondentom było pytaniem wielokrotnego wyboru. Badani wybierali kilka odpowiedzi oraz mogli dopisać swoje propozycje. Najwięcej wskazań wśród grupy badawczej miały systemy monitorujące stan zdrowia – 70% wskazań. Następnie wynik 47,5% uzyskały aplikacje monitorujące stan zdrowia. Nieco niższy wynik, 42,5%, uzyskały systemy z wbudowanymi systemami AI monitorujące stan zdrowia. Teleporada uzyskała 35% wskazań w badaniu. Najniższy wynik 31,3% uzyskali inteligentni asystenci medyczni. W kwestionariuszu ankietowym zadano respondentom pytanie dotyczące przewidywanych długoterminowych korzyści wynikających z rozwijania kompetencji personelu medycznego i niemedycznego związanego z opieką nad osobami starszymi w kontekście wprowadzania nowych technologii. Pytanie miało charakter otwarty. Uczestnicy badania wskazali następujące odpowiedzi przedstawione na wykresie 7.



Wykres 7. Korzyści wynikające z rozwijania kompetencji personelu medycznego i niemedycznego w obszarze technologii opieki nad osobami starszymi

Źródło: opracowanie własne.

Badani mogli wybierać kilka opcji odpowiedzi na pytanie. Najwięcej wskazań w kontekście korzyści płynącej z rozwijania kompetencji u pracowników pracujących z osobami starszymi miała poprawa jakości opieki zdrowotnej (73,8%). Następnie nieco mniej wskazań (70%) otrzymała korzyść związana z optymalizacją efektywności procesów opieki zdrowotnej. Z kolei 66,3% wskazań, dotyczy zwiększenie samodzielności pacjentów. Natomiast 38,8% wskazań w badaniu dotyczy redukcji kosztów opieki zdrowotnej. To, że edukacja personelu w kwestii nowych technologii nad osobami starszymi nie przyniesie żadnych korzyści uzyskało 1,3% wskazań. Nikt z badanych nie wpisał swojej propozycji odpowiedzi. Badani zostali również zapytani o ewentualne bariery jakie mogą ujawnić się w momencie co zostało przedstawiona na wykresie 8.



Wykres 8. Główne bariery wprowadzenia nowoczesnych technologii sztucznej inteligencji i robotyzacji w codziennej praktyce opieki nad osobami starszymi

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondenci w pytaniu mogli wybierać kilka opcji odpowiedzi. Największą barierą związaną z wprowadzeniem nowoczesnych technologii sztucznej inteligencji i robotyzacji według badanych są zbyt wysokie koszty (63,7%). Następnie znaczącą barierą może być brak podstawowej wiedzy informatycznej i technologicznej personelu medycznego (60%) oraz sam opór pracowników do technologii AI (58,8%). Uwzględniony również został opór samych pacjentów (55%). Inną wskazaną barierą jest obawa przed nowymi technologiami w kontekście bezpieczeństwa (51,5%) i brak wystarczających środków finansowych (1,3%).

4. Podsumowanie

Sztuczna inteligencja i robotyzacja jest w 2024 roku jedną z głównych technologii szybko i ekspansywnie rozwijających się. Dodatkowo rozwój sztucznej inteligencji przyczynia się do rozkwitu różnych branż w społeczeństwie. Jest to również element, który może odgrywać istotną rolę w opiece osób senioralnych.

Podstawową barierą związaną z wprowadzeniem do codziennego użytkowania technologii sztucznej inteligencji i robotyzacji w przyszłości, może okazać się brak odpowiedniej wiedzy technologicznej personelu. Badanie wykazało, że personel medyczny jak i niemedyczny nie ma w większości zapewnionej odpowiedniej edukacji w formie szkoleń na temat związane z nowoczesnymi technologiami w obszarze zdrowia. Technologie związane z opieką medyczną rozwijają się – tak samo jak technologie informatyczne. Zbyt długie nie kształcenie się w obszarach informatycznych może powodować trudności w przyszłości związane z nadążeniem za coraz to nowszymi technologiami. Respondenci również nie szkolą się w większości we własnym zakresie – wynika to z tego, że takie szkolenie mogłaby zapewnić firma z którą współpracują. Badani również są skłonni do uczestniczenia w badaniach związanych z technologiami. Najatrakcyjniejszą formą edukacji w tym obszarze są warsztaty

z prowadzącymi. Badani również wyznaczyli, że wyjazdy do ośrodków szkoleniowych mogłyby być atrakcyjną dla nich formą kształcenia w obszarze sztucznej inteligencji i robotyzacji. Według badanych te same formy szkoleń, czyli warsztaty z prowadzącym oraz wyjazdy do ośrodków szkoleniowych są najskuteczniejsze w edukacji na temat nowych technologii sztucznej inteligencji i robotyzacji.

Postęp związany ze sztuczną inteligencją, robotyzacją czy informatycznymi technologiami jest szybki i niemal wszechobecny. Badani wskazali, że systemy monitorujące stan zdrowia są jedną z najistotniejszych technologii informatycznych związanych z opieką nad osobami starszymi. Kolejną ważną technologią okazały się aplikacje monitorujące stan zdrowia. Następną ważną technologią w obszarze opieki nad osobami starszymi są systemy sztucznej inteligencji monitorujące stan zdrowia. Najwięcej odpowiedzi osób badanych skierowane były na monitorowanie i nadzorowanie stanu zdrowia pacjentów – pokazuje to, jak ważną rolę odgrywane szybkie reagowanie w sytuacjach kryzysowych przy opiece nad osobami starszymi. Innymi dwiema technologiami wskazanymi przez badanych były teleporady, które już wcześniej zostały wprowadzone, oraz inteligentne systemy działające w ramach „asystentów” medycznych osób.

Ważne jest również rozważenie korzyści oraz barier w kontekście wprowadzenia sztucznej inteligencji i robotyzacji do opieki nad osobami starszymi. Respondenci wskazali najważniejsze korzyści. Jednym z nich jest wzrost jakości opieki nad osobami w podeszłym wieku. Rozkwit tych technologii może skupiać się na obszarze monitorowania i szybkiego reagowania – co w niektórych przypadkach jest kluczowe. Optymalizacja procesów opieki zdrowotnej pod względem wprowadzenia sztucznej inteligencji i robotyzacji została również wskazana jako główna korzyść. Inną korzyścią związaną ze sztuczną inteligencją jest zwiększenie samodzielności pacjentów w domach oraz w ośrodkach opiekuńczych. Może wiązać się to też ze szkoleniami związanymi z pomocą osobom starszym w obsłudze takich urządzeń, ale również jest to pewne zagrożenie związane z nadmierną izolacją osób starszych w domach. Respondenci również wskazali, że może wiązać się to z reedukacją kosztów opieki zdrowotnej osób starszych – wprowadzone elementy robotyzacji do opieki na ludzi starszymi mają być swoistym narzędziem, którym operuje człowiek, a nie ich zastąpieniem.

Barieri związane z wprowadzeniem sztucznej inteligencji i robotyzacji do opieki zdrowotnej osób starszych są związane z brakiem środków i edukacji w obszarze technologii. Najwięcej wskazań mają zbyt wysokie koszty wprowadzenia takiej technologii do codzienności pracy z osobami starszymi. Koszty nie są związane jedynie z samą technologią, ale również z edukacją personelu oraz pacjentów, a także z dostosowaniem obiektu pod pracę z technologiami sztucznej inteligencji i robotyzacji. W barierach również wskazano brak podstawowej wiedzy informatycznej i technologicznej personelu medycznego jako druga najistotniejsza bariera. Łączy się to z brakiem szkoleń związanych z nowoczesnymi technologiami. Następnie opór pacjentów i personelu – zmniejszenie tego niepokoju może też odbywać się poprzez odpowiednią edukację. Obawa przed nowoczesnymi technologiami w obszarze sztucznej inteligencji i robotyzacji też została wskazana jako znacząca bariera. Zwykle ludzie boją się tego czego nie znają – zmniejszyć strach i obawę przed technologiami AI można poprzez edukację i odpowiednie wdrożone szkolenia.

Technologie sztucznej inteligencji i robotyzacji są bardzo szybko rozwijającą się dziedziną w 2024 roku. Wraz z coraz to nowszymi rozwiązaniami idą w parze też obawy,

wątpliwości, ale i też możliwości zagospodarowania różnych obszarów. Ważnym obszarem do rozwoju jest monitorowanie funkcji życiowych oraz stanu zdrowia przez systemy sztucznej inteligencji i robotyzacji. Z badania wynika, że osoby pracujące w obszarze opieki nad osobami starszymi bardzo często wskazywały ten obszar jeśli był możliwy. Można wywnioskować, że jest to ważny aspekt zwiększenia jakości i efektywności pracy. W przyszłości, za pomocą systemów sztucznej inteligencji, opiekę nad pacjentami można będzie spersonalizować.

Bibliografia:

1. Boden M. A., 2020, *Sztuczna inteligencja. Jej natura i przyszłość*, Łódź, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
2. Kaplan J., 2020, *Sztuczna inteligencja. Co każdy powinien wiedzieć*, Warszawa, Wydawnictwo PWN.
3. Kietzmann J., Paschen J., Treen E. R., 2018, *Artificial Intelligence in Advertising: How Marketers Can Leverage Artificial Intelligence Along the Consumer Journey*, Journal of Advertising Research.
4. Miranda L., 2019, *30 sekund o sztucznej inteligencji i robotyce*, Warszawa, Wydawnictwo Olesiejuk.
5. Patrzyk S., Woźniacka A., 2022, *Sztuczna inteligencja w medycynie*, Łódź, Wydawnictwo Uniwersytetu Medycznego w Łodzi.

Wykres stron internetowych:

6. <https://naukawpolsce.pl/aktualnosci/news%2C102857%2Cwroclaw-lekarze-tworza-aplikacje-w-ktorej-ai-pomoze-ocenic-stan-zdrowia> [dostęp 21.05.2024].

27. WPLYW STYLÓW PRZYWIĄZANIA NA JAKOŚĆ ŻYCIA W RELACJACH PARTNERSKICH

Katarzyna Krenska

Spółeczna Akademia Nauk w Łodzi

Email: Kasia.krenska01@gmail.com

1. Wstęp

Relacje międzyludzkie, a zwłaszcza te partnerskie, stanowią kluczowy element naszego życia i znacząco wpływają na ogólne poczucie szczęścia oraz satysfakcję. W tym kontekście niezwykle istotną rolę odgrywa styl przywiązania, który kształtuje się już we wczesnym dzieciństwie i wpływa na sposób, w jaki budujemy i utrzymujemy więzi z innymi ludźmi w dorosłym życiu. Teoria przywiązania, rozwinięta przez Johna Bowlby'ego, wskazuje na trzy główne style przywiązania: bezpieczny, lękowo-ambiwalentny oraz unikowy, z których każdy wywiera odmienny wpływ na jakość relacji partnerskich i poziom satysfakcji z życia.

Styl przywiązania bezpieczny, który charakteryzuje się poczuciem stabilności, zaufania i komfortu w relacjach, sprzyja tworzeniu trwałych, satysfakcjonujących więzi. Osoby o tym stylu mają tendencję do czerpania radości z bliskości i wykazują umiejętność radzenia sobie z problemami w związku. Z kolei osoby o lękowo-ambiwalentnym stylu przywiązania często doświadczają niepewności, zazdrości i silnej zależności od partnera, co może prowadzić do obniżonego poziomu satysfakcji. Styl unikowy, który charakteryzuje się unikaniem bliskości emocjonalnej, może prowadzić do trudności w nawiązywaniu i utrzymywaniu głębszych relacji.

Celem niniejszego artykułu jest omówienie wpływu stylów przywiązania na jakość życia w relacjach partnerskich w różnych fazach rozwoju rodziny. Badanie Alicji Maliny obejmuje kobiety w trzech kluczowych fazach: narzeczeństwa, kształtowania się więzi małżeńskiej oraz rozwoju postaw rodzicielskich. Zbadanie tych faz pozwala na zrozumienie, w jaki sposób styl przywiązania oddziałuje na satysfakcję z życia na poszczególnych etapach budowania relacji i jakie są różnice w zależności od etapu rozwoju związku.

1.1. Teoria przywiązania

W literaturze można napotkać różne definicje pojęcia przywiązania. Według jednej z nich, przywiązanie można postrzegać jako potrzebę jednostki utrzymywania więzi z osobą lub innym przedstawicielem tego samego gatunku (Bowlby, 1980; za: Plopa, 2011, s. 91). Inne podejście definiuje przywiązanie jako długotrwałą i głęboką emocjonalną więź między jednostkami, która motywuje je do utrzymywania bliskiego kontaktu (Ainsworth, Blehar, Waters, 1978; za: Białecka-Pikul, 2011, s. 186). Z kolei Marchwicki (2006, s. 396) opisuje przywiązanie jako stan, w którym jednostka ma silną, intuicyjną tendencję do poszukiwania bliskości innej osoby w sytuacjach zagrożenia lub trudności. Według Birch i Malim (2002, s. 17), przywiązanie jest także mechanizmem pozwalającym uzyskać poczucie bezpieczeństwa.

Lubiewska (2019) podkreśla, że przywiązanie w istotny sposób wpływa na zdolność jednostki do poznawania świata, uczenia się oraz na proces stawiania się samodzielną osobą.

Teoria przywiązania, rozwinięta przez Johna Bowlby'ego, powstała na gruncie odkryć etologicznych oraz teorii ewolucji i odwołuje się również do dorobku innych dziedzin, takich jak klasyczna psychoanaliza, teorie psychodynamiczne (w tym teoria relacji z obiektem Melanie Klein), cybernetyka i psychologia poznawcza (Bowlby, 2007; Senator, 2010; Pilecki, 2008). Podstawowym założeniem tej teorii jest istnienie biologicznie uwarunkowanej tendencji do nawiązywania więzi i utrzymywania bliskości z wyróżnionymi osobami. Bowlby (1969) zauważa, że ssaki naczelne, których potomstwo rodzi się bezbronne i niezdolne do samodzielnej egzystencji, rozwinęły złożone systemy zachowań zapewniające fizyczną bliskość między dzieckiem a rodzicami. Z perspektywy ewolucyjnej zachowania te mają charakter przystosowawczy, ponieważ sprzyjają przetrwaniu w sytuacjach zagrożenia poprzez dostęp do osób niezawodnie niosących pomoc.

Potrzeba przywiązania jest jedną z najbardziej podstawowych ludzkich potrzeb, trwającą od narodzin aż do śmierci (Bowlby, 2007; Senator, 2010). Bowlby (2007, s. 203) definiuje przywiązanie jako „uczuciową więź z kimś wyróżnionym i preferowanym, kogo spostrzega się zazwyczaj jako mądrzejszego i/lub silniejszego”. Odnosi się ono do utrzymującej się w czasie tendencji poszukiwania bliskości osoby, do której jest się przywiązanym (figury przywiązania), zwłaszcza w sytuacjach stresowych (Marchwicki, 2006).

Aktualne badania wskazują, że przywiązanie jest zjawiskiem uniwersalnym, obecnym we wszystkich kulturach. Znaczenie przywiązania oraz poczucia bezpieczeństwa, które matka zapewnia dziecku, jest istotne we wszystkich kulturach, chociaż różnice między nimi mogą odzwierciedlać różne style opieki nad dzieckiem (Shaffer i Kipp, 2015). Lubiewska (2019) wskazuje, że teoria przywiązania opiera się na czterech podstawowych hipotezach: hipotezie uniwersalności, która zakłada pojawienie się przywiązania u wszystkich dzieci bez wad neurofizjologicznych, niezależnie od kultury (hipoteza wrażliwości), która odnosi się do różnic indywidualnych w wytwarzaniu przywiązania, hipotezie normatywności, dotyczącej rozkładu różnic indywidualnych w różnych kulturach, oraz hipotezie kompetencji, według której dzieci z bezpiecznym stylem przywiązania mają większe szanse na korzystne efekty rozwojowe.

Badania pokazują, że przywiązanie w dzieciństwie ma wpływ na dalsze życie jednostki, kształtując jej postawy wobec siebie oraz relacje z innymi (Iniewicz, 2008). Prawidłowe kształtowanie więzi jest zatem uzależnione od odpowiednich zachowań osób znaczących, takich jak matka, ojciec czy bliskie osoby w otoczeniu dziecka. Stabilna więź może być nawiązana jedynie wtedy, gdy osoby bliskie pełnią rolę „bezpiecznej bazy” dla dziecka.

1.2. Rozwój przywiązania

Przywiązanie nie pojawia się nagle u dziecka, lecz rozwija się stopniowo dzięki wrodzonym zasobom oraz wpływom środowiskowym. Już od narodzin dziecko wyposażone jest w szereg systemów, które umożliwiają nawiązywanie więzi z osobami znaczącymi w jego życiu. Od pierwszych dni życia widoczna jest tendencja do specyficznego reagowania na różne bodźce i sygnały emitowane przez ludzi. Systemy behawioralne, które uczestniczą w procesie tworzenia przywiązania, działają w stosunkowo stabilny sposób, jeśli dziecko rozwija się w odpowiednim środowisku rodzinnym (Bowlby, 2016).

W rozwoju przywiązania wyróżnia się kilka faz. Brzezińska, Appelt i Ziółkowska (2016) opisują trzy główne fazy rozwoju przywiązania, które są kluczowe dla zrozumienia, jak dziecko buduje swoje relacje z bliskimi.

Pierwsza faza, która trwa od narodzin do końca trzeciego miesiąca życia, nazywana jest fazą niesprecyzowanego ustosunkowania i sygnalizacji. W tym okresie niemowlę wysyła sygnały dyskomfortu, a aktywność opiekuna jest dominująca. Dziecko w tym czasie nie preferuje jeszcze żadnej konkretnej osoby, lecz reaguje na wszelkie bodźce w swoim otoczeniu.

Druga faza, od trzeciego do szóstego miesiąca życia, to okres koncentracji na kilku osobach. Dziecko zaczyna koncentrować swoją uwagę na jednej lub kilku osobach, inicjując interakcje i wykazując pierwsze celowe zachowania. To w tym okresie zaczynają pojawiać się oznaki preferencji wobec określonych osób oraz wzrastają umiejętności społecznego angażowania się.

Trzecia faza, trwająca od szóstego miesiąca do około trzydziestego miesiąca życia, to czas konsolidacji przywiązania. Dziecko aktywnie poszukuje i utrzymuje bliskość z osobami znaczącymi, traktując je jako bezpieczną bazę. Pojawiają się wówczas lęk przed obcymi oraz protesty związane z oddalaniem się opiekuna.

Wnioski z tych faz wskazują, że rozwój przywiązania jest procesem dynamicznym i wieloaspektowym. Każda faza wprowadza nowe umiejętności i zachowania, które wpływają na jakość więzi emocjonalnej. Ostatecznie, stabilne i bezpieczne przywiązanie może prowadzić do lepszej adaptacji społecznej i emocjonalnej w późniejszym życiu.

Dodatkowo, Schaffer i Emerson (1964) opisali czterofazowy model rozwoju przywiązania. Pierwsza faza, trwająca od narodzin do końca szóstego tygodnia życia, jest określana jako faza aspołeczna. Charakteryzuje się niewielką różnorodnością reakcji noworodka na bodźce z otoczenia. W drugiej fazie, od końca szóstego tygodnia do szóstego-siódemego miesiąca, dziecko przechodzi w fazę przywiązania nieróżnicującego. W tym czasie dziecko zaczyna wykazywać radość na widok opiekuna oraz frustrację, gdy nie otrzymuje od niego uwagi. W fazie ukształtowanego przywiązania, od siódemego do dziewiątego miesiąca życia, dzieci zaczynają wyraźnie manifestować protest przy rozłące z opiekunem oraz rozwijać lęk i nieufność wobec obcych. Ostatnia faza, która zaczyna się około dziewiątego miesiąca i trwa do osiemnastego miesiąca życia, charakteryzuje się ukształtowanym przywiązaniem do jednej lub kilku osób.

1.3. Relacja z rodzicami

Posiadanie obojga rodziców nie gwarantuje samo w sobie szczęśliwego dzieciństwa. Kluczowe jest, aby dziecko od najwcześniejszych lat doświadczało poczucia bycia kochanym, zauważanym, adekwatnie odzwierciedlanym i akceptowanym przez rodziców. Takie warunki sprzyjają czerpaniu radości z relacji wewnątrzrodzinnych i przyczyniają się do właściwego rozwoju emocjonalnego oraz społecznego dziecka (Ratnapalan, 2009). Właściwy rozwój wymaga nieprzerwanego, a nie jedynie okazjonalnego zainteresowania rodziców oraz ich zaangażowania w codzienne doświadczenia dziecka. Stałość w relacji z dzieckiem nie oznacza jednak nieprzerwanej obecności, lecz raczej dostępność rodziców, zwłaszcza w trudnych sytuacjach wymagających różnorodnego wsparcia (Bakiera, 2013). Dziecko w trakcie swojego rozwoju reguluje swoje relacje z otoczeniem w coraz to nowe i jakościowo różne sposoby (Brzezińska, 2020).

Dla opiekunów oznacza to potrzebę ciągłego i dynamicznego dostosowywania metod opieki i stymulacji. Pomimo licznych zmian we współczesnym pojmowaniu wzorców kobiecości i męskości, wciąż istnieje przekonanie, że role matek i ojców w wychowaniu dziecka są znacznie różne (Lewis i Lamb, 2003). Czulość i miłość matki, zwłaszcza w pierwszych latach życia, są uważane za kluczowe dla prawidłowego rozwoju wielu funkcji psychicznych (Gežová, 2015). Z kolei rola ojca, polegająca na stawianiu granic, uznawana jest za istotny element stymulacji rozwoju społecznego dziecka (Gębuś, 2015).

Dostępność rodziców, rozumiana jako ich fizyczna i psychiczna obecność, która umożliwia różne typy interakcji, polega na zdolności do przerywania bieżących zajęć, gdy dziecko potrzebuje wsparcia (Lamb, 1987). Istotna jest gotowość do interakcji, która zapewnia dziecku poczucie, że rodzic jest obecny w jego życiu, niezależnie od tego, czy dziecko jest samo, czy w towarzystwie rodzica. Kluczowe są także wrażliwość rodzicielska, nienachalność w kontakcie z dzieckiem oraz brak wrogości (Biringen, 2000). Istotne jest prawidłowe zaspokajanie potrzeb dziecka, a wszelkie formy awersyjnego rodzicielstwa, gdzie obecność rodziców staje się zagrożeniem, są wypaczeniem dostępności (Bakiera, 2016).

Dostępność rodziców zależy od subiektywnych i obiektywnych czynników. Indywidualne postawy, wartościowanie roli rodzicielskiej i podejście do wychowania wpływają na zdolność rodzica do bycia dostępnym dla dziecka. Ponadto, umiejętne oddzielanie życia zawodowego od rodzinnego pozwala na lepsze utrzymywanie kontaktu z dzieckiem (Danner-Vlaardingerbroek, Kluwer, van Steenbergem i van der Lippe, 2013). Obiektywne przyczyny, takie jak chroniczna choroba rodzica, ograniczenia wolności czy długotrwałe wyjazdy, mogą również wpływać na pełnienie roli rodzicielskiej. Badania pokazują, że emocjonalna dostępność rodziców ma wpływ na zdrowie psychiczne ich dzieci w dorosłości. W tym kontekście istotne jest również wsparcie społeczne, które może mediuować relację między dostępnością rodziców a stylem funkcjonowania oraz zdrowiem psychicznym w dorosłości.

Jednym z kluczowych czynników wpływających na poziom dostępności matki i ojca dla dziecka są relacje między rodzicami. Gdy dorośli rywalizują o uwagę dziecka i działają przeciwko sobie w interakcjach z nim, może to obniżać jego poczucie bezpieczeństwa. Tego rodzaju sytuacje nie sprzyjają budowaniu bezpiecznego przywiązania do obojga rodziców. Margaret T. Owen i Martha J. Cox (1997) badały wpływ chronicznego konfliktu małżeńskiego na rozwój przywiązania u dzieci. Ich badania wykazały, że obecność konfliktów zwiększa ryzyko zdeorganizowanego stylu przywiązania, ponieważ rodzice zaabsorbowani konfrontacjami stają się mniej dostępni dla dziecka, co prowadzi do poczucia destabilizacji i niepewności. Nasilenie konfliktów małżeńskich komplikuje układ relacji w triadzie matka–ojciec–dziecko, a sposób, w jaki rodzice radzą sobie z negatywnymi skutkami konfliktu, wpływa nie tylko na ich zadowolenie ze związku, ale także na psychospołeczne funkcjonowanie dziecka. Skrajne niezadowolenie, prowadzące do separacji lub trwałego rozpadu rodziny, często pogarsza jakość opieki rodzicielskiej z powodu zaabsorbowania własnymi problemami i sporami, w które dziecko bywa wplątywane (Beisert, 2008).

John Bowlby (2007) zwracał uwagę, że na podstawie utrwalonych, emocjonalnie nasyconych wzorców interakcji z opiekunami, dziecko tworzy swoje pierwsze umysłowe reprezentacje relacji, innych ludzi oraz obraz siebie. Proces ten, związany z tworzeniem emocjonalnych więzi, jest wrodzony i stanowi część ludzkiej natury. W początkowej relacji

z opiekunem kształtują się umiejętności związane z bliskością lub unikaniem bliskości. Ta relacja tworzy schematy oczekiwań względem innych osób i świata, a przekonania rozwijające się we wczesnym dzieciństwie są bardzo silne i trudne do zmiany (Holmes, 2007).

Pierwotnym wzorem więzi, które jednostka tworzy w dorosłości, jest relacja z matką lub innym stałym opiekunem (figura przywiązania). Mary Ainsworth (1979; 1989) wyróżniła różne style przywiązania, które stały się podstawą klasyfikacji stylów przywiazaniowych. Bezpieczny styl przywiązania wynika z pozytywnych relacji z osobą, która jest przewidywalna, stabilna i zdolna do bliskości. Dziecko, które doświadcza takich relacji, rozwija ufność wobec otoczenia, potrafi znosić rozłąkę z opiekunem i aktywnie badać swoje środowisko. W sytuacjach zagrożenia dziecko szuka kontaktu z opiekunem i łatwo się uspokaja.

Lękowo-ambiwalentne przywiązanie powstaje w wyniku niestabilnego i mało responsywnego zachowania dorosłego, który jest psychologicznie niedostępny. Reakcje opiekuna są niespójne i nieprzewidywalne, co prowadzi do braku poczucia bezpieczeństwa u dziecka. W efekcie dziecko nie jest pewne, czy jego potrzeby będą zaspokajane, i może reagować na kontakt z opiekunem zarówno poszukiwaniem, jak i unikaniem bliskości. Dzieci ambiwalentnie przywiązane często przejawiają gniew i opór wobec figury przywiązania, mimo że potrzebują bliskości.

W przypadku unikającego stylu przywiązania opiekun ignoruje sygnały dziecka lub reaguje w sposób intruzywny, co prowadzi do poczucia dyskomfortu. Dziecko uczy się, że opieka wiąże się z przykrościami i unika kontaktu z opiekunem.

Styl przywiązania nie tylko reguluje sposób, w jaki dziecko eksploruje swoje otoczenie, ale także kształtuje strategie osiągania celów w dorosłym życiu (Hazan i Shaver, 1987). Osoby, które w dzieciństwie rozwijały bezpieczne przywiązanie, w dorosłych związkach zazwyczaj prezentują pewność siebie oraz łatwość w akceptowaniu zależności i tworzeniu trwałych relacji. Dorosli o bezpiecznym stylu przywiązania potrafią cieszyć się bliskimi relacjami z partnerem, darzą go zaufaniem, a siebie postrzegają jako wartościowe osoby zasługujące na miłość. Tacy ludzie nie boją się odrzucenia i potrafią otwarcie angażować się w związek, zyskując radość z obcowania z partnerem.

W przeciwieństwie do tego, osoby dorosłe z lękowo-ambiwalentnym stylem przywiązania często zmagają się z niepewnością co do uczuć partnera oraz intensywności relacji. Ich obawy przed porzuceniem są liczne, co wpływa na ich zdolność do pełnego zaangażowania się w związek. Osoby o lękowo-unikającym stylu przywiązania są z kolei bardziej wycofane, często reagują dystansem i oporem na próby zbliżania się do nich (Belsky, 1999; Marchwicki, 2004). Taki styl przywiązania może prowadzić do obaw przed zależnością od innych oraz lęku, że partner może oczekiwać większej bliskości, niż ta, z jaką jednostka jest w stanie się zgodzić.

Dzieci z lękowo-ambiwalentnym stylem przywiązania często przejawiają potrzebę bliskości, ale jednocześnie mogą wykazywać wiele reakcji gniewu i oporu wobec kontaktów z opiekunem. Z kolei dzieci o unikającym stylu przywiązania uczą się, że opieka może wiązać się z dyskomfortem i często unikają kontaktu z opiekunami, gdyż sygnały płynące od nich są ignorowane lub intruzywne. Oba te style przywiązania wpływają na zdolność jednostki do budowania zdrowych, zrównoważonych relacji w dorosłości. Pokazuje to, jak kluczowe są wczesne doświadczenia przywiązania w kształtowaniu późniejszych wzorców zachowań i relacji interpersonalnych.

1.4. Style przywiązania

Lękowy styl przywiązania

Lękowy styl przywiązania, jak opisuje Annie Chen (2023), charakteryzuje się silnym strachem przed porzuceniem i ciągłym niepokojem o stabilność relacji. Osoby z tym stylem przywiązania wykazują tendencję do intensywnej troski i hojności wobec bliskich, ale równocześnie są niezwykle wrażliwe na wszelkie sygnały, które mogą sugerować porzucenie. Nawet drobne sytuacje, które inne osoby mogłyby uznać za nieistotne, mogą wywołać u nich poczucie zagrożenia i panikę.

Jak wskazuje Chen (2023), osoby te często wyrażają swoje potrzeby wsparcia w sposób, który paradoksalnie odpycha innych, zamiast ich przyciągać. Ich sposób komunikacji może być postrzegany jako wymagający lub niepokojący, co utrudnia im budowanie głębokich i stabilnych relacji. Wynika to z tendencji do obwiniania innych za własne emocje, czego przykładem może być stwierdzenie: „To przez ciebie tak się czuję!” (Chen, 2023).

Osoby z lękowym stylem przywiązania mają silne pragnienie głębokiej więzi i bliskości, ale równocześnie zmagają się z nieustannym strachem, że ich partnerzy nie będą w stanie sprostać ich oczekiwaniom. Jak pisze Chen (2023), ich idealny obraz związku obejmuje partnera, który w pełni ich rozumie i jest zawsze gotów zaoferować wsparcie. Jednakże, gdy związek stabilizuje się, zaczynają dostrzegać niedoskonałości w partnerze, co prowadzi do rozczarowania i obawy, że bliska osoba nie spełni ich oczekiwań. Osoby te często mają trudność z utrzymaniem równowagi w relacjach, zbyt mocno skupiając się na potrzebach drugiej osoby, jednocześnie odczuwając frustrację, że ich własne potrzeby nie są spełniane. Tego rodzaju zachowanie prowadzi do sytuacji, w której ich potrzeba wsparcia staje się niemożliwa do zaspokojenia, co dodatkowo wzmacnia ich poczucie braku zaufania wobec innych. Osoby o lękowym stylu przywiązania mogą grozić zerwaniem relacji lub stawiać ultimatum w chwilach stresu, mówiąc rzeczy, których później żałują, takie jak „Nienawidzę cię” lub „Chcę rozwodu”.

Chen (2023) zauważa także, że ich zachowanie często wynika z wczesnych doświadczeń życiowych, gdzie jako dzieci musieli spełniać emocjonalne potrzeby swoich opiekunów. To powoduje, że w dorosłych relacjach osoby te przyjmują nadmierną odpowiedzialność za dobrostan partnera, co z jednej strony wynika z pragnienia bliskości, a z drugiej z lęku przed odrzuceniem. Taki wzorzec zachowań sprawia, że ich potrzeba miłości i zrozumienia jest często niezaspokojona, co dodatkowo nasila ich lęk i cierpienie w relacjach. W ten sposób, jak pisze Chen (2023), osoby z lękowym stylem przywiązania są uwikłane w cykl nadmiernych oczekiwań i frustracji, co utrudnia im budowanie zdrowych, stabilnych relacji, a ich potrzeba bliskości i bezpieczeństwa nigdy nie zostaje w pełni zaspokojona.

Unikający styl przywiązania

Unikający styl przywiązania charakteryzuje się silną potrzebą samowystarczalności oraz unikania nadmiernej bliskości emocjonalnej. Osoby z tym stylem są często dumnie niezależne i mają tendencję do rozwiązywania problemów samodzielnie, niechętnie polegając na innych (Chen, 2023). Często nie narzekają bezpośrednio, zamiast tego wyrażają swoje niezadowolenie w sposób pośredni, na przykład poprzez subtelne zachowania lub gesty.

W rozmowach unikają mówienia o sobie, koncentrując się raczej na abstrakcyjnych tematach, takich jak idee i pomysły, co pozwala im unikać emocjonalnej otwartości (Chen, 2023).

Jednym z kluczowych aspektów unikającego stylu przywiązania jest unikanie konfliktów. Takie osoby mogą całkowicie ignorować trudne sytuacje, zaprzeczać problemom lub uciekać przed dyskomfortem, na przykład za pomocą używek. W bardziej subtelnej formie, mogą zaniedbywać swoje potrzeby, poświęcając się dla innych i koncentrując się na pomaganiu, co pozwala im unikać introspekcji i emocjonalnej konfrontacji (Chen, 2023). Osoby z unikającym stylem przywiązania mają trudności z bliskością, nawet z osobami, które są dla nich ważne. U podstaw tego leży lęk przed uzależnieniem się od innych zarówno w praktycznym, jak i emocjonalnym wymiarze. Bliskość wywołuje u nich stres, dlatego instynktownie dążą do zachowania dystansu w relacjach. Mimo że zewnętrźnie mogą wydawać się zrównoważeni, ich schematy radzenia sobie z bliskością nie są świadome ani konstruktywne.

Unikający styl przywiązania często wiąże się z trudnościami w rozpoznawaniu i wyrażaniu własnych potrzeb. Takie osoby mogą wierzyć, że ich potrzeby są nieważne lub stanowią ciężar dla innych, co prowadzi do tego, że minimalizują swoje oczekiwania wobec otoczenia. Często powtarzają sobie, że „nie potrzebują dużo” lub „ich potrzeby są proste”, co jest próbą unikania uznania swojej emocjonalnej zależności od innych.

W relacjach romantycznych osoby te mogą angażować się w krótkotrwałe związki, które kończą, zanim staną się zbyt poważne, ponieważ długotrwała bliskość budzi w nich poczucie zagrożenia i „uwięzienia” (Chen, 2023). Partnerzy, którzy mają zbyt duże wymagania emocjonalne, stają się dla nich źródłem stresu, co prowadzi do wycofania się lub zakończenia relacji. Osoby o unikającym stylu przywiązania cenią dystans i przestrzeń, a zbyt bliskie interakcje, zwłaszcza bez zaproszenia, mogą wywoływać u nich dyskomfort. Gdy osoba o unikającym stylu przywiązania odczuwa, że jej partner wymaga zbyt wiele, często reaguje przez ucieczkę w znane sobie aktywności, takie jak praca, ćwiczenia, pornografia czy używki. To sposób na zachowanie kontroli i uniknięcie uczucia presji (Chen, 2023). Co więcej, nawet jeśli zrozumie na poziomie intelektualnym potrzeby partnera, to nadal może mieć trudność z ich spełnieniem, ponieważ wydają się one mniej istotne z perspektywy emocjonalnej.

Osoby te mogą też unikać bliskości fizycznej, takiej jak przytulanie, a nawet seks, który musi być dla nich kontrolowany i odbywać się w określony sposób, aby uniknąć uczucia utraty kontroli (Chen, 2023). W przypadku głębszych emocjonalnych pragnień, ich uznanie i wyrażenie może być dla osoby unikającej niezwykle trudne, a nawet przerażające. Uczucia te wydają się jej obce, a zaufanie, że ktoś spełni jej potrzeby, jest minimalne.

Bezpieczny styl przywiązania

Styl bezpiecznego przywiązania charakteryzuje się elastycznością, umiejętnością dostosowania do zmieniających się okoliczności oraz nadzieją, że relacje będą źródłem wsparcia i bezpieczeństwa. Ludzie o takim stylu są w stanie szybko przetwarzać nowe informacje oraz rozwiązywać problemy w sposób klarowny, nawet w trudnych sytuacjach. Ich układ nerwowy nie reaguje stresem na bliskość, dzięki czemu mogą w pełni skupić się na relacjach i szukać rozwiązań w razie problemów (Chen, 2023).

Osoby z bezpiecznym stylem przywiązania nie są jednak odporne na problemy. Tak jak wszyscy, mogą popełniać błędy w relacjach czy angażować się w związki, które nie są dla nich

odpowiednie. Co jednak wyróżnia te osoby, to ich zdolność do szybkiego powrotu do równowagi po niepowodzeniach oraz umiejętność wyciągania wniosków z trudnych doświadczeń. Dzięki temu mogą unikać podobnych problemów w przyszłości. Jak zauważa Chen (2023), osoby te wykazują większą odporność na stres związany z relacjami, co pozwala im budować zdrowe więzi oparte na wzajemnym zaufaniu i wsparciu.

Wczesne doświadczenia odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu bezpiecznego stylu przywiązania. Zazwyczaj osoby te miały w swoim otoczeniu kogoś, kto wspierał je emocjonalnie, zarówno w dzieciństwie, jak i w dorosłym życiu. Dzięki temu nauczyły się, że można polegać na innych, co daje im poczucie bezpieczeństwa w bliskich relacjach (Chen, 2023).

Osoby z bezpiecznym stylem przywiązania mają realistyczne oczekiwania wobec relacji. Wiedzą, że nie ma idealnych związków, ale mimo to potrafią czerpać z nich korzyści i wzmacniać się nawzajem. Są otwarte na potrzeby innych, ale nie zapominają przy tym o swoich własnych. Ważnym aspektem ich zachowań jest umiejętność wyrażania swoich potrzeb w sposób zdrowy, bez nadmiernego uzależniania się od reakcji partnera. Jeśli ich potrzeby nie zostaną zaspokojone, potrafią znaleźć inne sposoby na ich realizację.

W kontekście konfliktów, osoby o bezpiecznym stylu przywiązania skupiają się na rozwiązywaniu problemów, zamiast obwiniać osoby zaangażowane. Rozumieją, że wszyscy mają swoje wady, i zamiast wytykać je partnerowi, starają się naprawić sytuację i dążyć do rozwiązania. Jeśli zranią kogoś, na kim im zależy, podejmują kroki, aby naprawić relację bez obronnej postawy czy unikania odpowiedzialności (Chen, 2023).

Ich podejście do romantycznych związków jest także dość zrównoważone. Wiedzą, że znalezienie odpowiedniej osoby może zająć czas, ale nie spieszą się z tym procesem. Kiedy spotykają kogoś interesującego, starają się dobrze poznać tę osobę, nie tracąc przy tym obiektywizmu. Nawet w sytuacjach, gdy czują silną miłość, potrafią trzeźwo ocenić, czy ich związek ma przyszłość (Chen, 2023). Osoby z bezpiecznym stylem przywiązania potrafią skutecznie budować relacje oparte na wzajemnym szacunku i zaufaniu. Są elastyczne w swoich działaniach i potrafią reagować na zmiany, jednocześnie zachowując zdrową równowagę między swoimi potrzebami a oczekiwaniami innych (Chen, 2023).

1.5. Elementy składowe miłości

Bogdan Wojciszke, nawiązując do teorii Sternberga, rozwija swoją analizę miłości, wyróżniając trzy kluczowe składniki: intymność, namietność i zaangażowanie. Każdy z tych elementów ma specyficzny wpływ na charakter i trwałość relacji, a ich dynamika zmienia się wraz z czasem.

Intymność, według Wojciszke, to „pozytywne uczucia i działania, które wywołują przywiązanie, bliskość i wzajemną zależność partnerów”. Obejmuje to szereg różnych emocji i zachowań, w tym: „pragnienie dbania o dobro partnera, przeżywanie szczęścia w jego obecności, szacunek dla partnera, przekonanie, że można nań liczyć w potrzebie, wzajemne zrozumienie, wzajemne dzielenie się przeżyciami i dobrami, zarówno duchowymi, jak i materialnymi, dawanie i otrzymywanie uczuciowego wsparcia, wymianę intymnych informacji oraz uważanie partnera za ważny element własnego życia” (Wojciszke, 1994). Nie wszystkie te uczucia czy działania muszą występować jednocześnie, aby można było mówić

o intymności w związku, wystarczy dowolna konfiguracja wystarczająco dużej liczby tych składników.

Intymność rośnie stopniowo w trakcie trwania związku. Początkowe próby porozumienia się między partnerami mogą być chropowate i pełne nieporozumień, gdyż „w początkowym stadium związku partnerom często trudno jest się porozumieć, a wzajemne próby pomagania sobie mogą nawet przy najlepszych chęciach kończyć się niepowodzeniem wskutek nietrafnego rozpoznania i zrozumienia rzeczywistych potrzeb partnera albo też nieumiejętności ich zaspokojenia” (Wojciszke, 1994). Dopiero z czasem partnerzy zaczynają wypracowywać skuteczne „scenariusze wzajemnych kontaktów”, które pozwalają na lepsze zrozumienie i zaspokajanie swoich potrzeb.

Jednym z najważniejszych aspektów intymności, jest stopniowe wykształcanie się takich „scenariuszy”, które pozwalają partnerom radzić sobie w typowych dla ich relacji sytuacjach. Przykładem takiego scenariusza może być sytuacja, w której jeden z partnerów odnajduje skuteczny sposób na pocieszenie drugiego, kiedy ten przeżywa trudności, co staje się nagradzającym doświadczeniem dla obu stron. „Ona może odkryć, że Jemu wcale nie robi się lepiej od szczegółowego rozstrząsania problemów stale stwarzanych przez zawistnego szefa, natomiast doskonale działa wyjście do kina czy placek ze śliwkami według Jej własnego pomysłu” – pisze Wojciszke, wskazując na subtelność i indywidualność takich scenariuszy (Wojciszke, 1994).

Jednakże, istnieje również pułapka w takim ustabilizowanym scenariuszu relacji. Pozytywne emocje mogą stopniowo zanikać, gdy scenariusze te stają się rutynowe i przewidywalne. „Już oto wiemy, czego ukochanemu potrzeba najbardziej, a w dodatku nikt inny nie wie tego aż tak dobrze i przenigdy nie potrafiłby równie płynnie zrealizować recepty na szczęście i nagle... okazuje się, że ukochany odchodzi z inną, która wcale nie zna ani jego, ani sposobu na jego kłopoty z szefem” – przestrzega Wojciszke, wskazując, że rutyna może osłabić intensywność intymności i uczucia w związku. Zanik pozytywnych emocji związanych z intymnością nie jest jednak natychmiastowy. Zamieranie uczuć związanych z intymnością jest jednak zwykle bardzo powolne, gdyż zanik ten powstrzymują bezpośrednie zyski psychiczne wynikające z wykształcenia scenariuszy silnie nagradzających i unikalnych (Wojciszke, 1994). W dłuższej perspektywie, wartość emocjonalnych nagród maleje. Sprawia, to że intensywność intymności może stopniowo słabnąć, nawet w udanych związkach.

Namiętność jest złożonym zjawiskiem, które obejmuje intensywne emocje, zarówno pozytywne, jak i negatywne. Możemy tu mówić o zachwycie, tkliwości, pożądaniu i radości, ale również o bólu, niepokoju, zazdrości i tęsknocie. Przypomina ona silnie pobudzoną reakcję fizjologiczną, związaną z głęboką motywacją do bliskiego połączenia z partnerem. Wiele zachowań, które uznajemy za wyraz miłości, jest właśnie przejawem namiętności – takie jak pragnienie bliskości fizycznej, przyływ energii, poczucie podniecenia, czy częste dotykanie i całowanie. To również obsesyjne myślenie o partnerze, marzenia na jawie oraz uczucie pustki podczas jego nieobecności (Shaver i in., 1987).

Namiętność nie ogranicza się jedynie do pragnień erotycznych, choć często jest z nimi kojarzona. Może być również związana z innymi potrzebami, takimi jak samourzeczywistnienie, odnalezienie sensu życia, czy potrzeba dominacji i opiekuńczości. O ile potrzeba seksualna jest w dużej mierze biologiczna, namiętność jest w znacznym stopniu kształtowana przez kulturę. Aby doświadczyć namiętności, konieczne jest nie tylko spotkanie

atrakcyjnej i trochę niedostępnej osoby, ale również wychowanie w kulturze promującej romantyczny ideał miłości (Wojciszke, 1994).

Dynamika namiętności jest znacznie bardziej intensywna niż intymności. Rozwija się ona szybko, osiągając szczyt w krótkim czasie, a następnie równie szybko zaczyna wygasać. Początkowy wzrost namiętności przebiega lawinowo, gdzie każde intensyfikujące zachowanie, takie jak częste kontakty, bliskość fizyczna czy długotrwałe patrzenie sobie w oczy, prowadzi do dalszego wzrostu emocji (Wojciszke, 1994). Ten wzrost, a następnie spadek namiętności, może być porównany do uzależnienia, gdzie dla utrzymania efektów potrzebne jest ciągle zwiększanie dawki, a brak substancji prowadzi do depresji i obsesyjnej tęsknoty (Peele i Brodsky, 1976).

Podobnie jak w przypadku uzależnienia, namiętność przechodzi przez fazę szybkiego wzrostu, potem stabilizuje się na niższym poziomie, a ostatecznie całkowicie zanika. W tej końcowej fazie często pojawia się uczucie depresji oraz ambiwalencja wobec wcześniejszych intensywnych przeżyć. W przeciwieństwie do intymności, która może stopniowo maleć i nie zawsze całkowicie zanika, namiętność zazwyczaj wygasa do zera, towarzyszą jej jednak negatywne emocje związane z końcem intensywnych przeżyć.

Zaangażowanie można zdefiniować jako zestaw decyzji, myśli, uczuć i działań skierowanych na przekształcenie relacji miłosnej w trwały związek oraz na jego utrzymanie mimo napotykanych trudności. W przeciwieństwie do namiętności, która często wymyka się kontroli „rozumu” i woli zaangażowanych osób, oraz intymności, która poddaje się jej jedynie w ograniczonym stopniu, zaangażowanie jest znacznie bardziej podatne na świadome kierowanie i kontrolę ze strony partnerów (Wojciszke, 1994).

Z jednej strony, silne zaangażowanie jednego lub obu partnerów może być kluczowym czynnikiem utrzymującym związek, ale z drugiej strony, jego świadoma natura oznacza, że może ono zostać zmienione lub całkowicie zaniechane w każdej chwili. Kiedy zaangażowanie staje się jedynym czynnikiem podtrzymującym związek, jego zanik prowadzi zazwyczaj do jego rozpadu (Wojciszke, 1994). W dobrze funkcjonującym związku zaangażowanie często okazuje się najbardziej stabilnym jego składnikiem. Wysiłek wkładany w utrzymanie relacji sprzyja jej samodzielnemu podtrzymywaniu się. Rezygnacja z tego wysiłku może sugerować błędy w inwestycji i może negatywnie wpłynąć na postrzeganą wartość zaangażowania. Z kolei wysiłek „włożony” w relację prowadzi do utwierdzenia partnerów w przekonaniu o słuszności ich działań, co z kolei wzmacnia ich motywację do dalszego zaangażowania się w związek.

Dodatkowymi czynnikami podtrzymującymi zaangażowanie są: korzystny bilans zysków i strat, mała atrakcyjność alternatywnych związków oraz bariery utrudniające zerwanie relacji. Bariery te mogą mieć charakter nieformalny, jak osobisty system wartości czy presja ze strony rodziny i przyjaciół, lub formalny, jeśli związek jest zalegalizowany jako małżeństwo (Wojciszke, 1994). Badania symulacyjne nad rozwojem związków interpersonalnych sugerują, że zaangażowanie w początkowej fazie rośnie powoli, ale jego wzrost przyspiesza w miarę narastania namiętności i intymności. Gdy zaangażowanie osiągnie swój maksymalny poziom, stabilizuje się na dłuższy czas, aż do końca związku. Przerwanie relacji zazwyczaj oznacza zaprzestanie działań podtrzymujących związek, co prowadzi do całkowitego zaniku zaangażowania (Huesmann i Levinger, 1976).

2. Materiały i metody

W badaniu przeprowadzonym na grupie 180 kobiet w wieku od 20 do 35 lat, analizowano wpływ stylów przywiązania na satysfakcję z życia w relacjach partnerskich. Kobiety te znajdowały się w różnych fazach rozwoju rodziny, które odpowiadały kolejnym etapom życia. Uczestniczki zostały podzielone na trzy grupy po 60 osób, w zależności od fazy, w której się znajdowały: narzeczeństwo, kształtowanie więzi małżeńskiej oraz rozwijanie postaw rodzicielskich (Malina, 2011). Dobór próby pozwolił na zbadanie wpływu stylów przywiązania w kontekście różnych etapów relacji partnerskich, co umożliwiło bardziej złożoną analizę tego, jak style te oddziałują na jakość życia w tych fazach.

Zmienna niezależna: Styl przywiązania

Zmienną niezależną w badaniu stanowił styl przywiązania, który mierzono za pomocą Kwestionariusza Stylów Przywiązania autorstwa Mieczysława Plopy (Plopa, 2005a). Kwestionariusz ten umożliwia rozróżnienie trzech głównych stylów przywiązania:

styl bezpieczny (B),

styl lękowo-ambiwalentny (LA),

styl unikowy (U).

Kwestionariusz składał się z 24 stwierdzeń, po osiem dla każdego stylu przywiązania, a badane osoby ustosunkowywały się do nich na siedmiostopniowej skali, gdzie 1 oznaczało „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 7 – „zdecydowanie się zgadzam” (Malina, 2011). Na podstawie uzyskanych wyników, zoperacjonalizowano zmienną niezależną, przy czym każdy wynik dla poszczególnego stylu był analizowany osobno. Wyniki mogły się także współwystępować, co wymagało indywidualnej interpretacji każdego ze stylów przywiązania. Kwestionariusz charakteryzuje się wysoką rzetelnością – wskaźniki rzetelności wynoszą 0,91 dla stylu bezpiecznego, 0,78 dla stylu lękowo-ambiwalentnego oraz 0,80 dla stylu unikowego. Takie dane świadczą o wysokiej jakości narzędzia, które było stosowane do pomiaru stylów przywiązania wśród badanych kobiet (Malina, 2011).

Zmienna zależna: Satysfakcja z życia

Zmienną zależną w badaniu była satysfakcja z życia, mierzona przy pomocy Skali Satysfakcji z Życia (SWLS) w adaptacji Zygryfda Juczyńskiego. Satysfakcja z życia została zdefiniowana jako „ogólna ocena jakości życia odniesiona do wybranych przez siebie kryteriów” (Juczyński, 2001, s. 134). Skala SWLS zawierała 5 twierdzeń, które badane osoby oceniały w siedmiopunktowej skali, gdzie 1 oznaczało „zupełnie się nie zgadzam”, a 7 – „całkowicie się zgadzam”. Suma punktów uzyskanych w tej skali stanowiła miarę satysfakcji z życia, a wyniki przeliczano na stenowe skale normatywne. Analiza wyników pozwalała na określenie poziomu satysfakcji z życia badanych kobiet i była kluczowym elementem badania jakości ich relacji partnerskich (Malina, 2011).

Badanie miało na celu określenie związku między stylem przywiązania a poziomem satysfakcji z życia kobiet znajdujących się w różnych fazach rozwoju rodziny. Wysunięto hipotezę, że istnieje istotny związek między stylem przywiązania do partnera a satysfakcją z życia. Zakładano również, że ten związek może różnić się w zależności od fazy rozwoju rodziny, w której znajdowała się badana osoba.

3. Wynik i dyskusja

Grupa I: Kobiety w fazie narzeczeństwa

Wyniki analizy statystycznej w grupie kobiet będących w fazie narzeczeństwa wykazały znaczący związek między stylem przywiązania a poziomem satysfakcji z życia. Bezpieczny styl przywiązania wyraźnie korelował z wyższym poziomem zadowolenia z życia – kobiety, które czuły stabilność emocjonalną i zaufanie w relacji, deklarowały znacznie większą satysfakcję. W przypadku lękowo-ambiwalentnego oraz unikowego stylu przywiązania, satysfakcja wyraźnie malała. Szczególnie lękowo-ambiwalentny styl, który charakteryzuje się niepewnością i nadmierną zależnością od partnera, okazał się silniej związany z niższą satysfakcją z życia niż styl unikowy. Jak podkreśla Malina (2011), intensywność emocjonalnych zmagania, które wynikają z lękowo-ambiwalentnego stylu, ma istotny wpływ na jakość życia kobiet, co znajduje odzwierciedlenie w wynikach tego badania. Warto zauważyć, że styl unikowy, choć również negatywnie wpływał na zadowolenie, nie miał tak silnego oddziaływania jak styl lękowy.

Grupa II: Kobiety w fazie kształtowania się więzi małżeńskiej

W grupie kobiet będących w fazie kształtowania więzi małżeńskich wyniki były również znaczące. Bezpieczny styl przywiązania ponownie okazał się kluczowy – im wyższy jego poziom, tym większa satysfakcja z życia. Kobiety, które cechowały się poczuciem bezpieczeństwa w relacji, były bardziej zadowolone ze swojego codziennego życia oraz relacji z partnerem. Co ciekawe, inne style przywiązania, jak lękowo-ambiwalentny i unikowy, nie miały statystycznie istotnego wpływu na satysfakcję z życia w tej fazie. To może sugerować, że poczucie bezpieczeństwa emocjonalnego w pierwszych latach małżeństwa ma szczególne znaczenie, co również podkreśla Malina (2011), wskazując, że bezpieczny styl przywiązania działa jako „bufor” wobec trudności i konfliktów pojawiających się w początkowym etapie małżeństwa.

Grupa III: Kobiety w fazie rozwoju postaw rodzicielskich

Wyniki uzyskane w tej grupie pokazują, że wraz z rozwojem rodziny i pojawieniem się nowych ról, takich jak rodzicielstwo, związek między stylem przywiązania a satysfakcją z życia staje się bardziej złożony. Kobiety o bezpiecznym stylu przywiązania deklarowały wyższy poziom zadowolenia z życia, co można tłumaczyć potrzebą stabilnych i wspierających relacji, które pomagają w radzeniu sobie z wyzwaniami związanymi z wychowaniem dzieci. Unikowy styl przywiązania, który charakteryzuje się dystansem emocjonalnym i trudnością w nawiązywaniu bliskich relacji, był natomiast negatywnie związany z poziomem satysfakcji – kobiety o tym stylu częściej zgłaszały niższe zadowolenie z życia. Jak podkreśla Malina (2011), styl unikowy może prowadzić do izolacji emocjonalnej, co negatywnie wpływa na relacje rodzinne i poczucie spełnienia. Wyniki te wskazują, że w fazie, gdzie rodzina się rozbudowuje, rośnie rola stabilności emocjonalnej i bliskich więzi w zapewnieniu satysfakcji z życia.

Satysfakcja z życia	Grupa I	Grupa II	Grupa III
B	0,289	0,381	0,412
LA	-0,509	-0,001	-0,118
U	-0,289	-0,052	0,433

Tabela 1. Zestawienie współczynników regresji obrazujących związek satysfakcji z życia ze stylem przywiązania dla poszczególnych grup pozostających w różnych fazach rozwoju rodziny (Malina, 2011).

Przeprowadzone badania ujawniły istotne zależności pomiędzy stylem przywiązania a ogólną satysfakcją z życia wśród młodych kobiet żyjących w związkach partnerskich. Wyniki te wskazują, że styl przywiązania wpływa na poziom zadowolenia z życia, jednak jego siła i znaczenie zmieniają się na różnych etapach rozwoju rodziny.

Nie we wszystkich badanych grupach pojawiły się oczekiwane zależności między stylem przywiązania a satysfakcją z życia. Jak podkreśla Malina (2011), różnice te mogą być związane z indywidualnymi potrzebami i oczekiwaniami kobiet w różnych fazach rozwoju związku. W grupie kobiet w fazie narzeczeństwa, gdzie zadania związane z budowaniem relacji partnerskich mają kluczowe znaczenie, odnotowano wyraźne związki wszystkich trzech stylów przywiązania z satysfakcją z życia. Kobiety o bezpiecznym stylu przywiązania były wyraźnie bardziej zadowolone ze swojego życia niż te o stylach lękowo-ambiwalentnym czy unikowym, co potwierdzają wcześniejsze badania (Malina, 2011).

W fazie kształtowania się więzi małżeńskich związek satysfakcji z życia z bezpiecznym stylem przywiązania nadal był silny, natomiast pozabezpieczne style przywiązania, takie jak unikowy i lękowo-ambiwalentny, nie miały istotnego wpływu. Może to wynikać z faktu, że stabilizacja związku poprzez małństwo redukuje niepewność i lęki związane z bliskością, co obniża znaczenie stylów przywiązania w tej fazie (Malina, 2011). Kobiety, które zawarły związek małżeński, mogą przestać tak intensywnie koncentrować się na jakości relacji, skupiając się na innych obszarach życia, takich jak kariera zawodowa (Ziółkowska, 2005).

W fazie rozwoju postaw rodzicielskich wyniki ponownie ujawniły istotny związek między stylem przywiązania a satysfakcją z życia. Kobiety o bezpiecznym stylu przywiązania czuły większe zadowolenie, natomiast te o stylu unikowym doświadczały niższego poziomu satysfakcji. Jak podkreśla Malina (2011), w tym okresie kobiety szukają większego wsparcia emocjonalnego od partnera, co sprawia, że styl przywiązania odgrywa większą rolę w codziennym funkcjonowaniu i odczuwanej jakości życia.

Na wszystkich etapach rozwoju rodziny bezpieczny styl przywiązania pozostaje kluczowym czynnikiem zapewniającym satysfakcję z życia. Jak sugeruje Malina (2011), osoby z takim stylem przywiązania charakteryzują się większą otwartością emocjonalną i skłonnością do zwierzania się partnerowi, co wzmacnia ich relacje. Z kolei pozabezpieczne style przywiązania, jak lękowo-ambiwalentny i unikowy, są związane z niższą satysfakcją, co potwierdzają również badania Franken (2005) oraz Plopy (2005b). Kobiety o stylu lękowo-

ambiwalentnym często zmagają się z niepewnością i niskim poczuciem własnej wartości, co wpływa na ich relacje i obniża jakość życia (Malina, 2011).

Zastanawiające są także różnice w zależności stylu przywiązania i satysfakcji z życia w poszczególnych fazach rozwoju rodziny. Na przykład, w fazie narzeczeństwa związek wszystkich trzech stylów przywiązania z satysfakcją z życia był szczególnie wyraźny, co można tłumaczyć faktem, że budowanie stabilnej relacji partnerskiej jest jednym z najważniejszych zadań rozwojowych w tym okresie (Havighurst, 1981). Jak sugeruje Malina (2011), początkowe fazy związku charakteryzują się intensywnym procesem poznawania siebie nawzajem i budowania podstaw stabilnej relacji, co sprawia, że styl przywiązania odgrywa istotną rolę w odczuwaniu satysfakcji.

W fazie kształtowania więzi małżeńskiej, która obejmuje okres od ślubu do narodzin pierwszego dziecka, istotny związek zaobserwowano jedynie w przypadku bezpiecznego stylu przywiązania. Kobiety, które uzyskały poczucie stabilności w związku, przestają tak mocno koncentrować się na jego jakości, a ich uwaga kieruje się ku innym sferom życia, co może tłumaczyć mniejszy wpływ pozabezpiecznych stylów na satysfakcję z życia (Malina, 2011).

Po narodzinach pierwszego dziecka związek unikowego stylu przywiązania z satysfakcją z życia ponownie zyskuje na znaczeniu. Malina (2011) sugeruje, że kobiety w tej fazie życia, obciążone nowymi obowiązkami związanymi z rodzicielstwem, ponownie poszukują większego wsparcia emocjonalnego w relacji z partnerem, co wyjaśnia wzrost znaczenia stylu przywiązania w tej fazie.

Na zakończenie warto zauważyć, że potrzeba autonomii, która ujawnia się u kobiet w późniejszych fazach rozwoju rodziny, może tłumaczyć stopniowy spadek znaczenia przywiązania w kontekście satysfakcji z życia. Jak zauważa Malina (2011), kobiety, które zbudowały stabilną relację, mogą pragnąć realizować swoje indywidualne cele i potencjał, co prowadzi do zmniejszenia roli związku partnerskiego w hierarchii ich wartości.

4. Podsumowanie

Przeprowadzone badania dostarczyły cennych informacji na temat roli, jaką styl przywiązania odgrywa w kształtowaniu jakości życia w relacjach partnerskich. Wyniki wykazały, że styl przywiązania bezpieczny jest kluczowym czynnikiem pozytywnie wpływającym na satysfakcję z życia w każdym etapie związku – zarówno w fazie narzeczeństwa, jak i w fazie kształtowania więzi małżeńskiej oraz rozwoju postaw rodzicielskich. Kobiety, które cechowały się bezpiecznym stylem przywiązania, doświadczały większej stabilności emocjonalnej, co przekładało się na ich zadowolenie z życia oraz lepsze funkcjonowanie w relacjach z partnerem.

W przypadku stylu lękowo-ambiwalentnego zaobserwowano wyraźnie negatywny wpływ na poziom satysfakcji z życia, szczególnie w fazie narzeczeństwa, gdzie intensywność emocji oraz niepewność co do relacji często prowadziły do obniżenia ogólnego zadowolenia. Styl ten wiązał się z silnym poczuciem zależności i zazdrości, co mogło negatywnie wpłynąć na jakość relacji i samopoczucie badanych kobiet. Z kolei styl unikowy, który wiąże się z dystansem emocjonalnym i unikaniem bliskości, negatywnie wpływał na satysfakcję z życia szczególnie w fazie rozwoju postaw rodzicielskich, gdzie potrzeba bliskich relacji i wsparcia emocjonalnego była szczególnie istotna.

Analiza wyników potwierdza także, że znaczenie stylu przywiązania zmienia się na różnych etapach rozwoju rodziny. W początkowej fazie, jaką jest narzeczeństwo, styl przywiązania odgrywa kluczową rolę, wpływając na stabilizację relacji i satysfakcję z życia. W fazie kształtowania się więzi małżeńskiej, gdzie stabilność emocjonalna zostaje ugruntowana przez małżeństwo, wpływ stylów przywiązania (z wyjątkiem stylu bezpiecznego) maleje, co może świadczyć o adaptacyjnych mechanizmach kompensacyjnych w tej fazie życia. Natomiast w fazie rozwoju postaw rodzicielskich ponownie rośnie znaczenie stylu przywiązania, zwłaszcza bezpiecznego, który pozwala kobietom na lepsze radzenie sobie z wyzwaniami związanymi z rodzicielstwem.

Podsumowując, badania jednoznacznie potwierdzają istotny wpływ stylów przywiązania na jakość życia w relacjach partnerskich. Styl przywiązania bezpieczny działa jako „bufor” wobec trudności i stresu, zwiększając zadowolenie z życia i satysfakcję z relacji. Z kolei style lękowo-ambiwalentny i unikowy mogą prowadzić do obniżonego poczucia spełnienia i satysfakcji, szczególnie na wczesnych i późnych etapach rozwoju rodziny. Wnioski te mogą mieć znaczenie nie tylko dla badań psychologicznych, ale także dla praktycznych zastosowań w obszarze terapii par i doradztwa małżeńskiego.

W ramach analizy wyników i przeprowadzonych badań można sformułować kilka uwag, które mogą przyczynić się do lepszego zrozumienia wpływu stylów przywiązania na jakość życia w relacjach partnerskich, a także stanowić wskazówki do dalszych badań:

Badanie koncentrowało się wyłącznie na kobietach, co ogranicza możliwości generalizowania wyników na inne grupy społeczne. Styl przywiązania, jego wpływ na satysfakcję z życia i relacje partnerskie może wyglądać inaczej w przypadku mężczyzn. Włączenie mężczyzn do przyszłych badań pozwoliłoby na pełniejszą analizę różnic płciowych w sposobie przeżywania relacji, reagowania na wyzwania oraz funkcjonowania w związku. Badania nad męskimi stylami przywiązania mogą ujawnić istotne różnice lub podobieństwa, które byłyby wartościowe z perspektywy zarówno badawczej, jak i praktycznej.

Kolejną możliwością rozszerzenia badań jest uwzględnienie innych czynników, które mogą wpływać na satysfakcję z życia w relacjach partnerskich, takich jak osobowość, poziom stresu, wsparcie społeczne, czy satysfakcja zawodowa. Styl przywiązania to jeden z wielu elementów wpływających na relacje, a dodanie dodatkowych zmiennych mogłoby przyczynić się do lepszego zrozumienia złożoności mechanizmów, które oddziałują na jakość życia w związku.

Warto również rozważyć badanie obojga partnerów w związku. Porównanie stylów przywiązania między partnerami mogłoby dostarczyć cennych informacji o tym, jak dynamika relacji zależy od zgodności stylów przywiązania u obu osób. Czy partnerzy o podobnych stylach przywiązania są bardziej zadowoleni z relacji? Czy może różne style przywiązania w związku mają różne konsekwencje dla satysfakcji i jakości życia?

Styl przywiązania i sposób budowania relacji może różnić się w zależności od kontekstu kulturowego. Warto byłoby uwzględnić różnorodność kulturową w przyszłych badaniach, aby zobaczyć, czy i jak różne kultury wpływają na styl przywiązania oraz satysfakcję z życia w relacjach partnerskich.

Dalsze badania mogłyby znacznie wzbogacić wiedzę na temat stylów przywiązania, szczególnie poprzez uwzględnienie perspektywy mężczyzn, włączenie nowych zmiennych

i analizę par oraz kontekstu kulturowego. Dzięki temu moglibyśmy uzyskać bardziej kompleksowy obraz wpływu przywiązania na jakość życia w związkach.

Bibliografia:

1. Ainsworth, M.D.S. (1979). Infant–mother attachment. *American Psychologist*, 34(10), 932–937.
2. Ainsworth, M.D.S. (1989). Attachments beyond intimacy. *American Psychologist*, 44(4), 709–716.
3. Bakiera, L. (2013). Zaangażowane rodzicielstwo a autokreacyjny aspekt rozwoju dorosłych. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
4. Bakiera, L. (2016). Aversive parenting: An attempt of conceptualization. W: H. Liberska, M. Farnicka (red.), *Aggression as a Challenge: Theory and Research. Current Problems* (ss. 187–198). Frankfurt: Peter Lang Publishing.
5. Beisert, M. (2008). Strategie radzenia sobie z rozwodem rodziców podejmowane przez dzieci w wieku dorastania. *Dziecko Krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, 7(4), 82–97.
6. Belsky, J. (1999). Interactional and contextual determinants of attachment security. W: J. Cassidy, P.R. Shaver (red.), *Handbook of Attachment* (ss. 249–264). New York–London: The Guilford Press.
7. Birch, A., Malim, T. (2002). *Psychologia rozwojowa w zarysie. Od niemowlęcia do dorosłości*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
8. Białecka-Pikul, M. (2011). Wczesne dzieciństwo. W: J. Trempała (red.), *Psychologia rozwoju człowieka. Podręcznik akademicki* (ss. 172–201). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
9. Bowlby, J. (1969/2007). *Przywiązanie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
10. Bowlby, J. (1980). *Attachment and Loss*. Basic Books.
11. Bowlby, J. (2007). *Przywiązanie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
12. Bowlby, J. (2016). *Przywiązanie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
13. Brzezińska, A., Appelt, K., Ziółkowska, B. (2016). *Psychologia rozwoju człowieka*. Sopot: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
14. Brzezińska, A.I. (2020). Rozwój w okresie dzieciństwa i dorastania: środowisko rozwoju, zadania rozwojowe, nabywanie kompetencji. W: I. Grzegorzewska, L. Cierpiąłkowska, A. Borkowska (red.), *Psychologia kliniczna dzieci i młodzieży* (ss. 63–108). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
15. Chen, A. (2023). *Teoria przywiązania w praktyce*. Laurum.
16. Danner-Vlaardingerbroek, G., Kluwer, E.S., Steenbergen van, E.F., Lippe van der, T. (2013). The psychological availability of dual-earner parents for their children after work. *Family Relations*, 62(5), 741–754.
17. Franken, R. (2005). *Psychologia motywacji*. Gdańsk: GWP.
18. Gežová, K. (2015). Father's and mother's roles and their particularities in raising children. *Acta Technologica Dubnicae*, 5(1), 45–50.
19. Gębuś, D. (2015). Surowy wychowawca czy troskliwy opiekun? Problematyka relacji ojciec–dziecko we współczesnej rodzinie. W: W. Muszyński (red.), *Rodzina jako wartość: wzory – modele – redefinicje* (ss. 421–432). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

20. Hazan, C., Shaver, P.R. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 511–524.
21. Holmes, J. (2007). John Bowlby. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
22. Huesmann, L. R., & Levinger, G. (1976). Incremental exchange theory: A formal model for progression in dyadic social interaction. W: L. Berkowitz & E. Walster (red.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 9, New York: Academic Press.
23. Holt-Lunstad, J., Birmingham, W., Jones, B.Q. (2008). Is there something unique about marriage? The relative impact of marital status, relationship quality, and network social support on ambulatory blood pressure and mental health. *The Society of Behavioral Medicine*, 35(2), 239–244.
24. Iniewicz, G. (2008). Zaburzenia emocjonalne u dzieci i młodzieży z perspektywy teorii przywiązania. *Psychiatria Polska*, 5, 671–682.
25. Lamb, M.E. (1987). Introduction: The emergent American father. W: M.E. Lamb, N.J. Lawrence (red.), *The Father's Role: Cross-Cultural Perspectives* (ss. 3–24). New York: Routledge.
26. Lewis, C., Lamb, M.E. (2003). Fathers' influences on children's development: The evidence from two-parent families. *European Journal of Psychology of Education*, 18(2), 211–228.
27. Lubiewska, K. (2019). Przywiązanie. W kontekście wrażliwości rodzicielskiej, socjalizacji oraz wpływów kulturowych. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
28. Malina, A. (2011). Styl przywiązania młodych kobiet a ich satysfakcja z życia w różnych fazach rozwoju rodziny. *Psychologia Rozwojowa*, 16(1), 41–55.
29. Marchwicki, P. (2004). Psychospołeczne uwarunkowania stylów przywiązania. *Studia Psychologica*, 5(35–36), 36–51.
30. Marchwicki, P. (2006). Teoria przywiązania J. Bowlby'ego. *Seminare. Poszukiwania Naukowe*, 23, 365–383.
31. Owen, M.T., Cox, M.J. (1997). Marital conflict and the development of infant–parent attachment relationships. *Journal of Family Psychology*, 11(2), 152–164.
32. Peele, S., & Brodsky, A. (1976). *Love and Addiction*. New York: New American Library.
33. Plopa, M. (2005b). *Więzi w małżeństwie i rodzinie. Metody badań*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
34. Plopa, M. (2011). *Psychologia rodziny: teoria i badania*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
35. Ratnapalan, S. (2009). To be good enough. College of Family Physicians of Canada. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2654842/> (dostęp: 20.08.2020).
36. Schaffer, D., Kipp, K. (2015). *Psychologia rozwoju. Od dziecka do dorosłości*. Gdańsk: Harmonia Universals.
37. Senator, D. (2010). Teoria więzi Bowlby'ego. W: B. Tryjarska (red.), *Bliskość w rodzinie. Więzi w dzieciństwie a zaburzenia w dorosłości* (ss. 18–38). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
38. Wojciszke, B. (2003). *Psychologia miłości*. Gdańsk: Wydawnictwo Psychologiczne GWP.

28. WPLYW INICJATYW ŚRODOWISKOWYCH NA KONKURENCYJNOŚĆ FIRM

Malwina Najder, Zofia Wosik

Politechnika Łódzka

Wydział Organizacji i Zarządzania

Studenckie Koło Naukowe Społecznej Odpowiedzialności Biznesu „CSR”

Email: 241992@edu.p.lodz.pl; 242016@edu.p.lodz.pl

1. Wstęp

Współczesne przedsiębiorstwa operują w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu, które wymusza na nich nie tylko adaptację do warunków rynkowych, ale także do rosnących oczekiwań społecznych, środowiskowych oraz regulacyjnych. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) stała się nieodzownym elementem strategii zarządzania, w której kluczową rolę odgrywa zrównoważony rozwój. Organizacje, które świadomie włączają aspekty ekologiczne w swoje działania, nie tylko odpowiadają na globalne wyzwania związane z ochroną środowiska, ale także budują swoją przewagę konkurencyjną na rynku. W obliczu narastających zagrożeń środowiskowych, takich jak zmiany klimatyczne i wyczerpywanie się zasobów naturalnych, rola inicjatyw proekologicznych w strategii przedsiębiorstw staje się coraz bardziej widoczna i doceniana.

Niniejszy artykuł ma na celu zbadanie wpływu inicjatyw ekologicznych na konkurencyjność przedsiębiorstw. Analiza ta opiera się na szczegółowej analizie literatury przedmiotu oraz wynikach przeprowadzonej ankiety, która miała na celu ocenę postrzegania działań proekologicznych przez konsumentów. Pytanie, na które ten artykuł stara się odpowiedzieć, brzmi: czy zaangażowanie w działania na rzecz ochrony środowiska rzeczywiście przekłada się na lepszą pozycję konkurencyjną przedsiębiorstwa, a jeśli tak, to w jaki sposób?

Postawiona w artykule teza zakłada, że przedsiębiorstwa aktywnie angażujące się w inicjatywy ekologiczne zyskują trwałą przewagę konkurencyjną, wynikającą z pozytywnego wizerunku, zwiększonej lojalności konsumentów oraz zdolności do przyciągania nowych klientów. Co więcej, takie działania mogą również prowadzić do innowacyjnych rozwiązań, które zwiększają efektywność operacyjną i finansową przedsiębiorstwa.

Na podstawie zebranych danych empirycznych oraz przeglądu literatury zostanie poddana weryfikacji wcześniej postawiona teza, czy i w jakim stopniu działania proekologiczne mogą stać się kluczowym czynnikiem determinującym przewagę konkurencyjną przedsiębiorstw w dzisiejszym, coraz bardziej świadomym ekologicznie społeczeństwie.

2. Konkurencyjność

W obliczu rosnącej konkurencji na rynkach globalnych, zdolność przedsiębiorstwa do utrzymania konkurencyjności staje się jednym z najważniejszych wyzwań zarządczych. Konkurencyjność nie jest tylko miernikiem obecnej pozycji firmy, ale również wskaźnikiem

jej potencjału do dalszego rozwoju i przetrwania w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu rynkowym. Aby skutecznie rywalizować, przedsiębiorstwa muszą nie tylko identyfikować i wykorzystywać swoje zasoby, ale także w sposób strategiczny planować swoje działania, z uwzględnieniem zmieniających się warunków rynkowych i technologicznych. Właśnie dlatego analiza pojęcia konkurencyjności oraz jej determinantów jest kluczowa dla zrozumienia mechanizmów, które decydują o sukcesie na współczesnych rynkach.

Definicja Konkurencyjności

Konkurencyjność, jak wynika z literatury, jest pojęciem złożonym i wielowymiarowym, które może być definiowane na różne sposoby w zależności od kontekstu. Zasadniczo odnosi się do zdolności przedsiębiorstwa do rywalizacji na rynku, co obejmuje nie tylko efektywne działanie na rynku, ale także zdolność do osiągania przewagi nad konkurentami. Według Roberta Nowackiego [2012], konkurencyjność można rozumieć jako zdolność przedsiębiorstwa do sprawnego, czyli skutecznego, korzystnego i ekonomicznego, realizowania celów na rynkowej arenie konkurencji.

Z kolei Rafał Śliwiński [2012] zwraca uwagę na kluczową rolę zasobów, które kształtują konkurencyjność przedsiębiorstwa. W jego ujęciu, konkurencyjność przedsiębiorstw zależy od jakości i struktury zasobów, zarówno materialnych, jak i niematerialnych, oraz od zdolności do ich efektywnego wykorzystania w rywalizacji rynkowej.

Czynniki Kształtujące Konkurencyjność

Konkurencyjność przedsiębiorstwa jest złożonym zjawiskiem, które zależy od wielu czynników. Kluczowym elementem w budowaniu i utrzymaniu konkurencyjności są zasoby, którymi dysponuje firma oraz umiejętność ich efektywnego wykorzystania. Zasoby te można podzielić na dwie główne kategorie: zasoby materialne i niematerialne. Oprócz nich, ważną rolę odgrywa synergia wynikająca z odpowiedniego zarządzania i integracji tych zasobów, co pozwala firmie na zbudowanie trwałej przewagi konkurencyjnej.

Zasoby Materialne

Zasoby materialne to wszystkie fizyczne i finansowe aktywa, które przedsiębiorstwo posiada i które mogą być wykorzystane w procesie produkcji lub świadczenia usług. Do najważniejszych zasobów materialnych należą:

- **Infrastruktura:** Nowoczesna i dobrze zorganizowana infrastruktura, obejmująca zakłady produkcyjne, magazyny, biura oraz systemy dystrybucji, jest fundamentem efektywnego funkcjonowania przedsiębiorstwa. Infrastruktura wpływa na zdolność firmy do szybkiego i efektywnego wytwarzania produktów oraz świadczenia usług.
- **Technologie:** Dostęp do zaawansowanych technologii i innowacji technologicznych jest jednym z najważniejszych czynników determinujących konkurencyjność. Technologie umożliwiają firmom poprawę efektywności operacyjnej, obniżenie kosztów, a także wprowadzanie na rynek innowacyjnych produktów i usług, które mogą przyciągnąć nowych klientów i wyróżnić firmę na tle konkurencji.
- **Kapitał finansowy:** Silna baza finansowa umożliwia przedsiębiorstwu inwestowanie w rozwój, badania i innowacje, a także elastyczne reagowanie na zmiany w otoczeniu

rynkowym. Dostęp do kapitału jest niezbędny dla realizacji długoterminowych strategii rozwojowych, takich jak ekspansja na nowe rynki czy wdrażanie nowych technologii.

Zasoby Niematerialne

Zasoby niematerialne odgrywają równie ważną rolę w kształtowaniu konkurencyjności, mimo że są trudniejsze do zmierzenia i oceny niż zasoby materialne. Do najważniejszych zasobów niematerialnych należą:

- **Kapitał ludzki:** Umiejętności, wiedza i doświadczenie pracowników stanowią jeden z najważniejszych zasobów przedsiębiorstwa. Wysoko wykwalifikowana kadra jest w stanie wprowadzać innowacje, optymalizować procesy oraz budować relacje z klientami, co bezpośrednio przekłada się na konkurencyjność firmy.
- **Reputacja marki:** Silna marka, kojarzona z wysoką jakością, zaufaniem i innowacyjnością, jest kluczowym atutem w rywalizacji rynkowej. Reputacja firmy wpływa na postrzeganie przez klientów, co może prowadzić do większej lojalności klientów oraz umożliwić stosowanie wyższych cen za produkty lub usługi.
- **Wiedza i know-how:** Wiedza specjalistyczna oraz unikalne know-how, które przedsiębiorstwo rozwija przez lata, stanowią trudny do skopiowania zasób, który może stanowić źródło trwałej przewagi konkurencyjnej. Umiejętność wykorzystania tej wiedzy w tworzeniu innowacyjnych rozwiązań jest kluczowa dla sukcesu na dynamicznie zmieniających się rynkach.

Synergia Zasobów

Chociaż posiadanie zasobów materialnych i niematerialnych jest ważne, to jednak kluczem do zbudowania trwałej przewagi konkurencyjnej jest umiejętne zarządzanie nimi i ich integracja. Synergia, która powstaje dzięki efektywnemu zarządzaniu zasobami, pozwala na maksymalizację ich potencjału i osiągnięcie wyników wykraczających poza sumę ich indywidualnych efektów.

Na przykład, zaawansowane technologie (zasób materialny) w połączeniu z wysoko wykwalifikowaną kadrami (zasób niematerialny) mogą prowadzić do powstania innowacyjnych produktów, które są trudne do skopiowania przez konkurencję. Podobnie, silna marka (zasób niematerialny) może zwiększyć efektywność kampanii marketingowych, co z kolei przyczyni się do lepszego wykorzystania zasobów finansowych (zasób materialny).

Mierzenie konkurencyjności

W kontekście budowania przewagi konkurencyjnej, równie ważne jest mierzenie konkurencyjności, które stanowi złożony proces obejmujący różnorodne wskaźniki i podejścia, ponieważ pozwala na ocenę efektywności działań przedsiębiorstwa oraz identyfikację obszarów wymagających poprawy. Wśród najczęściej stosowanych metod pomiaru konkurencyjności znajdują się analizy finansowe, takie jak rentowność sprzedaży, wskaźniki zyskowności, a także udział w rynku. Oprócz tego, konkurencyjność można oceniać na podstawie zdolności przedsiębiorstwa do pozyskiwania nowych klientów, rozwoju innowacyjnych produktów czy efektywności operacyjnej.

Istotnym elementem mierzenia konkurencyjności jest również analiza pozycji rynkowej przedsiębiorstwa w porównaniu do konkurentów, co często odbywa się poprzez benchmarking.

Narzędzia te pozwalają na identyfikację mocnych i słabych stron przedsiębiorstwa, a także na ocenę, w jakim stopniu jest ono w stanie dostosować się do zmieniających się warunków rynkowych.

3. Inicjatywy ekologiczne

Przedsiębiorstwa coraz częściej angażują się w inicjatywy środowiskowe, które stają się integralnym elementem nowoczesnych strategii zarządzania, zwłaszcza w obliczu wzrastającej świadomości ekologicznej i wyzwań związanych z ochroną środowiska. Tego rodzaju działania obejmują szerokie spektrum aktywności ukierunkowanych na minimalizację negatywnego wpływu działalności gospodarczej na środowisko naturalne. W literaturze przedmiotu inicjatywy te są często definiowane jako proekologiczne działania, takie jak redukcja emisji zanieczyszczeń, oszczędzanie zasobów energetycznych, recykling, a także wdrażanie technologii zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Definicja i podział inicjatyw ekologicznych

Inicjatywy ekologiczne można zdefiniować jako celowe działania podejmowane w celu ochrony środowiska, które mogą obejmować zarówno zmiany w procesach produkcyjnych, jak i w zarządzaniu zasobami oraz stosunkach z otoczeniem. W literaturze przedmiotu często spotyka się klasyfikację inicjatyw ekologicznych według ich specyfiki oraz obszaru działania. Zgodnie z jednym z podejść, inicjatywy te można podzielić na następujące grupy:

- **Prewencja zanieczyszczeń (pollution prevention)** – obejmuje działania mające na celu zapobieganie powstawaniu zanieczyszczeń u źródła, takie jak modyfikacje procesów produkcyjnych, wykorzystanie czystszych technologii oraz zmniejszenie zużycia surowców.
- **Recykling materiałów** – działania zmierzające do ponownego wykorzystania materiałów odpadowych w procesach produkcyjnych lub ich przetworzenia w celu użycia w nowych produktach.
- **Redukcja odpadów** – obejmuje strategie zmierzające do minimalizacji ilości odpadów generowanych przez przedsiębiorstwo, na przykład poprzez optymalizację procesów produkcyjnych czy wprowadzanie nowych, bardziej efektywnych technologii.
- **Redukcja zużycia energii i paliw** – działania zmierzające do zmniejszenia zużycia energii oraz paliw, co może obejmować modernizację maszyn i urządzeń, wprowadzanie energooszczędnych technologii oraz edukację pracowników.
- **Redukcja zużycia wody** – inicjatywy mające na celu zmniejszenie zużycia wody, na przykład poprzez recykling wody, optymalizację procesów produkcyjnych lub stosowanie technologii ograniczających jej zużycie.

Znaczenie inicjatyw ekologicznych

Inicjatywy ekologiczne odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu współczesnej gospodarki i wpływają na wiele aspektów funkcjonowania przedsiębiorstw. Ich znaczenie można rozpatrywać w kilku wymiarach:

- **Ekonomiczny:** W dłuższej perspektywie czasowej, inicjatywy ekologiczne mogą przyczynić się do obniżenia kosztów operacyjnych, na przykład poprzez oszczędności

związane z mniejszym zużyciem surowców i energii. Choć wdrażanie takich inicjatyw wiąże się często z początkowymi kosztami inwestycyjnymi, korzyści wynikające z ich zastosowania mogą przeważać, poprawiając konkurencyjność przedsiębiorstwa.

- **Spoleczny:** Odpowiedzialne podejście do zarządzania środowiskiem buduje zaufanie społeczne i wzmacnia reputację firmy. Konsumenci coraz częściej preferują produkty i usługi firm, które dbają o środowisko, co może przekładać się na wzrost sprzedaży i lojalność klientów.
- **Regulacyjny:** W wielu krajach wprowadzane są coraz bardziej rygorystyczne przepisy dotyczące ochrony środowiska. Przedsiębiorstwa, które wcześniej wdrażają inicjatywy ekologiczne, mogą łatwiej dostosować się do nowych regulacji, unikając kar oraz kosztów związanych z dostosowaniem się do wymogów prawnych.
- **Technologiczny:** Inwestycje w inicjatywy ekologiczne często wiążą się z wdrażaniem nowoczesnych technologii, co może poprawić efektywność produkcji oraz innowacyjność firmy, dając jej przewagę konkurencyjną na rynku.

Funkcjonowanie w zgodzie z zasadami zrównoważonego rozwoju pozwala przedsiębiorstwom na wprowadzanie innowacji proekologicznych, efektywne zarządzanie zasobami oraz budowanie trwałych relacji z interesariuszami. Ponadto, poprzez odpowiedzialne działania w obszarze ochrony środowiska, przedsiębiorstwa mogą minimalizować ryzyka związane z presją regulacyjną oraz zaspokajać rosnące oczekiwania konsumentów, co w konsekwencji prowadzi do budowania przewagi konkurencyjnej na rynkach krajowych i międzynarodowych.

4. Metodyka badań

Przeprowadzone badania, mające na celu zrozumienie wpływu inicjatyw ekologicznych na konkurencyjność przedsiębiorstw, były oparte na starannie opracowanej ankiecie skierowanej do szerokiego grona konsumentów. Projekt badawczy został skrupulatnie zaplanowany, aby zapewnić uzyskanie wiarygodnych i reprezentatywnych wyników, które umożliwią wyciągnięcie wniosków dotyczących postaw konsumentów wobec działań proekologicznych firm oraz ich wpływu na decyzje zakupowe i lojalność wobec marek.

Badanie objęło próbę liczącą 100 respondentów, dobranych celowo w sposób zapewniający różnorodność demograficzną i geograficzną. W skład grupy badanej wchodziły osoby o zróżnicowanym wieku, poziomie wykształcenia oraz dochodach, co pozwoliło na uzyskanie szerokiego spektrum opinii i postaw wobec ekologicznych inicjatyw przedsiębiorstw. Celowo dobrano uczestników tak, aby odzwierciedlali przekrój społeczeństwa, w tym zarówno konsumentów świadomych ekologicznie, jak i tych mniej zainteresowanych kwestiami środowiskowymi.

Zebrane dane zostały poddane wszechstronnej analizie ilościowej i jakościowej. Analiza ilościowa, przeprowadzona z zastosowaniem technik statystycznych, umożliwiła ocenę zależności pomiędzy zaangażowaniem przedsiębiorstw w inicjatywy ekologiczne a decyzjami zakupowymi konsumentów. W badaniu wykorzystano testy statystyczne, takie jak test chi-kwadrat oraz analiza korelacji, które pozwoliły na identyfikację istotnych zależności i różnic pomiędzy poszczególnymi grupami respondentów. Równocześnie analiza jakościowa, przeprowadzona na podstawie odpowiedzi na pytania otwarte, dostarczyła głębszego wglądu w motywacje i przekonania konsumentów. Otrzymane dane jakościowe zostały zakodowane

i sklasyfikowane w kategorie tematyczne, a następnie porównane z wynikami analizy ilościowej, co pozwoliło na uzyskanie spójnego obrazu badanej problematyki.

Wybór metodologii opartej na analizie ankietowej wynikał z potrzeby uzyskania szerokiego przekroju opinii konsumentów, co jest kluczowe dla zrozumienia wpływu inicjatyw ekologicznych na postawy zakupowe. Ankieta umożliwia pozyskanie danych od dużej liczby respondentów w stosunkowo krótkim czasie, co jest istotne w kontekście dynamicznie zmieniających się preferencji konsumentów. Wykorzystanie zarówno pytań zamkniętych, jak i otwartych pozwoliło na uzyskanie danych o charakterze ilościowym i jakościowym, co jest niezbędne do pełnej analizy złożonych zależności między działaniami ekologicznymi a decyzjami konsumenckimi.

5. Analiza ankiety

Świadomość ekologiczna oraz dbałość o zrównoważony rozwój stają się coraz ważniejszymi aspektami działalności gospodarczej. Firmy, które inwestują w ekologiczne inicjatywy, postrzegane są przez część społeczeństwa jako bardziej odpowiedzialne i atrakcyjne. Ankieta, której wyniki analizujemy, miała na celu zbadanie postaw konsumentów wobec takich działań oraz ich wpływu na konkurencyjność firm.

Analiza odpowiedzi respondentów dostarczyła wszechstronnego obrazu tego, jak przeciętni konsumenci postrzegają działania proekologiczne firm oraz jakie znaczenie przypisują tym działaniom w kontekście wyborów zakupowych i lojalności wobec marek.

Profil demograficzny uczestników ankiety

Ankieta została przeprowadzona wśród zróżnicowanej grupy respondentów, co pozwoliło na uzyskanie przekrojowych danych na temat postrzegania inicjatyw ekologicznych w różnych segmentach demograficznych. Poniżej przedstawiono szczegółowy profil demograficzny uczestników badań

Płeć

Wśród respondentów, udział kobiet wynosił 50%, podczas gdy mężczyźni stanowili 50% badanych. Taka struktura płciowa pozwala na zrównoważoną analizę postaw zarówno kobiet, jak i mężczyzn wobec inicjatyw ekologicznych przedsiębiorstw.

Wiek

Respondenci byli podzieleni na następujące grupy wiekowe:

18-23 lata: 20% uczestników

24-29 lat: 20% uczestników

30-39 lat: 15% uczestników

40-49 lat: 15% uczestników

50+ lat: 15% uczestników

Miejsce zamieszkania

Pod względem miejsca zamieszkania, uczestnicy ankiety pochodzili z różnych środowisk:

Wieś: 20%

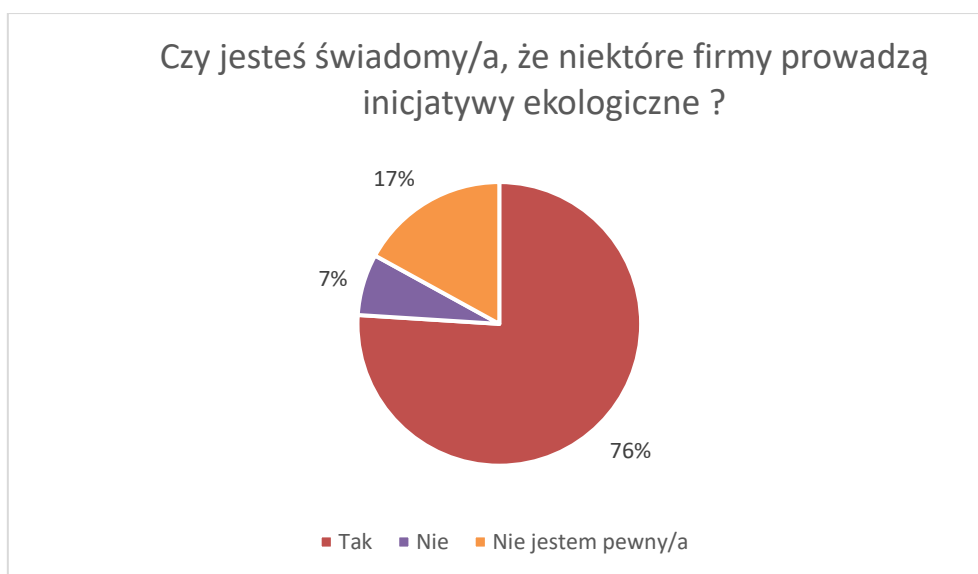
Miasto małe: 31%

Miasto średnie: 20%

Miasto duże: 29%

Różnorodność miejsca zamieszkania respondentów pozwala na analizę postaw wobec inicjatyw ekologicznych w kontekście zarówno miejskim, jak i wiejskim.

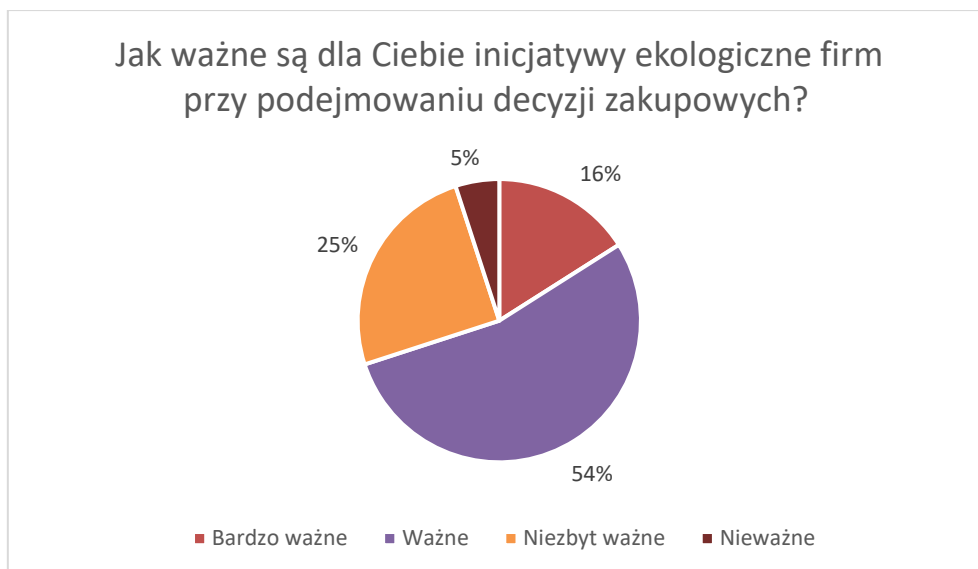
Świadomość ekologiczna i jej znaczenie dla decyzji zakupowych



Wykres 1. Czy jesteś świadomy/a, że niektóre firmy prowadzą inicjatywy ekologiczne ?

Z wyników badań wynika, że znaczna większość respondentów (76%) deklaruje świadomość, że niektóre firmy podejmują działania proekologiczne, takie jak redukcja emisji CO₂, recykling czy używanie materiałów ekologicznych. Jest to wysoki poziom świadomości, który odzwierciedla rosnące zainteresowanie kwestiami związanymi ze zrównoważonym rozwojem w społeczeństwie oraz jest to zgodne z trendami obserwowanymi w literaturze, gdzie konsumenci coraz częściej łączą swoje wybory zakupowe z wartościami, jakie reprezentują firmy.

Znaczenie inicjatyw ekologicznych dla decyzji zakupowych konsumentów



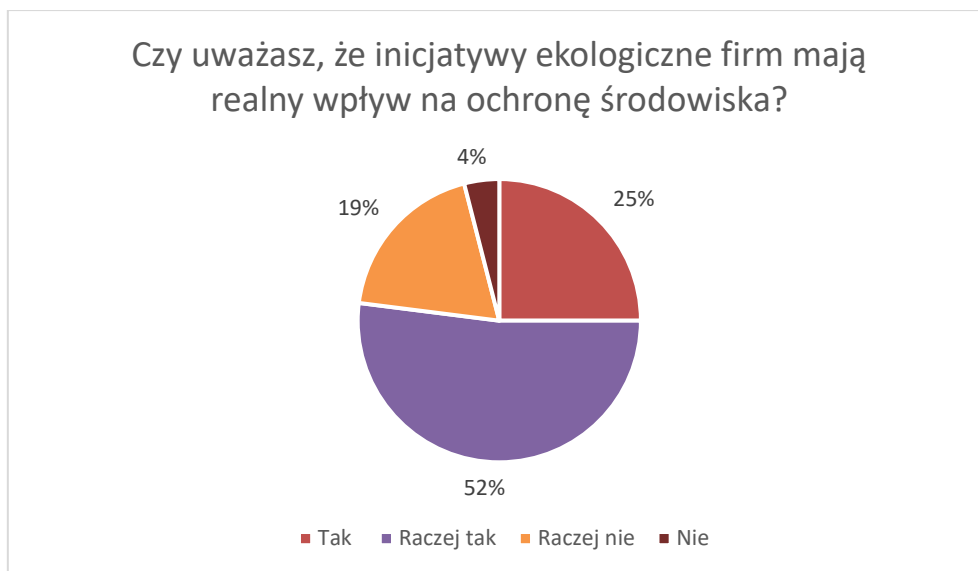
Wykres 2. Jak ważne są inicjatywy ekologiczne firm dla konsumentów podczas podejmowania decyzji zakupowych

Wyniki tego pytania dostarczają cennych informacji na temat roli, jaką inicjatywy ekologiczne odgrywają w decyzjach zakupowych konsumentów. 54% respondentów uznało te działania za „ważne”, a dodatkowe 16% wskazało je jako „bardzo ważne”. Łącznie 70% ankietowanych postrzega proekologiczne inicjatywy firm jako istotny czynnik przy wyborze produktów. Wynik ten podkreśla, jak duże znaczenie przypisują konsumenci kwestii zrównoważonego rozwoju, co odzwierciedla rosnącą świadomość społeczną w zakresie ochrony środowiska.

Jednocześnie, 25% respondentów uznało, że inicjatywy ekologiczne są „niezbyt ważne”, a 5% stwierdziło, że są one dla nich „nieważne”. Wyniki te wskazują, że istnieje wyraźna grupa konsumentów, dla której aspekty ekologiczne nie odgrywają kluczowej roli przy podejmowaniu decyzji zakupowych. Może to wynikać z różnych priorytetów konsumentów, takich jak cena, jakość czy marka, które mogą przewyższać znaczenie działań proekologicznych firm.

Różnorodność odpowiedzi podkreśla, że choć świadomość ekologiczna staje się coraz bardziej powszechna, nie jest ona jeszcze uniwersalnym kryterium decyzyjnym wśród wszystkich konsumentów. Dla wielu osób działania na rzecz ochrony środowiska są istotnym atutem, jednak dla innych mogą stanowić jedynie dodatkowy, drugorzędny aspekt w procesie wyboru produktów. Firmy muszą więc zrozumieć i dostosować swoje strategie marketingowe do różnorodnych oczekiwań i priorytetów konsumentów, aby skutecznie odpowiadać na ich potrzeby.

Percepcja realnego wpływu inicjatyw ekologicznych firm na ochronę środowiska



Wykres 3. Czy inicjatywy ekologiczne mają realny wpływ na ochronę środowisko

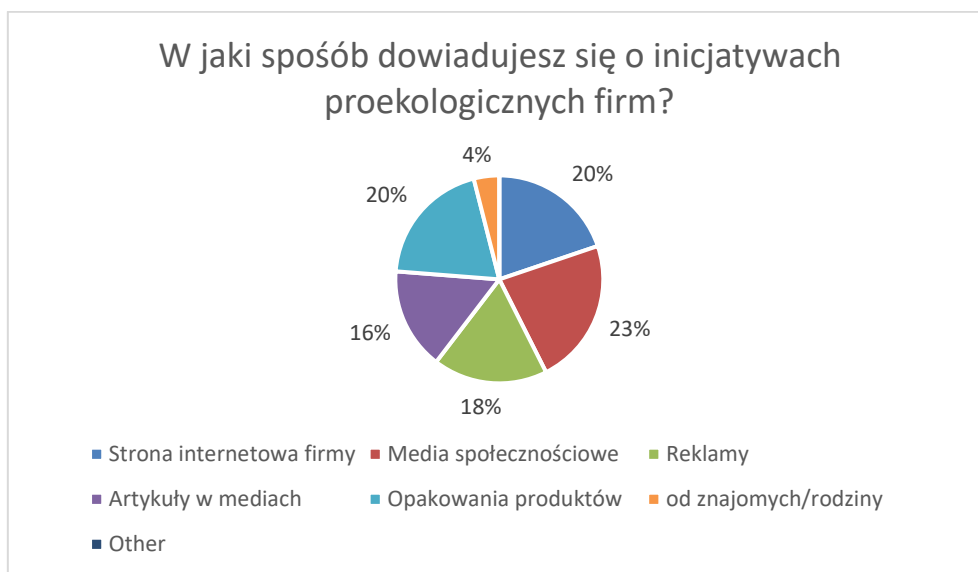
Wyniki tego pytania dostarczają istotnych informacji dotyczących zaufania, jakim konsumenci obdarzają firmy deklarujące działania proekologiczne. Większość respondentów, bo aż 52%, stwierdziła, że inicjatywy ekologiczne firm „raczej mają” realny wpływ na ochronę środowiska, podczas gdy 25% było zdecydowanych co do ich rzeczywistej skuteczności. W sumie, 77% ankietowanych wierzy, że działania te mogą przynosić wymierne korzyści dla środowiska. Taki wynik odzwierciedla rosnącą świadomość społeczną oraz wiarę w to, że proekologiczne podejście przedsiębiorstw ma znaczenie nie tylko dla ich wizerunku, ale i dla stanu środowiska.

Jednakże, analiza wyników wskazuje również na istnienie grupy sceptyków. 19% respondentów uznało, że inicjatywy ekologiczne „raczej nie mają” znaczącego wpływu, a 4% wyraziło pełne przekonanie, że nie przynoszą one żadnych realnych efektów. Tego typu opinie mogą wynikać z obaw związanych z „greenwashingiem” — praktyką, gdzie firmy publicznie promują swoje ekologiczne działania, ale w rzeczywistości ich efektywność jest znikoma lub jedynie symboliczna.

Sceptycyzm ten może być także wynikiem niedostatecznej transparentności w komunikacji firm z konsumentami. W erze, gdzie dostęp do informacji jest szeroki, konsumenci stają się bardziej wymagający i krytyczni wobec przekazów marketingowych. Jeżeli działania proekologiczne nie są odpowiednio udokumentowane lub przedstawione w jasny sposób, istnieje ryzyko, że nawet rzeczywiście zaangażowane firmy będą postrzegane jako niewiarygodne.

Co więcej, różnorodność opinii w tym obszarze podkreśla znaczenie konsekwentnej i uczciwej komunikacji ze strony firm. Przedsiębiorstwa muszą nie tylko wdrażać ekologiczne inicjatywy, ale również skutecznie informować o ich rezultatach. Regularne raportowanie wyników działań, przejrzystość w procesach produkcyjnych oraz zaangażowanie w edukację konsumentów mogą przyczynić się do budowania trwałego zaufania.

Źródła informacji o inicjatywach ekologicznych firm



Wykres 4. W jaki sposób dowiadujesz się o inicjatywach proekologicznych firm ?

Wyniki tego pytania pokazują, jak różnorodne są kanały komunikacji, z których konsumenci czerpią informacje o proekologicznych działaniach firm. Najczęściej wymieniane źródła to media społecznościowe (23%) oraz strony internetowe firm (20%). Wynika z tego, że cyfrowe kanały komunikacji odgrywają kluczową rolę w informowaniu konsumentów o działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju. Również opakowania produktów (20%) oraz reklamy (18%) są ważnym źródłem informacji, co pokazuje, że marketing bezpośredni i fizyczna obecność produktów w sklepach są równie istotne. Artykuły w mediach (16%) również odgrywają znaczącą rolę, co potwierdza, że tradycyjne media wciąż są ważnym nośnikiem informacji o działaniach ekologicznych firm. Zaledwie 4% respondentów wskazało, że dowiaduje się o takich inicjatywach od znajomych lub rodziny, co sugeruje, że informacje o ekologicznych działaniach firm rzadko są przekazywane w sposób nieformalny. Ta odpowiedź podkreśla znaczenie strategicznego wykorzystania różnych mediów do skutecznego komunikowania działań proekologicznych.

Najbardziej wiarygodne aspekty działań ekologicznych firm



Wykres 5. Jakie aspekty działań ekologicznych konsumenci uważają za najbardziej wiarygodne

Wyniki tego pytania dostarczają cennych informacji na temat tego, które elementy działań proekologicznych firm są najbardziej przekonujące dla konsumentów. Zdecydowana większość respondentów (44%) uznaje **certyfikaty ekologiczne**, takie jak Fair Trade czy EcoCert, za najbardziej wiarygodny wskaźnik zaangażowania firm w zrównoważony rozwój. Certyfikaty te, potwierdzone przez niezależne organizacje, stanowią dla konsumentów gwarancję, że dany produkt lub usługa spełnia określone standardy ekologiczne, co znacząco buduje zaufanie do marki.

Na drugim miejscu, 25% ankietowanych wskazało **raporty zrównoważonego rozwoju** jako wiarygodne źródło informacji o ekologicznych działaniach firm. Raporty te, publikowane regularnie przez wiele firm, zawierają szczegółowe dane na temat ich działalności, osiągnięć i planów w zakresie ochrony środowiska. Przejrzystość i szczegółowość takich raportów są kluczowe dla konsumentów, którzy chcą mieć pewność, że firma rzeczywiście realizuje swoje deklaracje dotyczące zrównoważonego rozwoju.

Partnerstwa z organizacjami ekologicznymi również cieszą się zaufaniem wśród konsumentów, co wskazało 19% respondentów. Współpraca z uznanymi organizacjami pozarządowymi w dziedzinie ochrony środowiska dodaje wiarygodności firmowym inicjatywom, ponieważ potwierdza, że działania te są zgodne z wysokimi standardami ekologicznymi i podlegają zewnętrznej kontroli.

Opinie innych klientów uznano za najbardziej wiarygodny wskaźnik działań ekologicznych przez 13% respondentów. Rekomendacje i opinie pochodzące od innych konsumentów mogą być postrzegane jako bardziej autentyczne i wolne od marketingowego przekazu firmy, co dla wielu osób jest cennym źródłem informacji.

Analiza preferencji zakupowych konsumentów

Analiza preferencji zakupowych konsumentów w kontekście inicjatyw ekologicznych firm ukazuje złożoność wpływu tych działań na decyzje zakupowe. Dla wielu konsumentów ekologia jest ważnym czynnikiem, jednak różnice w podejściu do wyboru produktów wskazują na zróżnicowane priorytety wśród kupujących.

Wyniki badania pokazują, że choć tylko niewielka część konsumentów (9%) *zawsze* wybiera produkty firmy ze względu na jej inicjatywy ekologiczne, a 17% robi to *często*, to jednak większość z nich dokonuje takich wyborów *czasami* (35%). Jest to dowód na to, że dla znaczącej grupy konsumentów działania proekologiczne mogą przeważać nad innymi czynnikami, takimi jak cena, ale nie są one decydujące w każdej sytuacji. Niemniej jednak, 26% konsumentów wybiera produkty ekologiczne *rzadko*, a 13% *nigdy* nie kieruje się tym kryterium, co sugeruje, że dla części rynku inne czynniki mogą mieć większe znaczenie.

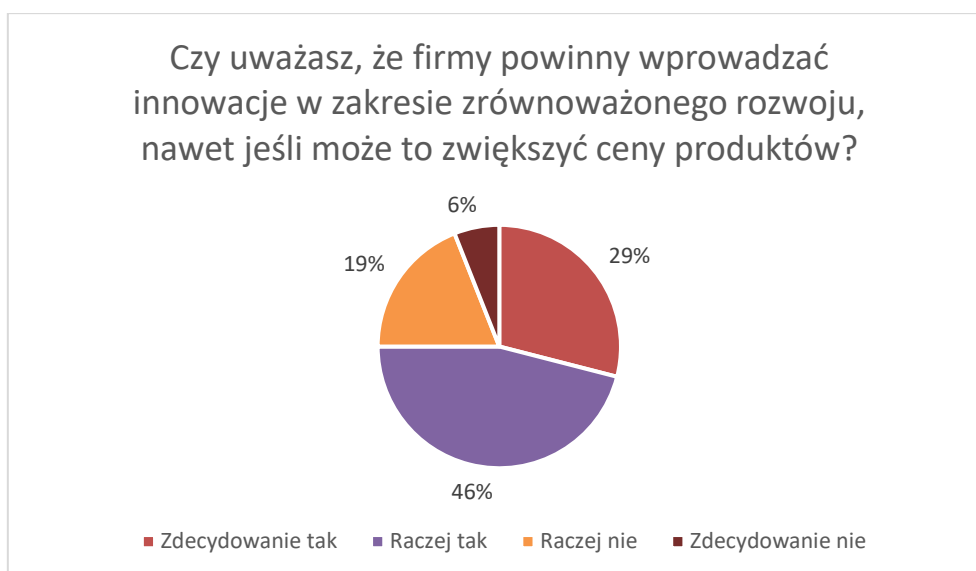
Jednocześnie, badania wskazują, że aż 71% respondentów zmieniło swoje preferencje zakupowe na korzyść firm, które prowadzą działania proekologiczne. To wyraźnie pokazuje, że odpowiedzialność ekologiczna przedsiębiorstw ma realny wpływ na lojalność klientów. Firmy, które skutecznie komunikują swoje zaangażowanie w ochronę środowiska, mogą zyskać przewagę konkurencyjną, ponieważ konsumenci są skłonni dostosować swoje preferencje zakupowe w odpowiedzi na proekologiczne inicjatywy.

Równocześnie, brak inicjatyw ekologicznych może prowadzić do negatywnych konsekwencji dla firm. Ponad połowa ankietowanych przyznała, że przynajmniej *czasami* rezygnuje z zakupu produktu ze względu na brak działań proekologicznych. Dla 23% konsumentów taka rezygnacja zdarza się *często*, co świadczy o tym, że nieobecność ekologicznych inicjatyw może skutecznie zniechęcić znaczącą część rynku. Z drugiej strony, 28% respondentów *rzadko* decyduje się na taki krok, a 19% *nigdy* nie rezygnuje z zakupu z powodu braku inicjatyw ekologicznych, co sugeruje, że w pewnych segmentach konsumentów inne aspekty produktu mogą przeważać nad ekologicznymi.

Wpływ ekologicznych innowacji i ich kosztów na decyzje konsumentów

Badania dotyczące gotowości konsumentów do akceptowania wyższych cen w zamian za innowacje związane ze zrównoważonym rozwojem dostarczają istotnych wniosków na temat ich preferencji i wartości, jakimi kierują się przy podejmowaniu decyzji zakupowych.

Większość respondentów uważa, że firmy powinny wprowadzać innowacje w zakresie zrównoważonego rozwoju, nawet jeśli może to prowadzić do wzrostu cen produktów. Aż 46% respondentów stwierdziło, że „raczej tak”, a kolejne 29% „zdecydowanie tak”, co oznacza, że łącznie 75% ankietowanych jest gotowych zaakceptować wyższe ceny w zamian za ekologiczne innowacje. Ta postawa odzwierciedla rosnącą świadomość ekologiczną i gotowość konsumentów do wspierania działań, które mogą przyczynić się do ochrony środowiska. Niemniej jednak, 19% respondentów jest nastawiona sceptycznie i uważa, że firmy raczej nie powinny wprowadzać takich innowacji, a 6% zdecydowanie sprzeciwia się podwyżkom cen wynikającym z wprowadzania ekologicznych rozwiązań. To wskazuje na istnienie grupy konsumentów, dla której cena nadal pozostaje kluczowym czynnikiem, przewyższającym znaczenie działań na rzecz zrównoważonego rozwoju.



Wykres 6. Czy uważasz, że firmy powinny wprowadzać innowacje w zakresie zrównoważonego rozwoju, nawet jeśli może to zwiększyć ceny produktów ?

Gotowość konsumentów do płacenia więcej za produkty i usługi związane z ekologicznymi innowacjami jest również zróżnicowana. 61% respondentów jest skłonnych zapłacić „trochę więcej”, podczas gdy 18% zadeklarowało gotowość do poniesienia znacznie wyższych kosztów. Oznacza to, że prawie 80% ankietowanych docenia wartość, jaką niosą ze sobą produkty przyjazne dla środowiska, i jest gotowych za nie zapłacić więcej. Jednakże, 21% respondentów woli produkty w niższej cenie, co pokazuje, że cena nadal odgrywa istotną rolę w decyzjach zakupowych, zwłaszcza w sytuacjach, gdy różnice cenowe są znaczące.

Ostateczny wybór między dwoma podobnymi produktami, z których jeden jest nieco droższy, ale oferowany przez firmę dbającą o środowisko, a drugi tańszy, ale bez proekologicznych działań, jest również złożony. Odpowiedzi respondentów na to pytanie ujawniają zróżnicowane podejścia. Część konsumentów, zwłaszcza tych bardziej świadomych ekologicznie, jest skłonna wybrać droższy produkt, kierując się przekonaniem, że wspierają w ten sposób zrównoważony rozwój. Wiele odpowiedzi wskazuje na to, że młodsze pokolenia, bardziej świadome ekologicznie, mogą częściej wybierać droższe, ale bardziej odpowiedzialne produkty. Z kolei respondenci, którzy bardziej cenią sobie oszczędności, skłaniają się ku tańszym opcjom, argumentując, że w obliczu obecnej sytuacji gospodarczej, gdzie inflacja i rosnące koszty życia są istotnym problemem, cena jest czynnikiem decydującym.

Postrzeganie ekologicznych inicjatyw firm w kontekście zaufania, rekomendacji i relacji społecznych

Analiza postrzegania ekologicznych inicjatyw firm przez konsumentów wskazuje, że działania proekologiczne mają istotny wpływ na zaufanie, lojalność i relacje społeczne. Konsumentom w coraz większym stopniu doceniają firmy, które aktywnie angażują się w ochronę środowiska, co przekłada się na ich gotowość do wspierania takich przedsięwzięć nie tylko poprzez zakupy, ale także poprzez rekomendacje i budowanie pozytywnych relacji.

Przed wszystkim, większość respondentów uważa, że firmy prowadzące inicjatywy ekologiczne są bardziej godne zaufania. Ponad 80% ankietowanych wyraża przekonanie, że

proekologiczne działania zwiększają wiarygodność firmy. To zaufanie przekłada się również na większą skłonność do polecenia takich firm rodzinie i znajomym – aż 84% respondentów zadeklarowało, że chętnie rekomendowałoby firmy dbające o środowisko. Te wyniki podkreślają, jak ważnym narzędziem marketingowym mogą być ekologiczne inicjatywy, które nie tylko budują zaufanie, ale także aktywizują klientów do promowania firmy w swoim otoczeniu.

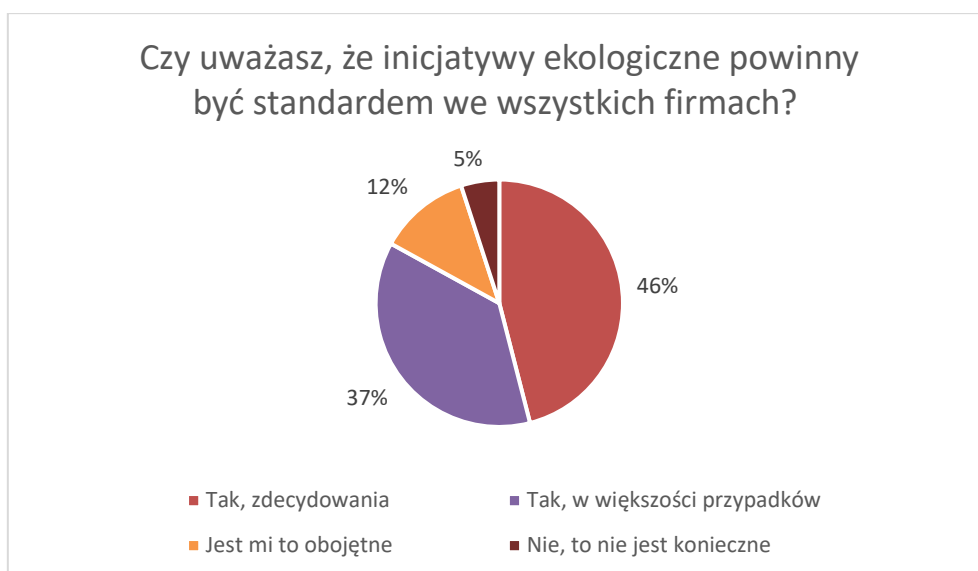
Działania ekologiczne są również postrzegane jako kluczowy element odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw. Ponad trzy czwarte respondentów przypisuje im duże lub bardzo duże znaczenie, co odzwierciedla oczekiwania współczesnych konsumentów, że firmy powinny angażować się w kwestie społeczne i środowiskowe. Takie postrzeganie działalności firm wzmacnia ich wizerunek jako odpowiedzialnych i zaangażowanych graczy rynkowych.

Co więcej, inicjatywy ekologiczne mają potencjał do znaczącego poprawienia relacji firmy z lokalną społecznością. Blisko 90% ankietowanych uważa, że proekologiczne działania mogą korzystnie wpłynąć na te relacje, co podkreśla, jak ważne są takie inicjatywy nie tylko w szerokim kontekście globalnym, ale także na poziomie lokalnym. Firmy, które aktywnie angażują się w działania na rzecz środowiska, mogą zyskać silne poparcie i lojalność ze strony społeczności, w której funkcjonują.

Wpływ inicjatyw ekologicznych na konkurencyjność, lojalność i odporność firm na kryzysy

Badanie postrzegania inicjatyw ekologicznych przez konsumentów ujawnia, że działania proekologiczne firm odgrywają coraz bardziej kluczową rolę w budowaniu ich przewagi konkurencyjnej, lojalności klientów oraz odporności na kryzysy rynkowe. Współczesne oczekiwania konsumentów wyraźnie kształtują się wokół zrównoważonego rozwoju jako standardu działalności biznesowej.

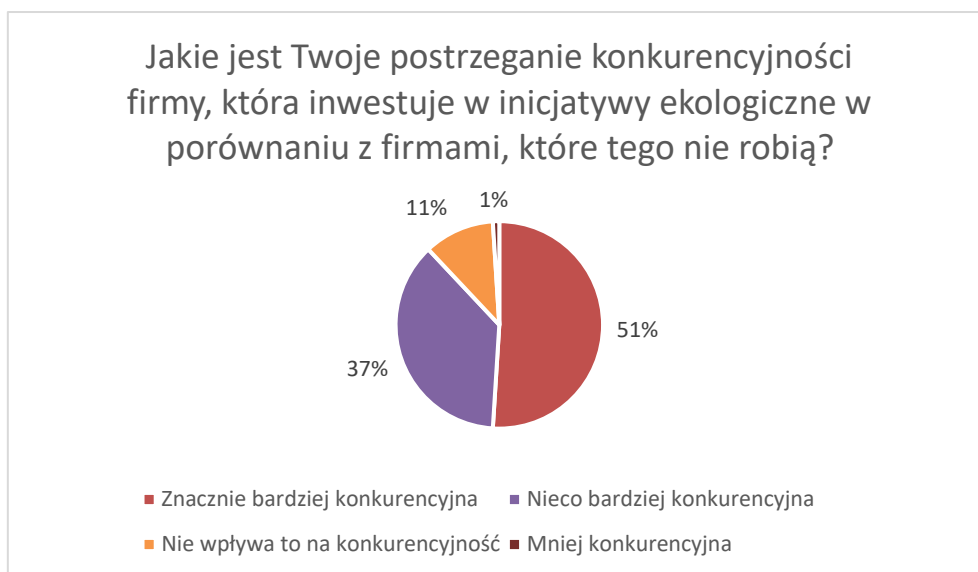
Zdecydowana większość respondentów (83%) uważa, że inicjatywy ekologiczne powinny być standardem we wszystkich firmach. Taka postawa świadczy o rosnącej świadomości społecznej i presji, aby zrównoważony rozwój stał się normą, a nie wyjątkiem. Konsumenty nie tylko oczekują, że firmy będą angażować się w działania na rzecz ochrony środowiska, ale także coraz częściej łączą te inicjatywy z lojalnością wobec marki.



Wykres 7. Czy inicjatywy ekologiczne powinny być standardem we wszystkich firmach

Inicjatywy ekologiczne mają znaczący wpływ na lojalność klientów – aż 76% respondentów deklaruje, że proekologiczne działania firm wpływają na ich decyzję o pozostaniu wiernym marce. Jest to wyraźny sygnał dla przedsiębiorstw, że ich zaangażowanie w zrównoważony rozwój może być kluczowym czynnikiem w budowaniu długotrwałych relacji z klientami. Zaufanie, które buduje się poprzez takie działania, przekłada się na postrzeganą konkurencyjność firmy na rynku.

Dla większości respondentów firmy inwestujące w inicjatywy ekologiczne są postrzegane jako bardziej konkurencyjne. Aż 88% ankietowanych uważa, że takie działania przyczyniają się do zwiększenia przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. To przekonanie, że proekologiczne inicjatywy mogą przekładać się na lepszą pozycję rynkową, odzwierciedla rosnące znaczenie zrównoważonego rozwoju w strategiach biznesowych.



Wykres 8. Jak konsumenci postrzegają konkurencyjność firm, które inwestują w inicjatyw ekologiczne w porównaniu z firmami, które tego nie robią.

Co więcej, konsumenci dostrzegają również potencjał inicjatyw ekologicznych w zwiększaniu odporności firm na kryzysy rynkowe. Większość respondentów (74%) uważa, że firmy inwestujące w zrównoważony rozwój są lepiej przygotowane na trudne czasy, co dodatkowo wzmacnia ich atrakcyjność w oczach klientów. Niemniej jednak, pewna grupa konsumentów pozostaje sceptyczna wobec wpływu takich działań na stabilność finansową firm, co wskazuje na potrzebę bardziej wyraźnej komunikacji korzyści wynikających z ekologicznych inicjatyw.

6. Wnioski

Analiza wyników przeprowadzonej ankiety oraz przegląd literatury pozwalają na sformułowanie kilku kluczowych wniosków dotyczących znaczenia inicjatyw proekologicznych w kontekście konkurencyjności przedsiębiorstw. Po pierwsze, badanie wyraźnie wskazuje, że inicjatywy ekologiczne odgrywają istotną rolę w decyzjach zakupowych konsumentów. Aż 70% respondentów uznaje te działania za ważne lub bardzo ważne, co podkreśla, że zrównoważony rozwój staje się jednym z kluczowych kryteriów wyboru produktów i usług.

Po drugie, wyniki ankiety sugerują, że działania proekologiczne przyczyniają się do budowania pozytywnego wizerunku firmy oraz lojalności klientów. Większość respondentów wierzy, że inicjatywy ekologiczne mają realny wpływ na ochronę środowiska, co zwiększa ich zaufanie do firm podejmujących takie działania. Z drugiej strony, istnieje jednak grupa konsumentów, która pozostaje sceptyczna wobec deklaracji firm, co wskazuje na potrzebę bardziej przejrzystej komunikacji i udokumentowania rzeczywistych efektów podejmowanych działań.

Po trzecie, badanie wskazuje, że firmy zaangażowane w zrównoważony rozwój są postrzegane jako bardziej konkurencyjne i odporne na kryzysy rynkowe. Respondenci łączą działania proekologiczne z długoterminową stabilnością przedsiębiorstw, co może stanowić kluczowy element ich przewagi konkurencyjnej. Oznacza to, że inwestycje w zrównoważony rozwój nie tylko spełniają rosnące oczekiwania społeczne, ale również przynoszą wymierne korzyści biznesowe.

7. Podsumowanie

W artykule postawiono tezę, że przedsiębiorstwa aktywnie angażujące się w inicjatywy ekologiczne zyskują trwałą przewagę konkurencyjną, wynikającą z pozytywnego wizerunku, zwiększonej lojalności konsumentów oraz zdolności do przyciągania nowych klientów. Analiza wyników ankiety potwierdza tę tezę. Dane empiryczne wskazują, że konsumenci coraz częściej doceniają proekologiczne działania firm, co przekłada się na ich decyzje zakupowe oraz postrzeganie marki.

Firmy, które wdrażają działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, rzeczywiście mogą liczyć na większe zainteresowanie ze strony klientów, co jest zgodne z założeniami postawionymi w tezie. Co więcej, takie przedsiębiorstwa są postrzegane jako bardziej innowacyjne, odpowiedzialne i przygotowane na zmieniające się warunki rynkowe, co dodatkowo wzmacnia ich pozycję konkurencyjną.

Jednakże, aby w pełni wykorzystać potencjał wynikający z proekologicznych inicjatyw, firmy muszą nie tylko podejmować konkretne działania na rzecz ochrony środowiska, ale

również skutecznie komunikować swoje osiągnięcia. Transparentność i autentyczność w komunikacji z konsumentami są kluczowe, aby zyskać ich pełne zaufanie i lojalność.

Podsumowując, ekologiczne inicjatywy stają się kluczowym elementem strategii biznesowych, wpływając na różne aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa – od lojalności klientów, przez postrzeganą konkurencyjność, po odporność na kryzysy. Firmy, które skutecznie integrują zrównoważony rozwój w swoje działania, mogą liczyć na silniejszą pozycję rynkową, lojalność klientów i długoterminowy sukces. Współczesny rynek nie wybacza firmom, które nie nadążają za rosnącymi oczekiwaniami konsumentów w zakresie odpowiedzialności społecznej i ochrony środowiska. Przedsiębiorstwa, które zignorują te zmiany, ryzykują utratą konkurencyjności i zaufania klientów, podczas gdy te, które postawią na zrównoważony rozwój, mają szansę nie tylko przetrwać, ale i rozwijać się w coraz bardziej wymagającym otoczeniu rynkowym.

Bibliografia:

1. Fura B. (2020). Methodological basis for research on the relationship between environmental initiatives and business competitiveness. *Ekonomia i Środowisko* (s. 8-20). Fundacja Ekonomistów Środowiska i Zasobów Naturalnych.
2. Klepacki B. (2009). Wybrane zagadnienia związane z metodologią badań naukowych. *Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G, T. 96, z. 2, 2009* (s. 38-46), Warszawa.
3. Nowacki R. (2012). Konkurencyjność przedsiębiorstw usługowych w Polsce. *Handel wewnętrzny* 2012/1 (s. 51-59). Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur 02-001 Warszawa.
4. Śliwiński R. (2012). Zasoby kształtujące konkurencyjność polskich przedsiębiorstw. *Gospodarka Narodowa* 2012/4 (s. 31-60). Kolegium Analiz Ekonomicznych Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.
5. Wiatrak A. (2009). Wyniki badań naukowych jako produkt rynkowy. *Zagadnienia doradztwa rolniczego* (s. 55-66). Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie.

29. FUNDAMENTY MIĘDZYNARODOWEJ WSPÓŁPRACY POLICYJNEJ W EUROPIE: OD MIĘDZYNARODOWEJ KONFERENCJI POLICYJNEJ W MONAKO DO EUROPOLU

mgr Adrian Smulski

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego

Email: adriansmulski@gmail.com

1. Wstęp

Międzynarodowa współpraca policyjna jest zjawiskiem o długiej historii, której początki sięgają XIX wieku. W miarę jak Europa stawała się areną narastających ruchów rewolucyjnych, anarchistycznych i narodowych, państwa coraz częściej dostrzegały potrzebę zorganizowanej współpracy w zwalczaniu przestępczości o charakterze transgranicznym. Zrozumienie, że zagrożenia, takie jak terroryzm, przestępczość zorganizowana czy ekstremizm polityczny, mogą przekraczać granice jednego kraju, wymusiło powstanie instytucji oraz mechanizmów międzynarodowej koordynacji działań policyjnych. Na przestrzeni lat wypracowano różne modele współpracy, które kształtowały się w odpowiedzi na dynamicznie zmieniające się zagrożenia.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie historycznych fundamentów międzynarodowej współpracy policyjnej, ze szczególnym uwzględnieniem Europy. W artykule zaprezentowano również ewolucję współpracy w kierunku instytucjonalnych form, takich jak Grupa TREVI i Europol, które miały na celu zwalczanie terroryzmu oraz przestępczości zorganizowanej. Historia współpracy policyjnej w Europie pokazuje, jak kluczowe dla bezpieczeństwa kontynentu były działania koordynacyjne podejmowane przez różne państwa. Grupa TREVI była jednym z najważniejszych pionierów współpracy antyterrorystycznej, a jej działalność stanowiła fundament dla przyszłych inicjatyw, w tym powstania Europolu, który stał się kluczowym narzędziem walki z międzynarodową przestępczością.

2. Materiał i metody

W badaniach dotyczących historii międzynarodowej współpracy policyjnej zastosowano różnorodne podejścia metodologiczne, które umożliwiły wszechstronną analizę tego zjawiska. Jedną z kluczowych metod była analiza dokumentów, dzięki której możliwe było zbadanie kluczowych aktów prawnych, traktatów oraz porozumień międzynarodowych. Dokumenty takie jak Traktat Beneluksu z 1962 roku, regulujący kwestie ekstradycji oraz wzajemnej pomocy prawnej, czy Traktat z Maastricht z 1992 roku, formalizujący współpracę w ramach Unii Europejskiej, były szczególnie ważne w kontekście badania formalnych podstaw współpracy policyjnej. W analizie dokumentów uwzględniono również porozumienia dotyczące współpracy w ramach Grupy TREVI, które zapoczątkowały systematyczne działania antyterrorystyczne i koordynację policyjną w Europie, oraz dokumenty związane

z działalnością Europolu, instytucji powołanej do walki z przestępczością zorganizowaną oraz terroryzmem.

Kolejnym ważnym podejściem badawczym była analiza literatury przedmiotu, obejmująca szeroki zakres publikacji naukowych, raportów rządowych oraz opracowań organizacji międzynarodowych. Prace badawcze i raporty Rady Europy, Parlamentu Europejskiego oraz Komisji Europejskiej dostarczały istotnych informacji na temat rozwoju polityki bezpieczeństwa i współpracy policyjnej w Europie. Analiza literatury obejmowała także badania nad rolą Europolu oraz jego wpływem na efektywność międzynarodowej współpracy policyjnej, co pozwoliło na lepsze zrozumienie mechanizmów zwalczania przestępczości transgranicznej i terroryzmu. Kluczową rolę odegrały również opracowania dotyczące historii Interpolu, organizacji, która od momentu powstania odgrywała ważną rolę w koordynacji międzynarodowych działań policyjnych.

Zastosowano również metodę historyczną, która pozwoliła na prześledzenie ewolucji współpracy międzynarodowej w zakresie bezpieczeństwa od XIX wieku do czasów współczesnych. Metoda ta umożliwiła chronologiczne ujęcie kluczowych wydarzeń i inicjatyw, które wpłynęły na rozwój współpracy policyjnej. W szczególności badano wydarzenia takie jak zamachy terrorystyczne podczas Igrzysk Olimpijskich w Monachium w 1972 roku, które były istotnym katalizatorem dla nowych inicjatyw antyterrorystycznych, w tym powstania Grupy TREVI. Ujęcie historyczne pozwoliło na uchwycenie kontekstu politycznego i społecznego, w którym rozwijała się współpraca policyjna, a także na zidentyfikowanie kluczowych momentów przełomowych w jej historii.

Wnioski płynące z zastosowania tych metod badawczych pozwoliły na wszechstronne ujęcie zagadnień związanych z międzynarodową współpracą policyjną, zarówno od strony formalno-prawnej, jak i operacyjnej, ukazując jednocześnie dynamikę tej współpracy na przestrzeni lat oraz jej kluczowe znaczenie w zapewnieniu bezpieczeństwa transgranicznego.

3. Analiza

Międzynarodowa współpraca policyjna zaczęła rozwijać się jeszcze przed XIX wiekiem, jako odpowiedź na rosnące zagrożenia polityczne i społeczne, które przekraczały granice państw. W XVIII i XIX wieku Europa zmagала się z licznymi wyzwaniami, w tym rewolucjami, działalnością anarchistów, przestępczością zorganizowaną oraz nowymi formami międzynarodowej przestępczości. Ruchy anarchistyczne i rewolucyjne, jak również organizacje narodowo-wyzwoleńcze, działały często ponad granicami, co wymagało lepszej koordynacji między państwami.

Przykładem takich wczesnych działań może być okres Napoleoński, kiedy państwa Europy, obawiając się rewolucji oraz wpływów francuskich, zaczęły organizować tajne służby, które współpracowały na międzynarodowym poziomie. Francuskie służby bezpieczeństwa miały za zadanie nie tylko utrzymanie porządku wewnętrznego, ale również monitorowanie zagrożeń płynących z zagranicy. W późniejszym czasie, w obliczu rosnących napięć rewolucyjnych, inne państwa europejskie zaczęły naśladować ten model, co doprowadziło do pierwszych prób zorganizowanej współpracy między służbami.

Jednym z pierwszych formalnych kroków w kierunku umiędzynarodowienia współpracy policyjnej była działalność Świętego Przymierza, powstałego po klęsce Napoleona w 1815 roku. Choć głównym celem tego sojuszu było utrzymanie monarchii

i porządku w Europie, w praktyce jego działania przyczyniły się do rozwoju pierwszych form współpracy policyjnej między państwami. Państwa członkowskie Przymierza, takie jak Rosja, Prusy i Austria, zaczęły współpracować w celu monitorowania i tłumienia ruchów rewolucyjnych, co można uznać za wczesny przykład współpracy policyjnej.

W połowie XIX wieku ruchy rewolucyjne, narodowe i anarchistyczne zaczęły stanowić jeszcze większe zagrożenie dla porządku w Europie. W 1848 roku miała miejsce seria rewolucji, znanych jako Wiosna Ludów, które objęły niemal cały kontynent. Rewolucje te, z jednej strony, wymusiły na państwach europejskich modernizację ich sił policyjnych, z drugiej zaś uświadomiły im, jak istotne jest współdziałanie w celu utrzymania stabilności.

W odpowiedzi na te zagrożenia w drugiej połowie XIX wieku zaczęły się kształtować pierwsze międzynarodowe porozumienia w sprawie współpracy policyjnej. Na szczególną uwagę zasługują działania podejmowane przez Austro-Węgry oraz Niemcy, które zaczęły intensywnie współpracować w zakresie zwalczania międzynarodowych ruchów anarchistycznych. Jednym z głównych obszarów tej współpracy była wymiana informacji o działaczach rewolucyjnych oraz organizacja międzynarodowych śledztw, które obejmowały kilka krajów. W tym okresie kształtowały się także struktury wywiadowcze, które miały na celu monitorowanie działalności przestępczej oraz politycznej, zarówno w kraju, jak i za granicą.[Gruszczak, 2009]

Koronnym wydarzeniem w tej historii była Międzynarodowa Konferencja Policyjna, zorganizowana w 1914 roku w Monako pod patronatem księcia Alberta I. Wskazywała na trudności, jakie napotykały poszczególne państwa w kwestii harmonizacji przepisów prawnych i praktyk operacyjnych. Wśród tematów poruszanych podczas spotkania znalazły się kwestie dotyczące wymiany informacji o przestępcach oraz procedur ekstradycji, co stanowiło fundament dla późniejszych inicjatyw. Choć konferencja nie przyniosła konkretnych rezultatów w postaci trwałych struktur, stanowiła istotny sygnał o potrzebie międzynarodowej koordynacji działań policyjnych. Kolejnym przełomowym wydarzeniem była Międzynarodowa Konferencja Policji Kryminalnej zorganizowana w Wiedniu w 1923 roku, w której uczestniczyli przedstawiciele 20 krajów, w tym Francji, Niemiec i Wielkiej Brytanii. Konferencja ta była pierwszym formalnym krokiem w kierunku instytucjonalizacji współpracy policyjnej na arenie międzynarodowej.[Anderson, 2009]

Międzynarodowa Komisja Policji Kryminalnej (MKPK), odegrała kluczową rolę w formalizacji międzynarodowej współpracy policyjnej. Była to pierwsza instytucja mająca na celu ułatwienie koordynacji działań policyjnych na arenie międzynarodowej, zwłaszcza w walce z przestępczością kryminalną, taką jak fałszerstwa, handel narkotykami i handel ludźmi. MKPK stanowiła pionierską próbę stworzenia mechanizmu, który umożliwiałby wymianę informacji pomiędzy służbami policyjnymi różnych krajów, co okazało się niezbędne w czasach, gdy przestępczość coraz częściej miała charakter międzynarodowy. MKPK wprowadziła liczne innowacje, w tym rozwój systemów identyfikacji przestępców, co pozwalało na skuteczniejsze ściganie osób działających w kilku państwach. Na tym etapie współpraca międzynarodowa była jednak ograniczona ze względu na trudności w szybkim przekazywaniu informacji oraz różnice w prawodawstwach poszczególnych krajów.

W 1956 roku, w obliczu nowych wyzwań powojennego świata, MKPK została przekształcona w Interpol. Decyzja ta była odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie na bardziej zorganizowaną i apolityczną współpracę policyjną. Przekształcenie w Interpol

oznaczało, że organizacja skupiała się wyłącznie na walce z przestępczością kryminalną, unikała angażowania się w kwestie polityczne, wojskowe, rasowe czy religijne. Taka neutralność miała kluczowe znaczenie w umożliwieniu skutecznej współpracy między krajami o różnorodnych systemach prawnych i politycznych. Interpol szybko zyskał na znaczeniu, szczególnie w obszarach związanych z przestępczością zorganizowaną, handlem narkotykami i terroryzmem. W latach powojennych walka z międzynarodową przestępczością wymagała stworzenia skuteczniejszych narzędzi współpracy, co Interpol wprowadził, oferując nowoczesne systemy wymiany informacji. System Czerwonych Not Interpolu stał się jednym z najważniejszych narzędzi organizacji, umożliwiającym wydawanie międzynarodowych nakazów aresztowania, dzięki czemu osoby poszukiwane mogły być ścigane w wielu krajach. [Meldal-Johsen, 1979]

W Europie, oprócz działań Interpolu, istotną rolę w koordynacji działań policyjnych odegrały regionalne porozumienia, takie jak Traktat Beneluksu z 27 czerwca 1962 roku. Traktat ten regulował kwestie ekstradycji oraz wzajemnej pomocy sądowej w sprawach karnych między Belgią, Holandią i Luksemburgiem. Jego głównym celem było umożliwienie transgranicznego prowadzenia dochodzeń oraz działań operacyjnych na terenie sąsiednich państw, co było odpowiedzią na rosnącą przestępczość transgraniczną. [Traktat Beneluksu, 1962]

Równolegle do działań Beneluksu, znaczącą rolę odegrała współpraca w ramach NATO, szczególnie w kontekście zimnej wojny. Porozumienie z 3 sierpnia 1959 roku pozwalało na prowadzenie działań policyjnych przez żandarmerię państw NATO na terenie Republiki Federalnej Niemiec, co miało kluczowe znaczenie w kontekście zagrożeń związanych z zimną wojną. NATO pełniło więc nie tylko funkcję wojskową, ale także polityczno-policyjną, przyczyniając się do utrzymania porządku publicznego i bezpieczeństwa w krajach objętych wpływami Sojuszu. [Porozumienie NATO, 1959]

W latach 60. i 70. XX wieku współpraca policyjna musiała zmierzyć się z nowymi wyzwaniami, przede wszystkim związanymi z działalnością terrorystyczną. Najbardziej dramatycznym wydarzeniem, które zrewidowało podejście do współpracy międzynarodowej, był zamach podczas Igrzysk Olimpijskich w Monachium w 1972 roku, kiedy terroryści z organizacji „Czarny Wrzesień” uprowadzili i zamordowali izraelskich sportowców. Zamach ten unaoczniał społeczności międzynarodowej, jak wielkim zagrożeniem stał się terroryzm, co przyspieszyło rozwój współpracy antyterrorystycznej. [Reeve, 2001]

W odpowiedzi na zamachy powstały takie inicjatywy jak Grupa SARA oraz Klub Berneński. Grupa SARA koncentrowała się na koordynacji działań antyterrorystycznych w Europie, a Klub Berneński stał się platformą wymiany informacji na temat ugrupowań ekstremistycznych i radykalnych. Organizacje te stworzyły fundamenty do przyszłej współpracy antyterrorystycznej i stanowiły wzór dla późniejszych struktur międzynarodowych, które skupiły się na walce z przestępczością transgraniczną oraz terroryzmem.

Grupa TREVI została oficjalnie powołana 29 czerwca 1976 roku podczas spotkania ministrów spraw wewnętrznych Wspólnot Europejskich w Luksemburgu. Była odpowiedzią na rosnące zagrożenie terroryzmem, które nasiliło się po serii spektakularnych zamachów terrorystycznych w Europie, w tym po zamachu w Monachium w 1972 roku. Grupa TREVI miała na celu lepszą koordynację działań antyterrorystycznych między państwami Europy Zachodniej. Nazwa grupy pochodziła od angielskich słów „Terrorism, Radicalism, Extremism,

Violence International”, które odzwierciedlały główne cele działania tej organizacji. Grupa TREVI miała wielopoziomową strukturę, obejmującą spotkania ministrów spraw wewnętrznych, spotkania wyższych urzędników oraz działania operacyjne prowadzone przez grupy robocze. Do najważniejszych działań grup roboczych należało rozwijanie technik policyjnych, szkolenia, wymiana informacji oraz koordynacja operacji antyterrorystycznych.[Hebenton 1995]

Pomimo sukcesów, Grupa TREVI napotykała na liczne trudności. Jednym z głównych problemów była ograniczona i nierównomierna wymiana informacji między państwami członkowskimi. Każde państwo miało swoje podejście do zwalczania terroryzmu, co utrudniało wprowadzenie jednolitych standardów współpracy. Ponadto, różnice w rozwoju technologicznym między państwami członkowskimi, zwłaszcza w zakresie systemów telekomunikacyjnych, ograniczały możliwości koordynacji działań. Wielka Brytania, na przykład, wykazywała opór w dzieleniu się informacjami wywiadowczymi, obawiając się o bezpieczeństwo poufnych danych. Kolejnym wyzwaniem były różnice w podejściu do ekstradycji osób podejrzanych o terroryzm. Niektóre państwa, takie jak Francja i Irlandia, miały odmienne przepisy dotyczące przestępstw politycznych, co prowadziło do sporów na tle prawnym i politycznym, utrudniając współpracę w zakresie ścigania terrorystów.

Przyjęcie Jednolitego Aktu Europejskiego (JAE) w 1986 roku otworzyło drogę do dalszej współpracy między państwami członkowskimi w zakresie bezpieczeństwa wewnętrznego. JAE wprowadzał zasadę swobodnego przepływu osób w ramach Wspólnot Europejskich, co wymagało ścisłej koordynacji działań policyjnych. Grupa TREVI odegrała kluczową rolę w koordynowaniu działań antyterrorystycznych i policyjnych, co przyczyniło się do rozszerzenia współpracy w zakresie zwalczania terroryzmu, przestępczości zorganizowanej oraz nielegalnej imigracji.[Jednolity Akt Europejski, 1986]

Ważnym krokiem na drodze do dalszej współpracy było podpisanie Traktatu z Maastricht w 1992 roku, który utorował drogę do powstania Europolu – Europejskiego Urzędu Policji, mającego za zadanie koordynację działań policyjnych w Europie w zakresie zwalczania terroryzmu i przestępczości zorganizowanej. Grupa TREVI była jednym z fundamentów, na których oparto nową strukturę współpracy policyjnej w ramach Unii Europejskiej.

Europol, Europejski Urząd Policji, to instytucja, której powstanie było wynikiem wieloletnich wysiłków na rzecz wzmocnienia współpracy policyjnej w Europie, szczególnie w obszarze zwalczania przestępczości transgranicznej. Europol został formalnie ustanowiony na mocy Traktatu z Maastricht w 1992 roku, który zainicjował proces głębszej integracji w ramach Unii Europejskiej, obejmując również kwestie dotyczące bezpieczeństwa wewnętrznego. Jego głównym celem było stworzenie jednolitego mechanizmu wymiany informacji między państwami członkowskimi Unii Europejskiej oraz zwiększenie efektywności w walce z przestępczością zorganizowaną, handlem narkotykami i terroryzmem.[Boer, 1998]

Początkowo Europol koncentrował się głównie na problemach związanych z handlem narkotykami, który w latach 90. stanowił jedno z największych zagrożeń transgranicznych dla państw członkowskich UE. Powstanie Jednostki Europol ds. Narkotyków (Europol Drugs Unit) miało za zadanie koordynować działania policyjne w zakresie przeciwdziałania przemytowi narkotyków oraz ułatwiać wymianę informacji między krajami. Jednak wraz

z rozwojem Europolu i nasilającymi się zagrożeniami, zakres jego działań został szybko rozszerzony na inne formy przestępczości zorganizowanej, takie jak handel ludźmi, przemyt broni, przestępczość finansowa, oraz, co szczególnie istotne, zwalczanie terroryzmu (Wouters, 2009)

Wraz z upływem czasu Europol zyskiwał na znaczeniu jako centralna jednostka odpowiedzialna za koordynację ścigania przestępczości w Europie. Kolejne traktaty, takie jak Traktat z Amsterdamu (1997), zwiększyły kompetencje Europolu, formalnie przyznając mu rolę operacyjną, co oznaczało, że organizacja mogła aktywnie wspierać działania policyjne w krajach członkowskich, a nie tylko służyć jako platforma wymiany informacji. W tym czasie Europol rozwinął swoje bazy danych, które stały się kluczowym narzędziem umożliwiającym efektywne gromadzenie i udostępnianie informacji o przestępcach i grupach przestępczych.

Pomimo rosnącego znaczenia Europolu, jego rozwój napotykał na liczne wyzwania. Jednym z nich były spory o lokalizację siedziby Europolu. Ostatecznie zdecydowano, że Haga w Holandii będzie siedzibą agencji, co wiązało się z jej centralnym położeniem i stabilnym systemem prawnym, co czyniło ją idealnym miejscem do prowadzenia operacji na poziomie międzynarodowym.[Fijnaut, 2004]

Kolejnym wyzwaniem było różnorodne podejście państw członkowskich do kwestii bezpieczeństwa wewnętrznego i wymiany informacji. Różnice w prawodawstwie, obawy o suwerenność oraz kwestie związane z ochroną danych osobowych powodowały, że niektóre państwa były początkowo niechętne pełnej integracji w ramach Europolu. Z biegiem lat jednak, dzięki sukcesom operacyjnym, agencja zdobyła zaufanie większości krajów członkowskich, co pozwoliło na pełniejsze wdrożenie jej kompetencji.

4. Wnioski

Historia międzynarodowej współpracy policyjnej w Europie pokazuje, jak kluczowe było rozwijanie mechanizmów koordynacji i wymiany informacji między państwami w obliczu narastających zagrożeń transgranicznych. Od XIX wieku po czasy współczesne, współpraca ta ewoluowała od sporadycznych inicjatyw do instytucjonalnych form, takich jak Grupa TREVI i Europol, które odegrały fundamentalną rolę w zapewnieniu bezpieczeństwa na naszym kontynencie.

Grupa TREVI, choć miała charakter nieformalny, była pionierem w tworzeniu europejskich mechanizmów walki z terroryzmem i przestępczością zorganizowaną. Jej działania przygotowały grunt pod powstanie Europolu, który do dziś pełni kluczową funkcję w koordynacji działań policyjnych na terenie Unii Europejskiej. Dziedzictwo Grupy TREVI przetrwało w nowoczesnych narzędziach współpracy policyjnej, takich jak System Informacyjny Schengen (SIS) oraz Europol, które są fundamentem europejskiej polityki bezpieczeństwa.

Współczesna rola Europolu w przeciwdziałaniu przestępczości zorganizowanej oraz koordynacji działań antyterrorystycznych dowodzi, że międzynarodowa współpraca policyjna w Europie nie jest jedynie reakcją na zagrożenia z przeszłości, ale jest dynamicznie rozwijającym się systemem, który dostosowuje się do nowych wyzwań. Przykładem może być rosnąca rola Europolu w walce z cyberprzestępczością, która staje się jednym z najpoważniejszych zagrożeń w XXI wieku. W tym kontekście, rozwój współpracy

europejskiej w zakresie bezpieczeństwa można postrzegać jako jeden z filarów stabilności i pokoju na kontynencie.

Podsumowując, historia międzynarodowej współpracy policyjnej w Europie pokazuje, że kluczowym elementem skutecznej walki z przestępczością transgraniczną jest efektywna wymiana informacji oraz ścisła koordynacja działań między krajami. W przyszłości, dalsza integracja oraz wzmocnienie międzynarodowych instytucji, takich jak Europol, będzie kluczowa dla skutecznej walki z nowymi zagrożeniami.

Bibliografia:

1. Anderson M. (2009). *Policing the World. Interpol and the Politics of International Police Co-operation*. Oxford, s. 111-114.
2. Boer M. (1997). *Rozwój współpracy policji*. Łódź, s. 37-38.
3. Fijnaut C. (2004). *The Internationalisation of Criminal Law Enforcement*.
4. *A Historical Overview*. New Yourk s. 234.
5. Gruszczak A. (2009). *Współpraca policyjna w Unii Europejskiej w wymiarze transgraniczne*. Kraków, s. 21.
6. Hebenton B. (1995). *Policing Europe*. New Yourk, s. 71.
7. *Jednolity Akt Europejski z 1986r., Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej*.
8. *Porozumienie NATO z 1959 r. o współpracy policyjnej na terenie RFN, NATO*, dostępne w Archiwum, traktatów Międzynarodowych.
9. Reeve S. (2001). *One Day in September: the full story of the 1972 Munich olympic massacre and Israeli revenge operation „Wrath of God”*. New Yourk, s. 365-373.
10. Meldal-Johsen V. (1979). *The Interpol Connection: An Inquiry Into the International Criminal Police Organization*. New Yor, s. 32-36.
11. Menkes J. (1997). *Od współpracy policyjnej do „przestrzeni wolności, bezpieczeństwa i sprawiedliwości*. Warszawa, s. 60–62.
12. *Traktat Beneluksu z 1962r. o ekstradycji i wzajemnej pomocy sądowej w sprawach karnych*, Traktat dostępny w Archiwum Traktatów Międzynarodowych.
13. Wouters J. (2004). *Europol and International Cooperation in the Fight Against Terrorism*. Leuven, s 152-158.

30. KORZYŚCI I ZAGROŻENIA WDROŻENIA RFID W PRZEDSIĘBIORSTWACH PRODUKCYJNYCH

Agnieszka Michniacka

Uniwersytet Łódzki

Wydział Zarządzania

Studenckie Koło Naukowe „Gigabytes”

ul. Jana Matejki 22/26, 90-237 Łódź

Email: U10263127@edu.uni.lodz.pl

1. Wstęp

Współczesne przedsiębiorstwa produkcyjne działają w wysoce konkurencyjnym i dynamicznie zmieniającym się środowisku rynkowym, w którym kluczową rolę odgrywa nie tylko jakość produktów, ale także efektywność procesów produkcyjnych oraz szybkość reakcji na zmieniające się warunki. W obliczu globalizacji, rosnącej presji cenowej oraz wymagań dotyczących terminowości dostaw, przedsiębiorstwa muszą nieustannie szukać sposobów na optymalizację swojej działalności, aby nie tylko utrzymać się na rynku, ale także zdobyć przewagę konkurencyjną. Jednym z nowoczesnych narzędzi, które w znaczący sposób wspierają zarządzanie produkcją i logistyką w tych wymagających warunkach, jest technologia RFID (Radio-Frequency Identification). Jest ona oparta na wykorzystaniu fal radiowych do automatycznej identyfikacji i śledzenia obiektów, odgrywa coraz większą rolę w przemyśle, w szczególności w sektorze produkcyjnym. RFID pozwala na bieżąco monitorować ruch materiałów, półproduktów oraz gotowych wyrobów, co prowadzi do znacznego usprawnienia procesów produkcyjnych, magazynowych i logistycznych. Dzięki zastosowaniu tej technologii, przedsiębiorstwa mogą automatyzować wiele czynności związanych z zarządzaniem łańcuchem dostaw, redukując jednocześnie ryzyko błędów ludzkich oraz zwiększając efektywność operacyjną. RFID umożliwia również lepszą kontrolę nad zasobami, co wpływa na redukcję strat materiałowych, optymalizację czasu pracy oraz precyzyjne zarządzanie zapasami.

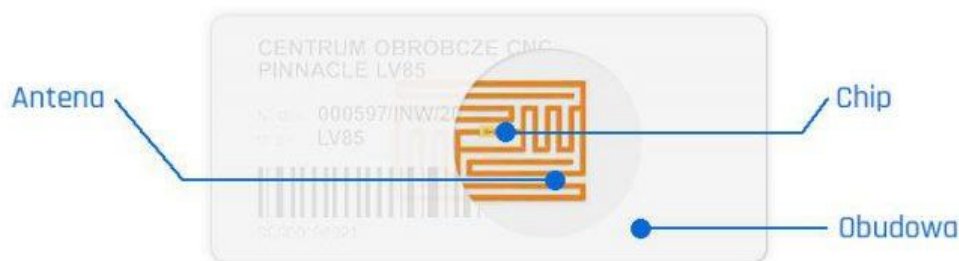
Celem niniejszej pracy jest analiza możliwości wykorzystania technologii RFID w przedsiębiorstwach produkcyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem korzyści, jakie wynikają z jej wdrożenia, oraz wyzwań, z jakimi mogą się zetknąć przedsiębiorstwa decydujące się na implementację tej technologii. W celu uzyskania pełniejszego obrazu tego zagadnienia, zastosowano różnorodne metody badawcze, w tym analizę dostępnych źródeł literaturowych, takich jak artykuły naukowe, oraz informacji dostępnych w Internecie. Pozwoliło to na zgromadzenie aktualnych danych na temat wdrożeń technologii RFID oraz przeanalizowanie praktycznych przykładów jej zastosowań w różnych branżach. Takie podejście umożliwia nie tylko dogłębną ocenę zalet i wyzwań związanych z RFID, ale także daje szeroką perspektywę na temat potencjalnych trendów i innowacji w zakresie automatyzacji produkcji.

Technologia RFID, choć znana od kilku lat, wciąż zyskuje na znaczeniu, szczególnie w kontekście transformacji cyfrowej i automatyzacji produkcji, co stanowi fundament koncepcji Przemysłu 4.0. Z tego względu zrozumienie roli i potencjalnych zastosowań RFID

staje się kluczowe nie tylko dla inżynierów i menedżerów produkcji, ale także dla wszystkich osób zaangażowanych w optymalizację procesów biznesowych i logistycznych. RFID nie tylko pozwala na lepsze zarządzanie zasobami, ale także wspiera innowacyjność i rozwój nowoczesnych systemów zarządzania produkcją, co czyni tę technologię jednym z głównych elementów kształtujących przyszłość przemysłu.

2. Sposób działania RFID

Technologia RFID, czyli Radio-Frequency Identification, to rozwiązanie oparte na wykorzystaniu fal radiowych do identyfikacji i śledzenia obiektów. Technologia ta zyskuje coraz większe znaczenie w nowoczesnych przedsiębiorstwach, zwłaszcza w sektorze produkcyjnym i logistycznym, gdzie precyzyjne zarządzanie zasobami i eliminacja błędów operacyjnych odgrywają kluczową rolę. RFID pozwala na automatyczną identyfikację obiektów bez potrzeby fizycznego kontaktu, co stanowi istotną przewagę nad tradycyjnymi metodami, takimi jak kody kreskowe. RFID eliminuje konieczność ręcznego skanowania i umożliwia monitorowanie obiektów w czasie rzeczywistym, co prowadzi do poprawy efektywności operacyjnej oraz redukcji kosztów związanych z błędami inwentaryzacyjnymi. Technologia RFID składa się z trzech głównych elementów: tagów RFID, czytników oraz systemu zarządzania danymi. Tagi RFID to małe urządzenia, które mogą być przytwierdzone do produktów, opakowań lub innych obiektów, a ich zadaniem jest przechowywanie danych o tych obiektach. Tagi te mogą działać w sposób pasywny, aktywny lub półaktywny, w zależności od rodzaju zasilania i sposobu komunikacji z czytnikami. Tagi pasywne, które nie posiadają własnego źródła energii, aktywują się pod wpływem sygnału wysyłanego przez czytnik. Tagi aktywne posiadają własne zasilanie, co umożliwia im przesyłanie sygnałów na większe odległości, jednak ich koszt jest wyższy. Każdy tag RFID składa się z trzech podstawowych elementów przedstawionych na poniższym schemacie. Pierwszym z nich jest chip, który odpowiada za przechowywanie zakodowanych informacji. Drugim komponentem jest antena, która zarówno odbiera, jak i wysyła sygnały radiowe. Trzecią część stanowi obudowa, której forma zależy od specyficznego zastosowania. Może mieć postać naklejki, jak również być zamknięta w plastikowej obudowie, co zapewnia dodatkową ochronę w trudniejszych warunkach środowiskowych [<https://haxon.com.pl/co-to-jest-rfid>].



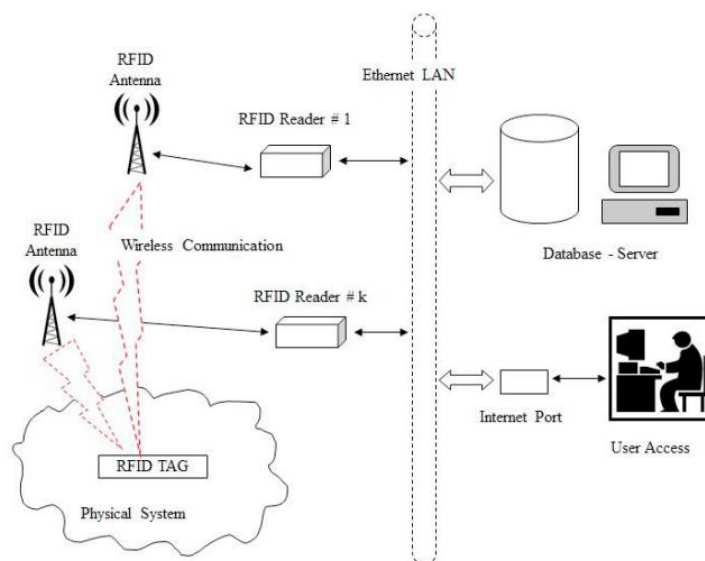
Ilustracja 1.1. Antena

Źródło: RFID Polska, <https://www.rfidpolska.pl/technologia-rfid-co-to-jest/> (05.09.2024).

Czytniki RFID to, kluczowe elementy systemu RFID, odpowiedzialne za odczyt i przetwarzanie danych przesyłanych przez tagi RFID. Działają poprzez emisję fal radiowych, które aktywują tagi znajdujące się w ich zasięgu, co pozwala na zdalną identyfikację obiektów. Gdy tag RFID odbierze sygnał z czytnika, odpowiada, przesyłając swoje dane, które są następnie przetwarzane przez czytnik. Urządzenia te mogą działać na różnych częstotliwościach, w zależności od rodzaju tagów oraz warunków użytkowania, co wpływa na zasięg i dokładność odczytu. Mogą być one montowane w różnych środowiskach – zarówno w magazynach, zakładach produkcyjnych, jak i w systemach kontroli dostępu czy logistyce. Istnieją modele stacjonarne, montowane w brankach, jak i przenośne, które mogą być używane w dowolnym miejscu przez operatora. W zależności od potrzeb mogą obsługiwać tagi na małe odległości lub czytać dane z kilku metrów, co sprawia, że są elastycznym narzędziem do monitorowania i zarządzania zasobami.

Czytniki RFID są zazwyczaj zintegrowane z systemami zarządzania, takimi jak ERP lub WMS, co umożliwia automatyczne wprowadzanie danych do systemów informatycznych bez potrzeby ręcznego wpisywania informacji. Dzięki temu znacząco usprawniają procesy takie jak inwentaryzacja, śledzenie produktów na linii produkcyjnej czy zarządzanie zapasami, co przekłada się na większą efektywność operacyjną i redukcję błędów ludzkich.

Zasada działania technologii RFID opiera się na bezprzewodowej wymianie danych między tagiem a czytnikiem. Proces ten rozpoczyna się, gdy czytnik emituje fale radiowe w kierunku tagu, co aktywuje go i powoduje przesyłanie informacji zwrotnych. Tagi odpowiadają na sygnał czytnika, przekazując zapisane w nich dane, które następnie są odbierane przez czytnik i przesyłane do systemu zarządzania danymi w przedsiębiorstwie. Ten proces przebiega niezwykle szybko i jest niezależny od warunków środowiskowych, co czyni RFID technologią bardzo wszechstronną. Co więcej, RFID umożliwia jednoczesne monitorowanie wielu obiektów, co w znacznym stopniu przyspiesza procesy magazynowania, inwentaryzacji oraz śledzenia produktów na linii produkcyjnej [Chetouane, 2015]. Schemat działania tej technologii został przedstawiony na poniższej ilustracji:



Ilustracja 1.2. Schemat działania RFID

Źródło: Chetouane, F. (2015). An Overview on RFID Technology Instruction and Application. Ottawa: IFAC-PapersOnLine.

3. Zastosowanie RFID w przedsiębiorstwach produkcyjnych

Technologia RFID znajduje coraz szersze zastosowanie w przedsiębiorstwach produkcyjnych, gdzie wspomaga optymalizację procesów logistycznych i zarządzanie zasobami. Dzięki możliwości zdalnego śledzenia produktów na każdym etapie produkcji, RFID pozwala na bieżącą kontrolę przepływu materiałów oraz automatyzację wielu zadań, które wcześniej wymagały ręcznej obsługi. System RFID ułatwia dokładną inwentaryzację, eliminując błędy związane z tradycyjnymi metodami, a także przyspiesza procesy związane z kompletowaniem zamówień, co znacząco wpływa na zwiększenie efektywności [Zeba i in., 2018, s. 326-329]. W przedsiębiorstwach produkcyjnych technologia ta usprawnia również kontrolę jakości, ponieważ każdy produkt lub komponent oznaczony tagiem może być łatwo zidentyfikowany i śledzony, co ułatwia monitorowanie zgodności z normami i specyfikacjami. Dzięki temu możliwe jest szybkie wycofanie wadliwych produktów, minimalizując ryzyko rozprzestrzenienia się problemów na dalsze etapy produkcji lub dystrybucji. Ponadto, technologia ta pozwala na lepsze zarządzanie magazynem, automatyzując kontrolę stanów magazynowych i umożliwiając precyzyjne lokalizowanie zasobów w czasie rzeczywistym. Dzięki RFID przedsiębiorstwa mogą również lepiej reagować na zmienne warunki rynkowe i zapotrzebowanie, skracając czas potrzebny na przetwarzanie zamówień oraz poprawiając płynność produkcji. Wykorzystanie RFID przyczynia się do optymalizacji nie tylko samego procesu produkcyjnego, ale również przepływu informacji w całym łańcuchu dostaw, co przekłada się na większą elastyczność i lepsze zarządzanie zasobami. RFID odgrywa także istotną rolę w minimalizowaniu strat, zarówno tych związanych z błędami inwentaryzacyjnymi, jak i wynikających z nieefektywnego zarządzania surowcami czy produktami gotowymi. Technologia ta umożliwia monitorowanie procesów w czasie rzeczywistym, co daje przedsiębiorstwom lepszy wgląd w ich operacje, umożliwiając szybsze podejmowanie decyzji oraz eliminowanie potencjalnych opóźnień [https://haxon.com.pl/rfid-w-logistyce/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwufq2BhAmEiwAnZqw8tltAfbxtIWphnwcB7qcwYcyWm6AtrYYryoLqMtIUfS1shSkegJBGBBoCnDcQAvD_BwE].

4. Analiza SWOT

Wprowadzenie do analizy SWOT pozwala na wszechstronne spojrzenie na zastosowanie technologii RFID w przedsiębiorstwach produkcyjnych. Narzędzie to umożliwia ocenę zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych czynników wpływających na wdrożenie i efektywne wykorzystanie tej technologii. Przedstawione w analizie mocne strony pozwalają na zrozumienie, jakie korzyści może przynieść RFID, takie jak automatyzacja procesów, precyzyjne śledzenie zasobów oraz zwiększenie efektywności operacyjnej. Z drugiej strony, analiza słabych stron zwraca uwagę na wyzwania, takie jak wysoki koszt wdrożenia czy problemy z kompatybilnością technologii. Zidentyfikowane szanse, w tym rozwój Przemysłu 4.0 i Internetu Rzeczy, wskazują na potencjalny rozwój technologii RFID, natomiast zagrożenia, takie jak szybki rozwój technologii czy kwestie związane z bezpieczeństwem danych, pokazują aspekty, które mogą ograniczać pełne wykorzystanie tej technologii. Poniższa analiza SWOT stanowi podstawę do głębszej refleksji nad możliwością wdrożenia RFID w przedsiębiorstwie produkcyjnym, co pozwala na lepsze przygotowanie się do wyzwań oraz pełne wykorzystanie szans oferowanych przez tę technologię.



Ilustracja 1.3. Analiza SWOT

Źródło: opracowanie własne.

Mocne strony zastosowania technologii RFID w przedsiębiorstwach produkcyjnych wynikają z jej zdolności do znaczącej poprawy efektywności operacyjnej oraz precyzyjnego zarządzania zasobami. Przede wszystkim umożliwia automatyzację wielu procesów, które wcześniej wymagały ręcznego działania, takich jak identyfikacja produktów, śledzenie ruchu materiałów oraz kontrola stanów magazynowych. Dzięki temu przedsiębiorstwa produkcyjne mogą zredukować błędy wynikające z manualnej obsługi oraz przyspieszyć operacje logistyczne. Automatyzacja zwiększa również dokładność procesów produkcyjnych, eliminując ryzyko pomyłek związanych z nieprawidłową identyfikacją towarów. Kolejną korzyścią jest możliwość śledzenia produktów w czasie rzeczywistym. Technologia RFID pozwala na ciągłe monitorowanie ruchu materiałów i produktów na każdym etapie produkcji, co ułatwia zarządzanie łańcuchem dostaw i szybkie reagowanie na zmiany. W porównaniu do tradycyjnych metod, takich jak kody kreskowe, RFID oferuje bardziej zaawansowane rozwiązania, które nie wymagają bezpośredniego kontaktu lub widoczności tagów, co czyni tę technologię bardziej wydajną i wszechstronną w zastosowaniu. Precyzja i dokładność to kolejne mocne strony RFID. Dzięki wykorzystaniu fal radiowych, tagi RFID mogą być odczytywane z większej odległości i w bardziej wymagających warunkach niż tradycyjne metody, co zwiększa ich skuteczność w dużych, rozległych środowiskach produkcyjnych. Technologia ta redukuje również potrzebę bezpośredniego skanowania produktów, co przekłada się na zwiększenie wydajności operacyjnej i oszczędność czasu. RFID przyczynia się również do optymalizacji kosztów operacyjnych w przedsiębiorstwach produkcyjnych.

Pomimo że początkowe koszty wdrożenia mogą być stosunkowo wysokie, w dłuższej perspektywie RFID pozwala na oszczędności związane z lepszym zarządzaniem zasobami, redukcją strat materiałowych i marnotrawstwa, a także zmniejszeniem nakładu pracy ludzkiej. Automatyzacja procesów magazynowych i produkcyjnych, lepsza kontrola nad zapasami i minimalizacja błędów operacyjnych wpływają pozytywnie na całkowitą efektywność kosztową. Zastosowanie RFID w przedsiębiorstwach produkcyjnych doskonale wpisuje się również w koncepcję Przemysłu 4.0, gdzie kluczową rolę odgrywa cyfryzacja i automatyzacja. Technologia ta może być zintegrowana z innymi nowoczesnymi systemami, takimi jak Internet Rzeczy (IoT), co pozwala na jeszcze bardziej zaawansowane zarządzanie procesami produkcyjnymi i logistycznymi. W związku z tym RFID wspiera innowacyjność przedsiębiorstw, umożliwiając im lepsze dostosowanie się do dynamicznie zmieniającego się rynku i potrzeb klientów [Kaur i in., 2011, s. 151-157].

Główną słabością wdrożenia technologii RFID w przedsiębiorstwie produkcyjnym są wysokie koszty początkowe. Wymaga to znacznych nakładów na zakup sprzętu, jak tagi, czytniki RFID, serwery i oprogramowanie, które muszą być dostosowane do potrzeb firmy. Zaawansowane tagi RFID mogą być znacznie droższe niż tradycyjne metody identyfikacji, jak kody kreskowe. Koszty obejmują również integrację RFID z istniejącą infrastrukturą, wsparcie techniczne i szkolenie personelu, a także konserwację i aktualizację systemu. Dla mniejszych firm wysokie koszty mogą stanowić barierę, a zwrot z inwestycji może być widoczny dopiero po dłuższym czasie. Firmy muszą starannie rozważyć, czy są gotowe na takie wydatki, biorąc pod uwagę długoterminowe korzyści [<https://haxon.com.pl/ile-kosztuje-system-rfid/>]. Kolejną słabością są problemy z kompatybilnością. W przemyśle istnieje wiele różnych standardów RFID, które różnią się częstotliwościami działania, odczytem zasięgu czy typami tagów. Firmy produkcyjne mogą korzystać z różnych rozwiązań dostarczanych przez różnych dostawców, co prowadzi do problemów z ich integracją. Jeśli fabryka już korzysta z istniejących systemów technologicznych lub planuje współpracować z różnymi partnerami zewnętrznymi, konieczność zapewnienia zgodności między systemami RFID może wymagać dodatkowych inwestycji, zarówno w sprzęt, jak i oprogramowanie. Brak kompatybilności może oznaczać konieczność instalacji wielozakresowych czytników lub zaawansowanego oprogramowania, które zarządza danymi z różnych źródeł, co komplikuje procesy i podnosi koszty. Kolejnym wyzwaniem jest zasięg i podatność na zakłócenia sygnału RFID. W środowisku produkcyjnym, gdzie często występują maszyny wykonane z metalu, liczne kable, wibracje i inne urządzenia elektroniczne, sygnał RFID może być osłabiony lub zakłócony. Metalowe powierzchnie oraz obecność wody mogą powodować odbicia sygnałów lub ich całkowitą absorpcję, co negatywnie wpływa na zdolność do odczytu tagów RFID. To może prowadzić do sytuacji, w której system nie jest w stanie poprawnie identyfikować i śledzić materiałów na liniach produkcyjnych. W efekcie firma może napotkać problemy z dokładnością danych, co bezpośrednio wpływa na planowanie produkcji i zarządzanie zasobami [https://www.linkedin.com.translate.google/advice/0/what-best-practices-avoiding-interferences?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=pl&_x_tr_hl=pl&_x_tr_pto=rq]. Oprócz problemów technicznych, wdrożenie RFID wymaga odpowiedniego zarządzania danymi. Systemy RFID generują ogromne ilości informacji, które muszą być skutecznie gromadzone, przetwarzane i analizowane. Wymaga to zastosowania zaawansowanego oprogramowania oraz wykwalifikowanego personelu, który będzie w stanie monitorować i zarządzać tymi danymi.

W przypadku braku odpowiednich narzędzi lub zasobów ludzkich, firma może napotkać trudności z nadążaniem za ilością generowanych danych. Zbierane informacje muszą być nie tylko dokładnie analizowane, ale również integrowane z istniejącymi systemami, takimi jak ERP (Enterprise Resource Planning) lub WMS (Warehouse Management System). Jeżeli dane nie będą odpowiednio zarządzane, cały proces śledzenia zasobów może być nieefektywny, co przekłada się na błędy w logistyce, zarządzaniu zapasami czy harmonogramowaniu produkcji.

Wdrożenie systemu RFID w przedsiębiorstwie produkcyjnym stwarza także szereg szans, które mogą znacząco wpłynąć na rozwój firmy, zwłaszcza w kontekście dynamicznie rozwijającego się Przemysłu 4.0. Wprowadzenie RFID wspiera automatyzację i digitalizację procesów, co jest kluczowym elementem czwartej rewolucji przemysłowej. Dzięki RFID możliwe staje się lepsze monitorowanie zasobów, materiałów oraz gotowych produktów w czasie rzeczywistym. Ta technologia daje firmom możliwość precyzyjnego śledzenia cyklu produkcji, co usprawnia zarządzanie zasobami i zwiększa wydajność operacyjną. W kontekście Przemysłu 4.0, RFID integruje się z zaawansowanymi systemami zarządzania i pozwala na lepszą analizę danych, co wspiera podejmowanie decyzji na podstawie rzeczywistych informacji, a nie jedynie prognoz czy założeń. Zastosowanie RFID w przedsiębiorstwach produkcyjnych doskonale wpisuje się również w rozwój Internetu Rzeczy (IoT), który zyskuje na znaczeniu w przemyśle. Technologia RFID, współpracując z IoT, pozwala na stworzenie bardziej zintegrowanego ekosystemu, gdzie urządzenia, maszyny i systemy mogą komunikować się ze sobą automatycznie. Dzięki temu można uzyskać pełen wgląd w cały proces produkcyjny, co nie tylko ułatwia zarządzanie, ale również wspiera predykcję problemów, takich jak awarie sprzętu czy opóźnienia w dostawach. Integracja RFID z IoT umożliwia także tworzenie bardziej złożonych systemów śledzenia w czasie rzeczywistym, co w rezultacie zwiększa elastyczność produkcji i możliwość szybkiej reakcji na zmiany w zamówieniach czy w popycie. Wdrożenie RFID w produkcji stanowi również istotną szansę na zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstwa. Dzięki bardziej efektywnemu zarządzaniu zasobami, śledzeniu materiałów i optymalizacji procesów logistycznych, firma może znacząco obniżyć koszty operacyjne. Ulepszone zarządzanie łańcuchem dostaw oraz skrócenie czasu realizacji zamówień pozwala na lepsze spełnianie oczekiwań klientów, co jest kluczowe na konkurencyjnym rynku. [Zhang i in., 2024] Ponadto, firmy, które inwestują w nowoczesne technologie takie jak RFID, są postrzegane jako bardziej innowacyjne i zorientowane na przyszłość, co może przyciągać nowych partnerów biznesowych i inwestorów [Szymczak, 2010]. Jednym z najbardziej znaczących efektów wdrożenia RFID jest możliwość zmniejszenia strat i marnotrawstwa. Dzięki precyzyjnemu śledzeniu materiałów oraz monitorowaniu stanu magazynów w czasie rzeczywistym, przedsiębiorstwo może lepiej zarządzać swoimi zapasami, co redukuje ryzyko nadmiaru surowców lub ich niedoboru. RFID umożliwia identyfikację miejsc, w których dochodzi do strat, takich jak nieefektywne zużycie materiałów lub opóźnienia w produkcji. Dzięki temu firma może szybko reagować na potencjalne problemy, co nie tylko ogranicza koszty, ale również przyczynia się do bardziej zrównoważonego podejścia do produkcji. Mniejsze marnotrawstwo oznacza także korzyści ekologiczne, co może zwiększyć reputację firmy jako odpowiedzialnego przedsiębiorstwa dbającego o środowisko [<https://revolutionized.com/rfid-systems-in-manufacturing/>].

Wdrożenie RFID w przedsiębiorstwie produkcyjnym niesie ze sobą również pewne zagrożenia, które mogą wpłynąć na efektywność i bezpieczeństwo systemu. Jednym z głównych ryzyk jest szybki rozwój technologii. RFID, jak każda technologia, szybko się zmienia, a przedsiębiorstwa, które zdecydują się na jego wdrożenie, muszą być przygotowane na dynamiczne aktualizacje systemów i urządzeń. Szybko pojawiają się nowe standardy, a starsze rozwiązania mogą zostać zastąpione przez bardziej zaawansowane, co wiąże się z koniecznością częstej modernizacji infrastruktury. To sprawia, że systemy RFID, które na początku mogą wydawać się nowoczesne, po kilku latach mogą już nie spełniać aktualnych wymagań technologicznych. Przedsiębiorstwa mogą stanąć przed koniecznością ciągłych inwestycji, aby nadążyć za postępem technologicznym, co prowadzi do wzrostu kosztów operacyjnych. Kolejnym istotnym zagrożeniem związanym z wdrożeniem RFID są kwestie prywatności i bezpieczeństwa danych. Technologia RFID może być podatna na różne formy nieautoryzowanego dostępu, w tym na kradzież danych lub manipulację nimi. Ponieważ RFID działa na zasadzie bezprzewodowej transmisji, dane mogą być przechwytywane przez osoby trzecie, jeśli systemy zabezpieczeń nie są odpowiednio wdrożone. W przedsiębiorstwach produkcyjnych, gdzie RFID może być używane do monitorowania kluczowych zasobów i produktów, narażenie na ataki cybernetyczne może mieć poważne konsekwencje, w tym utratę wrażliwych informacji biznesowych, sabotaż procesów produkcyjnych lub wyciek danych dotyczących łańcucha dostaw. Firmy muszą więc inwestować w zaawansowane rozwiązania zabezpieczające, aby zminimalizować ryzyko takich incydentów, co może zwiększać koszty wdrożenia. Wysokie koszty utrzymania i aktualizacji to kolejny aspekt, który może stanowić zagrożenie dla przedsiębiorstw decydujących się na wdrożenie RFID. Choć początkowa inwestycja w system może być wysoka, to prawdziwe koszty ujawniają się w czasie jego eksploatacji. RFID wymaga regularnej konserwacji, monitorowania oraz, w miarę rozwoju technologii, częstych aktualizacji, aby system działał efektywnie i zgodnie z najnowszymi standardami. W przypadku rozbudowanych systemów, które są szeroko wykorzystywane w przedsiębiorstwach produkcyjnych, te koszty mogą znacząco obciążać budżet firmy. Dodatkowo, ewentualne awarie systemów RFID mogą prowadzić do przerw w produkcji, co generuje straty finansowe oraz opóźnienia w realizacji zamówień. Ostatnim zagrożeniem, które warto rozważyć, są regulacje prawne. Wraz z rozwojem technologii RFID, ustawodawcy coraz częściej wprowadzają przepisy regulujące sposób jej wykorzystywania, szczególnie w kontekście ochrony danych osobowych i prywatności. Przedsiębiorstwa produkcyjne muszą być świadome tych regulacji i przestrzegać przepisów obowiązujących w krajach, w których prowadzą działalność. Niespełnienie wymogów prawnych może prowadzić do kar finansowych, a także do utraty zaufania partnerów biznesowych i klientów. Ponadto, zmieniające się przepisy mogą wymuszać na firmach dodatkowe inwestycje w systemy zgodne z nowymi standardami, co stanowi kolejne wyzwanie związane z kosztami i koniecznością dostosowywania się do nowych regulacji [<https://www.privacysense.net/the-risks-and-dangers-of-rfid-chips-a-comprehensive-overview>].

5. Podsumowanie

Podsumowując, wdrożenie technologii RFID w przedsiębiorstwie produkcyjnym może przynieść szereg korzyści, takich jak zwiększenie efektywności operacyjnej, automatyzacja procesów oraz lepsze zarządzanie zasobami. Dzięki integracji z rozwiązaniami Przemysłu 4.0

oraz Internetu Rzeczy (IoT), RFID stwarza możliwości precyzyjnego śledzenia zasobów i optymalizacji produkcji, co z kolei przekłada się na poprawę konkurencyjności i redukcję marnotrawstwa. Jednocześnie jednak, przedsiębiorstwa muszą być świadome potencjalnych zagrożeń, takich jak szybki rozwój technologii, wysokie koszty utrzymania, kwestie związane z prywatnością danych oraz konieczność dostosowania się do zmieniających się regulacji prawnych. Skuteczne wdrożenie RFID wymaga zatem starannego planowania, uwzględnienia zarówno szans, jak i ryzyk, oraz ciągłego dostosowywania systemu do nowych wyzwań technologicznych i prawnych.

Bibliografia:

1. Chetouane, F. (2015). An Overview on RFID Technology Instruction and Application. Ottawa: IFAC-PapersOnLine.
2. Kaur, M., Sandhu, M., Mohan, N., & Sandhu, P. S. (2011). RFID Technology: Principles, Advantages, Limitations & Its Applications. International Journal of Computer and Electrical Engineering, 3(1), 151–157.
3. Szymczak, M. (2010). Wykorzystanie technologii RFID w procesach globalnej konkurencji. Możliwości, stan obecny, przyszłość. Poznań: Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.
4. Zhang, L.-H., Wang, S.-S., & Chang, L.-Y. (2024). Radio-frequency Identification (RFID) adoption and chain structure decisions in competing supply chains: Bertrand competition versus Cournot competition. Nowy Jork: Springer.
5. Zeba, G., Čičák, M., & Dabić, M. (2018). The Role of RFID Technology in the Intelligent Manufacturing. International Scientific Journal "Industry 4.0, 3(6), 326–329.

Wykaz stron internetowych:

6. Haxon. <https://haxon.com.pl/co-to-jest-rfid/> (08.09.2024).
7. Haxon. <https://haxon.com.pl/ile-kosztuje-system-rfid/> (10.09.2024).
8. Haxon. https://haxon.com.pl/rfid-w-logistyce/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwufq2BhAmEiwAnZqw8tltAfbxtIWphnwcB7qcwYcyWm6AtrYYryoLqMtIUfS1shSkegJBGBoCnDcQAvD_BwE (10.09.2024).
9. LinkedIn. https://www.linkedin-com.translate.google/advice/0/what-best-practices-avoiding-interferences?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=pl&_x_tr_hl=pl&_x_tr_pto=rq (09.09.2024).
10. PrivacySense. <https://www.privacysense.net/the-risks-and-dangers-of-rfid-chips-a-comprehensive-overview/> (06.09.2024).
11. Revolutionized. <https://revolutionized.com/rfid-systems-in-manufacturing/> (06.09.2024).
12. RFID Polska. <https://www.rfidpolska.pl/technologia-rfid-co-to-jest/> - ilustracja (05.09.2024).

31. POJĘCIE I SENS ŚMIERCI W FILOZOFII ŚWIĘTEGO AUGUSTYNA

Mgr Daniel Krzewiński

Email: daniel.krzewiski@wp.pl

„Śmierć której ludzie się boją , to odłączenie duszy od ciała , natomiast śmierć, której ludzie się nie boją, a bać się powinni to jest odłączenie od Boga”

Św. Augustyn

1. Wstęp

W znanym nam świecie wszelkie życie jest nierozzerwalnie połączone ze śmiercią. Człowiek jako członek świata ożywionego, poddaje się prawu śmierci i stopniowej destrukcji. Wśród ważnych wątków poruszanych w literaturze Św. Augustyna eksponowane miejsce zajmuje problem śmierci. Wątki te znajdziemy między innymi we fragmencie Wyznań, gdzie opłakuje on śmierć przyjaciela młodości. Śmierć przyjaciela była ciężkim przeżyciem młodego Augustyna, który po raz pierwszy wówczas uświadomił sobie nieuchronność śmierci i konieczność odejścia z tego świata. Śmierć bliskiego przyjaciela w sposób najbardziej dobitny uprzytomnia Augustynowi problem sensu życia i śmierci. Gdy przychodzi mu zmierzyć się nieco później już, ze śmiercią swojej matki Moniki, jest już wówczas przygotowany poprzez przyjęcie nauczania eschatologii chrześcijańskiej.

2. Pojęcie śmierci

Problematyka śmierci jest dość często podejmowana w pismach świętego Augustyna. W pismach biskupa z Hippony możemy znaleźć rozróżnienie śmierci na fizyczną i duchową. Pierwsza z nich powoduje czasową śmierć ciała, druga natomiast wieczną śmierć duszy. Rozpatrując problem śmierci ujmując ją w sensie śmierci fizycznej, możemy stwierdzić, że Augustyn rozpatruje ten problem w aspekcie filozoficznym i teologicznym. Prawdopodobnie z powodu ubogiej wiedzy medycznej całkowicie pomija problem śmierci w ujęciu biologicznym. Ogólnikowo stwierdza Augustyn, że śmierć jest brakiem życia, unicestwieniem człowieka, utratą czucia i świadomości. Święty Augustyn charakteryzując fenomen śmierci człowieka, najczęściej definiował ją jako oddzielenie duszy i ciała, stwierdza że „śmierć jest separacją duszy i ciała” [Kowalczyk, 1987, s. 86]. Definicja ta zdaje się nawiązywać do teorii hylemorfizmu Arystotelesa. Pojęcie „separacji” stosowane przez Augustyna jest analogiczne do pojęcia „jedności” duszy i ciała jako całokształtu osoby ludzkiej. Innej z kolei wypowiedzi Augustyna nawiązują do filozofii platońskiej. Kiedy opisuje śmierć matki, używa następującej formuły: „Dusza ta religijna i cnotliwa rozstała się z ciałem” [Kowalczyk, 1987, s. 67]. Przy innej okazji posługuje się klasyczną filozofią platońską określając śmierć jako wyzwolenie od ciała. Wyrażenie to jest inspirowane przez antropologię Platona i jego filozofii, która traktowała ciało jako „więzienie” dla duszy. Śmierć rozumiana jako oddzielenie duszy i ciała oznacza

naruszenie struktury osoby ludzkiej. Dla świętego Augustyna śmierć oznacza zniszczenie ciała materialnego, utratę świadomości, absencję życia oraz separację duszy od ciała.

Święty Augustyn przedstawia problem śmierci również w ujęciu psychologiczno-fenomenologicznym. W pismach Augustyna możemy znaleźć bardzo interesujące analizy pojęć takich jak: żywy, umierający, śmierć. W trakcie swych rozważań Augustyn stwierdza: „Ludzie będą nie przed śmiercią ani po śmierci, lecz zawsze w śmierci. A przez to nigdy nie będą żyjący i nigdy zmarli, lecz bez końca umierający. Nigdy bowiem nie będzie człowiekowi w śmierci gorzej jak wtedy, gdy zostanie sama śmierć, śmierci nie podlegająca” [Kowalczyk, 1987, s. 87]. Człowiek posiadający ciało materialne, znajduje się ciągle w perspektywie śmierci, życie ludzkie zdaniem Augustyna nie jest niczym innym niż biegiem ku śmierci. Do tej wypowiedzi Augustyna nawiąże później w swoim opisie Martin Heidegger, który określi ludzkie życie jako *Sein zum Tode* tj. bycie ku śmierci. Przemyslenia Heideggera zawarte w dziele *Sein u Zeit*, dotyczące problematyki śmierci, są w dużej części powtórzeniem i rozwinięciem myśli Augustyna. Obaj rozważali fenomen śmierci w kategoriach ontologicznych i psychologicznych. Śmierć w ich rozumieniu jest realną perspektywą, która towarzyszy człowiekowi od momentu narodzenia.

Problematyka śmierci w pismach Augustyna oprócz aspektu filozoficzno-psychologicznego posiada również aspekt teologiczny. Wiąże się on z płaszczyzną nadprzyrodzonego życia ludzkiego niszczonego przez śmierć. Śmierć tę należy rozumieć jako odłączenie duszy od Boga, jest to śmierć w znaczeniu drugim. Termin ten oznacza stan grzechu i utratę posiadanej łaski przez człowieka. Chodzi tu o definitywne zerwanie więzi człowieka z Bogiem, czego konsekwencją jest dusza odłączona od Boga, choć pozostaje nadal złączona z ciałem.

2. Ontologiczna i teologiczna geneza śmierci

Śmierci według Augustyna unikną jedynie ci ludzie, którzy żyć będą w ostatnim momencie istnienia świata. Augustyn mówiąc o źródle śmierci, wyróżnił dwie jej przyczyny: ontologiczne i teologiczne. Z naturą osoby ludzkiej ujmowanej jako całość psychofizyczna łączy się przyczyna ontologiczna. Człowiek ponieważ jest bytem cielesno-materialnym, jest śmiertelny. Każde materialne i ożywione ciało starzeje się i musi umrzeć. Ponieważ ciało jest materialne i związane z życiem biologicznym podlega procesowi rozwoju i zniszczenia. Śmierć jest przypisana do ludzkiej natury. Święty Augustyn wskazując na powszechność i konieczność śmierci, ukazuje problem śmierci na gruncie naturalno-ontologicznym.

W ujęciu Augustyna pojęcie natury posiada wiele znaczeń. Przede wszystkim rozróżnia on naturę przed i po grzechu pierworodnym. Pierwsza natura która istniała zawierała nadzwyczajne dary Boże. Grzech zdaniem Augustyna osłabił możliwości ludzkiej natury, co skutkuje powstaniem drugiej natury człowieka. Augustyn ma na uwadze ludzką naturę wzbogaconą przez Boga szeregiem łask i dlatego stwierdza, że śmierć jest karą za popełnione grzechy. Tak więc śmierć nie jest w jego rozumieniu dziełem Boga, lecz człowieka. Śmierć zdaniem Augustyna nie może pochodzić od Boga, który jest siłą sprawczą jedynie natury pozytywnej.

Uznając śmierć ciała jako konsekwencję grzechu pierworodnego, wprowadza Augustyn rozróżnienie pomiędzy śmiercią i śmiertelnością. Adam jako pierwszy człowiek i posiadacz ciała materialnego był śmiertelny ale nie musiał umierać. Możliwość śmierci była wpisana w jego

stanie natury, lecz nie musiała być nigdy zrealizowana. Gdyby Adam nie popełnił grzechu, nie umarłby nigdy, a jego ciało nie było by odłączone od duszy i nie uległo rozkładowi. Skutkiem grzechu, obok wspomnianej śmierci, są liczne cierpienia człowieka, zarówno fizyczne jak i psychiczne. Cierpienie i śmierć należą do natury ludzkiej.

3. Sens życia ludzkiego

Skoro śmierć jest przeznaczona człowiekowi, można zatem postawić pytanie jaki jest jej sens. Święty Augustyn uznaje sens życia ludzkiego jako chrześcijanin. Święty Augustyn w „De Trinitate” referuje zagubione dzieło „Hortenzjusz” Cyserona, który pisał: „Słodką nam będzie śmierć po wykonaniu naszych ludzkich obowiązków, nieuciążliwe nam będzie odejście, a raczej stanie się odpoczynkiem po życiu” [Kowalczyk, 1987, s. 89]. Augustyn mimo sympatii dla pisarza rzymskiego, wchodzi w polemikę z jego koncepcją śmierci. Według Augustyna śmierć nie jest czymś pozytywnym, dlatego nie należy jej oczekiwać w spokoju czy tym bardziej z radością. Śmierć jest zniszczeniem ciała. Obawa człowieka przed śmiercią jest konsekwencją natury człowieka, który pragnie dalszego istnienia. Śmierć jest zła dla człowieka ponieważ jest przeciwieństwem śmierci. Śmierć stanowi zdaniem Augustyna oddzielenie duszy i ciała co prowadzi do unicestwienia psychofizycznej natury człowieka, co skutkuje cierpieniem fizycznym i duchowym, stanowiąc przerwanie istnienia człowieka. Augustyn wyraźnie rozróżnia proces umierania od śmierci. Proces umierania jest zawsze złem egzystencjalnym człowieka, sama zaś śmierć, rozumiana jako ostateczne zakończenie życia, może być dobra lub zła, w zależności od religijnego i moralnego waloru całego życia. Śmierć ludzi złych jest zawsze dla nich zła, zaś śmierć ludzi dobrych zawsze zawiera jakieś dobro. Pod względem ontycznym śmierć sama w sobie jest złem i nie posiada sensu ontycznego. Dobro śmierci może zaktualizować się wyłącznie poprzez jej powiązanie z życiem. Augustyn nie neguje jednak sensu ludzkiej egzystencji. Śmierć może posiadać jego zdaniem sens eschatologiczny. Przeżycie sensu śmierci nie dokonuje się w sposób automatyczny, lecz jest zależny od człowieka i całego jego życia. Według Augustyna śmierć ujmowana jest jako kara-zło, lecz jeśli zostanie przyjęta w duchu chrześcijańskim, może pogłębić ludzką duchowość. Śmierć ciała jest próbą wiary wobec Boga. Ukazuje się wówczas nasza cierpliwość i odwaga, albo słabość jego ducha. Moralny i eschatologiczny sens śmierci jest ściśle związany z uznaniem nieśmiertelności człowieka i wiarą w zmartwychwstanie [Kowalczyk, 1987, s. 90]. Augustyn powołując się na teksty biblijne twierdził, że ujrzymy Boga gdy spłacimy dług śmierci. Gdyby śmierć ludzka była ostatecznym końcem człowieka, to życie ludzkie zostało by pozbawione wszelkiej nadziei zdolnej nadać mu sens. Jeżeli nasze niematerialne „ja” ludzkie nie umiera, wówczas śmierć biologiczna nie unicestwia sensu osoby ludzkiej. Zdaniem Augustyna śmierć nie może dotknąć rzeczy niezmiennych, a dusza żyje zawsze bo sama jest rozumem, bądź też rozum tkwi w niej nierozdzielnie. Afirmacja śmierci jest warunkiem odnalezienia sensu etyczno-eschatologicznego [Kowalczyk, 1987, s. 91].

Współcześnie popularna jest teoria tak zwanego ostatecznego wyboru. Utrzymuje ona, że człowiek w momencie śmierci jest uzdolniony przez pełnię świadomości i wolności do podjęcia ostatecznej decyzji w odniesieniu do Boga. W myśl tej teorii, śmierć jest punktem kulminacyjnym rozwoju wewnętrznego człowieka i jednocześnie zniszczeniem człowieka zewnętrznego. Teoria tak zwanego „ostatecznego wyboru” uznaje śmierć za najbardziej adekwatny, lub nawet jedyny moment do opowiedzenia się za Bogiem. Święty Augustyn

w odmienny sposób charakteryzuje naturę człowieka, wskazując na opozycję dzielącą śmierć dobrych i złych ludzi. Bytowe zło śmierci przekształca się w moralne dobro tylko tych ludzi, którzy potrafią płacić dobrem za zło, odpowiadają miłością na nienawiść i są wierni prawdzie do końca. Dobra śmierć zdaniem Augustyna nie istnieje, o ile nie jest poprzedzona dobrym życiem. Wielu ludzi obawia się śmierci, chociaż równocześnie nie lękają się oni prowadzić złego życia. Chrześcijanin jeśli troszczy się o dobre życie, wówczas nie musi lękać się śmierci, która będzie dla niego jedynie przejściem do szczęścia wiecznego. Śmierć jest złem ontycznym osoby ludzkiej, przyjmowana jednak w duchu nauki chrześcijańskiej, może zyskać sens eschatologiczny [Kowalczyk, 1987, s. 91].

4. Stanowisko Augustyna wobec śmierci

Śmierć nie jest zjawiskiem dotyczącym jednostek, lecz nieuchronną perspektywą wszystkich ludzi. Byt człowieka jako jedność duszy i ciała, zawsze znajduje się przed realną możliwością śmierci, a śmierć budzi ludzki lęk. Znane Augustynowi epikureizm i stoicyzm kwestionowały jednostkową nieśmiertelność człowieka, jednocześnie zalecając postawę obojętności wobec śmierci, stłumienie wszelkich pragnień i przewyciężenie lęku. Epikur wspólnie z Epiktetem uważali, że to nie sama śmierć jest największym złem, mimo iż jest ona unicestwieniem człowieka, lecz obawa przed śmiercią. Dlatego człowiek, a filozof szczególnie powinien zachować zasadę równowagi duchowej wobec śmierci, oraz ją w sposób wewnętrzny zaakceptować.

Święty Augustyn nie zgadzał się z tego typu filozofią. Pozostając na gruncie realizmu psychologicznego, uznawał naturalną obawę człowieka przed śmiercią. Śmierć jest zawsze czymś groźnym dla człowieka, stanowi zniszczenie jego bytu. W Księdze XIII dzieła *De Trinitate*, polemizuje Augustyn z epikurejsko-stoicką postawą wobec problemu śmierci. Augustyn wskazuje na brak możliwości przewyciężenia lęku śmierci na podstawie filozofii naturalizmu i immanentyzmu, próba taka jest skazana na niekonsekwencję. Obwa śmierci jest zbyt silna i naturalna, aby człowiek mógł pragnąć śmierci w sposób świadomy i dobrowolny. Postawa dystansu i obojętności proponowana przez stoików, nie rozwiązuje problemu sensu życia ludzkiego. Same przewyciężenie psychicznego niepokoju nie jest równoznaczne ze szczęściem człowieka [Kowalczyk, 1987, s. 92]. Rozważania świętego Augustyna wskazują, że perspektywa śmierci, jako końca życia, czyni człowieka nieszczęśliwym. Naturalistyczne podejście do problemu śmierci wyklucza zdaniem Augustyna właściwe rozwiązanie problemu i nie zapewnia autentycznego szczęścia. Oczywiście jest, że wszyscy ludzie pragną być szczęśliwi, zdaniem Augustyna wynika z tego, że wszyscy chcą być również nieśmiertelni, inaczej nie mogli by być szczęśliwi. Wobec fenomenu śmierci można przyjąć trzy postawy: postawę obawy, postawę pragnienia i postawę pokoju. Jeśli śmierć przychodzi wbrew woli człowieka, to niszczy to jego poczucie szczęścia. Również takie życie, które pragnie śmierci, trudno jest uznać za autentycznie szczęśliwe. Pozostaje trzecia możliwość więc obojętność duszy. Oznacza to zdaniem Augustyna, że tracąc szczęśliwe życie, człowiek z taką postawą ani chce, ani nie chce śmierci oraz gotowy jest ze spokojnym sercem przyjąć zarówno życie jak i śmierć. Analiza biskupa Hippony wskazuje nie niesłuszność i absurdalność filozofii stoickiej i epikurejskiej. Żadna werbalna czy sofistyczna argumentacja nie daje podstaw do przewyciężenia lęku przed śmiercią. Jeśli zaś śmierć rozumie się jako całkowite unicestwienie bytu ludzkiego, to należy przyjąć logiczny bezsens ludzkiego życia.

Augustyn opierając się na przekonaniu nieśmiertelności psychicznego „ja” człowieka, przyjmuje postawę nadziei. Dostrzega on i rozumie lęk przed śmiercią, lecz poprzez odwołanie się do motywacji filozoficznej, a zwłaszcza teologicznej próbuje znaleźć sposób przezwyciężenia go. Motywacją postawy nadziei pozostaje teza o nieśmiertelności ludzkiej duszy. Chrześcijaństwo pozwala przezwyciężyć lęk również poprzez wiarę w przyszłe zmartwychwstanie. Wiara daje nadzieję tego, że mimo iż budzi strach, może być oczekiwana jako początek życia wiecznego. Wiara w zmartwychwstanie opiera się na historii o śmierci i zmartwychwstaniu Jezusa Chrystusa. Syn Boży, przybłókszy śmiertelne ciało, z racji ciała umierając i zmartwychwstając, przez ciało tylko harmonizował z nami, stając się dla wewnętrznego człowieka sakramentem, a dla zewnętrznego przykładem [Kowalczyk, 1987, s. 93].

Śmierć w kontekście śmierci Syna Bożego nabiera innego wymiaru mimo, iż jest bytowym złem również dla chrześcijanina. Śmierć człowieka pozostaje niejako przezwyciężona poprzez ofiarę Chrystusa. Zmartwychwstały Chrystus poprzez swoje cierpienie jest obietnicą naszego zmartwychwstania, naszego zwycięstwa nad śmiercią. Święty Augustyn sam przyznawał się do lęku przed śmiercią, jednocześnie wskazywał jednak, że jako chrześcijanin powinien obawiać się „złej” śmierci, nie zaś śmierci jako takiej. Postawa jaką przyjmuje Augustyn wobec śmierci jest całkowicie odmienna od tej zalecanej przez stoików. W przeciwieństwie bowiem do stoików, Augustyn nie ignorował, ani nie umniejszał roli lęku przed śmiercią, który towarzyszy wszystkim żyjącym. Wspierając się na racjach teologicznych i filozoficznych, pomagał ten strach przezwyciężyć. Wiara w zmartwychwstanie i uznanie nieśmiertelności duszy ludzkiej prowadzi do wewnętrznej akceptacji śmierci.

Święty Augustyn wyciąga ze swych analiz następujący wniosek: jeśli śmierci nie da się uniknąć, to musimy zrobić wszystko aby umrzeć poprzez „dobrą” śmierć. Wewnętrzne nastawienie się jest możliwe nawet w momencie śmierci, jednak „dobra śmierć” powinna być raczej następstwem dobrego życia. Religijne przeżywanie misterium śmierci i zmartwychwstania Chrystusa, jest zdaniem Augustyna najlepszym sposobem na przygotowanie się do wejścia w misterium własnej śmierci [Kowalczyk, 1987, s. 93].

Augustyn zwraca również uwagę żyjących na obowiązki wobec zmarłych. Są to obowiązki dwojakiego rodzaju. Obowiązkiem wobec ciała jest obowiązek pogrzebania zmarłych. Obowiązkiem wobec duszy pozostaje modlitwa w intencji zmarłych.

Koncepcja filozoficzna i teologiczna śmierci Świętego Augustyna z wielu powodów zasługuje na uwagę, mimo kilku wymagających dopracowania elementów. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na słuszne połączenie fenomenologicznego opisu śmierci z głęboką analizą filozoficzno-teologiczną jej genezy, funkcji i natury. Trafnym elementem koncepcji Augustyna pozostaje integracja psychologicznego realizmu i umiarkowanego optymizmu. Augustyn słusznie dostrzega tragiczny wymiar śmierci, lecz jednocześnie wskazuje na chrześcijańskie przesłanki doktrynalne pozwalające przyjąć postawę nadziei. Dobrym przykładem tego podejścia mogą być słowa Augustyna napisane po śmierci matki, że „ani nie nędznie, ani zupełnie umarła” [Kowalczyk, 1987, s. 94]. Wiara w zmartwychwstanie i nieśmiertelność pozwala zmienić lęk i cierpienie w postawę nadziei. Augustyn słusznie dostrzega wagę momentu śmierci, zwraca jednocześnie uwagę na ważność całości życia ludzkiego. Jego zdaniem jedynie dobre życie jest w stanie zmienić zło bytowe śmierci w etyczno- religijne dobro. W świetle myśli filozoficznej Augustyna śmierć jest zniszczeniem

na gruncie ontologicznym, lecz nabiera również sensu eschatologicznego w kontekście śmierci i zmartwychwstania Chrystusa.

5. Śmierć bliskich jako doświadczenie nieobecności

Wedle filozofii Augustyna, śmierć bliskiej osoby doświadczana jest jako opuszczenie, pustka, brak i strata kogoś bliskiego, doświadczenie nieobecności bliskiej osoby. Pożegnanie takie mimo, iż jest ogromnym bólem, powinno być rozumiane jedynie jako utrata dostępnej dla wzroku obecności, a osoba zmarła wedle wiary chrześcijańskiej nadal „gdzieś” przebywa. Owo miejsce wedle wiary chrześcijańskiej to nic innego niż dom Ojca. Owo odejście osoby bliskiej nie jest równoznaczne z unicestwieniem, stąd też zasadne jest oczekiwanie na ponowne spotkanie, a rozstanie nie jest wieczne i dotyczy jedynie rzeczywistości materialnej. Jeśli więc zdaniem umiera osoba bliska, to nie tyle Bóg odbiera nam osobę bliską, ile po prostu zabiera ją do siebie. Nasza troska o osobę zmarłą powinna zaś prowadzić do modlitwy. Według Augustyna to wiara przychodzi z pomocą smutkowi duszy. Istotą śmierci jest pozbawienie radości wspólnego przebywania, lekarstwem zaś na to pozostaje jedynie wiara.

Jako podsumowanie przedstawionych rozważań, posłużymy się słowami samego Augustyna, które dobrze charakteryzują przedstawione poglądy. Można by powiedzieć nawet, że w sposób syntetyczny, skrótowy przedstawiają poglądy Augustyna. Słowa te to jednocześnie modlitwa i próba pocieszenia tych, którzy stracili kogoś bliskiego.

Nić się nie przecina – Św. Augustyn

Nie płacz jeśli mnie kochasz
Na inną stronę po prostu przeszedłem.
Lecz jestem wciąż sobą. Jak ty jesteś tobą.
Kim dla siebie byliśmy – pozostaniemy.
Nazywaj mnie tak, jak zawsze.
I mów do mnie jak zawsze, najmniejszej różnicy nie czyniąc.
Nie zasmucaj się zbytnio ani nie nadymaj.
Niech cieszy cię to, co nas wspólnie cieszyło.
Módl się, uśmiechaj, myśl o mnie i módl się wraz ze mną.
Niech moje imię będzie wspomniane w domu, jak to zawsze było,
Bez jakiegś wyniosłości i bez cienia smutku.
Życie bowiem oznacza to, co zawsze oznaczało
i jest tym, czym zawsze było: nić się nie przecina.
Dlaczego miałbym nie być w twoich myślach?
Tylko dlatego, że mnie nie widzisz?
To nie tak, gdyż jestem tuż obok, jedynie z drugiej strony drogi...
Uspokój się, przecież wszystko będzie dobrze...
Odnajdziesz moje serce, odnajdziesz ciepło mych uczuć.
Otrzyj twe łzy i nie płacz, jeśli mnie kochasz.

Bibliografia:

1. Copleston F., Historia Filozofii T. 2 Od Augustyna do Szkota, Warszawa 2000.
2. Gilson E., Bohner P., Historia filozofii chrześcijańskiej, Warszawa 1962.

3. Gilson E., Wprowadzenie do nauki świętego Augustyna, Warszawa 1953.
4. Kasta A., Św. Augustyn, Warszawa 1960.
5. Kowalczyk S., Człowiek i Bóg w nauce świętego Augustyna, Warszawa 1987.
6. Krupa L., Obraz Boży w człowieku według nauki świętego Augustyna, Lublin 1948.
7. Marrou I.H., Augustyn, Kraków 1968.
8. Paciorkowski R., Chrześcijaństwo w apologetycznej myśli świętego Augustyna, Poznań 1952.
9. Papini G., Święty Augustyn, Warszawa 1958.
10. Sawicki F., U źródeł chrześcijańskiej myśli, Katowice 1947.

Źródła :

11. Św. Augustyn, Dialogi filozoficzne, Kraków 2002.
12. Św. Augustyn, Łaska, wiara, przeznaczenie, Poznań 1977.
13. Św. Augustyn, Wyznania, Kraków 2022.

32. W POSZUKIWANIU KORZENI WE WŁASNYM KRAJU

Aleksandra Chciuk

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Wydział Prawa i Administracji

zam. ul.Elizy Orzeszkowej 13, 44-100 Gliwice

Email: aleksandraachciuk@gmail.com

1. Wstęp i wprowadzenie do problematyki

Wer ist die „3. Generation Ost? Wie beschreiben die verschiedenen Verfasserinnen- und Verfasser ihre Identität? Welche Erinnerungen haben Sie? Worin äußert sich diese? Was ist für sie „Heimat“? Welche Erfahrungen machen sie im Alltag? Fühlen sie sich benachteiligt, falls ja warum? Sehen Sie „Deutsche“ oder „Ostdeutsche“, was sind die kleinen Unterschiede? Wie werden sie im Ausland wahrgenommen?

2. Część główna

Tematem niniejszej pracy jest problematyka związana z tzw. „Dritte Generation Ost”- Pod pojęciem tym rozumie się wszystkie osoby urodzone na obszarze dawnego DDR a wychowujące się w zjednoczonym państwie tj. Republice Federalnej Niemiec. Są to więc z tego względu urodzeni pomiędzy 1975-85 r. Często zwani również jako „Wendekinder”, czy „Nachwendekinder”.

Pomimo, iż od „Zjednoczenia Niemiec” minelo już ponad 30 lat, temat ten nadal poddawany jest pod debatę publiczną i wzbudza wiele kontrowersji. Na podstawie licznych wywiadów, artykułów i zebranej dokumentacji postaram się dokonać zbiorczego zobrazowania powyższej problematyki i wskazać zagadnienia, które po dzień dzisiejszy nadal stają się problemem ogólnonarodowym.

Pierwszym i moim jednym z istotniejszych obrazów jest ten przedstawiony w pracy politolożki, socjolożki, i badaczki ds. integracji Naika Foroutan. W wywiadzie z „taz” jasno stawia tezę, iż „Ostdeutsche sind auch Migranten” i co do tego nie ma żadnych wątpliwości. Zapewne wielu nas Polaków zdziwi fakt, iż Niemka, nie tylko mieszkająca na co dzień i żyjąca w Niemczech, urodzona w Niemczech etc. porównuje się do migrantów i stwierdza iż nie poczuwa się za prawdziwą Niemkę. Kobieta powołuje się tutaj na utratę ojczyzny niem. „Heimatverlust” jak i poczucie odrębności. W wypowiedzi przywołując:

„Sehr viele Erfahrungen, die Ostdeutsche machen, ähneln den Erfahrungen von migrantischen Personen in diesem Land. Dazu gehören Heimatverlust, vergangene Sehnsuchtsorte, Fremdheitsgefühle und Abwertungserfahrungen. Mich irritiert, dass darüber bis jetzt nicht gesprochen wird”.

Autorka przyznaje, iż sama odczuwa różnice w kontakcie z „innymi Niemcami” tj. Niemcami urodzonymi w dawnej BRD. Zauważalne jest to w wielu sytuacjach dnia codziennego. Osis z powodu swojego pochodzenia traktowani są inaczej co widac m.in. w wysokości dochodów, czy trudnościach jakie napotykają poszukując pracy. Kiedy roczne zarobki netto dla Wessis przekraczają -140.000,00 € dla Osis wynoszą niespełna 61.200,00€. Pomimo

zamieszkiwania terenów niemieckich od dziecka odczuwają podobne do migrantów poczucie ciągłego braku dopasowania się do realiów panujących w „zjednoczonym kraju”. Dominacja kultury „zachodniej” doprowadza do poczucia utraty swobody jaką posiadali na swoim terenie tj. terenie Niemiec wschodnich. W jednym z artykułów czytamy, iż Osis są paradoksalnie, w poszukiwaniu korzeni we własnym kraju.

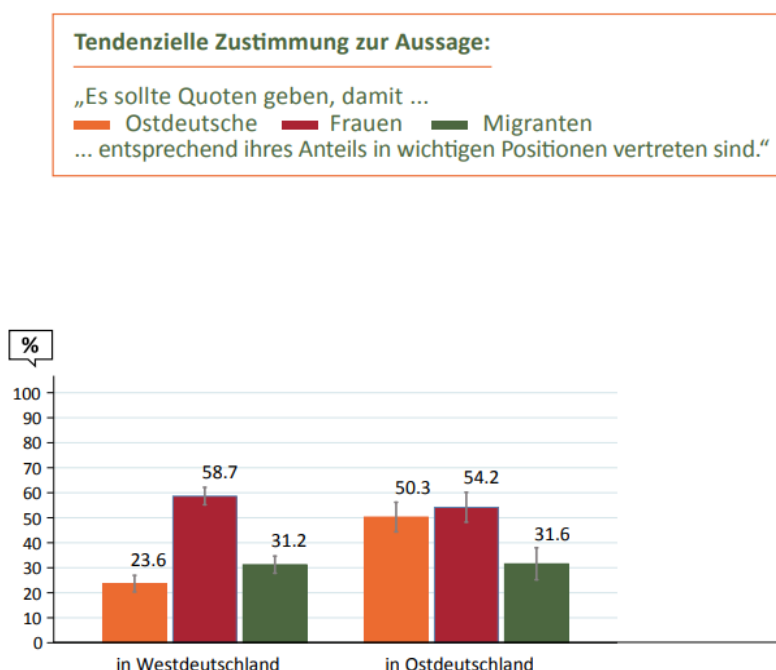
Autorka wskazuje jednak, iż główna przyczyna wyżej wskazanej tendencji jest brak wyraźnej akceptacji Niemców pochodzących ze wschodu. Podkreślają to wyrażnie uczestnicy wywiadu ZDF heute „Ossi? Na und! - 30 Jahre und keine Einheit”. Troje uczestników, przywołuje swoje wspomnienia z czasów dzieciństwa „na wschodnie” tj. jakie wynieśli z DDR. Jak powszechnie wiadomo, a co bezapelacyjnie należy przywołać - dzieciństwo to okres w życiu każdego człowieka, które wywiera największy wpływ na dalszy rozwój „bycia człowiekiem”. Tezy powyższe wielokrotnie stały się tematem prac wielkich badaczy i psychoanalityków jak Carl Gustav Jung czy Sigmund Freud. Jest to etap w, którym bezpośrednio kształtuje się nasza tożsamość i szkielet moralny, a ten z kolei prowadzi nas przez całe dorosłe życie.

Każdy z uczestników, potwierdzał zgodnie, iż wielkim stał się dla nich problem integracji jakiej była poddawana młodzież w konfrontacji z otoczeniem zachodnim. Liczne obrazy biedy, niedostatku Osis stały się swoista „latka” jaka nieśli i niosą ze sobą w świat. Ze względu na pochodzenie w szkole wielokrotnie byli z tego względu szykanowani a konstytucyjnie zagwarantowane prawo naturalne - art.3 „Każdy z ma zagwarantowane naturalne prawo do równego traktowania, bez względu na płeć, pochodzenie czy przynależność religijna i seksualna. - nie miało żadnego znaczenia. Dowcipy jak: „*Jak mieć tani kompas - Kładziesz banana na mur i tam gdzie zostanie on odgryziony, tam wschod*”. „*Warum kann der Osis nicht vom Affe abstammen. Ein Affe hätte 40 Jahre nicht ohne Banane ausgehalten*” doprowadziły, iż wschodnie społeczeństwo po dziś dzień odnosi z tego powodu straty. Na podstawie badań BMWI - 56% obywateli pochodzących z DDR czuje się jak obywatele 2 klasy. 2/3 badanej młodzieży dodatkowo sądzi, że odczuwa różnice i istotnym staje się czy pochodzimy ze wschodu czy z zachodu a z tego względu wieloletnie doświadczenie zawodowe, wysokie wykształcenie również nie chroni Osis w życiu dorosłym. Są oni często postrzegani przez współpracowników jako gorsi, szefowie płacą im mniej a wielokrotne udowadnianie równości i godności zawodzi. Doskonale podkreśla to Naika Foroutan „Heute sagt die dritte Migrantengeneration: Guckt mal, wo ihr gelandet seid. Zwei Generationen Arbeit, und wir sind immer noch unten“. Problem nierównego traktowania odczuwa się nie tylko na szczeblu podstawowym tj. w przedsiębiorstwach, firmach etc. ale i również wskazać w tym miejscu należy na problematykę dominacji Wessis na szczeblu narodowym - na co wskazuje m.in PRO/CONTRA „Ost deutsche an die Macht - Quote für Führungskräfte”. Na listach m.in Ministerpräsident poszczególnych wschodnich krajów związkowych po upadku muru berlińskiego nadal zaledwie mały odsetek to osoby urodzeni w dawnej DDR, co widać również w przypadku osób zasiadających w zarządzie DAX (190 członków z czego zaledwie 3 pochodzenia wschodniego) etc. Bundeskabinett - w którym przez długi czas zasiadała kanclerz Angela Merkel - jako przedstawicielka Osis. Pomimo, iż bezapelacyjnie powinno być to wydarzenie przełomowe i sprawić, iż problem walki Osis i Wessis - przede wszystkim ich różnic - powinien zaniknąć, to jednak sprawa przybrała postać „powtórki z historii”. W tym

miejszu oczywiście mam na myśli prezydenturę Baraka Obamy i dalsze zmagania się z rasizmem osób czarnoskórych

Próby zbadania podobieństwa jakie zachodzi pomiędzy „Ostdeutsche” i „Muslime” na tle migracyjnym również dostarcza pod tym względem ciekawych informacji. W badaniach przeprowadzonych przez Deutsches Zentrum für Integrations- und Migrationsforschung (DeZIM-Institut) Berlin pt. „Ost-Migrantische Analogien” - Konkurrenz um Anerkennung. Jedno z pytań odnosi się m.in do wspomnianego poczucie bycia członkiem drugiej klasy, oraz czy koniecznym jest ustanowienie stosownego „Quote” co do zajmowanych urzędów. Jak wynika z sondażu średnio co drugi Ostdeutsche (w sumie 50,3%) wyraził konieczności ustanowienia odpowiedniego procentowego udziału w państwowych urzędach kolegialnych przez poszczególne grupy (Migranten, Osis, Wesis etc.) Miałoby to doprowadzić do zahamowania braku równowagi i pogłębiających się różnic pomiędzy ww grupami.

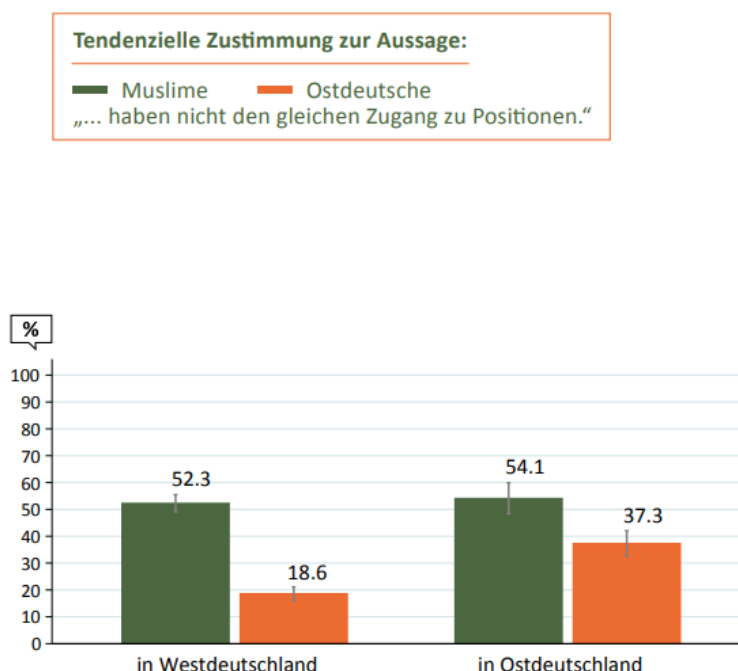
W porównaniu zwolennikami takiego rozwiązania było jedynie 23,6 % Wesis. Zaskakującym natomiast stała się zgodność co do wprowadzenia takiego rozwiązania dla migrantów. Zarówno Ost- jak i Westdeutsche wykazali się tutaj zgodnością (odpowiednio 31,6% i 31,2 %).



Wykres 1.

Zródło: <https://www.dezim-institut.de/publikationen/publikation-detail/ost-migrantische-analogien-i/>

Podobnie rysuje się sytuacja braku równouprawnienia odczuwane przez Muslime i Osis co do dostępu do poszczególnych pozycji na rynku pracy. Prawie 40% wszystkich Ostdeutsche (w sumie 37,3%) uważa, iż nie posiadają oni równych szans i prawa dostępu do poszczególnych pozycji przy czym Westdeutsche postrzegają ten problem jedynie w 18,6%. W odniesieniu natomiast do Muslime zarówno Ostdeutsche jak i Westdeutsche widzą ten problem podobnie (odpowiednio 54,1% 52,3 %).

**Wykres 2.**

Zrodlo: <https://www.dezim-institut.de/publikationen/publikation-detail/ost-migrantische-analogien-i/>

Podobna problematyka podejmuje artykuł „Was haben Ostdeutsche und Muslime gemeinsam?” Spiegel Politik. W treści wskazano, iż główne podobieństwo pomiędzy osobami pochodzącymi z DDR a muzułmanami wynika z tz. „Integrationsfähigkeit” czyli braku zdolności do zintegrowania tj. brak zdolności „odnalezienia się w nowej rzeczywistości. Wskazuje na to również Ferd Ataman w artykule „Sind Ossis auch nur Migranten?”. Fenomen „braku zgodności” porównywalny jest do uczuć migrantów - wspomnień ludzi zupełnie „obcych” kulturowo, językowo etc. Jednak w tym przypadku obywatele w teorii pochodzący z jednego państwa stają się wobec siebie społeczeństwem zupełnie obcym niczym inna narodowość. Bardzo dobrze stanowisko to przedstawia fragment książki „Dritte Generation Ostdeutsche”. Podczas 41-letniego okresu podziału państwa urodziły się i wychowały dwie silnie od siebie zróżnicowane grupy ludzi. W moim odniesieniu jest to generacja podzielona. Ich wspomnienia o dzieciństwie, które dla wszystkim łączy się z sielanką i bez troską stają się najlepszym dowodem na fakt, iż Ossis und Wessis to zupełnie inne grupy ludzi. Dzieciństwo i wiek dorastania w różnych wartościach spowodowało silne nasilenie się różnic pomiędzy nimi. Jak wynika z przywołanej książki: „*Heimat ist, wo meine Wurzel sind und meine Kinderheitserinnerungen, deswegen komme ich aus einer anderen Welt*”. To wskazuje na silne uwarunkowanie emocjonalne z jakimi łączy Ossis z dzieciństwem w DDR. Natomiast zjednoczenie kraju wielu przekonało o tym jak bardzo zróżnicowani mogą stać się ludzie „jednego narodu”. Dodatkowo jak wskazuje Herbert Grönemeyer „*Heimat ist kein Ort, Heimat ist ein Gefühl*”. W rozdziale autorstwa Nancy Kunze-Groß zatytułowanym „Zerrissenheit” dokonuje wyliczenia różnic, które tak silnie wpłynęły na nią w dorosłym życiu. Mentalność wschodnich i zachodnich Niemiec stała się jedna z największych przeszkód do pokonania. Rozpoczynając od posługiwania się językiem

niemieckim, który stał się dla Ossis i Wessis bariera w płynnej komunikacji między sobą (np. jak wspomniany system podawania godzin). Dodatkowo różnice wynikające z wychowania w innych wartościach sprawiły, iż przepaść ta silnie pogłębiała się.

I tak dla przykładu dla DDR-owskich dzieci kultowym były postacie z bajki takie jak Domic-Helden Abrafaxe, opowiadania Nimmerklug, rutynowe picie mleka na przerwie w szkole czy apele i zbiorki pluszaków dla rosyjskich dzieci dodatkowo Knusperflocken i Bummi-Zeitung, dzielenie jogurtu z marakui z rodzeństwem etc. to dla „dzieci zachodu” będą to wspomnienia niezrozumiałe. Często z tego względu Niemcy wschodnie pokazywane były często z niedostatkami, głupota i bieda. Wskazać należy, iż polityka i „szkolne wychowanie” dzieci w ściśle określonych regułach miała również ogromny wpływ na wspomnienia. Kobieta jednak wskazuje, iż „Kindheitserinnerungen sind mir ein Schatz” i z tego względu chętnie przegląda fotografie i przywołuje różne miejsca i wspomnienia z Thüringen. A to z kolei przedkłada się np. na kupowanie produktów charakterystycznych kiedyś dla wschodu.

Wszystkie przywołane wyżej wspomnienia Ossis kierują czytelnika i widza na stwierdzenie, iż większość z Ossis identyfikuje swoją ojczyznę z krajem lat dziecińczych, tam gdzie zostali urodzeni i wychowani. Dodatkowo liczne problemy w integracji, częsty brak zrozumienia i przerywana nić komunikacji doprowadzają do dalszego pogłębiania się różnic na tle historycznym i socjologicznym. Jednak należy zadać sobie pytanie, czy tendencja ta nadal będzie się utrzymywać i czy w państwie tak silnie multikulturalnym jak RFN dojdzie kiedyś do zaniku wspomnianych różnic.

Bibliografia:

1. <https://www.dezim-institut.de/publikationen/publikation-detail/ost-migrantische-analogien-i/> (dostęp 10.08.2024).
2. <https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/warum-ostdeutsche-und-muslime-viel-gemeinsam-haben-kolumne-a-1208440.html> (dostęp 10.08.2024).
3. <https://www.bpb.de/themen/deutschlandarchiv/316542/ossi-wessi-geht-s-noch/> (dostęp 10.08.2024).



Jesteś studentem, doktorantem, młodym naukowcem? Chcesz publikować w profesjonalnym piśmie naukowym, brać udział w konferencjach? Firma Konferencje Naukowe Piotr Rachwał umożliwi Ci start w świecie nauki za przystępną cenę. Organizujemy konferencje interdyscyplinarne, jak i specjalistyczne. Wydajemy monografie pokonferencyjne oraz współpracujemy z czasopismami z listy ministerialnej. Pomagamy w publikacji artykułów.

Piotr Rachwał

Konferencje Naukowe

ul. Gen Leopolda Okulickiego 51D/20

31-637 Kraków

NIP: 573-272-51-36

REGON: 365643034

E-mail: rachwal.konferencjenaukowe@gmail.com

www.konferencjenaukowe.com.pl