

PROGRESS

JOURNAL OF YOUNG RESEARCHERS

NR 7/2020

Wszystkie teksty w niniejszym numerze ukazują się w ramach licencji
CC BY 4.0 International



PROGRESS

JOURNAL OF YOUNG RESEARCHERS

NR 7/2020

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU GDAŃSKIEGO

GDAŃSK 2020

Rada naukowa

Prof. dr hab. Bernard Lammek (Uniwersytet Gdański), Prof. dr hab. Maria Mendel (Uniwersytet Gdański), Prof. dr hab. Nadezhda S. Bratchikova (Moskiewski Uniwersytet Państwowy im. M.W. Łomonosowa, Rosja), dr hab. Tadeusz Dmochowski, prof. nadzw. (Uniwersytet Gdański), dr hab. Joanna Fac-Beneda, prof. nadzw. (Uniwersytet Gdański), dr hab. Arnold Klonczyński, prof. nadzw. (Uniwersytet Gdański), dr hab. Alicja Węgrzyn, prof. nadzw. (Instytut Biochemii i Biofizyki Polskiej Akademii Nauk), dr hab. Katarzyna Wojan, prof. nadzw. (Uniwersytet Gdański), dr Angelika Kędzierska-Szczepaniak (Uniwersytet Gdański), dr Maja Maciejewska-Szałas (Uniwersytet Gdański), dr Magdalena Markiewicz (Uniwersytet Gdański), Doc. dr Inessa I. Morozova (Narodowa Akademia Nauk Białorusi w Mińsku, Białoruś)

Redaktor naczelny

Dominik Bień

Sekretarz redakcji

Dominik Walczak

Redaktorzy

Maciej Ciemny, Andrzej Gierszewski, Piotr Kitowski, Anna Krajewska, Tomasz Pupacz, Bartłomiej Rosenkiewicz, Piotr Syczak, Piotr Zieliński

Redaktorzy językowi

Przemysław Mitura

Współpraca redakcyjna

Agnieszka Bień, Natalia Radecka-Kitowska

Adres redakcji czasopisma

Uniwersytet Gdański,
ul. Bażyńskiego 1a/407
80-309 Gdańsk
e-mail: progress@ug.edu.pl
www.progress.ug.edu.pl

Projekt okładki i stron tytułowych

Karolina Johnson
www.karolined.com

Na okładce wykorzystano zdjęcie Tristana Colangelo z zasobów Unsplash, na prawach wolnego dostępu

Redakcja

Jerzy Toczek

Skład i łamanie

Mariusz Szewczyk

Publikacja sfinansowana ze środków własnych czasopisma „Progress. Journal of Young Researchers”

Pierwotną wersją czasopisma jest wersja papierowa

© Copyright by Uniwersytet Gdański
Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego

ISSN 2543-8638
ISSN 2543-9928 (on-line)

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel./fax 58 523 11 37, tel. 725 991 206
e-mail: wydawnictwo@ug.edu.pl
www.wyd.ug.edu.pl

Księgarnia internetowa: www.kiw.ug.edu.pl

Spis treści

- 7 **Dominik Bień**
Wstęp

NAUKOWE

- 11 **Agnieszka Krzywdzińska**
Korespondencja na pocztówkach z czasów I wojny światowej adresowanych do ks. Stanisława Roehlega
- 45 **Agnieszka Deja**
Budowanie relacji społecznych w kontekście zaspokajania potrzeb podopiecznych przez pracowników rodzinnych domów dziecka
- 56 **Marlena Stradomska**
Profilaktyka społeczna XXI wieku na przykładzie streetworkingu i partyworkingu – ujęcie suicydologiczne
- 67 **Aleksandra Zuzanna Fijałkowska**
Próba porównania grobów końskich na cmentarzyskach Bałtów wschodnich i zachodnich w okresie wędrówek ludów i we wczesnym średniowieczu
- 77 **Karolina Magdalena Chroł**
O plagiacie, cytacie i inspiracji w sztuce
- 95 **Liza Rant**
Wybrane instrumenty ochrony praw konsumenta w Polsce
- 114 **Karolina Sitarz**
Czy artysta może być filozofem? Twórczość Leonarda da Vinci w kontekście myśli i filozofii renesansu
- 124 **Mateusz Wutkie**
Behawioralne aspekty inwestowania na rynkach finansowych
- 134 **Daria Kuling, Aleksandra Mazurek**
Marketing społeczny, storytelling i budowanie narracji w reklamie na przykładzie spotu „100 sekund dobra”

HISTORIA UG

- 143 **Dominik Bień**
Raport z badań. Ocena zaspokajania przez Dział Socjalny i Radę Zakładową potrzeb kulturalnych i wypoczynkowych pracowników Uniwersytetu Gdańskiego – źródło



Wstęp

Dominik Bień | Redaktor naczelny

Ostatnie miesiące upłynęły pod znakiem pandemii, która przeformułowała nasze codzienne życie. Pandemia zmieniła też uniwersytet i to chyba nawet w większym stopniu niż resztę systemu polityczno-gospodarczego. Ostatnie miesiące odebrały możliwość kształcenia, jakie było prowadzone dotąd. Zabrakło możliwości nawiązania relacji, jaka nawiązywała się w sali wykładowej czy ćwiczeniowej między nauczycielem a studentem. Wszelkie możliwości kontaktu przeniosły się całkowicie do sieci. Dla części uczestników tej relacji zwiększyło to wygodę współpracy, ale jednocześnie ją chyba spłyciło. Dla innych, szczególnie tych z małych miejscowości, pozostających poza zasięgiem sieci, utrudniło studia i codzienne funkcjonowanie. Po raz pierwszy w historii Uniwersytetu Gdańskiego nie doszło do tradycyjnej obrony prac dyplomowych, zabrakło zdjęć przed wydziałami, kwiatów i upominków. Narzędzia e-learningowe, do tej pory pomocnicze, zapośredniczyły wprost nasze relacje wewnątrz uczelni, niewątpliwie je zmieniając. Co więcej, nie jesteśmy jeszcze w stanie określić, w jakim kierunku ostatecznie te zmiany będą przebiegać. Na pewien okres zawieszono też możliwość prowadzenia części badań naukowych, zamknięto biblioteki, laboratoria i archiwa. Studenci w większości opuścili domy studenckie, udając się do domów rodzinnych, i przenieśli swoją aktywność do Internetu. Mimo trudności w ostatnich miesiącach niektóre procedury przebiegały zgodnie z planem. Wybrano rektora UG, którym po raz drugi został Jerzy Piotr Gwizdała. Wskazano kandydatów na dziekanów, senatorów, członków rad dyscyplin. Wszystko to miało miejsce za pośrednictwem narzędzi elektronicznych, ale odbyło się w ramach nieco tylko zmienionego scenariusza.

Trudno powiedzieć, jaki ostatecznie wpływ wywrze na nas pandemia, możliwe, że za rok lub dwa pozostanie tylko bliźną w świadomości

społecznej, przedłużonym urlopem dla jednych, a dla innych przerwą w działalności zawodowej związanej z utratą pracy. Ostatecznie może być tak, że gospodarka szybko podniesie się po wstrząsie i wrócimy do poprzedniego życia, ze wszystkimi urokami późnego kapitalizmu, nierówną dystrybucją dóbr, wzrastającym rozwarstwieniem społecznym, postępującą degeneracją środowiska naturalnego i pogonią za powierzchownymi doznaniem, jakie daje nam nieustająca konsumpcja.

Numer, który trzymacie Państwo w rękach, nie jest numerem tematycznie związanym z pandemią. Jest numerem, w którym autorzy, pisząc swoje artykuły, nie spodziewali się, co wydarzy się kilka tygodni później, jest ostatnim głosem studenckiego i doktoranckiego środowiska sprzed pandemii i zahamowania życia uczelni na kilka kolejnych miesięcy. W jakimś sensie jest to ilustracja tego, czym studenci i doktoranci żyli przed COVID-19. O czym pisali, czym się fascynowali, w jaki sposób wpłynęło to na ich badania. Co wydaje się ciekawe, ale trudno powiedzieć, czy pozostanie stałym trendem, przeważająca większość artykułów została napisana przez kobiety (studentki i doktorantki).

Pierwszy z artykułów sięga do czasów I wojny światowej i przedstawia ją z perspektywy księdza Stanisława Roehlega i jego korespondentów. Agnieszka Krzywdzińska przywołuje karty pocztowe, w których pojawia się obraz jednego z największych konfliktów zbrojnych w historii, ale, co ważne, z perspektywy szarych obywateli a nie postaci pierwszoplanowych. Autorka przytacza treść kart, ale również analizuje ich stronę graficzną. Artykuł opatrzone jest ilustracjami, które pozwalają czytelnikowi na pełniejsze zrozumienie analizowanych źródeł.

W drugim z proponowanych artykułów Agnieszka Deja podejmuje niezwykle ważny społecznie problem, jakim jest zaspokajanie potrzeb podopiecznych rodzinnych domów dziecka. Autorka korzystała w swoich badaniach, których efektem jest artykuł, z metod i technik badań etnograficznych. Artykuł niewątpliwie wzbogacają przytaczane przez autorkę fragmenty wywiadów pozwalające na rozpoznanie rozmaitych aspektów relacji opiekunów i dzieci z rodzinnymi domów dziecka.

Marlena Stradomska z Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej w Lublinie w artykule *Profilaktyka społeczna XXI wieku na przykładzie streetworkingu i partyworkingu – ujęcie suicydologiczne* podsumowuje swoje badania, których wartość polega również na tym, że były prowadzone we współpracy z Polskim Towarzystwem Suicydologicznym. Wywiady, będące narzędziem badawczym, pozwoliły autorce na wskazanie zachowań ryzykownych według partyworkerów i streetworkerów, a także możliwości zmian w zakresie funkcjonowania tych trudnych zawodów.

Temat odmienny od poprzednich (pedagogicznych lub z pogranicza pedagogiki) podejmuje Zuzanna Fijałkowska, dokonując *Próby porównania grobów końskich na cmentarzyskach Bałtów wschodnich i zachodnich w okresie wędrówek ludów i we wczesnym średniowieczu*. Rozważania dotyczące tytułowego tematu opierają się na trzech grupach przypadków: samodzielnych grobach końskich, grobach ludzkich

znajdujących się w pobliżu grobów końskich oraz grobach ludzkich niezawierających szczątków końskich, ale zawierających elementy rzędu końskiego. Autorka znajduje wiele podobieństw w pochówkach, jednocześnie jednak zauważa wiele różnic związanych choćby z częstotliwością łączenia pochówków końskich z ludzkimi czy wielkością szkieletu końskiego w grobach i sposobem pochówków.

Rozróżnienia między plagiatem, inspiracją i cytatem próbuje dokonać Karolina Magdalena Chroń. Temat jest złożony, gdyż dotyczy trudnego do eksploatacji w tym zakresie obszaru sztuki. Dodatkowo autorka podejmuje temat autoplagiatu, istotny nie tylko w obszarze sztuki, ale również w badaniach naukowych. Całość rozważań osadzona jest w rozwiązaniach prawnych dotyczących prawa autorskiego. Ostatecznie autorka stwierdza, że dokonanie tytułowego rozróżnienia jest w niektórych sytuacjach niemożliwe, a jedynym wyznacznikiem może być tu sumienie twórcy.

Autorką kolejnego artykułu z dyscypliny prawa jest Liza Rant, która przytacza *Wybrane instrumenty ochrony praw konsumenta w Polsce*. Autorka jako podstawę swoich rozważań stawia nierówność między konsumentem a przedsiębiorstwem, z którego usług czy towarów konsument korzysta. Do zniwelowania tej nierówności ma posłużyć nadanie konsumentowi określonych praw, a później ich konsekwentna ochrona. Ochrony tej mają dokonywać instytucje zarówno na szczeblu krajowym, jak i międzynarodowym. Autorka w kontekście ochrony omawia działalność Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów. Dochodzi do wniosku, że poza ochroną, jakie zapewniają uregulowania prawne i instytucjonalne, istotne znaczenie ma edukacja i świadomość konsumentów odnośnie do posiadanych praw.

Temat dotyczący związków sztuki i filozofii pojawia się w kolejnym artykule. Autorka rozważa związki pomiędzy tymi obszarami, opierając się na przykładzie Leonarda da Vinci. Tłem rozważań jest renesansowa filozofia, którą według autorki charakteryzuje „humanizm, naturalny system kultury, zainteresowanie filozofią przyrody oraz odrzucenie scholastyki”, a także antropocentryzm i „przekonanie o wielkości (...) swoich czasów”. Na tym podłożu wyrósł geniusz Da Vinci, który objawiał się poza filozofią i sztuką również w nauce.

Mateusz Wutkie w swoim artykule porusza się na pograniczu finansów i psychologii, wskazując, na ile dobre przygotowanie psychologiczne może wpłynąć na skuteczność inwestowania. Analizuje również, jak strach i chciwość mogą wpłynąć na popełniane przez inwestorów błędy. Istotne znaczenie w kontekście problemów w inwestowaniu ma też zdaniem autora subiektywne postrzeganie rynku.

Daria Kuling i Aleksandra Mazurek poświęcają swój artykuł spotowi „100 sekund dobra”. Omawiają zarówno treść spotu, jego warstwę wizualną i narracyjną, jak i samą firmę, która spot wypuściła (Jeronimo Martins). W tym kontekście wskazują też na zjawisko marketingu społecznego jako sposobu komunikacji firmy z klientami w szerszym obszarze niż przekazywanie informacji o produktach czy usługach, ale w sferze

przekazywania wartości. W zakończeniu autorki dokonują rozróżnienia na reklamy mało wartościowe, których w większości konsumenci unikają (np. wykupując wersję premium aplikacji), i reklamy, w których „marketingowcy (...) starają się zwrócić uwagę odbiorcy treściami wartościowymi”.

Ostatni tekst wpisuje się w jubileusz pięćdziesięciolecia Uniwersytetu Gdańskiego, który ze względu na trwającą pandemię został przedłużony do 2021 roku. Artykuł jest przedrukiem *Raportu z badań. Ocena zaspokajania przez Dział Socjalny i Radę Zakładową potrzeb kulturalnych i wypoczynkowych pracowników Uniwersytetu Gdańskiego*, który został opracowany w 1977 roku przez jedną z jednostek UG. Z raportu dowiadujemy się m.in., jakie były problemy pracowników w zakresie czasu wolnego i korzystania z kultury, jak rysowały się ich preferencje odnośnie do zmian w tych obszarach, jak postrzegali działalność Związku Nauczycielstwa Polskiego w swoim zakładzie pracy.



Korespondencja na pocztówkach z czasów I wojny światowej adresowanych do ks. Stanisława Roehlego

Agnieszka Krzywdzińska | Uniwersytet Gdański
<https://orcid.org/0000-0002-0517-1058>

Streszczenie

Słowa kluczowe:
korespondencja,
karta pocztowa,
pocztówka, I wojna
światowa, ksiądz
Stanisław Roehle

Celem artykułu było przedstawienie i analiza 17 kart pocztowych z kolekcji księdza Stanisława Roehlego, wysłanych w czasach I wojny światowej, których treść wielokrotnie związana była z tematyką wojenną. Korespondencja zawiera unikatowe, dotąd niepublikowane, wspomnienia z czasów konfliktu. Jest źródłem do badania nastrojów ludności, ukazując codzienne troski, obawy i nadzieje. Za pomocą krótkich informacji lub strony wizualnej kart pocztowych buduje sugestywne narracje o życiu zwykłych ludzi na tle polityki światowej.

Correspondence on postcards from the First World War addressed to priest Stanisław Roehle (Summary)

Keywords:
correspondence,
postcard,
World War I, priest
Stanisław Roehle

The purpose of the article was to present and analyze 17 postcards from the collection of priest Stanisław Roehle, which were sent during World War I and the content of which is often related to war theme. The correspondence contains unique, unpublished memories of the conflict. It is a source for studying the mood of the population, showing everyday worries, fears and hopes. By short information or the visual side of postcards, it builds suggestive narratives about the lives of ordinary people against the backdrop of world politics.

Wstęp

Zbiór 193 kart pocztowych księdza Stanisława Roehlego z lat 1904–1959, odnaleziony wśród makulatury w Domu Księży Emerytów w Zamartem koło Chojnic, jest cennym zespołem źródeł filokartystycznych. Wśród kolekcji znalazło się 17 pocztówek wysłanych w czasach I wojny światowej, których treść wielokrotnie związana jest z jej tematyką. Korespondencja zawiera unikatowe wspomnienia z czasów konfliktu. Choć brakuje w niej informacji o przebiegu

bitew, jest źródłem ukazującym nastroje ludności, codzienne troski, obawy i nadzieje. Treści kart pocztowych to słowa zwykłych ludzi, którzy żyli w niecodziennych czasach.

Pierwotny właściciel zbioru Stanisław Roehle urodził się 13 maja 1885 r. w Chełmnie. Kształcił się w gimnazjum chełmińskim, a następnie podjął studia w Seminarium Duchownym w Pelplinie (1904–1905, 1909–1911) oraz jako stypendysta TPN na uniwersytecie w Strasburgu (1905–1906) i Wrocławiu (1906–1909). Został wyświęcony 2 kwietnia 1911 r. w Pelplinie. Był związany z parafiami w: Skarlinie, Chełmży, Lubichowie, Strzeczcu, Szywnaldzie, Nawrze, Kościerzynie, Papowie Biskupim, Grucznie, Żukowie, Osieku, Luzinie, Zblewie, Parchowie, Kijewie, Kręgu. Od 1931 r. jako emeryt zamieszkał w Domu Księża Emerytów w Zamartem, gdzie po wojnie został dyrektorem oraz administratorem parafii. Zmarł w Zamartem 8 listopada 1966 r. (Mross 1995: 269; Akta St. Roehle; Gimnazjum Chełmno; ZTPN, St. Roehle).

1915

Pierwsza pocztówka *Pozdrowienie z Krobi* (il. 1, il. 2, 16.03.15) zawiera wiadomość od A. Wysokiego i ks. Maksymiliana Jana Putynkowskiego z Krobi. Adresowana jest do kolejnej parafii Stanisława Roehlego w Kościerzynie:

Wielebny Księżu!

Serdeczne dzięki za karte, którą przed kilku tygodni odebrałem. Czas mi tu płynie dość szybko, toć jestem już dwa tygodnie tutaj. Z Ks. Ściesińskim poznałem się zaraz drugiego dnia. Dałem go od Ks. Dobr. pozdrowić. Przebywa często u państwa R. Przysposabiał tych chłopców. Co słyhać nowego o wojnie i o Kościerzynie, czy p. Zimnego już zawezwano. Na Wielkanoc pojedę z pewnością do Berlina do siostry. Pozdr. serdecznie A. Wysocki

Uprzejme ukłony Ks. Putynkowski

A. Wysocki dopytuje ks. Roehlego o wiadomości na temat wojny. Na początku 1915 r. był to z pewnością temat, który żywo zaprzętał myśli ludzi. Widoczne jest to również w tym przypadku. Nadawca nie ogranicza się tylko do informacji na temat swojego pobytu w Krobi oraz wieści na temat wspólnych znajomych. W codzienność zaczynają się wkradać myśli o przebiegu działań wojennych. Trudno w tak lakonicznych słowach odnaleźć intencje nadawcy. Być może, zadając pytanie, kierowany był ciekawością, a być może obawą. Tym bardziej iż chciał również wiedzieć, jak wygląda sytuacja pana Zimnego¹ i czy, jak rzesza innych mężczyzn, otrzymał już wezwanie do wojska².

Ksiądz Maksymilian Putynkowski (1885–1939), który przesyła pozdrowienia, był w latach 1914–1916 wikarym w Kościerzynie, gdzie posługę pełnił również Roehle.

¹ Mógł być to jeden z mężczyzn o nazwisku Zimny, którzy to znaleźli się na liście strat. Lekko ranny (Lista strat 3, online) lub ciężko ranny (Lista strat 2, online).

² Powszechna mobilizacja do wojska niemieckiego została ogłoszona 1 sierpnia 1914 r., kiedy to Niemcy wypowiedziały wojnę Rosji (Kaczmarek 2014: 5–17).

Prawdopodobnie poznali się już wcześniej, ponieważ Putynkowski od 1909 r. kształcił się w Seminarium Duchownym w Pelplinie³, gdzie 9 marca 1913 r. otrzymał święcenia kapłańskie (Mross 1995: 258).

Na stronie ilustrowanej pocztówki umieszczano najważniejsze obiekty w Krobi. Pierwszym z nich jest ratusz. Najstarsze zapisy o funkcjonowaniu tej budowli pochodzą z XV wieku. W 1804 r. na jego wieży umieszczono widoczny do dnia dzisiejszego zegar. Jednakże zachowana do dziś neoromańska, murowana architektura pochodzi z 1845 r. Na pierwszym planie pocztówki pomnik Jana Nepomucena (1920 r.), w oddali kamienice (Grupa, Miałkowski 2007: 59–60).

Następny obiekt na karcie pocztowej został błędnie przyporządkowany. Twórcy pocztówki określili go jako pałac arcybiskupa i zapewne pomylili z pałacem arcybiskupów poznańskich, znajdującym się w parku nieopodal kościoła św. Mikołaja. Ten budynek z czerwonej cegły wybudowany w XIX wieku pełni obecnie funkcję domu parafialnego (Historia parafii w Krobi, dostęp 19.09.2020). W rzeczywistości jest to dom pastora⁴, który należał do powstałej pod koniec XIX wieku miejscowej parafii ewangelickiej. Obok kościoła ewangelickiego powstała wtedy tzw. pastorówka – siedziba pastora, której architekturę zobrazowano na karcie pocztowej (Pastorówka ewangelicka, online). Obecnie budynek został przebudowany na siedzibę służby zdrowia (Grupa, Miałkowski 2007: 80).

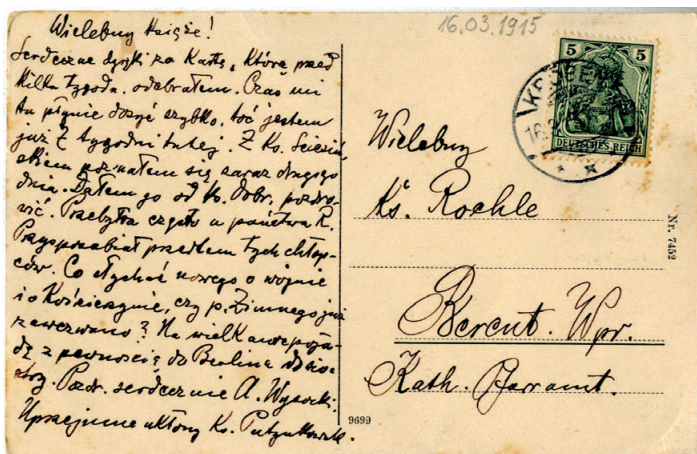
Następnie zaprezentowano kościół katolicki p.w. św. Mikołaja. Wcześniejsza świątynia funkcjonująca w tym miejscu została zniszczona w pożarze. Do jej odbudowy przystąpiono w latach 1757–1767. W ten sposób powstała murowana z cegły, otynkowana, bazylikowa świątynia trójnawowa (Grupa, Miałkowski 2007: 15–18).

³ Stanisław Roehle studiował w seminarium pelplińskim z przerwami w latach 1904–1905 i 1909–1911 (ZTPN, St. Roehle).

⁴ Budynek pastorówki w towarzystwie kościoła ewangelickiego (obecnie dom kultury i kino) znalazł się na karcie pocztowej z 1900 r. (Grupa, Miałkowski 2007: 213).



1.



2.

Krótkie życzenia wielkanocne znalazły się na pocztówce *Wesołego Alleluja* (il. 3, il. 4, 02.04.15). Rodzina Kwiatkowskich z Torunia, przysyłając życzenia i znak pamięci, daje również sygnał, iż mimo toczącej się wówczas wojny życie toczy się dalej. Potrzebny jest moment odpoczynku w gronie najbliższych. Jednakże w trudnych czasach nie sposób uciec od myśli na temat krewnych i znajomych, których nie ma przy wspólnym stole. Otrzymali powołanie do wojska lub zmarli.

Wesołych świąt życzy

familia Kwiatkowskich

Dziękujemy serdecznie za list.

Natomiast przedstawienie ostatniej wieczerzy na ilustracji jest o tyle nietypowe, iż Jezus został ukazany nie pośrodku stołu, a u szczytu. Na drugim planie widnieje spoglądający na całą scenę Judasz.



3.



4.

Kolejna pocztówka A. Setkowicz. Apoteoza Grottgera *Apothéose de Grottger* (il. 5, il. 6, 10.10.15), wysłana za pomocą poczty polowej, od Hieronima Sciesińskiego⁵, zawiera tragiczne wieści:

Koronowo, dnia 10.10.15

Kochany Ks. Kuzynie!

⁵ Mógł być to jeden z mężczyzn wskazanych na liście strat, jednakże żaden z nich nie został wymieniony z imienia jako Hieronim: <http://des.genealogy.net/eingabe-verlustlisten/search/index> [dostęp: 19.09.2020].

Bawię od niejakego czasu tutaj w Koronow. w. lazarecie i bywam częściej w domu gdzie do wiedziałem się, że twój brat Franciszek pad ofiary tej okropnej wojny, smutno i cieszko płakałem ale trudno i ja jezdem rany od 28.12.14 i pewno kaleką do śmierci pozostanę, gdysz mam nerwy w lewej nodze ponad kolanem przestrzelone. Tak zresztą my się dosyć wiedzie. Tym czasem kończę. Pozostają z miłem i serdecznem pozdr. Twój Kuzyn Hier Sciesiński

Pozdrowienie od Rodziców i siostry

Z karty pocztowej dowiadujemy się o śmierci młodszego brata księdza – Franciszka – zaledwie 24-letniego⁶. Był żołnierzem 1 kompanii sanitarnej XVII Korpusu Armijnego (Lista strat 1, online). Nie podano dokładnych okoliczności ani miejsca zgonu, jednakże było to spowodowane powołaniem mieszkańca Chełmna do wojska niemieckiego i walką na froncie I wojny światowej. Franciszek Nalazek, jeden spośród 10 mln żołnierzy, którzy stracili życie w czasie Wielkiej Wojny, odszedł przedwcześnie. Z treści korespondencji nie wynika również, gdzie został pochowany. Wojenna pożoga na zawsze odcisnęła piętno na sercu ks. Stanisława z powodu śmierci bardzo bliskiej mu osoby. Również sam Hieronim został ciężko doświadczony przez los. W momencie pisania wiadomości przebywał w lazarecie w Koronowie na Pomorzu. 28 grudnia 1914 r., zaledwie dwa dni po świętach Bożego Narodzenia, został postrzelony w nogę. Pocisk, który trafił go nad kolanem, uczynił go niepełnosprawnym na resztę życia. Nadawca korespondencji stara się jednak nie tracić nadziei i wszystkie te tragiczne w skutkach informacje kwituje stwierdzeniem: *Tak zresztą my się dosyć wiedzie.*

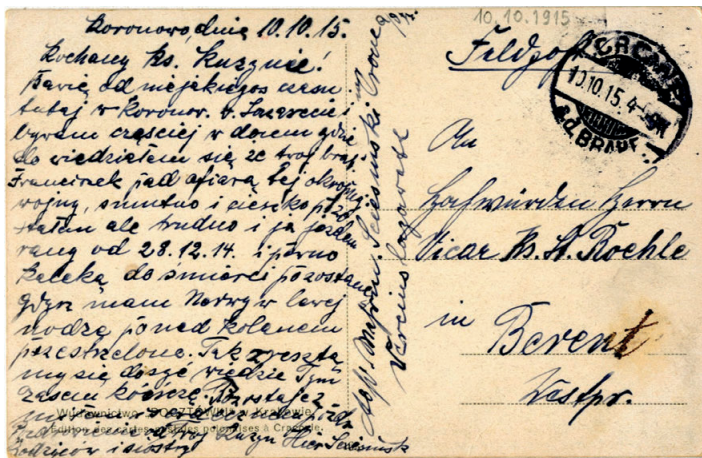
Wybór pocztówki też z pewnością nie był przypadkowy. Wpisuje się ona w krąg kart o tematyce patriotycznej, bardzo popularnych w przededniu odzyskania przez Polskę niepodległości. Stanowi swoisty hołd dla malarza, którego prace rozpowszechniane w formie powstańczych kartonów zyskały nie tylko popularność, ale i stały się symbolem narodowej martyrologii (Skorupa 2015: 54). Tak zwane pocztówki grottgerowskie były prekursorami polskich pocztówek patriotycznych, jeśli nie nawet całej pocztówki polskiej ilustrowanej (Baranowska 1992: 33). Sam artysta reprodukował kartony z cyklu „Polonia”, zapewniając sobie tym samym dochody (Porębski 1975: 59). Kartony Grottgera w potocznej wyobraźni kojarzą się z powstańczą walką oraz polskim pojęciem patriotyzmu w myśl słów: Bóg, honor, ojczyzna (Lewicka-Morawska 1995: 97). Pocztówka ze zbioru ks. Roehlego przedstawia gloryfikację malarza w wykonaniu innego autora Andrzeja Setkowicza, co może świadczyć o popularności tych pocztówek i samego Grottgera. Na karcie pocztowej anioł chwały wieńczy mistrza, a Muza prowadzi pielgrzymą, którym jest Grottger. Zakrywa on oczy, aby nie widzieć okropności wojny.

⁶ Ojciec Stanisława Karol Roehle zmarł niecałe dwa lata po narodzinach syna (1 maja 1887 r.), zaś jego matka Marianna, z domu Wybrańska, wkrótce ponownie wyszła za mąż za cieślę i właściciela przedsiębiorstwa Franciszka Nalazka. Z tego związku narodziło się dwóch synów: Józef i Franciszek (Akta St. Roehle). Młodszy z przyrodnich braci ks. Roehlego Franciszek Nalazek urodził się 5 września 1891 r. (Gimnazjum Chełmno).



A. Setkowicz, X. 1872 Korona APOTHEZA GROTTGERA.
Korona Poczta APOTHÉOSE DE GROTTGER.

5.



6.

1916

I wojna światowa jest również nieodzownie związana z inną kartką pocztową *Saarburg. Bez. Trier von 100 Jahren* wysłaną przez pocztę polową z Saarburga z korespondencją w języku niemieckim (il. 7, il. 8, 26.02.16).

Besten Gruß

Ihr Sprade

Unteroff. Sprade, Rekrutendepot, Saarburg, Feldpostkarte

Tłumaczenie:

Serdeczne pozdrowienia

Pański Sprade

Kapral Sprade, punkt rekrutacyjny, Saarburg, poczta polowa

Jest to swoisty znak życia przesłany przez bliską osobę. Choć sam Stanisław Roehle, wówczas już wyświęcony kapłan, nie brał udziału w starciach zbrojnych, to konflikt z całą pewnością go nie ominął. Troska o najbliższych, rozpacz po śmierci i obawa o ich zdrowie i życie to tylko niektóre z odczuć, które mu wówczas towarzyszyły. Tym bardziej pocztówkowa pamiątka od kaprała Spradego musiała być dla niego cenna. Listy i pocztówki polowe spełniały wiele bardzo ważnych funkcji psychologicznych i społecznych dla żołnierzy, którzy byli na wojnie, jak i dla ich krewnych. Poczta polowa służyła wówczas wymianie korespondencji pomiędzy żołnierzami, albo jak w tym przypadku, również z ludnością cywilną. Za taką korespondencją nie były pobierane opłaty.

Rycina przedstawia wygląd Saarburga na początku XIX wieku. Widoczne na pocztówce okolice miasta i rzeki Saary charakteryzują się stromymi zboczami górskimi, głęboko wyciętymi dolinami i długimi krętymi górami. Region znany jest z produkcji win.

Historia miasta rozpoczyna się od budowy zamku przez Grafa Siegfrieda z Luksemburga w 964 r. W późniejszych latach zamek był używany jako rezydencja arcybiskupów Trewiru. W czasie wojen religijnych w XVI wieku wzrosło strategiczne znaczenie Saarburga. Od 1756 r. rozpoczął się postępujący upadek zamku, który obecnie jest w ruinie (Historia miasta Saarburg, online).



7.



8.

Zaprzyjaźniony ksiądz Putynkowski sporządził również następną wiadomość z pobytu w położonym nad Renem Unkel w zachodnich Niemczech. Informuje w niej o swoich planach na najbliższą przyszłość (il. 9, il. 10, 30.03.16):

Unkel a. Rh. d. 30. III. 1916 r.

Carissime⁷! Rozpatrzyłem się cokolwiek w tutejszej okolicy, a już przychodzi mi opuszczać Ren z jego urozmaiceniem. W poniedziałek 3go kwietnia wracam do dyeceji by kilka dni spędzić u rodziców, a później wszelkie ważniejsze korespondencje proszę wysłać na mój adres

⁷ Łac. najdroższy.

do Komierowa⁸ p. Zempelkowo⁹ Wpr¹⁰. Spodziewam się, iż w środę 5go już będę u rodziców.
Pozdrawiam

Ks. Putynkowski

Widoczna na karcie *Gruss vom Drachenfels* góra o wysokości 321 m n.p.m. jest najstynniejszym wzniesieniem na obszarze Siedmiogórza. Powszechnie mówi się, że wzniesienie swoją nazwę zawdzięcza mieszkającemu w tym miejscu smokowi, jednakże bardziej prawdopodobne jest, że pochodzi od wulkanicznego trachitu, który wydobywano już w czasach Cesarstwa Rzymskiego (Opis Drachenfels, online). Na jej szczycie znajdują się ruiny zamku pochodzącego z 1138 r. Na górę można się dostać za pomocą Drachenfelsbahn – najstarszej kolei zębatej w Niemczech, powstałej w latach 1881–1882, a oddanej do użytku 17 lipca 1883 r. (Garber, Elste 2009: 149). Aż do roku 1960 używano w niej wagonów parowych (Historia Drachenfelsbahn, dostęp: 19.09.2020). Poczta przedstawia widok okolicy z poziomu torów kolejowych, kamienny most, przejeżdżające wagony kolejowe w otoczeniu spacerowiczów oraz osób na osiołkach. Wąskotorowa kolej zębata rozpoczyna bieg w centrum Königswinter, a kończy pod szczytem góry Drachenfels, tym samym pokonując różnicę poziomów w wysokości 220 metrów (Gragt 1968: 120). Osiołki nie są w tym miejscu przypadkowe, ponieważ trasa spacerowa na szczyt nosi miano der Eselsweg (Szlak Osłów) i tradycyjnie właśnie na tych zwierzętach można się było dostać na szczyt (Opis Drachenfels, online).

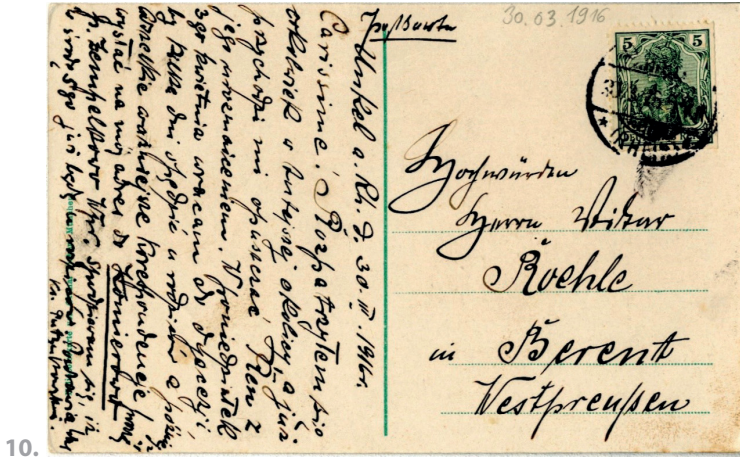


9.

⁸ We wsi Komierowo w 1863 r. zbudowano kościół filialny pw. św. Michała Archanioła (Słownik geograficzny Królestwa Polskiego i innych krajów słowiańskich, online).

⁹ Zempelkowo to miejscowość, która przed traktatem wersalskim znajdowała się w Rzeszy Niemieckiej w powiecie Flatow (obecnie Złotów). Obecnie nosi nazwę Przepańkowo i leży w woj. kujawsko-pomorskim.

¹⁰ Westpreussen.



Kolejna karta od tego samego nadawcy również pochodzi z malowniczego rejonu Siedmiogórza, znanego ośrodka turystyki (il. 11, il. 12, 3.04.16):

Unkel, d. 2. IV. 16 r.

Carissime!

Z powodu kontrolki naznaczonej na środę przybędę we czwartek wieczorem 10½ do Kościerzyny.

Do widzenia

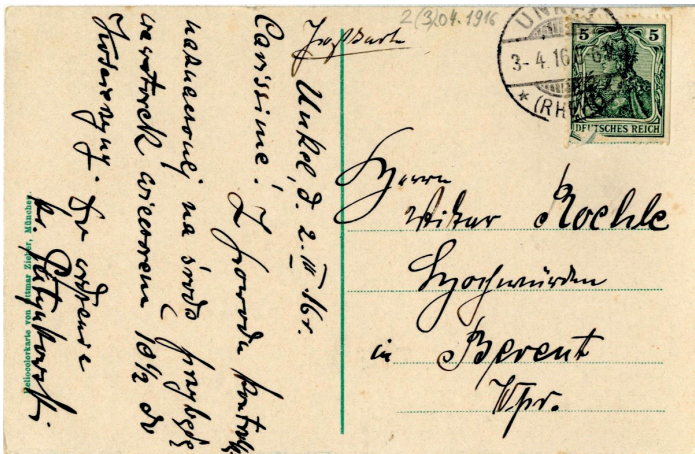
ks. Putynkowski

Ksiądz Putynkowski zamierzał wrócić do Kościerzyny, gdzie wraz z ks. Roehle byli wikariuszami (Mross 1995: 258).

Na stronie ilustrowanej, w oddali, widoczny jest zamek Drachenburg, który został zbudowany w latach 1882–1884 dla Stephana von Sarter. Utrzymany jest w XIX-wiecznym stylu historyzmu, nawiązującego do architektury średniowiecznej. Zwraca uwagę mnogością wież, wykuszów i blanek. Po prawej widoczne są natomiast ruiny zamku Drachenfels. Wybudowano go dla arcybiskupa Arnolda z Kolonii w latach 1138–1167. Miejsce zyskało niezwykłą popularność po wizycie lorda Byrona, by wkrótce stać się punktem kulminacyjnym tak zwanego romantyzmu nadreńskiego (Opis Drachenfels, online).



11.



12.

1917

Pocztówka fotograficzna wysłana do nowej parafii ks. Roehlego w Papowie Biskupim pochodzi od rodziny (il. 13, il. 14, 19.04.17):

Przysyłami Na pamiątkę

Naszą Podobiznę

Ks. Wujkowi

Całujem Rece Kapłańskie

Familia Wybrańskich

[...] ¹¹ 20.04.07.

Proszę kilka słów odpowiedzi

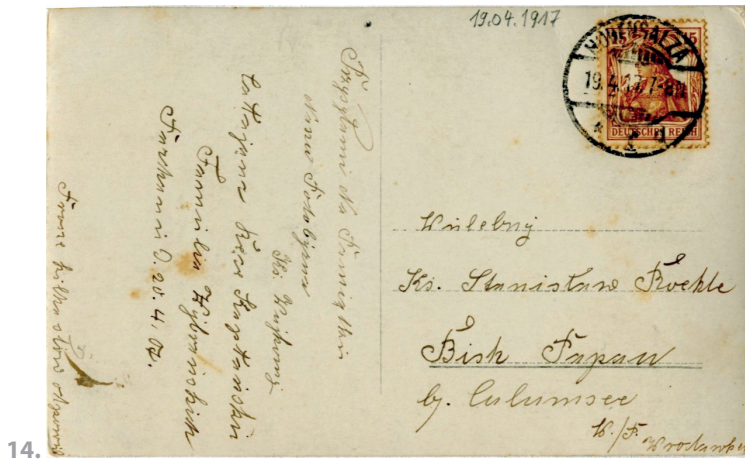
Jak informuje treść korespondencji, na fotografii znajduje się familia Wybrańskich z Inowrocławia, krewni księdza. Zdjęcie również zostało wykonane jako pamiątka. Ukazano na niej pięć osób: stojącą młodą kobietę, zapewne matkę chłopców, siedzących trzech synów oraz babcię. Widać również, że chłopcy, chociaż w podobnym wieku i wszyscy eleganccy, ubrani są w odmienne stroje. Zestawienie jest cokolwiek niecodzienne, ponieważ od razu rzuca się w oczy brak mężczyzn w sile wieku. Nieobecni mężczyźni znajdują się, być może, daleko od rodziny, na froncie. Można zaryzykować stwierdzenie, że powodem nieobecności jest przedwczesna śmierć członka rodziny, ponieważ wszystkie postacie są ubrane na czarno i mają smutny wyraz twarzy, co szczególnie widoczne jest w postaciach kobiecych. Młodsza kobieta, stojąca na środku, wydaje się w zaistniałych okolicznościach przejmować funkcję głowy rodziny.

Zastanawiająca jest data sporządzenia korespondencji. Odręczny zapis nadawcy to 20.04.07, jednakże stempel wskazuje nie na rok 1907, a 1917. Fakt, iż pocztówka została wysłana w czasie wojny dodatkowo potwierdza fakt, że w adresie wskazano Papowo Biskupie, gdzie ks. Roehle w latach 1916–1918 pełnił funkcję wikarego w kościele św. Mikołaja (Parafia w Papowie Biskupim, online).



13.

¹¹ [...] oznacza miejsce nieczytelne.



14.

Najwięcej jednak wieści na temat wojny płynie z pocztówek wysłanych przez brata ks. Stanisława, Józefa Nalazka, z Bukaresztu (il. 15, il. 16, data napisana odręcznie: 10.05.17). Pierwsza z nich *Bucuresti. Minist. Domeniilor-Monumental Bratanianu. Domänen Ministerium u. Bratanianu Denkmal* zawiera korespondencję:

[...]

Bukareszt, dnia 10go. maja 1917 r.

Kochany Stasiu.

Z Bukaresztu miłe pozdrowienia. Zapewne kartę z Budapesztu żeś odebrał. Bukareszt jest drogie miasto. Na szczęście jadam w Casino za 2,70 M dziennie. Tyle też dostanę z kasy wojskowej na jedzenie. Wszystko drogie, nawet cygara i papierosy. Czysto niemieckie cygaro kosztuje tu do 80 fenigów sztuka, lepsze do 2 marek, papier 20-50 fenigów. Cukier nie do zapłacenia funt do 8 marek. Zabrałem ze sobą 2 funty cukru, którego zaraz mogłem się pozbyć za 15 marek. Miasto jest piękne. Pozostanę zapewne jeszcze tydzień tutaj, potem będę urzędował w Craiovie¹², które to miasto o 100000 mieszkańców ma być tańsze i więcej przyjemne. Upał się rozpoczął, dochodzi w czysto letowej porze do 70 stopni. Będę pracował jako sekretarz przy cywilnym sądzie, który to sąd rozstrzyga spory Rumuńczyków i Niemców, Austryjaków, Bułgarów, Turków między sobą. Adres mój się nie zadługo zmieni, lecz poczta mnie i stąd dojdzie.

Józef

Warto w tym miejscu zastanowić się, jak Wielka Wojna wpłynęła na koleje życia Józefa Nalazka i w jaki sposób znalazł się on w Bukareszcie. Rumunia bardzo długo nie była w stanie zdecydować się, czy pozostać neutralną czy opowiedzieć się po którejś ze stron konfliktu. Król Karol I Hohenzollern stał na stanowisku proniemieckim i proaustriackim. Jednakże coraz mocniej dał się odczuć antagonizm dotyczący terytoriów węgierskich – Siedmiogrodu i Bukowiny, które były w większości zamieszkane

¹² Krajowa – miasto w Rumunii.

przez ludność pochodzenia rumuńskiego. Początkowo, 5 sierpnia 1914 r., Rumunia ogłosiła neutralność, lecz ostatecznie ofensywa rosyjska spowodowała, że Rumunia opowiedziała się po stronie ententy i 17 sierpnia 1916 r. podpisała układ polityczny oraz konwencję militarną. Rumunia 27 sierpnia wypowiedziała wojnę Austro-Węgrom, natomiast 28 sierpnia wojnę Bukaresztowi wypowiedziały Niemcy. Podobnie uczyniła 30 sierpnia Turcja, a 1 września Bułgaria. Dowódcą armii niemiecko-austriacko-węgierskiej, w której służył Nalazek, został gen. Falkenhayn. Początkowo wojska rumuńskie wkroczyły na terytorium Siedmiogrodu, jednakże wkrótce zostały wyparte przez armię państw centralnych. Od południa oddziały bułgarskie i niemieckie wdarły się do Dobrudży, 6 grudnia 1916 r. zajęły Bukareszt, natomiast w styczniu wojska państw centralnych odniosły następny sukces w Dobrudży, zwycięstwo pod Fokszanami i nad Putną. W połowie stycznia 1917 r. południowa część Mołdawii i cała Wołoszczyzna należały już do państw centralnych. Lato 1917 r. to okres kolejnych sukcesów Niemców i Austriaków w walkach w północnej Mołdawii i na Bukowinie. Armia rumuńska była niemal zupełnie rozbita, czego konsekwencją był rozejm zawarty 10 grudnia 1917 r. pomiędzy Rumunią a państwami centralnymi, zaś 7 maja 1918 r. podpisano pokój w Bukareszcie. Ratunkiem dla Bukaresztu stała się zbliżająca się klęska państw centralnych (Dąbrowski 1937).

Pierwszej karty pocztowej z Budapesztu, o której wspomina Józef, brakuje w zbiorze. Prawdopodobnie z powodu zawieruchy wojennej nigdy nie dotarła do księdza. Nalazkowi rumuńskie miasto nie przydało do gustu. Przede wszystkim znalazł się tu z obowiązku, ponieważ otrzymał powołanie do niemieckiego wojska. Wszystkie produkty, które szczegółowo wylicza w wiadomości, uważa za drogie. Jednakże raczej nie jest to wina niegościnnych warunków w mieście, a postępującej inflacji. Postanowił nawet sprzedać przywieziony ze sobą cukier. Mimo wszystkich nieprzyjemnych okoliczności potrafi jednak docenić piękno miasta. Wygląda również nadchodzącej przeprowadzki do położonej na Wołoszczyźnie Krajowej, gdzie ma nadzieję zastać lepsze warunki. Ma tam podjąć, zgodnie ze swoim prawniczym wykształceniem¹³, obowiązki w charakterze sekretarza przy sądzie cywilnym. To dobra wiadomość, ponieważ dzięki temu będzie mógł się poczuć bezpiecznie z dala od frontu i działań wojennych. Sąd ten rozstrzygał konflikty narodów zamieszkałych w Austro-Węgrzech: Rumunów i Niemców, Austriaków, Bułgarów, Turków. Zastanawiająca jest wysoka temperatura, na którą skarży się Józef – 70°C jest niemożliwe nawet w porze letniej. Natomiast 70°F to zaledwie 21°C, a więc trudno to nazwać upałami.

Pomnik widoczny na czarno-białej pocztówce upamiętnia postać rumuńskiego męża stanu i długoletniego premiera (1876–1888), jednego z najważniejszych polityków

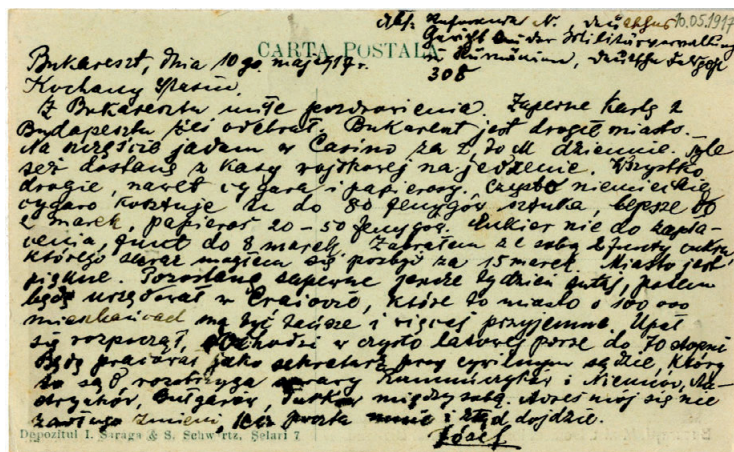
¹³ W 1910 r. Józef Nalazek rozpoczął studia prawnicze na Uniwersytecie we Wrocławiu (Königliche Universität zu Breslau – Universitas Litterarum Vratislaviensis). Następnie kształcił się w Berlinie (Friedrich-Wilhelms-Universität zu Berlin, 1911 r.), a od 1912 r. na Uniwersytecie w Kilonii (Christian-Albrechts-Universität zu Kiel); Archiwum Państwowe w Toruniu, Zespół Towarzystwa Pomocy Naukowej w Toruniu (ZTPN, J. Nalazek).

XIX wieku, Iona C. Brătianu (1821–1891) (Brtiannica, dostęp: 19.09.2020). Proklamował on niepodległość Rumunii (1877) i ustanowienie królestwa (1881) (Demel 1986: 341).

Pomnik został odsłonięty w 1903 r. na skrzyżowaniu bulwaru Colței (dzisiejszego bulwaru IC Brătianu) oraz bulwaru Karola I. Projekt jest dziełem Petre Antonescu, a wykonanie Ernesta Henriego Dubois. W 1948 r. monument został rozebrany przez reżim komunistyczny, a brązowe posągi zostały stopione. Obecna rekonstrukcja pochodzi z 2019 r. jest dziełem Ionela Stoicescu, który odtworzył oryginał (Statua rumuńskiego premiera z XIX wieku w centrum Bukaresztu, online).



15.



16.

Kolejna karta pocztowa to również wiadomość z frontu, od innego krewnego – Bolesława (il. 17, il. 18, data napisana odręcznie: 26.10.17):

Koch. Ks. Stasiu!

Niewiem, z jakiej przyczyny tak długo [napis ołówkiem powyżej: od kiedy] od Ciebie żadnej wiadomości nie otrzymuję. Przyślij chociaż kartkę. Po drugiej stronie masz coś narodowego – to na pamiątkę z Galicji od mnie.

Pozdrawiam Cię mile i serdecznie,

Bolesław.

Nadawca uskarża się, że nie otrzymuje wiadomości od księdza. Mogło to być spowodowane realiami wojennymi i utrudnieniami w dostarczeniu korespondencji. Trudno uwierzyć, żeby Roehle nie interesował się życiem kuzyna i specjalnie nie wysyłał mu wiadomości. Bolesław Pieczka, mieszkający na Śląsku, również otrzymał powołanie do armii. W momencie wysłania karty stacjonował w Galicji i wysłał kartkę za pomocą poczty polowej. Z treści korespondencji emanuje raczej ostrożny optymizm, a Bolesław zdaje się nie narzekać na swój los. Słowa: *to na pamiątkę z Galicji od mnie*, wskazują, że swoje wojenne losy traktuje być może w kategoriach przygody i okazji do poznania świata. Podobne zdanie mogłoby się znaleźć na pocztówce z podróży krajoznawczej.

Na stronie ilustrowanej znajduje się wizerunek Polonii oraz orła białego trzymającego w dziobie miecz. Poniżej tocząca się bitwa, być może z okresu wojen napoleońskich lub Księstwa Warszawskiego, i powiewające polskie sztandary. Kartka pocztowa nie została wybrana w sposób przypadkowy. Pocztówka ma charakter patriotyczny i świadczyć może o nadziejach mężczyzn na odzyskanie przez Polskę niepodległości w wyniku konfliktu mocarstw podczas I wojny światowej. Pod spodem widnieją słowa wiersza:

Wolność, droga w białej szacie,

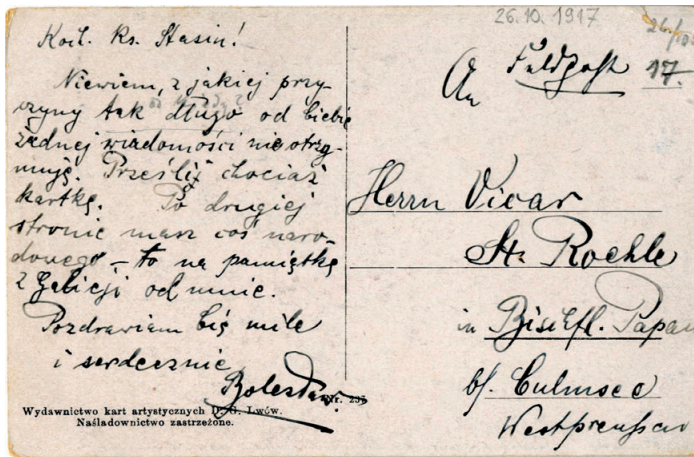
Obok Biały Orzeł leci

Na jej czele, patrzaj bracie,

Korona Jagiełłów świeci.



17.



18.

Od tego samego nadawcy pochodzi również kolejna pocztówka, także o charakterze patriotycznym (il. 19, il. 20, data napisana odręcznie: 12.11.17):

Ko. Ks. St. dn 12/XI. 1917.

Twoje listy otrzymałem, za które Ci serdecznie dziękuję. W ostatnim liście znajdowały się „Zapiski Tow. Naukow. w Toruniu” dla mnie bardzo zajmujące. Czytuję tu dużo, nawet bardzo dużo,

sławne polskie gazety lwowskie i krakowskie. Wiele jestem poinformowany całą polityką teraźniejszą. Czytam nawet dla interesu ukraińskie gazety, które ogromnie na Polaków wyzywają.

Pozdrawiam Cię serdecznie,

Bolesław

Oczekiwane listy wreszcie dotarły do Bolesława, wraz z Zapiskami Towarzystwa Naukowego w Toruniu¹⁴. Treść korespondencji od kuzyna ks. Stanisława wskazuje, że jest to zagorzały patriota. Świadczą o tym nie tylko wizerunki na wybieranych przez niego kartach pocztowych, ale również treść wiadomości. Pieczka jest zachwycony zakresem swobód, jakimi cieszą się Polacy na terenie Galicji. Ma okazję czytać dużo i chętnie polskie gazety z Krakowa i Lwowa. Dzięki temu dysponuje rozległą wiedzę na temat aktualnej polityki. W jego ręce trafiły również publikacje ukraińskie o charakterze nacjonalistycznym, nieprzychylnie Polakom. Krótka korespondencja wiele mówi o nastrojach społecznych panujących w rejonie oraz podszytych rywalizacją dążeniami narodów do utworzenia państwowości.

Na stronie ilustrowanej krakus lecący na białym orle na tle dachów warszawskich i słowa:

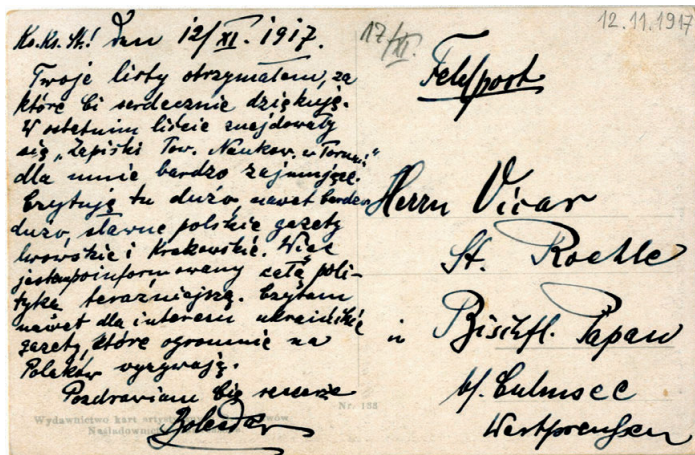
*Od Warszawy wieść radosna
Bieży polskie kraje,
Że nam Polskę niezależną
Szczęsny los dziś daje
Znowu Polski Orzeł Biały
Skrzydła swe rozwinie
„Jeszcze Polska nie zginęła
I nigdy nie zginie”.*

Ostatnie słowa stanowią oczywiste nawiązanie do Pieśni Legionów Polskich we Włoszech, czyli późniejszego hymnu Polski. Warto przy tej okazji zwrócić uwagę, jak interesujące musiały być odczucia Polaka mieszkającego na Śląsku, który w wyniku I wojny światowej dostał się wraz ze swoją formacją do Galicji, gdzie w warunkach autonomii miał okazję obcować z polską kulturą.

¹⁴ 1 stycznia 1917 r. wstąpił Stanisław Roehle w szeregi Towarzystwa Naukowego w Toruniu (TNT) jako członek zwyczajny (Zapiski Towarzystwa Naukowego w Toruniu 1917).



19.



20.

Wydawałoby się, że na chwilę wytchnienia od tematyki wojennej pozwala kolejna pocztówka *Незабытая могила* napisana po niemiecku przez J. Kasprowicza. Jednakże także ona została wysłana za pośrednictwem poczty polowej (il. 21, il. 22, 25.12.17):

Die herzlichen Neujahrs Grüße sendet

J. Kasprowicz

Tłumaczenie:

Serdeczne życzenia noworoczne przesyła

J. Kasprowicz

Na karcie pocztowej zabrakło informacji na temat miejsca, z którego została wysłana. Widoczny jest numer poczty polowej (239) oraz jednostka (pod stemplem): *Geb. M.Gew.*, zapewne *Gebirgs-Maschinen-Gewehr-Abteilung* (Górski Oddział Karabinów Maszynowych)¹⁵. Pocztówka została stworzona przez wydawnictwo z siedzibą w Sofii. Fakt ten wskazuje, że wojenne koleje losu rzuciły Kasprowicza na tereny bułgarskie na front macedoński.

Tytuł pocztówki w języku rosyjskim *Незабытая могила* oznacza niezapomnianą mogiłę. Kartka przedstawia młodą kobietę klęczącą przy grobie w scenerii dzikiego krajobrazu, który ma podkreślać poczucie straty i melancholii. Osoba zmarła zapewne niedawno, o czym świadczą widoczne wieńce ze świeżych kwiatów. Najpewniej za wizerunkiem kryje się historia miłosna przerwana przez przedwczesną śmierć.



21.

¹⁵ Nieczytelny numer. Wykaz jednostek na froncie macedońskim: (Dietrich 1925: 181).



1918

Pocztówka *Bensheim a d Bergstrasse. Mittelbrücke*, pisana po niemiecku, wysłana została z aktualnego miejsca zamieszkania Floriana Kasprovicza, po przeprowadzce do Bensheim w Hesji (il. 23, il. 24, 1.01.18):

Bensheim, den 31. XII. 17

Lieber Stanisl.

Betrag erhalten, vielen Dank. Sende dir die herzlichen Glückwünsche zum Neuenjahr.

Florian

Tłumaczenie:

Bensheim, dn. 31.12.1917

Drogi Stanisl.

Pieniądze otrzymałem, bardzo dziękuję. Przesyłam Tobie serdeczne życzenia szczęścia w Nowym Roku.

Florian

W treści korespondencji pojawia się informacja o pewnej sumie pieniędzy, którą Stanisław prawdopodobnie pożyczył krewnemu. Czy była ona spowodowana zwiększonymi wydatkami związanymi z przeprowadzką, czy też Kasproviczowi trudno było utrzymać się w związku z coraz trudniejszymi warunkami wojennymi? Nie sposób dociec. Jednakże wojenne realia z pewnością nie sprzyjały oszczędzaniu pieniędzy. Stopa życiowa ludności była niska. Im dłużej trwały walki, tym trudniej było zapewnić artykuły pierwszej potrzeby. Towarów na rynku było coraz mniej, a ceny zwykowały.

Na czarno-białej widokówce ukazano zabytkowy most z 1732 r. nad rzeką Winkelbach (Lauterbach). Dawniej łączył stare miasto z przedmieściami. Na moście znajdują się, stojące naprzeciwko siebie, rzeźbione postacie dwóch świętych Jana Nepomucena i Franciszka Ksawerego. Most, zbudowany z czerwonego piaskowca i kamienia, rozciąga się nad rzeką dwoma okrągłymi łukami o różnej rozpiętości. Północny jest częściowo zasłonięty przez sąsiednie domy wzniesione na początku XIX wieku (Zabytki kultury w Hesji, online).



23.



24.

Pocztówka Gnesen. *Grab des Heiligen Adalbert im Dom*, z korespondencją po niemiecku, została wysłana na adres nowej parafii Stanisława Roehlego w Grucznie (il. 25, il. 26, 06.06.18):

Dortmund, den 6.6.1918

Lieber Stanislaus deinen lieben Brief mit dem schönen Wunsch zu meiner Vermählung habe ich erhalten und sage dir meinen innigsten und herzlichsten Dank aus, leider ist meine Trauung nicht am 25.Mai erst am 6.Juni gewesen, da der Trauschein von...nicht richtig geschrieben war hat sich die Sache weiter in die Länge gezogen, nun ist alles vorüber. Beichte und Trauung ist in polnischer Sprache gewesen, der Kaplan der, hat uns getraut, ist ein Italiener. Heute nichts Neues, werde im Brief mehr schreiben. [...]. Grüßen dich herzlich M[...] und Marianne

Tłumaczenie:

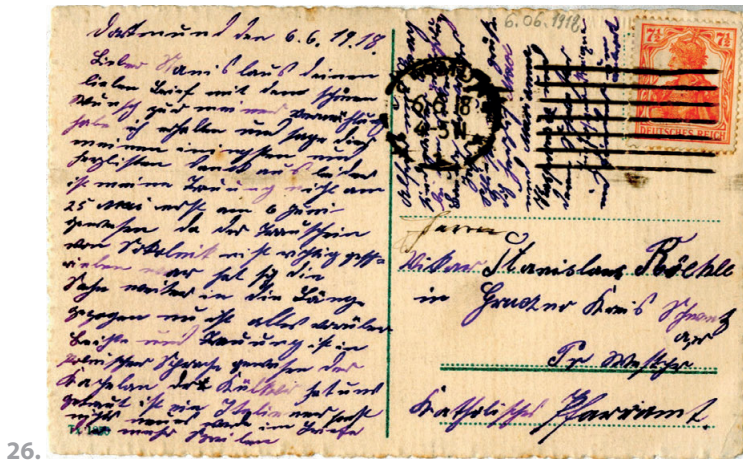
Dortmund, dn. 6.6.1918

Drogi Stanisławie,

twój list z pięknymi życzeniami z okazji mojego ślubu otrzymałem i przekazuję tobie moje płynące ze szczerego serca i najserdeczniejsze podziękowania. Niestety mój ślub nie odbył się 25 maja, lecz dopiero 6 czerwca. Ponieważ akt małżeństwa nie był prawidłowo wypisany sprawa się przeciągnęła w czasie, teraz już wszystko mamy za sobą. Spowiedź i ślub odbyły się w języku polskim. Kapłan, który udzielał nam ślubu to Włoch. Na dzisiaj to tyle, więcej napiszę w liście [...]. Pozdrawiam cię serdecznie M[...] i Marianne

M. Kasprowicz informuje w wiadomości o ślubie. Nie odbył się on zgodnie z planem, lecz został przełożony na 6 czerwca. Co ciekawe, również ta sama data figuruje jako dzień sporządzenia korespondencji. Powodem opóźnień były błędy w akcie zawarcia małżeństwa. Uroczystość miała charakter niemal międzynarodowy: ślub odbył się zapewne w Dortmundzie, msza odprawiana była w języku polskim, a ksiądz, który udzielał sakramentu, z pochodzenia był Włochem. Zastanawiające jest, dlaczego nadawca pocztówki, identyfikujący się z narodowością polską, sporządził wiadomość wysłaną do Roehlego w języku niemieckim. Treść korespondencji, informująca o radosnym wydarzeniu, jakim jest ślub, stanowi oderwanie od wojennej rzeczywistości. Przypomina, że w czasach obawy, smutku i cierpienia jest też miejsce na nadzieję i nowe początki.

Na stronie ilustrowanej pocztówki widnieje konfesja św. Wojciecha (Bujak 2008: 25) ze srebrnym, wczesnobarokowym relikwiarzem, znajdująca się w prezbiterium katedry gnieźnieńskiej. Barokowa budowla powstawała w kilku etapach. Marmurowe elementy wykonano w 1680 r., drewniany, ażurowy baldachim powstał rok później. Natomiast srebrna trumna jest wcześniejsza i została ufundowana w 1662 r. (Bogacz 2006a: 4–6). Najistotniejszym elementem całej konfesji jest srebrny relikwiarz w kształcie trumienki spoczywającej na sześciu orłach, którą dźwigają postacie symbolizujące cztery stany (Bogacz 2006b: 25–32). Na wieku i bokach trumienki, w owalnych medalionach, przedstawiono sceny z życia św. Wojciecha (Świechowska 1970: 193–196).



Kuzynki księdza sporządziły krótką wiadomość z wizyty w Pakoszy i Inowrocławiu (il. 27, il. 28, 05.08.18):

Bywam w Pakoszy i ślę Ci serd. pozdrowienie. Z powodu, że muszę w Inowrocławiu niemal trzy godziny czekać, byłam u kr. Wybrańskich i styj Cię sedecznie pozdrowa. Wiktoryja Posyłam miłe pozdrowienie nieznaną Zofia Bendówna.

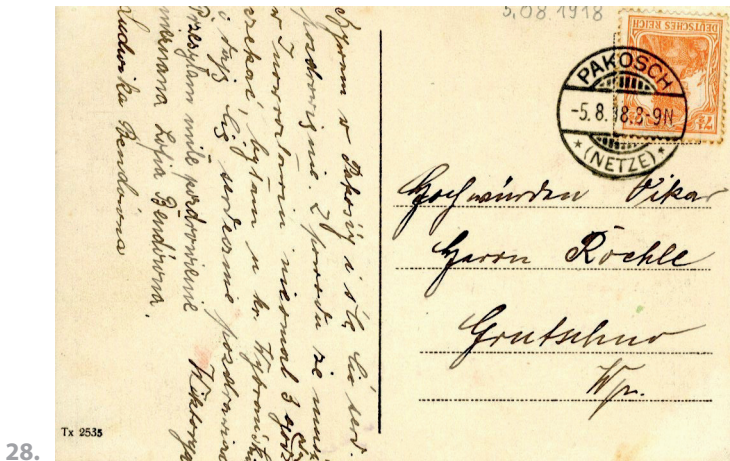
Ludwika Bendówna

Zofia i Ludwika Bendówny, kuzynki księdza, zajęte są zwykłymi sprawami. Podróżują i odwiedzają krewnych. Zdają się nie chcieć pamiętać o wojennej pożodze. Wyczerpane konfliktem społeczeństwo stara się żyć dalej.

Karta pocztowa *Nowa moneta Królestwa Polskiego* jest kolejnym interesującym elementem zbioru ks. Roehlego. Widnieje na nim nowy banknot – 5 marek polskich (seria A nr 0019799) – z 1917 r. Data emisji banknotu to 9 grudnia 1916 r., jest tym samym drugą serią wydaną w tym roku. Pieniądz wyemitowany przez Polską Krajową Kasę Pożyczkową stał się dopuszczonym do użytku środkiem płatniczym na terenach okupowanych stanowiących część Królestwa Kongresowego zajętą przez Niemców (Kowalski 1981: 57).



27.



28.

Wojenne historie wieńczą dwie ostatnie pocztówki od Józefa Nalazka. Pierwsza z nich, adresowana na następną już parafię Roehlego, tym razem w Żukowie, informuje o powrocie brata Józefa do domu (il. 29, il. 30, 13.12.18):

Hof, 13/XII 18

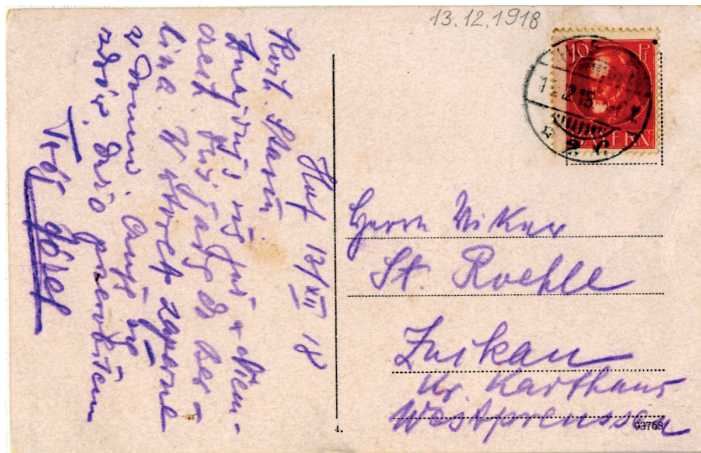
Koch Stasiu.

Znajduje się już w Niemczech. Już jadę do Berlina. W wtorek zapewne w domu. Czuje się zdrow. Dużo przerobiłem

Twój Józef

11 listopada 1918 r. zawarto rozejm w Compiègne i Józef Nalazek mógł wreszcie wrócić do rodzinnego Chełmna. Poza domem przebywał przynajmniej od maja 1917 r., kiedy to wysłał kartę z Bukaresztu. Teraz przez Berlin wraca do swoich. Skończyły się miesiące tęsknoty i niepewności. Józef jest cały i zdrowy, a teraz będzie się musiał zmierzyć z powojenną rzeczywistością. Jest to również czas wielkich nadziei i kształtującej się polskiej państwowości. Miasto, do którego się udaje, właśnie zmienia przynależność terytorialną z niemieckiej na polską. Z pewnością dla Józefa ten fakt będzie również powodem do radości.

Tytuł karty pocztowej *Hof. i. B. Labyrinth* (Hof w Bawarii, Labirynt) odnosi się do sztucznej ruiny zbudowanej głęboko w obrębie parku narodowego Theresienstein. Jego najwyższy punkt – Labyrinthberg (Góra Labiryntowa) mieści się na północ od miasta. W miejscu tym stworzono iluzję zrujnowanego średniowiecznego zamku. Labirynt jest najstarszym budynkiem w parku o najdłuższej tradycji. Szesnastometrowa wieża, której 70 stopni prowadzi do tarasu widokowego, rozciąga widok na dziedzińiec i – przy dobrej widoczności – nawet na terytorium Saksonii (Opis Labiryntu na stronie miasta Hof, online).



O pokonaniu przez Józefa kolejnego etapu podróży do domu informuje następną pocztówka (il. 31, il. 32, 15.12.18):

Berlin, 15. 12. 18

Kochany Stasiu.

Znajduję się dziś już w Berlinie. Jutro wyjeżdżam, wstąpię do Michalskich i do Torunia i będę zapewne w czwartek lub w piątek w domu. Do miłego widzenia

Józef [...]

Nalazek musiał zakupić widokówkę wcześniej, ponieważ widnieje na niej Braszów (rum. *Braşov*, węg. *Brassó*, niem. *Kronstadt*), miasto położone na terenie Siedmiogrodu (Transylwanii) u podnóża Karpat. Jest to swoista pamiątka jego wojennych losów. Ostatecznie to Rumunia, która 7 maja 1918 r. podpisała pokój na upokarzających warunkach, wyszła z I wojny światowej zwycięsko. Jako sojusznik aliantów, na mocy układu z 4 czerwca 1920 r. w Trianon, otrzymała Siedmiogród, Banat oraz Bukowinę. Zajął także Besarabię¹⁶. Natomiast wojenne losy Józefa Nalazka zatoczyły koło. Nadszedł czas powrotu do domu. Armia, z którą udał się na Bałkany, przegrała wojnę. Rozpadło się Cesarstwo Niemieckie, stwarzając szansę dla odradzającej się Polski.

Widoczny na karcie pocztowej *Brassó – Kronstadt. Graftrészlet. Graftpartie* bastion Graft znajduje się w pobliżu wież strażniczych – Białej i Czarnej, pod którymi woda przepływa kanałem o tej samej nazwie (Graft – słowo pochodzi od niemieckiego *Gracht*, co oznacza kanał boczny) i znajduje się w północno-zachodniej części Braszowa. Bastion był również nazywany Bastionem Bramnym ze względu na swój kształt (The Graft Bastion, online). Powstał w latach 1515–1521. Za jego obronę i utrzymanie odpowiadała gildia rymarzy¹⁷. Z powodu ulewnego deszczu, który miał miejsce 24 sierpnia 1809 r., mury twierdzy w obszarze bastionu Graft osłabiły się, dlatego w 1822 r. nad strumieniem zbudowano trzy łuki podporowe, z których jeden, widoczny na pocztówce, istnieje do dziś (Okręgowe Muzeum Historii Braszowa, online). Obecnie mieści się w nim część Powiatowego Muzeum Historii Braszowa (Centralna Biblioteka Uniwersytecka im. Luciana Blagi, Kluż-Napoka, online).

¹⁶ O przebiegu konfliktu na Bałkanach zob. (Jordan 2011; Krzak 2016).

¹⁷ W linii obwarowań swoje bastiony miały także inne cechy, m.in. grabarze, sukiennicy, powoźnicy i tkacze.



31.



32.

W zbiorze znalazła się również jedna karta pocztowa *Dosiego roku* (il. 33, il. 34), która z uwagi na brak stempla i daty odręcznej nie może być przypisana do konkretnej daty, jednakże charakter zamieszczonej na niej korespondencji oraz sposób wykonania karty wskazuje na czas I wojny światowej. Została wysłana przez Bolesława Pieczkę, który zgodnie z tym, co zapisano na poprzednich pocztówkach ze zbioru walczył na froncie galicyjskim. Być może również ta pocztówka została wysłana pod koniec 1917 r. Na pocztówce znalazł się dopisek sporządzony ręką ks. Roehlego: *1908 lub 1909 może to już I w św.?* Datą sporządzenia korespondencji może być grudzień 1917 r., gdyż w związku z zawarciem zawieszenia broni na froncie wschodnim Niemcy przerzucali siły do Francji, gdzie przeszli do ofensywy w marcu 1918 r. Bolesław mógł stacjonować w okolicach Lwowa, na co wskazuje Wydawnictwo kart artystycznych D. G. Lwów (Dawid Grund), które wydało tę oraz poprzednie wysłane przez Pieczkę kartki. Miasto

po trwającej 293 dni okupacji rosyjskiej 22 czerwca 1915 r. znalazło się ponownie pod władzą Austrii.

W przyszłych dniach zapewne opuszczamy Galicję. Dokąd? Nie wiadomo. Bodaj nasza formacja ma być rozwiązana w garnizonie. Więc rozpocznie się dla mnie wtenczas nowa era. Żeby jako się znów na pewne miejsce dostać. Tu mi się bardzo podobało. W Galicji jeszcze się najeść mogło. Funt mięsa świniego kosztowało 4.00 M.

Wszak co teraz będziecie?

Może się też wojna prędko skończy.

Pozdrawiam mile

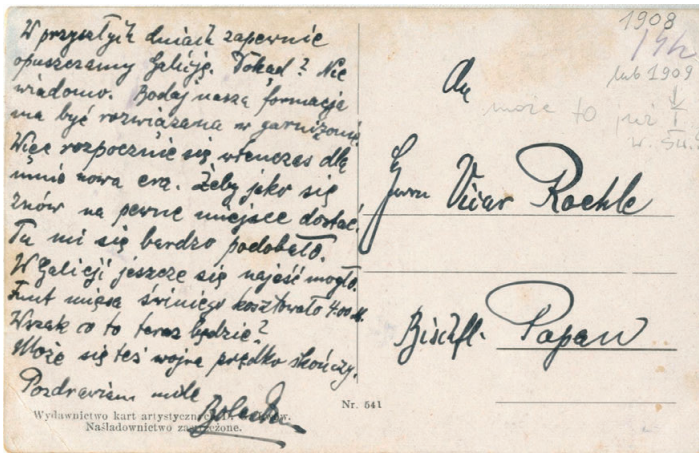
Bolesław

Bolesław Pieczka jest wyraźnie zadowolony z warunków panujących na terenie Galicji. Sytuacja ekonomiczna była bardzo dobra, a produktów żywnościowych nie brakowało. Ceny mięsa wieprzowego również uznał za atrakcyjne. Gospodarka wojenna musiała, co oczywiste, negatywnie rzutować na życie i jego jakość oraz na zaopatrzenie. W Austrii, na polecenie władz lokalnych, sklepy spożywcze i mięsne zamykano na kilka, a niekiedy nawet na kilkanaście dni w miesiącu, stąd też zdarzały się przed nimi rozruchy. Jednakże nie ma to odzwierciedlenia w treści korespondencji. Poziom zadowolenia Bolesława Pieczki najlepiej obrazuje informacja, iż chciałby po rozwiązaniu swojej formacji trafić w równie stabilne miejsce. Prawdopodobnie tak właśnie się stało i Bolesław Pieczka znalazł się wśród szczęśliwców, którzy nie zostali ranni, poważnie nie chorowali lub nie trafili do niewoli, co odzwierciedlają jego powojenne zdjęcia i korespondencja.

Karta noworoczna z napisem przedstawia polskiego szlachcica wznoszącego kielich wina. Bogaty i dostoyny strój, tak charakterystyczny dla kultury sarmackiej, którego podstawowe elementy stanowią czerwony żupan przewiązany pasem oraz ozdobna szabla z rękojeścią w kształcie głowy orła – karabela. Możemy również zauważyć charakterystyczne wąsy, atrybut szlachcica. W tle widoczne są herby Polski i Litwy oraz sielski wizerunek zaśnieżonego kościoła. Karta ma przypominać wspaniałe czasy dobrobytu i etosu kultury szlachty polskiej, propagującego waleczność, odwagę i miłość do ojczyzny.



33.



34.

Zakończenie

Celem artykułu było przedstawienie i analiza kart pocztowych z kolekcji księdza Stanisława Roehlego, wysłanych w czasie I wojny światowej. Nadawcy wiadomości, rodzina i znajomi, w treści korespondencji ukazują odbiór społeczny Wielkiej Wojny. Za pomocą krótkich informacji lub strony wizualnej kart pocztowych tworzą sugestywne

narracje o swoim życiu na tle polityki światowej. Codzienne sprawy przeplatają się w nich z wielką historią, a troska o bliskich, smutek po ich stracie miesza się z nadziejami na odrodzenie Polski.

Bibliografia

Źródła archiwalne:

Archiwum Diecezji Pelplińskiej, Kuria Biskupia Chełmińska, Akta personalne 1945–1992, ks. Stanisław Roehle, sygn. 433 [cyt. w tekście: Akta St. Roehle].

Archiwum Państwowe w Toruniu, Państwowe Gimnazjum Męskie Chełmno, sygn. 431 [cyt. w tekście: Gimnazjum Chełmno].

Archiwum Państwowe w Toruniu, Zespół Towarzystwa Pomocy Naukowej w Toruniu, Akta Stanisława Roehle, sygn. 912 [cyt. w tekście: ZTPN, St. Roehle].

Archiwum Państwowe w Toruniu, Zespół Towarzystwa Pomocy Naukowej w Toruniu, Akta Józefa Nalazka, sygn. 745 [cyt. w tekście: ZTPN, J. Nalazek].

Opracowania:

Baranowska M., 1992, *Pocztówka masowa i fotografia uczuć*, „Konteksty. Polska Sztuka Ludowa”, t. 46, z. 3–4.

Bogacz J., 2006a, *Bazylika w Gnieźnie. Przewodnik*, Gniezno.

Bogacz J., 2006b, *Gniezno. Katedra gnieźnieńska. Przewodnik*, Gniezno.

Bujak A., 2008, *Skarby katedr Polski*, Kraków.

Demel J., 1986, *Historia Rumunii*, Wrocław.

Dietrich K., *Weltkriegsende an der mazedonischen Front*, Berlin 1925.

Garber S., Elste G., 2009, *Eisenbahnatlas Deutschland*, Kolonia.

Gragt F. van der, 1968, *Europe's Greatest Tramway Network*, Lejda.

Grupa R., Miałkowski A., 2007, *Krobica i okolice – zarys dziejów*, Krobica.

Jordan D., 2011, *Balkany, Włochy i Afryka 1914–1918. Od Sarajewa do Piawy i Jeziora Tanganika*, Poznań.

Kaczmarek R., 2014, *Polacy w armii kajzera. Na frontach pierwszej wojny światowej*, Kraków.

Kowalski M., 1981, *Ilustrowany katalog banknotów polskich 1794–1980*, Warszawa.

Krzak A., 2016, *Wielka Wojna na Bałkanach. Działania militarne i polityczne podczas I wojny światowej 1914–1918*, Częstochowa.

Lewicka-Morawska A., 1995, *Formowanie narodowej uczuciowości, czyli o sztuce Artura Grottgera na przestrzeni dziesięcioleci*, „Niepodległość i Pamięć”, t. 2.

Mross H., 1995, *Słownik biograficzny kapłanów diecezji chełmińskiej wyświęconych w latach 1821–1920*, Pelplin.

Pilch A., Rusek M. (red.), 2015, *Ikoniczne i literackie teksty w przestrzeni nowoczesnej dydaktyki*, Kraków.

Porębski M., 1975, *Interregnum. Studia z historii sztuki polskiej XIX i XX wieku*, Warszawa.

Skorupa E., 2015, *Dziewiętnastowieczna ikonosfera a tożsamość narodowa* [w:] A. Pilch, M. Rusek (red.), *Ikoniczne i literackie teksty w przestrzeni nowoczesnej dydaktyki*, Kraków.

Świechowska A. (red.), 1970, *Katedra gnieźnieńska*, Poznań, Warszawa, Lublin.
 „Zapiski Towarzystwa Naukowego w Toruniu” (1917), t. 4.

Źródła internetowe:

- Britannica, <https://britannica.com/biography/Ion-Bratianu> [dostęp: 19.09.2020].
- Centralna Biblioteka Uniwersytecka im. Lucjana Błagi, Kluź-Napoka, <https://dspace.bcucuj.org/handle/123456789/40437> [dostęp: 9.12.2019].
- Historia Drachenfelsbahn, <https://drachenfelsbahn.de/index.php/en/information/history> [dostęp: 19.09.2020].
- Historia parafii w Krobi, <https://www.krobia.archpoznan.pl/historia/> [dostęp: 19.09.2020].
- <http://des.genealogy.net/eingabe-verlustlisten/search/index> [dostęp: 19.09.2020].
- Lista strat 1, <http://des.genealogy.net/search/show/2173194> [dostęp: 19.09.2020].
- Lista strat 2, <http://des.genealogy.net/search/show/2401653> [dostęp: 19.09.2020].
- Lista strat 3, <http://des.genealogy.net/search/show/3271421> [dostęp: 19.09.2020].
- Okręgowe Muzeum Historii Braszowa, <https://brasovistorie.ro/despre-muzeu/istoria-cladirilor/bastionul-graft> [dostęp: 19.09.2020].
- Opis Drachenfels, <https://ich-geh-wandern.de/drachenfels-siebengebirge> [dostęp: 19.09.2020].
- Opis Labiryntu na stronie miasta Hof, https://hof.de/hof/hof_cz/labyrinth.html [dostęp: 19.09.2020].
- Parafia w Papowie Biskupim, <http://parafia.papowobiskupie.pl/duszpasterze.html> [dostęp: 19.09.2020].
- Pastorówka ewangelicka, <https://krobia.org/pastorowka-ewangelicka> [dostęp: 19.09.2020].
- Słownik geograficzny Królestwa Polskiego i innych krajów słowiańskich, http://dir.icm.edu.pl/pl/Sownik_geograficzny/Tom_IV/309 [dostęp: 19.09.2020].
- Statua rumuńskiego premiera z XIX wieku w centrum Bukaresztu, <https://romania-insider.com/bratianu-statue-university-square> [dostęp: 19.09.2020].
- Strona miasta Saarburg, <https://saarburg.de/sehenswert> [dostęp: 19.09.2020].
- The Graft Bastion, <https://brasovtour.com/en/Attractions/monuments/the-graft-bastion> [dostęp: 9.12.2019].
- Zabytki kultury w Hesji, <https://denkxweb.denkmalpflege-hessen.de/437/> [dostęp: 19.09.2020].

Biogram

Agnieszka Krzywdzińska – doktorantka na Wydziałowych Studiach Doktoranckich Historii, Historii Sztuki i Archeologii Uniwersytetu Gdańskiego. Przygotowuje rozprawę doktorską „Kolekcja kart pocztowych ks. Stanisława Roehlego jako źródło do poznania dziejów kultury korespondencji pierwszej połowy XX wieku”. Przedmiotem jej zainteresowań naukowych jest historia ceramiki artystycznej, szczególnie wytwórni majoliki w Kadynach, historia regionalna Pomorza, a ponadto badania w zakresie nauk pomocniczych historii numizmatyki i filokartystyki.



Budowanie relacji społecznych w kontekście zaspokajania potrzeb podopiecznych przez pracowników rodzinnych domów dziecka

Agnieszka Deja | Uniwersytet Gdański
<https://orcid.org/0000-0003-3808-4660>

Streszczenie

Słowa kluczowe:
dziedzina nauk społecznych – pedagogika, relacje społeczne, potrzeby, rodzinny dom dziecka

Artykuł w sposób opisowy prezentuje problematykę znaczenia zaspokajania potrzeb podopiecznych przez pracowników w procesie budowania relacji w rodzinnym domu dziecka. Przedstawiono najpierw definicję i kategorię potrzeb, a następnie zaprezentowano wyniki badań etnograficznych, zdobytych za pomocą technik wywiadu, obserwacji i danych zastanych. Analizy ukazują zależności pomiędzy zaspokajaniem potrzeb podopiecznych przez pracowników a budowaniem relacji w rodzinnym domu dziecka. Wyniki badań podzielone zostały na kilka podtematów i obejmują m.in. potrzeby podopiecznego i ich realizację, potrzeby indywidualności, prywatności i samodzielności oraz wnioski końcowe¹.

Building social relations in the context of satisfying the children's needs by family orphanages employees (Summary)

Keywords:
field of social sciences – pedagogy, social relations, needs, family orphanage

In a descriptive way the article describes the problems and significance of satisfying the needs of pupils by employees in a relationship building process in family orphanages. The author of the article first presents the definition and categories of needs, and secondly, presents the results of ethnographic research obtained by techniques of interview, observation and existing data. The presented analysis shows the dependencies between the satisfying the needs of pupils by employees, and building relationships in the family orphanages. The results of researches were divided into several sub-topics including: realization of pupil needs, individuality needs, privacy, self-reliance and final conclusions.

¹ Artykuł powstał na podstawie badań prowadzonych w ramach rozprawy doktorskiej *Relacje pracowników z podopiecznymi rodzinnymi domów dziecka. Studium w obrębie paradygmatu interpretatywnego*, przygotowanej pod opieką naukową prof. dr. hab. Jana Papieża w Zakładzie Teorii Wychowania na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Gdańskiego.

Wstęp

Najkorzystniejszy wpływ na rozwój dziecka ma bez wątpienia prawidłowo funkcjonująca rodzina. To ona powinna wychowywać dziecko w miłości, rozumieć i zaspokajać jego potrzeby, dawać możliwość wszechstronnego rozwoju, wdrażać do rozmaitych czynności, zaszczepiać określone nawyki, wpajać pewne postawy i wartości oraz stanowić wzorzec postępowania. Rodzina zaspokaja najważniejsze potrzeby każdego człowieka – zapewnia bliskość i miłość, jest miejscem samorealizacji, a zarazem daje poczucie bezpieczeństwa i przynależności do określonej grupy (Kolankiewicz, Nowak 2013). W sytuacji gdy, z różnych przyczyn, dzieci nie mogą wychowywać się w naturalnym dla siebie środowisku, jakim jest dom rodzinny, konieczne staje się zapewnienie im prawa do opieki i pomocy ze strony władz publicznych². Rozwiązaniem najbardziej zbliżonym do funkcjonowania rodziny biologicznej są rodzinne formy opieki zastępczej, m.in. rodzinne domy dziecka. Zaspokojenie wszechstronnych potrzeb dziecka ma zasadnicze znaczenie dla jego pełnego i harmonijnego rozwoju. Poznanie istoty i charakteru potrzeb podopiecznych jest również szczególnie ważne w budowaniu relacji społecznych w rodzinnym domu dziecka (RDD).

Założenia metodologiczne

Potrzeba to stan osoby doznającej poczucia niespełnienia (napięcie motywacyjne), czyli frustracji potrzeb, działająca jako czynnik skłaniający jednostkę do podejmowania aktywności, które mogą tę potrzebę zaspokoić. Inaczej mówiąc, jest to odczuwalny brak czegoś, który powoduje, że podejmuje się działania zmierzające do likwidacji tego braku (Drabik, Sobol 2018). Abraham Maslow wyróżnia potrzeby niższego i wyższego rzędu. Do pierwszej kategorii można zaliczyć podstawowe potrzeby egzystencji, takie jak: posiłki, opieka medyczna czy dbałość o higienę osobistą i zdrowie. Do drugiej kategorii potrzeb wyższego rzędu możemy zaliczyć: bliskość, emocjonalne przywiązanie i poczucie przynależności (Maslow 2009).

Badacz zainteresowany problematyką budowania relacji społecznych w rodzinnym domu dziecka powinien skupić się przede wszystkim na tych aspektach potrzeb, które są najważniejsze w przekonaniach i odczuciach grupy (Nowak 2011). Dlatego właśnie przedmiotem badań są potrzeby podopiecznych rodzinnych domów dziecka z punktu widzenia pracowników rodzinnego domu dziecka Gdyni, Gdańska i Malborka.

Celem artykułu jest analiza tych systemów wartości, które dotyczą zarówno podopiecznych, jak i pracowników. Z tego względu główne pytanie badawcze brzmi następująco: Jakie znaczenie ma zaspokajanie potrzeb podopiecznych przez pracowników w procesie budowania relacji w rodzinnym domu dziecka? Aby znaleźć odpowiedź na powyższe pytanie, badanie powinno opierać się na gruntownie przemyślanej strategii

² Art. 80 ustawy z dnia 12 marca 2004 r. o pomocy społecznej (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1507 z późn. zm.).

metodologii oraz odpowiednich, dopasowanych do niej, a przede wszystkim do problematyki, obszaru badań i jego charakterystyki, technik gromadzenia materiału, który następnie podlegał będzie analizie.

W badaniu zastosowałam metodę jakościową, wybierając spośród nich badanie etnograficzne. W badaniach w rodzinnych domach dziecka wykorzystano takie techniki, jak: wywiad swobodny mało ukierunkowany, obserwację uczestniczącą jawną oraz analizę danych zastanych (Angrosino 2010). W badaniach wybór określonej metody i technik podyktowany został w dużej mierze samą specyfiką środowiska rodzinnych domów dziecka.

Pod wieloma względami etnografia jest najbardziej podstawową formą badań społecznych. Zdaniem Roberta Prusa (1994: 21) badacze posługują się etnografią w celu zaobserwowania działań ludzi oraz uchwycenia punktu widzenia i perspektywy postrzegania rzeczywistości przez członków określonej zbiorowości.

Wywiad swobodny może przybierać postać mniej lub bardziej ukierunkowanego dialogu. Prowadząc wywiad, badacz ma swobodę w aranżowaniu sekwencji pytań, a także w sposobie ich formułowania w zależności od zaistniałej sytuacji. Przy czym udział osoby przeprowadzającej wywiad powinien sprowadzać się przede wszystkim do roli słuchacza, a respondenta do mówcy (Babbie 2006: 327).

Technika obserwacji może dawać możliwość „obserwacji faktycznego zachowania społecznych jednostek w toku wydarzeń, podczas ich spontanicznego działania w warunkach naturalnego środowiska, w którym funkcjonują” (Chomczyński 2006: 70). Zdaniem Krzysztofa Koneckiego (2000: 145) technika obserwacji obok wywiadu swobodnego pozwala bezpośrednio dotrzeć do epizodów interakcyjnych, zdarzeń, procesów pracy, wypowiedzi o doświadczeniach życiowych.

Trzecią techniką, dopełniającą pod wieloma względami pozostałe formy gromadzenia danych empirycznych, jest analiza danych zastanych, która często w etnografii pełni rolę wspomagającą. Technika ta polega na badaniu materiałów zgromadzonych w celach m.in. naukowych, administracyjnych czy osobistych, których charakter może być zarówno oficjalny, jak i nieoficjalny. Daje to sposobność konfrontowania wniosków wyciągniętych na podstawie analizy obserwacji oraz wywiadów z materiałami będącymi bezpośrednimi wytworami przedstawicieli badanej zbiorowości i w ten sposób pełniącymi nawzajem rolę wspierającą, komplementarną i kontrolą (Angrosino 2010: 100).

Materiał badawczy został zgromadzony podczas pobytu badacza w trzech rodzinnych domach dziecka w Gdyni, Gdańsku i Malborku. Wszystkie wymienione placówki to domy prywatne, realizujące zadania opiekuńczo-wychowawcze oraz działające zgodnie z regulacjami zawartymi w stosownych aktach prawnych³.

³ Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 14 lutego 2005 r. w sprawie placówek opiekuńczo-wychowawczych (Dz. U. Nr 37, poz. 331).

Badaniami objęto 39 osób, pracowników i podopiecznych RDD. Rolę informatorów pełniło sześciu pracowników w różnym wieku i różnej płci, posiadających różnorodne wykształcenie. Od wielu lat tworzą oni rodzinny dom dziecka i dzięki ich pomocy dowiedziałam się, jakie potrzeby mają podopieczni oraz jakie znaczenie ma zaspokajanie potrzeb w procesie budowania relacji w rodzinnym domu dziecka.

Rodzinny Dom Dziecka w Gdyni w dzielnicy Chwarzno funkcjonuje od 2007 r. i jest prowadzony przez małżeństwo – żona 49 lat i mąż 39 lat z 11-letnim stażem pracy. Małżeństwo posiada czwórkę swoich biologicznych dzieci oraz opiekuje się ósemką dzieci powierzonych, tj. 8 miesięcy, 3 lata, 4 lata, 11 lat, 16 lat, 17 lat i dwoje podopiecznych 19 lat.

Rodzinny Dom Dziecka w Gdańsku w dzielnicy Złota Karczma funkcjonuje od 2012 r. i jest prowadzony przez małżeństwo – żona 41 lat z 8-letnim stażem pracy i mąż 39 lat z 6-letnim stażem pracy. Małżeństwo posiada dwójkę swoich biologicznych dzieci oraz opiekuje się siódmką dzieci powierzonych, tj. dwoje dzieci 10 lat, 11 lat, 12 lat, 14 lat, 17 lat, 18 lat.

Rodzinny Dom Dziecka w Malborku w dzielnicy Kałdowo funkcjonuje od 2009 r. i jest prowadzony przez małżeństwo – żona 49 lat i mąż 53 lata z 9-letnim stażem pracy. Małżeństwo posiada trójkę swoich biologicznych dzieci oraz opiekuje się dziewiątką dzieci powierzonych, tj. 9 lat, dwoje dzieci 10 lat, 11 lat, troje dzieci 12 lat, 14 lat i 16 lat.

Potrzeby podopiecznych i ich realizacja – wyniki badań

Każdy człowiek posiada różne potrzeby, których realizacja jest gwarantem prawidłowego rozwoju, a tym samym zapewnia warunki odpowiednie dla równowagi w sferze emocjonalnej, psychicznej i społecznej. Możliwość zaspokajania potrzeb jest także podstawą dla realizacji idei podmiotowości jednostki (Niedbalski 2003: 154). Na pytanie: „W jaki sposób pracownicy pozyskują informację o podopiecznych?” badani respondenci odpowiadają:

Obecnie wypracowaliśmy sobie to, że mamy pełny dostęp do dokumentacji, nawet zanim dziecko do nas trafi. Mamy informację o rodzinie, o tym dlaczego dziecko do nas trafiło, jaka była dysfunkcja w tej rodzinie, wiemy o jego wywiadzie chorobowym czy innym, nawet jeśli trafia do nas noworodek, mamy wgląd do dokumentacji matki z okresu ciąży i samego porodu, wiemy czego możemy się spodziewać (pracownik 49 lat, Gdynia).

Dziecko powinno do nas trafiać z pełną dokumentacją zdrowotną i znana nam powinna być jego sytuacja rodzinna. Niestety dzieci trafiają do nas jak czyste książki i na własną rękę dowiadujemy się o ich sytuacji (otrzymujemy tylko informacje szcztkowe). Bywa, że po kilku latach odkrywamy, iż nasz podopieczny był wykorzystywany seksualnie, był bity lub żebrał (pracownik 49 lat, Malbork).

Umieszczenie dziecka w rodzinnym domu dziecka nieodłącznie wiąże się z ograniczonym dostępem do określonych zasobów i dóbr materialnych, a te sfery egzystencji jednostki, w których może ona realizować swoje potrzeby, są bardzo często silnie zeterminowane zewnętrznymi, niezależnymi od niej siłami. W tym kontekście kluczowe jest określenie postaw pracowników względem podopiecznych, ponieważ to właśnie od nich w znacznym stopniu zależy poziom i jakość egzystencji podopiecznych. Na pytanie: „Jakie potrzeby posiadają podopieczni i w jaki sposób pracownicy je zaspokajają?” badani odpowiedzieli:

Dzieci mają różne potrzeby – potrzebę miłości, stabilizacji i bezpieczeństwa. Dopiero jak zaspokoimy te najważniejsze potrzeby, to wtedy możemy budować uczucia wyższe – miłość czy przyjaźń” (pracownik 49 lat, Gdynia).

Podopieczni przede wszystkim potrzebują bezpieczeństwa i zabezpieczenia w pierwszej kolejności potrzeb materialnych i bytowych. Gdy już poczują się bezpieczne, zaczynają wychodzić potrzeby emocjonalne i braki w wielu dziedzinach, staramy się w miarę możliwości rozwiązywać, tłumaczyć i łagodzić potrzeby i napięcia (pracownik 49 lat, Malbork).

Budujemy więź, obdarzając dziecko szacunkiem i akceptując wybory, ale też dając przestrzeń do intymności i samorealizacji, a najważniejsze zapewniając potrzeby emocjonalne (pracownik 41 lat, Gdańsk).

Pracownicy odgrywają zatem istotną rolę w procesie normalizowania życia podopiecznego w rodzinnym domu dziecka. To za jego sprawą podopieczni mogą zaspokajać swoje podstawowe potrzeby fizyczne, psychiczne oraz emocjonalne. Do pierwszej kategorii potrzeb fizycznych należą potrzeby niższego rzędu, tzw. instrumentalne, gdzie pracownicy wykonują m.in. czynności opiekuńcze, wychowawcze, edukacyjne czy higieniczne, zapewniając podopiecznemu warunki umożliwiające rozwój fizyczny i umysłowy. Gdy dziecko jest małe, większość czasu i wysiłku pracownik poświęca właśnie na ten rodzaj pracy. Oto jedna z wypowiedzi:

Opiekun więzi buduje przez opiekę fizyczną nad małym dzieckiem, wykonując wszystkie czynności czysto opiekuńcze, np. opieka w czasie choroby (pracownik 49 lat, Malbork).

Trudność dla pracowników w tym wypadku polega przede wszystkim na obciążeniu fizycznym, ale praca w rodzinnym domu dziecka to także zaangażowanie afektywne pracownika, które wpisuje się w wymiar pracy emocjonalnej wykonywanej nad samym sobą, a z drugiej strony, koncentruje się ona na sferze emocjonalnej podopiecznych. To właśnie potrzeby tego rodzaju najtrudniej jest zrealizować pracownikowi, zwłaszcza gdy dotyczą takich wartości, jak dom i rodzina. Na pytanie: „W jaki sposób pracownicy realizują potrzeby emocjonalne podopiecznych?” pracownicy odpowiadają:

Niektóre dzieci doznały tak głęboko zdeprecjonowania emocji, że nie są w stanie zbliżyć się do drugiej osoby. Sam przypadkowy dotyk jest niedopuszczalny dla dziecka. Aby przełamać trudną sytuację, oswajanie czasami trwa kilka lat. Inne dzieci natomiast są czasami zbyt wylewne

i „lepne”, co jest skrajnością w drugą stronę. Pracownicy dopasowują się do każdego dziecka indywidualnie, skrajnie nieszczęśliwych uczymy się uśmiechać, niedopieczonych przytulamy, bawimy się w zabawy typu „Zgadnij kto to”, aby nazwać emocje i aby dziecko potrafiło nam przekazać, w której sferze jest nieszczęśliwe (pracownik, 41 lat Gdańsk).

Budowanie domowej atmosfery zbliża podopiecznego do placówki, co oznacza, że możliwe staje się w jej ramach wytworzenie sprzyjających warunków do zaakceptowania własnej sytuacji przez podopiecznego, a także to, że stanowi ona miejsce realizacji jego potrzeb psychoemocjonalnych. Jest to swego rodzaju odpowiedź na silnie rozwiniętą wśród podopiecznych RDD potrzebę więzi emocjonalnych, dla których w normalnych warunkach podbudowę stanowi tradycyjnie rodzina (Strauss i in. 1985). Egzemplifikacją powyższej analizy są wybrane fragmenty wypowiedzi badanych:

Są dzieci, które z perspektywy zaniedbań wczesnodziecięcych na nowo się „rodzą”. Potrzebują wtedy od wychowawcy głębokich spojrzeń w oczy, aby móc przejrzeć się jak w oczach matki, bo nigdy tego nie zaznały. Cofamy się wtedy z dzieckiem do etapu niemowlęctwa i pomagamy mu w tej potrzebie (pracownik 41 lat, Gdańsk).

Maluchy są często na kolanach, ale te starsze dzieci jeszcze chciałyby być maluchami, więc one też są zazdrosne o siedzenie na kolanach. Dzieci są spragnione uczuć i bliskości (pracownik 49 lat, Gdynia).

Dzieci nie lubią się dzielić ciocią z innymi dziećmi, często są zazdrosne, bo chciałyby mieć ciocię tylko dla siebie (pracownik 39 lat, Gdańsk).

Domowość i rodzinność będą istotnym elementem egzystencji jednostki umieszczonej w rodzinnym domu dziecka. Są to określenia używane przez pracowników placówki, które odnoszą się do specyfiki relacji pomiędzy nimi a podopiecznymi. Jednocześnie pracownik wyraźnie zaznacza, że relacje te nie są w pełni rodzinne, ponieważ nie zastąpią podopiecznym prawdziwej rodziny i bliskich, a ponadto mówią o wysokich kosztach emocjonalnych wynikających właśnie ze zbytniego zaangażowania się w bliskie relacje z podopiecznym. Stąd też wśród pracowników dominuje przekonanie o konieczności zachowania odpowiedniego dystansu do podopiecznych i pilnowania samego siebie przed zbytnim zaangażowaniem. Egzemplifikacją powyższej analizy są wybrane fragmenty wypowiedzi badanych:

Mieliśmy sytuację, że odeszła od nas dziewczynka, po której obydwójce płakaliśmy przez tydzień, mieliśmy sytuację, w której ciężko było spakować jej rzeczy, ciężko było pokój po niej przerobić, i niesamowicie utkwiała nam w pamięci, kiedy pojawiła się decyzja, że od nas odchodzi, to był niesamowity ból. Musieliśmy sobie to po prostu przepłakać, dać sobie czas na to, aby te jej rzeczy spakować, aby w tym pokoju coś zmienić, taka sytuacja się zdarzyła (pracownik 49 lat, Gdynia).

Staramy się być w tym momencie profesjonalistami, staramy się kiedy dziecko do nas przychodzi mówić sobie, że to nie jest nasze dziecko, że to jest dziecko nam powierzone i kiedyś odejdzie (pracownik 54 lat, Gdynia).

W wypowiedziach pracowników można dostrzec dychotomię. Odnosi się ona do postrzegania przez pracowników sytuacji podopiecznych w zakresie realizacji potrzeb emocjonalnych. Z jednej strony bowiem pracownicy podkreślają w swoich wypowiedziach, że podopieczny ma możliwość zaznania miłości rodzicielskiej, z drugiej zaś – ci sami pracownicy zaprzeczają niejednokrotnie, wyrażają swoją dezaprobatę co do możliwości realizacji owych potrzeb w warunkach instytucjonalnych. Taka wizja pociąga z kolei bardzo często współczucie, jakim pracownicy darzą podopiecznych. Wniosek ten potwierdza poniższa wypowiedź:

Ośmioletni Sylwek, nie umiając sobie poradzić z gromadzącymi się w nim emocjami i z nawykiem, że zawsze za wszystko dostaje lanie, sam karał się, uderzając głową o ścianę lub wieszając się za ręce w pokoiku na parapecie, wisiał aż ciekły mu łzy, żeby dotrzeć do stanu błogości (pracownik 41 lat, Gdańsk).

Bywa, że po kilku latach odkrywamy, iż nasz podopieczny był wykorzystywany seksualnie, był bity lub żebrał, to zawsze wzbudza emocje (pracownik 49 lat, Malbork).

Empatia, współczucie oraz cierpliwość pojawiające się w relacjach między pracownikami i podopiecznymi RDD mogą stopniowo prowadzić do wytworzenia się więzi, które naznaczone są silnym ładunkiem afektywnym. W takim wypadku relacje między pracownikiem i podopiecznym nabierają cech upodabniających je do stosunków panujących w rodzinie. W takiej sytuacji podopieczny nie tylko realizuje swoje potrzeby emocjonalne, ale także, czując się bardziej komfortowo i będąc ośmielonym, otwiera się przed pracownikiem, przekazując informacje o sobie oraz własnych problemach. Oto przykład:

Dzieci gdy zaczną nam ufać, same większość sytuacji opowiadają, lubią dzielić się swoimi doświadczeniami (pracownik 39 lat, Gdańsk).

Początkowo dzieci, nie mają do nas zaufania, obwiniają nas i siebie za sytuację, która je spotyka. Tylko cierpliwość i czas dany dziecku przynosi efekty (pracownik 49 lat, Malbork).

Oczywiście, rodzinny dom dziecka nie może zastąpić domu rodzinnego, ale potrzeby tego typu mogą być przynajmniej częściowo w ramach tej placówki zaspokajane. To, w jakiej mierze i w jakim zakresie uda się tego dokonać, zależy głównie od zaangażowania, chęci oraz dobrej woli pracowników placówki.

Potrzeby indywidualności, prywatności i samodzielności

Realizacja potrzeb niższego i wyższego rzędu stanowi jeden z filarów podtrzymywania idei podmiotowości podopiecznego. W tym kontekście, biorąc pod uwagę potrzeby wyższego rzędu, można wymienić następujące ich kategorie: potrzeba indywidualności, prywatności oraz samodzielności. Na pytanie: „W jaki sposób podopieczni podkreślają swoją indywidualność?” badani respondenci odpowiedzieli:

Podopieczni chcą podkreślić swoją indywidualność różnymi gadżetami, ubiorem, fryzurą, wyciętą dziurą w spodniach itp. (pracownik 39 lat, Gdańsk)

Dzieci chcą się wyróżniać sposobem bycia, ubiorem, uczesaniem, słuchaniem muzyki, spędzaniem wolnego czasu (pracownik 54 lat, Gdynia).

Chociaż podopieczni mają sporo swobody z korzystania z własnych rzeczy, jak np. ubrania, kosmetyki czy biżuteria, to również tutaj napotykamy na pewne ograniczenia. Zarówno w rodzinnym domu dziecka, jak i w życiu codziennym poza placówką obowiązują pewne reguły określające to, co można, i to, czego nie wolno robić z własnym ciałem i wyglądem.

Uczymy dzieci, że nie każdy strój pasuje do sytuacji, to że pójdę z koleżanką do kina w takim stroju to nie znaczy, że do szkoły tak samo mogę iść. Czy jeżeli biorę udział w przedstawieniu i mogę się pomalować, to do szkoły już nie mogę, bo idę do szkoły podstawowej i to nie jest miejsce, w którym dzieci się malują. I to że dzień wcześniej można było zrobić nawet profesjonalny makijaż, to nie znaczy, że do szkoły na następny dzień też można. To mamy w zasadach, co kiedy można (pracownik 49 lat, Gdynia).

Autonomia podopiecznych widoczna jest natomiast w umożliwianiu im brania odpowiedzialności za własne działania. Stwarza się jednak podopiecznym szanse do wykazania się kompetencją do samodzielnego funkcjonowania, wykonywania określonych czynności samodzielnie (jest to chociażby ubieranie się, mycie, przygotowywanie posiłków, ale także załatwianie pewnych spraw wewnątrzrodzinnych, a czasami nawet poza domem, jak np. zakupy, samodzielne pójście do szkoły, spotkania ze znajomymi). Na pytanie: „W jaki sposób pracownicy uczą podopiecznych samodzielności” badani odpowiedzieli:

Maluchy wyrzucają papierki, ubierają się same, no wiadomo, że tak nie do końca umie to robić i często prosi „Ciociu ubierz mi rajstopki” – bo tu chodzi też o bliskość i więź. Dzieci mają obowiązek samodzielnie odrabiać lekcje, te które są małe tzn. 1, 2, 3 klasa, a czują się dorosłe, mogą odrabiać lekcje samodzielnie, jesteśmy jednak blisko i w każdej chwili mogą zwrócić się o pomoc, czy coś poprawić lub podpowiedzieć (...) starsi podopieczni np. sami wybierają sobie szkołę lub pracę (pracownik 54 lata, Gdynia).

To wieloletni proces, małymi kroczkami dzieci uczą się pokonywać trudności. Są to diżury w naszym domu, samodzielne przygotowywanie posiłku czy pójście po zakupy (pracownik 41 lat, Gdańsk).

Na początku naszego wspólnego mieszkania była również zasada: szczotka w toalecie jest do sprzątnięcia muszli klozetowej. Proszę mi wierzyć początkowo śmieszyła dzieci, ale obecnie wszystkie 4 toalety w domu są czystki. Zasady w domu regulują wspólne obowiązki, przywileje i ułatwiają życie (pracownik 49 lat, Malbork).

Trzeba jednak pamiętać, że potrzeby podopiecznych rodzinnych domów dziecka mogą być realizowane w określonych ramach. Placówka przecież podlega wewnętrznym nakazom i zakazom, regulującym sposób, rodzaj i charakter zaspokajania potrzeb

podopiecznych placówki. Z drugiej strony, bezpośrednimi wykonawcami zadań opiekuńczo-wychowawczych są zatrudnieni w niej pracownicy, którzy ze względu na ciężące na nich zobowiązania wynikające ze stosunku pracy muszą podporządkować się określonym regułom w niej obowiązującym. To sytuacja, w której potrzeby podopiecznych są „konstruowane” w interakcjach podopiecznych z pracownikami i znajdują swoje ucieleśnienie w świadomości pracowników, czyli przekonaniu o tym, co dobre a co złe dla ich dzieci. Nie oznacza to jednak, że podopieczni rodzinnych domów dziecka są zupełnie pozbawieni możliwości kreowania potrzeb i wpływania na sposób ich realizacji. Wniosek ten potwierdza poniższa wypowiedź:

Podopieczni potrafią się przymilać do pracownika, jeśli czegoś potrzebują lub chcą coś uzyskać (pracownik 54 lata, Gdynia).

Każde dziecko ma inne potrzeby i staramy się wychodzić im naprzeciw (...) Staramy się rozmawiać i pytać, czego dzieci chcą lub potrzebują albo jakie mają pragnienia czy marzenia. I czasem kiedy nas na coś nie stać, a nie chcemy, żeby dziecko nie czuło się gorsze od innych, to szukamy sponsora. I jeżeli przychodzi sponsor, to trzeba umieć podziękować – zrobić jakąś laurkę, może zrobić zdjęcie bo ktoś może chcieć mieć dokument, że on wspiera dzieci z rodzinnych domów dziecka. A nie na zasadzie, że mi się wszystko należy. Jestem biedny Bartuś i nikt mnie nie kocha i chcę to! Tylko uczymy dzieci dawania czegoś od siebie (pracownik 49 lat, Gdynia).

Wprawdzie specyfika rodzinnych domów dziecka oraz znaczna zależność od pracowników jest istotnym ograniczeniem w tym zakresie, ale, jak pokazują badania, w coraz większej mierze przywiązuje się uwagę do podmiotowego, a więc opartego na samodzielności jednostki i poszanowaniu jej indywidualności, traktowania podopiecznych rodzinnych domów dziecka.

Zakończenie

Zasadniczym celem artykułu było przedstawienie problematyki budowania relacji społecznych w kontekście zaspokajania potrzeb podopiecznych przez pracowników rodzinnych domów dziecka. W związku z tym podjęto próbę ukazania specyfiki i charakteru wzajemnych oddziaływań aktywnie współuczestniczących aktorów w społecznej przestrzeni rodzinnych domów dziecka. Z tego względu głównym zadaniem było poszukanie odpowiedzi na pytanie, jakie znaczenie ma zaspokajanie potrzeb podopiecznych przez pracowników w procesie budowania relacji w rodzinnym domu dziecka. Na podstawie przeprowadzonych analiz udało się ustalić kilka wniosków.

Po pierwsze, kształtowanie charakteru relacji między pracownikami a podopiecznymi jest istotne w zakresie realizacji podstawowych założeń pracy opiekuńczej i potrzeb podopiecznych (Kacperczyk 2006: 245). To, w jakim zakresie uda się zaspokoić potrzeby podopiecznego, będzie zależęć od zdobytych informacji na temat podopiecznego, właściwej komunikacji, zaufania oraz poprawnych relacji (Konecki 1998).

Po drugie, empatia, współczucie oraz cierpliwość pojawiające się w relacjach między pracownikiem a podopiecznym rodzinnego domu dziecka mogą stopniowo prowadzić do wytworzenia się więzi, nabierających cech rodzinności, które z kolei mogą zaspokoić potrzeby bliskości emocjonalnej wychowanka.

Po trzecie, sytuacja podopiecznych nie jest wyłącznie uzależniona od formalnych warunkowań rodzinnych domów dziecka oraz działającego w jej ramach pracownika. Podopieczni mogą w określony sposób kreować swoje potrzeby i wpływać na sposób ich realizacji.

Po czwarte, pracownicy realizują potrzeby wyższego rzędu wychowanka poprzez podmiotowe traktowanie, uczenie samodzielności i brania odpowiedzialności za własne działania oraz poszanowanie indywidualności. Taka postawa sprzyja budowaniu relacji w rodzinnym domu dziecka.

Bibliografia

Opracowania:

Angrosino M., 2010, *Badania etnograficzne i obserwacyjne*, Warszawa.

Babbie E., 2006, *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa.

Chomczyński P., 2006, *Wybrane problemy etyczne w badaniach. Obserwacja uczestnicząca ukryta*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, nr 1.

Drabik L., Sobol E., 2018, *Słownik języka polskiego*, Warszawa.

Kacperczyk A., 2006, *Wsparcie społeczne w instytucjach opieki paliatywnej i hospicjach*, Łódź.

Kolankiewicz M., Nowak B.M., 2013, *Rodzinne domy dziecka – w stronę rozwoju kompetencji*, Warszawa.

Konecki K., 1998, *Praca w koncepcji socjologii interakcjonistycznej*, „Studia Socjologiczne”, nr 1.

Konecki K., 2000, *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Warszawa.

Maslow A., 2009, *Motywacja i osobowość*, Warszawa.

Nowak S., 2011, *System wartości społeczeństwa polskiego*, „Studia Socjologiczne”, nr 1.

Niedbalski J., 2003, *Życie i praca w domu opieki społecznej. Socjologiczne studium interakcji personelu z upośledzonymi umysłowo podopiecznymi*, Łódź.

Prus R., 1994, *Approaching The Study Of Human Group Life: Symbolic Interaction And Ethnographic Inquiry* [w:] D.M. Lorenz, R. Prus, W. Shaffir (eds.), *Ethnography as Human Lived Experience*, Toronto.

Strauss A.L., Fagerhaugh S., Suczek B., Wiener C., 1985, *Social Organization of Medical Work*, Chicago, London.

Akty prawne:

Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 14 lutego 2005 r. w sprawie placówek opiekuńczo-wychowawczych (Dz. U. Nr 37, poz. 331).

Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 12 marca 2004 r. o pomocy społecznej (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1507 z późn. zm.).

Biogram

Agnieszka Deja – pracownik Gdańskiej Szkoły Wyższej, doktorantka studiów z zakresu pedagogiki na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Gdańskiego. Ukończone studia: pedagogika opiekuńczo-wychowawcza z terapią pedagogiczną, pedagogika społeczna. Zainteresowania: opieka zastępcza, rodzinne formy opieki zastępczej, rodzinne domy dziecka, interakcjonizm symboliczny.



Profilaktyka społeczna XXI wieku na przykładzie streetworkingu i partyworkingu – ujęcie suicydologiczne

Marlena Stradomska | Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
<https://orcid.org/0000-0002-2294-856X>

Streszczenie

Słowa kluczowe:
partyworking,
profilaktyka,
suicydologia, środki
psychoaktywne,
zagrożenia

Niniejszy artykuł stanowi konkluzję rozważań związanych z profilaktyką suicydalną w XXI wieku. Można wyróżnić wiele aspektów, które umożliwiają redukcję zjawisk niekorzystnych dla zdrowia i życia jednostki. Coraz częściej organizowane są akcje profilaktyczne, kampanie społeczne czy wydarzenia kulturalne mające na celu redukcję zachowań ryzykownych. Społeczeństwo jest w wielu przypadkach nieświadome różnych sytuacji i relacji, w które się angażuje. W związku z tym istnieje potrzeba uświadamiania ludzi w kwestii zagrożeń, takich jak: używanie substancji psychoaktywnych czy włączanie się w zachowania ryzykowne. Formy działań partyworkerskich są dość nietypowe ze względu na oddziaływanie w specyficznych miejscach, np. klubach, pubach, dyskotekach itp. Generalnie są to miejsca niesprzyjające pracy osób związanych z pomocą psychologiczną, terapeutyczną czy działalnością profilaktyczną. Zachowania ryzykowne bardzo często związane są z autodestrukcją, w szczególności zachodzą pod wpływem środków psychoaktywnych. Nieświadomi, pozbawieni kontroli ludzie często próbują odebrać sobie życie w sposób samobójczy. Profilaktyka, działania naprawcze i edukacja w tym zakresie są niezbędnymi elementami, które mogą uratować wiele osób. Celem pracy będzie analiza zagrożeń w pracy partyworkerów i streetworkerów. W porozumieniu z Polskim Towarzystwem Suicydologicznym przeprowadzono wywiady ustrukturyzowane (n = 50) z przedstawicielami zawodów społecznych. Niniejsza praca ma zatem charakter teoretyczno-praktyczny.

XXI century social prevention on the example of streetworking and partyworking – suicidological approach (Summary)

Keywords:
partyworking,
prevention,
suicidology,
psychoactive drugs,
threats

This article is the conclusion of considerations related to suicidal prevention in the 21st century. Many possibilities can be distinguished that enable reduction of phenomena that are detrimental to the health and life of an individual. Preventive campaigns, social campaigns or cultural events aimed at reducing risk behaviors are organized more and more often. Society is in many cases unaware of the various situations and relationships in which they are involved. Therefore,

a matter related to raising people's awareness of threats such as: using psychoactive substances or engaging in risky behaviors is needed. The forms of partisan activities are quite unusual due to the impact in specific places such as clubs, pubs, discos, etc. Generally, these are places unfavorable for the work of people involved in psychological or therapeutic help or preventive activities. Risky behaviors are very often associated with self-destruction, in particular under the influence of psychoactive substances. Unaware, people without control often try to take their lives in a suicidal manner. Prevention, corrective actions and education in this area is an indispensable element that can save many people from danger. The aim of the work will be to analyze the risks of work of partisans and street workers. Structured interviews (n = 50) with representatives of social professions were conducted in consultation with the Polish Suicidological Society. Therefore, the work has a theoretical and practical dimension.

Wstęp

Niekiedy praca specjalistów zajmujących się profilaktyką może różnić się metodami, formami działań, a także miejscem, w którym odbywa się interwencja. Działalność partyworkerów i streetworkerów niewątpliwie będzie różniła się od tradycyjnych sposobów pomocy (Stowarzyszenie Program Stacja 1, online)¹. Realizacja zadań prowadzonych w ten sposób rozwija możliwości pozyskiwania nowych doświadczeń, np. dla pedagogów, psychologów, pracowników socjalnych itd. W Internecie można znaleźć wiele informacji na temat partyworkingu i streetworkingu, chociaż w Polsce znane są bardziej standardowe formy pomocy (psychoterapia, terapia grupowa, terapia uzależnień, grupa wsparcia) (Fundacja Edukacji Dla Bezpieczeństwa, <http://www.fedb.pl/projekty/new-page-2/>; PROFNET, <https://www.profnet.org.pl/profilaktyka-studenci-i-urzednicy/>, Krajowe Biuro Przeciwdziałania Narkomanii, www.kbpn.gov.pl i inne). Różnego rodzaju kampanie promujące zdrowie psychiczne są niezbędne dla przedstawicieli różnych środowisk. W ramach projektów profilaktycznych przeszkoleni są wolontariusze, stażyści, którzy są doskonale przygotowani do interwencji i pomocy innym w różnych miejscach (Zielińska 2014: 69–73).

Promocja akcji profilaktycznych

Nieskomplikowane słownictwo może ułatwić właściwe zrozumienie przesłania akcji. Specjalistyczny przekaz będzie trafił jedynie do konkretnej grupy odbiorców, a najważniejsze jest to, aby jak najwięcej z nich dowiedziało się o konkretnym działaniu. Przekaz powinien informować, a nie wzbudzać zaniepokojenie odbiorców. Członkowie Stowarzyszenia Program Stacja, realizując cele statutowe swojej organizacji, starają się docierać do odbiorców w ich środowisku – na ulicach, podwórkach, w klubach czy

¹ Partyworking polega na działaniach edukacyjno-profilaktycznych realizowanych w klubach, dyskotekach, pubach czy w miejscach organizowania masowych imprez rozrywkowych. Celem partyworkingu jest docieranie do bawiących się ludzi, w tym podejmujących ryzykowne zachowania (np. ryzykowne zachowania seksualne czy używanie substancji psychoaktywnych), udzielanie informacji na temat możliwych zagrożeń oraz promowanie zasad bezpieczniejszej zabawy.

na czatach internetowych. Przekazują wiedzę m.in. na temat tego, jak dbać o zdrowie czy spędzać wolny czas w sposób konstruktywny. Ponadto specjaliści pomagają znaleźć rozwiązanie w trudnych sytuacjach życiowych, wykorzystując konsultacje psychologiczne czy interwencje kryzysowe. Warto dodać, że stowarzyszenie ma wieloletnie doświadczenie w pracy metodami *outreach*, a jego członkowie notorycznie poszukują nowych i skutecznych sposobów nawiązania kontaktu i współpracy, w szczególności z młodymi ludźmi (Stowarzyszenie Program Stacja 2, online).

Treść komunikatów przesyłanych do mediów zostaje dopasowana do specyfiki danego środka przekazu, wynikającej z formuły wydawniczej oraz poziomu percepcji odbiorców. Komunikaty przeznaczone do opublikowania w tabloidach i portalach internetowych są krótsze od wysyłanych do tytułów ogólnoinformacyjnych. Najistotniejszą część przekazu zostanie zawarta w leadach² (Marketing B2B 2012). W przypadku działań profilaktycznych to głównie dopasowanie oferty do odbiorcy. Istotna może być ewolucja kwestii związanych z marketingiem, który w obecnych czasach jest podstawą do tego, aby w sposób skuteczny znajdować grupę odbiorców. Russel oraz Lane (2000) w swojej książce proponują podział historii marketingu na trzy etapy:

- era przedmarketingowa – prehistoria–XVIII wiek. Polegała na prymitywnych formach komunikacji między kupcami a nabywcami danego towaru;
- era informacji masowej, masowego przekazu – XVIII–początek XX wieku. Sprzedający coraz częściej docierają do grup osób zainteresowanych danym produktem. Skuteczność związana była z wynalazkami (druk, telewizja);
- era badań – początek XX wieku i trwa do chwili obecnej. W marketingu pomaga technologia, nowoczesne techniki przekazu informacji.

Dodatkowo wiek XX przyniósł ważną zmianę – u reklamodawców powstało poczucie odpowiedzialności społecznej (Russel, Lane 2000: 5). Ma to duże znaczenie, gdyż Internet można wykorzystywać na wiele sposobów. Wartościowe jest jednak, aby przekaz mógł zmienić funkcjonowanie i pogląd na świat odbiorców, w szczególności w sytuacji trudnej. Najprościej wyróżnić środki reklamy (strony internetowe, prezentacje czy pocztę elektroniczną), które służą do tego, aby bezpośrednio kontaktować się z odbiorcą. Natomiast do nośników reklamy należą banery reklamowe, przyciski, pola tekstowe, mailing, które pozwalają na odnalezienie przez klienta strony internetowej poprzez wykorzystanie np. słów kluczowych. Podział dotyczący wykorzystania Internetu zawarto w tabeli 1.

² To zestaw informacji dotyczących firmy, osoby oraz sytuacji biznesowej, które wskazują, że w firmie spełniającej warunki grupy docelowej istnieją sprzyjające warunki do rozpoczęcia sprzedaży.

Tabela 1. Wykorzystanie Internetu (środki i nośniki reklamy)

Wykorzystanie Internetu	
Środki reklamy	Nośniki reklamy
<ul style="list-style-type: none"> • własne strony WWW • prezentacje na portalach internetowych i stronach obcych • poczta elektroniczna 	<ul style="list-style-type: none"> • banery reklamowe • przyciski reklamowe • pola tekstowe • linki • słowa kluczowe w wyszukiwarkach • tapety reklamowe • okna reklamowe • reklamy pełnoekranowe • mailing

Źródło: (Nowacki 2005: 86–88).

Działalność streetworkerów inspirowała przedstawicieli wielu branż do prowadzenia badań w wymienionym aspekcie. Niestety, wiedza na temat tego sposobu funkcjonowania w dalszym ciągu budzi wiele zastrzeżeń. Świadczyć może o tym także znikoma ilość publikacji w naszym kraju. W 2012 roku przeprowadzono badania na temat kondycji streetworkingu w Polsce, których wyniki zostały zawarte w *Podręczniku Streetworkerów Bezdomności* (Dębski, Michalska 2012). Objęto nimi 605 instytucji/organizacji pozarządowych funkcjonujących na terenie 500 gmin w Polsce. Ponad 2/3 badanych było ulokowanych na terenie gmin miejskich (64,9%), natomiast 26,8% na terenie gmin miejsko-wiejskich, a tylko 3,8% w gminach wiejskich. Z przeprowadzonych badań wynika, że jedynie 27 (4,5%) podmiotów stosuje streetworking. Około 11,2% instytucji/organizacji opowiedziało się za kontynuowaniem lub rozpoczęciem tej formy pracy – jednakże to forma deklaracyjna odpowiedzi (Szluz 2014: 110–111). Znaczna większość badanych podmiotów nie planowała w ciągu najbliższych dwóch lat realizować własnych działań tą metodą (52,1% „raczej nie” i 35% „zdecydowanie nie”). Reasumując, najczęściej zainteresowanymi podmiotami są te, które ulokowane są w aglomeracjach miejskich, co związane jest z realnym zapotrzebowaniem (więcej osób bezdomnych, dostępność klubów, pubów, koncertów, wydarzeń itd.) (Dębski, Michalska 2012: 30–35). W 2019 roku Krajowe Biuro Przeciwdziałania Narkomanii wydało książkę przygotowaną przez Towarzystwo Nowa Kuźnia w Lublinie na temat partyworkingu. Publikacja stanowi źródło wiedzy organizacyjnej, psychologicznej oraz logistycznej związanej z funkcjonowaniem partyworkerów w miejscu interwencji³.

³ Podręcznik *Partyworking. Wybrane zagadnienia. Teoria i praktyka*, autorstwa Justyny Rynkiewicz, Anny Siudem, Ireneusza Siudema, Joanny Siudem i Marleny Stradomskiej, został opracowany z inicjatywy Krajowego Biura do Spraw Przeciwdziałania Narkomanii w ramach realizacji Narodowego Programu Zdrowia na lata 2016–2020 i współfinansowany ze środków Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych.

Diagnoza bezpieczeństwa a praca partyworkerów

W XXI wieku ważnym aspektem jest skuteczność. W związku z tym profilaktyka społeczna jest przeprowadzana w różnych miejscach, które niekoniecznie kojarzą się społeczeństwu z aspektem pomagania. Na imprezach, w klubach w szczególności młody człowiek narażony jest na oddziaływanie wielu czynników, które mogą zagrażać zdrowiu i życiu. Partyworker czy streetworker to specjaliści, którzy posiadają wiedzę i umiejętności do tego, aby przekazać istotne informacje, pomóc lub dostarczyć środki, które pozwolą na zabezpieczenie się przed działaniem szkodliwych substancji. W związku z powyższym konieczne jest wcześniejsze przeszkolenie osób pracujących tymi metodami, w jaki sposób mogą reagować na potencjalne niebezpieczeństwa. Profesjonalista zajmujący się tzw. profilaktyką *outdoor* powinien charakteryzować się tym, że potrafi pracować w niesprzyjających warunkach. Praca w klubach, pubach czy na ulicy nie sprzyja spokojnej, typowej rozmowie np. psychologa z osobą potrzebującą. Jednak w określonych sytuacjach to jedyna możliwość, która pozwala na realny kontakt z osobami, którym informacja czy pomoc może uratować zdrowie czy życie.

Tabela 2. Środki bezpieczeństwa w partyworkingu i streetworkingu

Aspekt bezpieczeństwa	Charakterystyka środków bezpieczeństwa
Organizacyjny	Kontrola i sprawdzenie, czy sposób funkcjonowania imprezy nie sprzyja powstawaniu zagrożeń, np. przez pojawianie się kolejek czy niebezpiecznych skupisk ludzi. Konieczne jest sprawdzenie, ile osób będzie na takiej imprezie, gdzie znajduje się wydarzenie oraz jakie są możliwe bariery związane z prawidłowym funkcjonowaniem na wydarzeniu.
Architektoniczny	Obecność niebezpiecznych miejsc w klubie, takich jak strome schody, stopnie w niespodziewanych miejscach, niskie sufity czy wystające elementy, a także możliwość dostania się przez uczestników imprezy w nieodpowiednie miejsca (składziki z chemią, pomieszczenia tylko dla obsługi, wyjście na dach). Warto zadbać, aby w sposób prawidłowy oznaczone były drzwi, wyjścia ewakuacyjne czy inne informacje.
Medyczny	Posiadanie przez obsługę odpowiednich umiejętności i środków do udzielenia pierwszej pomocy oraz świadomość, kiedy należy wezwać pogotowie. Zwrócenie uwagi, czy w razie potrzeby w pobliżu jest karetka lub inne służby, które mogą pomóc w razie ewentualnego wypadku.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów z partyworkerami.

Ważne jest to, aby partyworkerzy z czasem stawali się partnerami klubu i mieli realny wpływ na jego funkcjonowanie w zakresie bezpieczeństwa. Można osiągnąć to poprzez budowanie zaufania między władzami i obsługą lokalu a wspierającymi ich osobami. W ramach zwiększania poziomu bezpieczeństwa na imprezach przeprowadzane są szkolenia dla osób pracujących w trakcie wydarzeń (barmanów, ochroniarzy, hostess, didżejów itp.). W trakcie takich spotkań przekazują oni wiedzę i umiejętności konieczne dla zachowania bezpieczeństwa uczestników zabawy. Niezbędna jest wiedza na temat skutków przyjmowania konkretnych substancji psychoaktywnych dla wyglądu

i zachowania użytkownika, umiejętności udzielenia pierwszej pomocy, rozwiązywania konfliktów, reagowania na przypadki rozprowadzania nielegalnych substancji w klubie czy działania w przypadku podejrzenia o to, że ktoś został odurzony wbrew swojej woli. Obsługa powinna mieć poczucie, że jest w stanie zareagować na niebezpieczne sytuacje, do jakich może dojść w trakcie zabawy.

Monitoring i ewaluacja

Niepokojące jest to, że w XXI wieku znikoma część instytucji zdolna jest do zaangażowania się w inicjatywy profilaktyczne. Monitoring i ewaluacja są najbardziej znaczącym elementem, które są związane nie tylko z działaniami partyworkerskimi czy streetworkerskimi, ale ogólnym spektrum funkcjonowania, zarówno jednostki, jak i społeczeństwa. W związku z tym praca streetworkerów jest i powinna być w sposób zaplanowany i cykliczny monitorowana. Sposoby monitoringu tego typu pracy zaprezentowano w tabeli 3.

Tabela 3. Sposób monitorowania pracy partyworkerskiej

Lp.	Sposób monitorowania
1.	analiza i nadzór dokumentów
2.	analiza i nadzór czasu pracy i innych elementów pracy
3.	bieżące spotkania robocze poświęcone partyworkingowi
4.	spotkania zespołu partyworkerów
5.	grupy fokusowe poświęcone wybranym elementom partyworkingu
6.	obserwacja i uczestniczenie w pracy partyworkerów
7.	wywiady z osobami, które współpracują z partyworkerami
8.	bieżąca wymiana informacji, spotkania i wywiady z przedstawicielami organizacji współpracujących z partyworkerami.
9.	inne metody

Źródło: Opracowanie własne na podstawie dostępnej literatury i wywiadów ustrukturyzowanych.

Według Agnieszki Meller i Ewy Szczypior monitoring powinien być realizowany przez osobę nadzorującą pracę streetworkerów i partyworkerów, jakkolwiek możliwy jest także monitoring realizowany przez ekspertów zewnętrznych, w zależności od potrzeb (Meller, Szczypior 2008: 71–75). Personalizacja działań związana jest z zagrożeniami, które występują w specyficznej grupie. Po identyfikacji uczestników konieczne jest określenie możliwości działania, a następnie wybranie rodzajów interwencji. Kolejnym elementem jest odnalezienie zasobów dla swoich działań oraz zaangażowanie społeczności w inicjatywę. Doprecyzowanie materiałów dla interwencji będzie znaczącym elementem dalszych działań (ilość odbiorców, specyfika podejmowanych aktywności,

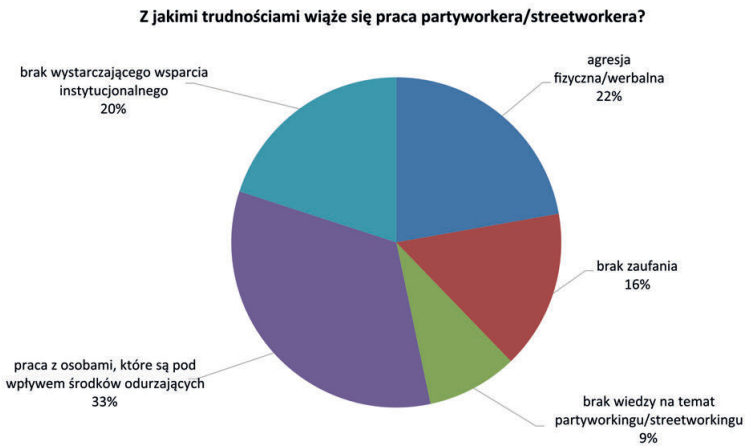
zaplanowana grupa odbiorców). Partyworking nie będzie funkcjonował bez wyspecjalizowanej kadry streetworkerów/partyworkerów, którzy powinni być dobrze zaznajomieni z daną branżą. Konieczne jest także monitorowanie postępów interwencji oraz zakończenia działania. Ważne jest to, aby wzmacniać systemy monitorowania, gdyż bez nich nie zauważa się pewnych trudności podczas realizacji zadań. Warto zwrócić uwagę na ocenę wpływu każdego etapu na wyniki, aby udowodnić słuszność systemu i ewentualnie poprawić program (World Health Organization 1, online). Ważnym zadaniem jest także zapewnienie określonej opieki osobom, które są w trudnej sytuacji życiowej. Inaczej będzie zapewniona opieka osobom z problemem alkoholowym czy narkotykowym niż opieka nad osobami z HIV/AIDS. Niezbędne do poprawnej działalności są takie aspekty, jak: przeszkolony personel, zaopatrzenie, leki, odpowiedni sprzęt, warunki, usługi spełniające minimalne standardy, jakość życia obsługiwanych osób przez programy lub postawy związane ze stygmatyzacją (Stowarzyszenie Program Stacja 3, online). Wpływ opieki i wsparcia odnosi się ostatecznie do zdrowia fizycznego i psychicznego – zachorowalności i wskaźników umieralności osób żyjących z HIV/AIDS (World Health Organisation 2, online).

Badania własne – analiza

W ramach współpracy z Polskim Towarzystwem Suicydologicznym Oddział Lublin oraz Towarzystwem Nowa Kuźnia w okresie od października 2017 do marca 2019 r. przeprowadzono wywiady ustrukturyzowane z partyworkerami i streetworkerami w Lublinie, Łodzi i Warszawie. Celem przeprowadzonych badań było przede wszystkim sprawdzenie zagrożeń i trudności związanych z wykonywaniem pracy profilaktycznej. Przebadano ponad 80 osób, jednakże ze względu na brak zgody na wykorzystanie uzyskanych danych wyniki nie zostały włączone do dalszych analiz. Ostateczna grupa osób badanych wynosi 50 osób (29 mężczyzn i 21 kobiet). Do badań wykorzystano 15 pytań w wywiadzie ustrukturyzowanym, które dotyczyły kwestii społecznych, psychologicznych, instytucjonalnych, finansowych oraz zdrowotnych związanych z wykonywaną profesją. W niniejszym artykule ze względu na ograniczenia ilościowe tekstu do analiz wykorzystane zostaną jedynie wybrane kwestie.

Praca streetworkera i partyworkera wiąże się z wieloma trudnościami natury organizacyjnej (rys. 1). Realizacja zadań odbywa się w klubach, pubach czy na ulicach, co zdecydowanie utrudnia kontakt profesjonalista – klient. Osoby pracujące w działaniach profilaktycznych za zagrożenie w szczególności uważają pracę z osobą, która jest pod wpływem alkoholu, narkotyków, dopalaczy czy innych substancji (33%). Fragment wypowiedzi partyworkera: „Praca jest niebezpieczna, bo różnie się dzieje, nie panuje się nad sobą, w szczególności po tych mixach, które są teraz totalnie dostępne. Nie ma zazwyczaj czystych narkotyków, są dopalacze, dziwne rzeczy, które są tanie. Nawet młodzież może sobie na nie pozwolić. Niestety nie rozumieją tego, że jest tam tylko syf – od starych leków, przez środki do czyszczenia, po odżywkę do roślin i pestycydy”.

Trudności związane są także z pojawiającą się agresją fizyczną czy werbalną (22%), a także brak odpowiedniego wsparcia instytucjonalnego (20%), które dotyczy braku zgody na realizację akcji w samych klubach, pubach czy blisko tych miejsc. Pojawienie się osób, które zajmują się profilaktyką w klubach, może być błędnie rozumiane jako „pozwolenie” na używanie substancji zakazanych. Wielu właścicieli lokali boi się tego, że przez działania partyworkerskie mogą stracić klientów, a ich placówka nie będzie atrakcyjna dla wielu osób, które szukają relaksu, a nie pomocy. Fragment wypowiedzi partyworkera: „Niestety w ostatnich miesiącach 2018 r. w Łodzi co najmniej kilkanaście osób umarło, bo chciało się zabawić. A producenci chcieli zarobić tanim kosztem na naiwności ludzkiej. Niestety takie są realia. Właściciele lokali też nie pomagają. Dlatego my się zbieramy i idziemy pomagać tym, którzy nie mają aż tyle doświadczeń jak my. Może kogoś uratujemy. A może ktoś po prostu będzie się chciał uratować”.

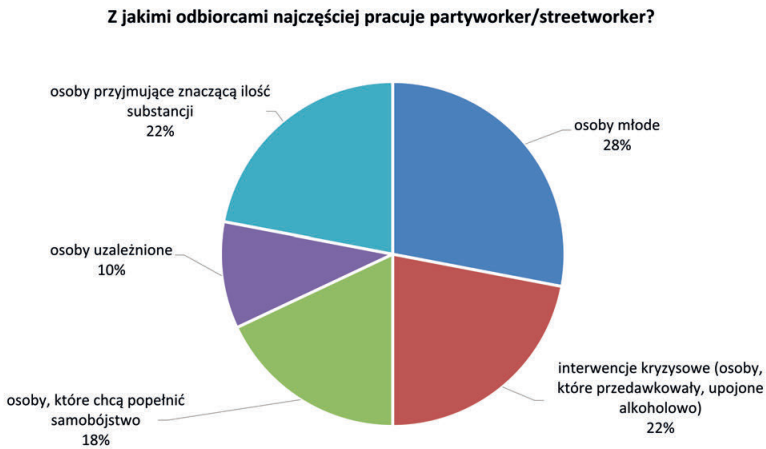


Rysunek 1. Trudności w pracy partyworkera/streetworkera

Źródło: Badanie własne.

Badani partyworkerzy i streetworkerzy podczas przeprowadzania wywiadów zauważają, że nie ma określonej grupy odbiorców ich działań, gdyż zależy to od specyfiki klubu, stałej klienteli, osób, które pierwszy raz są w klubie itd. (rys. 2). Osoby zaznaczają, że grupą zawsze dla nich wartościową są osoby młode (28%). Praktycy mają świadomość, że jest to grupa często zagrożona ze względu na to, że osoby młode mogą zostać zmanipulowane, nie znają często wytrzymałości swojego organizmu na przyjmowanie substancji psychoaktywnych lub nie chcą zostać wykluczeni z grupy i przyjmują substancje, które w innych warunkach nie byłyby przez nie akceptowalne. W takich sytuacjach często z braku wiedzy i zdrowego rozsądku dochodzi do przedawkowania, upojenia alkoholowego lub innych sytuacji kryzysowych (22%). Przykład wypowiedzi partyworkera: „Pracuję jako partyworker już 2 lata. Doskonale znam ten temat, ponieważ sam kiedyś byłem osobą, która potrzebowała pomocy. Ciągłe imprezy, narkotyki, ciąg, który mógł się dla mnie śmiertelnie skończyć. Ktoś wtedy wyciągnął do mnie

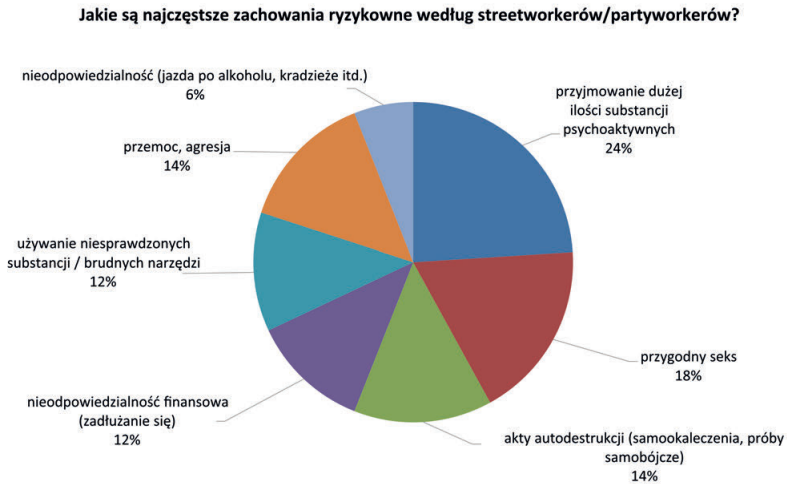
pomocną dłoń. Na początku był pokój, gdzie mogę odpocząć po zażyciu substancji, później nawet czyste środki higieniczne, w tym igły. Wtedy, kto wie, może uratowało to mnie od gorszych chorób. Przyszedł kryzys, przyszła świadomość, że jednak chcę coś w życiu jeszcze osiągnąć”.



Rysunek 2. Odbiorcy działań partyworkerów/streetworkerów

Źródło: Badania własne.

Według osób badanych najbardziej znaczącymi zachowaniami ryzykownymi (rys. 3) jest przyjmowanie substancji psychoaktywnych w dużych ilościach, a także mieszanie ich ze sobą podczas jednej imprezy (24%). Takie zachowanie może doprowadzić do wielu, niekontrolowanych sytuacji: przygodny seks (18%), często bez zabezpieczenia, co może doprowadzić do negatywnych konsekwencji (nieplanowana ciąża, choroby przenoszone drogą płciową). Wypowiedź partyworkera: „Nasi klienci nie myślą o takich sprawach, jak HIV, AIDS, ciąża – oni mówią, że przychodzą się bawić. Nie myślą negatywnie ani racjonalnie. My często rozdajemy prezerwatywy. Czyste igły. Tak, aby oni mieli to w swoich torebkach i kieszeniach. Żeby później całe życie nie żałowali”. Ankietowani wskazują także przemoc (14%), zachowania autodestrukcyjne (14%) jako często pojawiające się kwestie podczas imprez. W takiej sytuacji bardzo ważna jest współpraca partyworkerów/streetworkerów z pracownikami danej instytucji, np. pracownikami ochrony.



Rysunek 3. Zachowania ryzykowne w miejscu pracy streetworkerów/partyworkerów

Źródło: Badania własne.

Zakończenie

W *Podręczniku Streetworkera Bezdomności* autorzy napisali, że „misją streetworkingu jest tworzenie pomostu pomiędzy osobą bezdomną a społeczeństwem, pozwalającego osobie bezdomnej przywrócić możliwość pełnienia ról społecznych oraz odtworzyć dobrostan psychiczny, społeczny i bytowy poprzez docieranie do osób bezdomnych przebywających w miejscach niemieszkalnych oraz pracę z nimi, wykorzystując ich zasoby i potencjał środowiska lokalnego, podejmowaną w kierunku pozytywnych zmian, rozumianych jako chęć zmiany sposobu życia” (Dębski, Michalska 2012). Praca z każdym człowiekiem powinna polegać na tym, że osoba pomagająca próbuje stworzyć wspólny cel z osobą, której pomaga. Bardzo często wyjście z określonej sytuacji może być kwestią niemożliwą do przekroczenia. W kontekście stopniowego rozwijania się streetworkingu nasuwa się wniosek dotyczący sformalizowania wymagań dotyczących rekrutacji i kwalifikacji zatrudnianych pracowników.

Praca streetworkera czy partyworkera z różnych względów należy do wymagających. Realizacja zadań na ulicy, w klubie czy pubie nie jest pracą komfortową, na co wskazują osoby badane w przeprowadzonych badaniach ($n = 50$). Praca badawcza nie wyczerpuje założeń tematu. W artykule zaprezentowane zostały wybrane treści, które najczęściej były omawiane podczas trwania wywiadów. Dodatkowo osoba pomagająca musi zmagać się z dystraktorami podczas realizacji określonych celów. Zatem konieczne jest zwrócenie uwagi na systematyczne prowadzenie kształcenia i szkoleń w tym zakresie. Profilaktyka, aby była skuteczna, musi wykorzystywać osiągnięcia XXI wieku, tak aby problematyczne kwestie zostały w należyty sposób przekazane. Być może praca

specjalistów w takich miejscach przyczyni się do wielu pozytywnych konotacji i spowoduje realne zmniejszenie zagrożeń zdrowia i życia wśród różnych grup wiekowych.

Bibliografia

- Agenda Bezdomności Streetworking*, http://www.ab.org.pl/e-przewodnik/fr_index.html [dostęp: 28.01.2019].
- Dębski M., Michalska A. (red.), 2012, *Podręcznik streetworkera bezdomności*, Gdańsk.
- Marketing B2B, *Co to jest lead?*, <https://b2b-marketing.pl/2012/07/05/co-to-jest-lead/> [dostęp: 28.01.2019].
- Meller A., Szczypior E., *Standard streetworkingu (ulicznej pracy socjalnej)*, e-przewodnik streetworkingu, http://www.ab.org.pl/e-przewodnik/fr_index.html [dostęp: 28.01.2019].
- Meller A., Szczypior E., 2008, *Standard Streetworkingu [w:] Podręcznik Od ulicy do samodzielności życiowej. Standardy społecznej i zawodowej (re)integracji osób bezdomnych w sześciu sferach*, Gdańsk.
- Monitoring and evaluation*, <http://www.who.int/hiv/pub/arv/chapter7.pdf> [dostęp: 28.01.2019].
- Nowacki R., 2005, *Reklama: podręcznik*, Warszawa.
- Russell J.T., Lane W.R., 2000, *Reklama według Ottona Kleppnera*, Warszawa.
- Stowarzyszenie Program Stacja 1, <http://programstacja.org.pl> [dostęp: 28.01.2019].
- Stowarzyszenie Program Stacja 2, <http://programstacja.org.pl/co-robimy/metody/partyworking/> [dostęp: 28.01.2019].
- Stowarzyszenie Program Stacja 3, <https://programstacja.org.pl/strefa-wiedzy/bezpieczniejszy-sex/hivaid/> [dostęp: 28.01.2019].
- Szluz B., 2014, *Streetworking jako nowa forma interwencji i pracy z osobami wykluczonymi społecznie*, „Seminare. Poszukiwania naukowe”, t. 35, nr 2.
- World Health Organization 1, <http://www.who.int/hiv/pub/arv/chapter7.pdf> [dostęp: 28.01.2019].
- World Health Organization 2, <http://www.who.int/hiv/pub/epidemiology/en/Care&SupportGuideE.pdf> [dostęp: 28.01.2019].
- Zielińska M., 2014, *Gatekeeper – kampanie przeciw samobójstwom jako element polityki społecznej Japonii*, „Ogrody Nauk i Sztuk Fundacja Pro Scientia Publica”, nr 4.
- Siudem A., Siudem I., Rynkiewicz J., Siudem J., Stradomska M., 2019, *Partyworking. Wybrane zagadnienia. Teoria i praktyka*, https://www.kbpn.gov.pl/wydawnictwa_on_line.htm?id=110707 [dostęp: 28.01.2019].

Biogram

Marlena Stradomska – wykładowca akademicki, pedagog, psycholog, wiceprezes Polskiego Towarzystwa Suycydologicznego oddział Lublin, trener, terapeuta w trakcie 4-letniego kursu w nurcie integracyjnym. W trakcie studiów doktoranckich w zakresie psychologii oraz nauk o poznaniu i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Autorka ponad 50 publikacji naukowych w obszarze problemów społecznych, zagrożeń cywilizacyjnych XXI wieku, a także pracy z osobami po próbie samobójczej. Laureatka stypendiów i nagród za wybitne osiągnięcia naukowe.



Próba porównania grobów końskich na cmentarzyskach Bałtów wschodnich i zachodnich w okresie wędrówek ludów i we wczesnym średniowieczu

Aleksandra Zuzanna Fijałkowska | Uniwersytet Gdański
<https://orcid.org/0000-0001-8132-1495>

Streszczenie

Słowa kluczowe:
pochówki końskie,
groby jeźdźców,
okres wędrówek
ludów,
wczesne
średniowiecze,
cmentarzyska
bałtyjskie

Artykuł traktuje o jednym z aspektów dotyczących obrządku pogrzebowego ludności bałtyjskiej – kwestii depozytów szczątków końskich na cmentarzyskach oraz grobów ludzkich, w skład wyposażenia których wchodziły elementy rzędu końskiego. Zakres chronologiczny pracy obejmuje okres wędrówek ludów oraz wczesne średniowiecze. Na podstawie kilku najbardziej reprezentatywnych przykładów obiektów podjęłam próbę porównania interesującego mnie aspektu traktowania zmarłych u Bałtów wschodnich i zachodnich. Tekst podzieliłam na trzy zasadnicze kategorie: samodzielne depozyty szczątków końskich na stanowiskach sepulkralnych, groby ludzkie pozostające w bezpośredniej relacji stratygraficznej ze szczątkami końskimi oraz groby ludzkie wyposażone w elementy rzędu końskiego i niezawierające szczątków końskich.

An attempt to compare horse remains in sepulchral positions of Eastern and Western Balts during the Great Migration Period and in the early Middle Ages (Summary)

Keywords:
horse burials,
graves of riders,
Great Migration
Period,
early Middle Ages,
Baltic cemeteries

The article deals with one of the aspects concerning the funeral rite of the Baltic population – the issue of horse remains in cemeteries and human graves, which included elements of the horse order. The chronological scope of the work includes the Great Migration Period and the early Middle Ages. Based on several of the most representative examples of objects, I have attempted to compare the aspect of treatment of the deceased in Eastern and Western Balts that interests me. I divided the text into three basic categories: independent deposits of the horse remain in sepulchral positions, human graves in direct stratigraphic relation with horse remains, and human graves equipped with elements of the horse order and not containing horse remains.

Wstęp

Bałtowie to ludność zamieszkująca niegdyś tereny dzisiejszej północno-wschodniej Polski, Półwyspu Sambijskiego oraz Litwy co najmniej od okresu brązu. Niniejszy artykuł stanowi niejako wstęp do dalszych, prowadzonych w przyszłości badań. Zajmę się w nim pochówkami końskimi z okresu wędrówek ludów oraz wczesnego średniowiecza. Charakterystyczną cechą obrządku pogrzebowego wspomnianej ludności było występowanie szczątków końskich na cmentarzyskach oraz wyposażanie grobów ludzkich w elementy rzędu końskiego i przedmioty powszechnie kojarzone z jeździectwem. Naukowcy dzielą ludność bałtyjską na dwie zasadnicze grupy: Bałtów zachodnich, zamieszkujących tereny dzisiejszych województw warmińsko-mazurskiego oraz części podlaskiego, a także Półwysep Sambijski, i Bałtów wschodnich, zajmujących ziemie dzisiejszej Litwy oraz części Łotwy. Mimo bardzo bliskiego sąsiedztwa obu tych grup etnicznych oraz braku naturalnej granicy pomiędzy zajmowanymi przez nie terytoriami różnice dotyczące obrządku pogrzebowego wydają się być zaskakująco duże. Dotyczyły one zarówno elementów wyposażenia grobów końskich, jak i samych kości zwierząt. Na stanowiskach litewskich powszechnym zwyczajem było deponowanie samych czaszek oraz nóg końskich interpretowane przez naukowców jako szczątki ofiarne. Praktyki te właściwie nie występują na terenach północno-wschodniej Polski, na Półwyspie Sambijskim natomiast rejestrowano je rzadziej. Mimo wielu znaczących różnic widoczne są również podobieństwa w obrządku pogrzebowym. Wybrałam kilka reprezentatywnych, moim zdaniem, przykładów grobów końskich z terenów bałtyjskich.

Kierowałam się typowością i częstotliwością występowania konkretnych zjawisk, m.in. układem szkieletów lub ich pozycją stratygraficzną. Na ich podstawie postarałam się dokonać próby porównania depozytów szczątków końskich oraz elementów rzędu końskiego wchodzących w skład wyposażenia grobowego pochówków ludzkich w kontekstach nekropolii Bałtów wschodnich i zachodnich. Należy pamiętać, że artykuł ma charakter wstępu do dalszych badań, niemożliwe więc było poruszenie w nim wszystkich kwestii związanych z tematem. Celem niniejszej pracy było zarysowanie różnic występujących pomiędzy grobami końskimi u Bałtów wschodnich i zachodnich. Podzieliłam je na trzy kategorie: groby koni zdeponowane z dala od szczątków ludzkich, pochówki końskie towarzyszące grobom ludzkim oraz groby ludzi wyposażone w elementy rzędu końskiego, a pozbawione szczątków wierzchowców. Niniejszy artykuł ma charakter przeglądowy, nie będę więc przytaczać tutaj całej bogatej literatury przedmiotu i opisywać historii badań. Należy jednak zaznaczyć, iż każdy, kto wyrazi chęć zajęcia się tematem, powinien sięgnąć do prac autorów wymienionych w bibliografii – przede wszystkim Kulakova i Baranowskiego.

Groby końskie nietowarzyszające szczątkom ludzkim

Zarówno z cmentarzysk Bałtów zachodnich, jak i wschodnich z interesującego mnie okresu znanych jest wiele przykładów szkieletów końskich, których nie można przypisać konkretnym grobom ludzkim. Mimo iż u obu porównywanych grup etnicznych zwyczaj ten występuje powszechnie, widoczne są znaczące różnice.

Doskonałym przykładem samodzielnego pochówku końskiego z nekropolii Bałtów zachodnich są groby ze stanowiska w Korklinach leżącego w powiecie suwalskim. Całość stanowiska datowana jest na okres V/VI–VII wiek. Niemal całkowicie zachowany, jedynie nieznacznie zniszczony orką rolną, szkielet koński odkryto około 2,6 m w kierunku południowego zachodu od kurhanu zawierającego szczątki kobiety. Układ stratygraficzny warstw archeologicznych nie pozwala jednak w żaden sposób łączyć obu depozytów. Wierzchowca złożono na brzuchu z podkulonymi nogami, głową w kierunku południowym. Na podstawie analizy kości stwierdzono, iż kręgi szyjne konia nosiły ślady zmian patologicznych, co doprowadziło do zmniejszenia wartości użytkowej zwierzęcia. W skład wyposażenia obiektu weszły dwuczęściowe wędzidło żelazne oraz łączniki rzemieni ogłowia (Jaskanis 1968: 302–304; Krzysiak, Serwatka 1970: 215).

Natomiast na innym stanowisku zachodniobałtyjskim, w Tumianach leżących w powiecie olsztyńskim, odkryto co najmniej 17 samodzielnych pochówków końskich. Zwierzęta złożono w obrębie tego samego cmentarzyska co groby ludzkie, jednak w znacznej odległości od nich. Charakterystyczną cechą depozytów z Tumian są pochówki podwójne lub zbiorowe. W grobie nr 2 odkryto przemieszane kości dwóch osobników. W skład wyposażenia weszły dwuczęściowe żelazne wędzidło z kościaną poboczną, elementy mocujące rzemienie ogłowia oraz nieokreślone przedmioty żelazne (Baranowski 1996: 84–85).

W jamie obiektu nr 3 na stanowisku w Tumianach odkryto szkielety trzech wierzchowców. Dwa z nich określono jako dorosłe, natomiast dla jednego możliwe było dokładniejsze ustalenie wieku – wynosił on 6 lat. Szkielety dwóch wierzchowców zachowały się w dobrym stanie. Złożono je obok siebie, na brzuchach z podkulonymi pod tułów nogami i głowami zwróconymi w kierunku południowym. Głowa pierwszego konia odgięta była na wschód, a drugiego nieznacznie do tyłu. Taki układ szczątków może świadczyć o pochowaniu zwierząt żywcem po uprzednim skrępowaniu kończyn. Kości trzeciego wierzchowca uległy prawie całkowitemu rozkładowi. W jamie obiektu odkryto ponadto: dwuczęściowe wędzidło żelazne, żelazną sprzączkę do rzemieni ogłowia, fragmenty okuć żelaznych oraz ułamki srebrnej folii, fragmenty drutu żelaznego oraz drugie wędzidło dwudzielne. Zabytek ten wyróżniało bogate zdobienie wykonane techniką inkrustacji srebrem. Wśród elementów rzędu końskiego natrafiono także na grzebień, nóż oraz nożyce żelazne (Baranowski 1996: 84–88).

Na cmentarzyskach Bałtów wschodnich z terenów dzisiejszej Litwy samodzielne groby końskie nie są zjawiskiem odosobnionym. Na nekropolii Alinka, leżącej w rejonie

Troków, wystąpiła sytuacja pod pewnym względem podobna do tej zaobserwowanej w Tumianach. Tu również na cmentarzysku chowano zarówno ludzi, jak i konie, przy czym zwierzętom poświęcono specjalnie wydzieloną część stanowiska. Depozyty szczątków końskich podzielono na dwie grupy – zachodnią oraz wschodnią. Do grupy zachodniej zaliczono jedynie obiekt nr 18. Nie nosił on śladów konstrukcji grobowej, lecz przykryto go podwójnym brukiem kamiennym. Wydatowano go na okres pomiędzy końcem pierwszego a początkiem drugiego tysiąclecia. Natomiast do grupy wschodniej zaliczono pięć obiektów (nr 1, 2, 4, 5 i 13). Wszystkie pochowane tu konie umieszczono w owalnych jamach z głowami skierowanymi w przybliżeniu w kierunku zachodnim. W skład wyposażenia obiektów weszły wędzidła, sierpy oraz łączniki rzemieni uprzęży. Poza szkieletowymi pochówkami końskimi odkryto również groby ciałałpalne, niekiedy silnie przemieszane z resztkami stosu pogrzebowego i rozrzucone wewnątrz jamy obiektu. Na tym samym cmentarzysku natrafiono również na tzw. symboliczne pochówki końskie. Na cmentarzysku Alinka odkryto również szereg znalezisk luźnych, należały do nich wędzidła żelazne dwuczęściowe, groty włóczni, noże, osetki, ostrogi, pierścienie, ozdoby ogłowia oraz sprzączki i sierpy (Bliuinené 1992: 125–126).

Również na stanowisku w Maisteikių, leżącym w rejonie Kauno, odkryto depozyty szczątków końskich umieszczone na specjalnie wydzielonej części cmentarzyska. Stanowisko zawierające również ciałałpalne groby ludzkie wydatowano na XII–XIV wiek. Depozyty szczątków końskich zawierały jedynie czaszki oraz kości kończyn. Spośród nich wyróżniał się obiekt nr 19 – na czaszce konia odkryto bogato zdobione ogłowie, a w jego pysku żelazne wędzidło (Varnas 1995: 138–139).

Z cmentarzyska w Tulpiakiemis, leżącego w rejonie Panevėžio, znane są co najmniej 24 obiekty zawierające szczątki końskie. Umieszczono je w specjalnie wydzielonej, centralnej części nekropolii, na której znajdowały się również ciałałpalne szczątki ludzkie. Charakteryzuje je względna jednorodność. Wszystkie datowane są na okres pomiędzy XII a XIV wiekiem. Jamy zazwyczaj mają owalny zarys widoczny na głębokości od 10 do 25 cm i umieszczone zostały wzdłuż linii wschód – zachód. Znacząca większość zawierała przepalone szczątki końskie, po których zachowały się jedynie zęby. W pojedynczych jamach odkryto nieprzepalone czaszki oraz kości kończyn wierzchowców. Analiza układu szczątków nie pozwala na ustalenie reguły, przeważała jednak orientacja centralna (Varnas 1995: 287).

W skład wyposażenia opisywanych wyżej obiektów wchodziły zazwyczaj wędzidła umieszczane pomiędzy zębami koni. Zachowały się również ozdoby ogłowia w postaci dzwoneczków lub bursztynowych paciorków. W niektórych obiektach odkryto również inne elementy związane z jeździectwem, np. okucia siodła. Znakomita większość odkrywanych na cmentarzysku przedmiotów charakteryzowała się bogactwem srebrnych ozdób. Wszystkie szczątki końskie, które udało się przebadac, należały do zwierząt w sile wieku, a depozyty szczątków końskich datowane są tak samo jak ciałałpalne

groby ludzkie. Być może świadczy to o przeznaczeniu wierzchowców na ofiarę (Varnas 1995: 287).

Mimo iż zarówno Bałtowie wschodni, jak i zachodni kultywowali zwyczaj deponowania samodzielnych szczątków końskich na cmentarzyskach z grobami ludzkimi, już na pierwszy rzut oka widoczne są znaczące różnice. U obu tych ludów obiekty ze szczątkami końskimi zazwyczaj umieszczane były na specjalnie wydzielonej części nekropolii, bardzo różnił je jednak układ szczątków zwierząt. Na stanowiskach zachodniobałtyjskich sytuacja jest dosyć jednorodna: większość koni pochowano w całości, z głową skierowaną w kierunku południowym. Szczątki wierzchowców często noszą ślady krępowania bądź gwałtownej śmierci przez dekapitację czy skręcenie karku (Fijałkowska 2016: 14–35). Natomiast depozyty kości końskich na cmentarzyskach litewskich cechuje daleko idąca różnorodność. Odkrywane były zarówno całe szkielety zwierząt złożone głowami w kierunku zbliżonym do zachodniego, jak i depozyty jedynie czaszek oraz dolnych części kończyn, a nawet groby ciepłopalne i symboliczne. Być może mniej spektakularną, ale równie ważną różnicą jest kwestia wyposażenia. Większość zachodniobałtyjskich depozytów samodzielnych szczątków końskich wyposażona była jedynie w wędziła i łączniki rzemieni ogłowia, natomiast wśród szczątków odkrywanych na cmentarzyskach wschodniobałtyjskich częściej spotykane są przedmioty niezwiązane z jeździectwem, a sam rząd koński cechuje zdecydowanie bogatsze zdobienie.

Groby ludzkie pozostające w bezpośredniej relacji stratygraficznej ze szczątkami końskimi

Kolejną kategorią depozytów występujących zarówno na cmentarzyskach Bałtów zachodnich, jak i wschodnich są groby ludzkie z towarzyszącymi im szczątkami końskimi. U obu ludów jest to wariant występujący zdecydowanie najczęściej.

Na wspomnianym już wyżej stanowisku w Korklinach w powiecie suwalskim natrafiono na znaczną liczbę szczątków końskich, które można przypisać konkretnym pochowanym osobom. W kurhanie nr 2 znajdowały się przepalone kości dorosłego mężczyzny wyposażonego w naczynia gliniane oraz ozdoby. Poniżej, oddzielony brukiem kamiennym, został zdeponowany szkielet wierzchowca. Złożono go w pozycji leżącej na brzuchu, z trzema kończynami podkulonymi pod tułów i jedną przednią wyprostowaną do przodu. Łeb konia był nieznacznie przechylony w lewo, pyskiem opierał się o dno jamy w okolicy lewej nogi, natomiast przednia część szkieletu zwrócona była na południe. W skład wyposażenia weszły: wędzidło, srebrne kółko, sprzączki i okucia brązowe (Jaskanis 1970: 147–176). Układ szczątków może wskazywać na to, że zwierzę skrupowano przed umieszczeniem w jamie. Koń uwolnił przednią nogę i został przysypany warstwą ziemi w pozycji świadczącej o walce o życie.

Na nekropolii w Osowej w powiecie suwalskim, pod nasypem kurhanu oznaczonego numerem 41, odkryto szkieletowy pochówek mężczyzny. W skład wyposażenia weszły elementy uzbrojenia oraz ostroga. W niewielkiej odległości od jamy grobowej człowieka, w kierunku zachodnim, umieszczono szkielet koński. Złożono go wzdłuż dłuższej osi kurhanu biegnącej z północy na południe. Szkielet leżał na brzuchu, z podkulonymi nogami i głową skierowaną w lewą stronę. Między zębami zwierzęcia natrafiono na żelazne wędzidło, w niewielkiej odległości od niego odkryto sprzączkę łączącą pierwotnie rzemienie ogłowa (Jaskanis, Jaskanis 1961: 39–41).

Z terenów Półwyspu Sambijskiego pochodzą znaleziska grobów ludzkich wyposażone w części szkieletów końskich, przede wszystkim czaszki. W kurhanie nr K/143 na cmentarzysku Małyj Kaup w Obwodzie Kaliningradzkim odkopano potrójny szkieletowy pochówek ludzki – złożono tu mężczyznę oraz dwie kobiety. Ciała spoczywały w trzech trumnach pod warstwą kamiennego bruku. Czaszkę zwierzęcia umieszczono na celowo usypanym podeście. Ubiór pochowanych osób świadczy o bogactwie – zachowały się m.in. pozostałości męskiego nakrycia głowy ze srebrną nicią, fibule, sprzączki, paciorki i resztki stroju kobiet. W okolicach szkieletu mężczyzny odkryto także elementy uzbrojenia, takie jak grot włóczni oraz fragmenty miecza z pochwą. Przy czaszce końskiej natrafiono natomiast na wędzidło, brązowe dzwonki służące jako ozdoby ogłowa, rzemienie oraz łączące je sprzączki. Poza tym odkryto nóż, okucia wiadra oraz fragmenty naczyń ceramicznych. Obiekt wydatowano na połowę X wieku (Kulakov 2012: 135–136).

Na stanowiskach z terenów dzisiejszej Litwy szkielety końskie pozostające w bezpośredniej relacji ze szczątkami ludzkimi występowały dość często. Sytuacja taka miała miejsce m.in. na cmentarzysku w Bikavėnai w rejonie Šilutės. Kompletny szkielet wierzchowca znajdował się po prawej stronie pochówku ludzkiego na tej samej głębokości. Wyposażenie obiektu było dosyć bogate. Zwierzę zaopatrzone w zdobione elementy rzędu końskiego, natomiast dorosłego mężczyznę w broń oraz zestaw ozdób (Vaitkunskienė 1981: 63–65).

Ze stanowisk sepulkralnych Bałtów wschodnich znane są również pochówki ludzkie zaopatrzone w dwa szkielety końskie. Obiekt taki odkryto m.in. w Kalniškiai w rejonie Raseiniai. Szkielet mężczyzny złożono na plecach z rękoma skrzyżowanymi na piersiach i głową zwróconą na zachód. Pierwszy ze szkieletów końskich złożono po lewej stronie człowieka na boku. Nogi zwierzęcia były podkulone, a kierunek czaszki był zgodny z kierunkiem głowy mężczyzny. Natomiast szkielet drugiego zwierzęcia został podzielony na połowy. Czaszka wraz z przednimi kończynami spoczęła w okolicach czaszki ludzkiej, podczas gdy dolne kończyny odkryto przy nogach zmarłego. W skład wyposażenia weszły fibule, sprzączki do pasa oraz groty włóczni (Blijenė, Butkus 2009: 156).

Dla wczesnośredniowiecznego obrządku pogrzebowego Bałtów wschodnich charakterystyczne było deponowanie czaszek oraz kończyn końskich w grobach ludzkich. Obiekty takie interpretowane są jako pozostałości po nieuchwytnych archeologicznie

rytuałach. Na wspomnianym już wyżej stanowisku w Bikavēnai w rejonie Šilutės odkryto 30 grobów ludzkich zawierających czaszki i kończyny końskie. Szczątki zwierząt znajdowały się zawsze około 25–45 cm powyżej szkieletu ludzkiego, przy czym lokalizacja czaszki wierzchowca i człowieka względem kierunku świata była zgodna. Doskonałym przykładem takiego obiektu jest grób nr 86. Odkryto tam szkielet dorosłego mężczyzny, ponad którym znajdowała się czaszka końska zwrócona w tę samą stronę co głowa człowieka. W obiekcie znaleziono dwuczęściowe wędzidło, fibulę podkowiastą, paciorki, ostrogę oraz miecz (Vaitkunskienė 1981: 62–63).

Interesujące obiekty odkryto również na cmentarzysku w Gintališkės. W 16 grobach natrafiono na wędzidła końskie wyposażone w pobocznicę. W pochówku nr 24 ponad szkieletowymi szczątkami dorosłego mężczyzny zdeponowano czaszkę końską. W skład wyposażenia weszły: wędzidło, ostrogi, strzemiona, okucia trzech rogów do picia, bursztynowy amulet, sprzączki do pasa oraz fragmenty wagi szalkowej. Na podstawie przedmiotów grób wydatowano na X–XII wiek (Vaitkunskienė 1979: 44–75).

Szcątki końskie w grobach ludzkich odkrywane na cmentarzyskach Bałtów zachodnich i wschodnich wykazują wiele cech wspólnych. Spotykane są zarówno w grobach szkieletowych, jak i ciałałalnych, przy czym zazwyczaj pochowani są dorośli mężczyźni. Również skład wyposażenia jest dosyć podobny – częste są znaleziska elementów rzędu końskiego i uzbrojenia, przy czym obiekty litewskie wyposażano zazwyczaj w większą liczbę przedmiotów. Różnice dotyczą natomiast samych szczątków końskich. W grobach Bałtów zachodnich szkielety końskie umieszczano pod szczątkami ludzi, u Bałtów wschodnich obok bądź ponad trumną. Z terenów dzisiejszej północno-wschodniej Polski znane są wyłącznie depozyty całych szkieletów końskich, przy czym często układ szczątków świadczy o gwałtownej śmierci bądź chowaniu żywcem. Odkrywane były depozyty czaszek wierzchowców, służyły one jednak jako ofiara zakładzino-wa bądź były to szczątki ofiarne na stanowiskach kultowych (Fijałkowska 2016: 14–35). Znane są natomiast depozyty czaszek i kończyn końskich w grobach ludzkich ze stanowisk sambijskich, a na terenach dzisiejszej Litwy obiekty takie występowały zdecydowanie częściej niż groby z kompletnymi szkieletami końskimi.

Groby ludzkie wyposażone w elementy rzędu końskiego i niezawierające szczątków końskich

Ostatnią kategorią obiektów, jaką porównam w niniejszym artykule, są groby ludzkie wyposażone jedynie w elementy rzędu końskiego. Pochówki takie występują zarówno u ludności wschodnio-, jak i zachodniobałtyjskiej, są jednak zupełnie odmiennie interpretowane. Na cmentarzyskach Bałtów zachodnich uznawane są za groby jeźdźców, wojowników, natomiast badacze litewscy uważają je za wariant symbolicznych grobów końskich. Kwestia interpretacji jest z pewnością bardzo interesująca, jednak wykracza poza zakres merytoryczny niniejszej pracy.

Jednym z najbardziej reprezentatywnych obiektów należących do opisywanej kategorii jest kurhan nr 2 z miejscowości Szwajcaria leżącej w powiecie suwalskim. Odkryto tu szkieletowy pochówek męski, z racji bogactwa przedmiotów nazwany książęcym. Wyposażenie grobowe złożono w dwóch skupiskach. Bezpośrednio przy ciele odkryto duże, masywne wędzidło, romboidalne, zdobione srebrem plakietki oraz równie bogato zdobione rozdzielacze rzemieni. W depozycie powyżej głowy zmarłego znalazły się: drugie, mniejsze wędzidło żelazne, wisior będący elementem ozdoby ogłowia końskiego bogato zdobiony ornamentem antropo- i zoomorficznym, szklanymi oczkami oraz srebrną blaszką. W kurhanie nr 2 odkryto również pozostałości drewna i okuć brązowych, będących być może resztkami siodła. Znaleźisko takie jest elementem bardzo rzadko spotykanym na terenach dzisiejszej północno-wschodniej Polski (Jaskanis 2013: 202–207).

W miejscowości Żywa Woda leżącej w powiecie suwalskim również odkryto depozyt elementów rzędu końskiego. W tym wypadku było to ogłowie złożone na środkowej części szkieletu zmarłego człowieka. Wśród licznych pozostałości rzemieni odkryto rzędy brązowych nitów oraz rozdzielacze. W jamie grobowej zalegały również elementy uzbrojenia, fragmenty drewna oraz naczyń ceramicznych (Ziemlińska-Odojowa 1961: 197–202).

Męskie groby szkieletowe wyposażone w elementy rzędu końskiego są charakterystyczne dla zachodniobałtyjskich cmentarzysk z terenów dzisiejszej Polski. Groby kobiece zawierające wspomniane przedmioty są na tych terenach rzadkością, natomiast znane są z cmentarzysk Półwyspu Sambijskiego. Sytuacja taka miała miejsce m.in. na stanowisku w Małym Kaupie. Pod nasypem kurhanu oznaczonego numerem K/7 znajdował się szkieletowy pochówek kobiety. W skład wyposażenia grobowego weszły: fragment wędzidła, naczynie ceramiczne, ozdobna klamra, sprzączka, narzędzie krzemienne oraz dwie zapinki żółwiowate o proveniencji skandynawskiej. Na podstawie odkrytych przedmiotów stwierdzono, iż kobietę pochowano w połowie X wieku (Kulakov 2012: 129).

Na stanowiskach litewskich odkryto wiele grobów ludzkich zawierających elementy rzędu końskiego lub sierpy. Depozyty takie interpretowane są jako pochówki ludzi z towarzyszącymi kenotafami końskimi. Jednym z przykładów takich obiektów jest grób nr 38 z Zvirbliai. Pod nasypem kurhanu odkryto tu potrójny pochówek ludzki, któremu towarzyszyły elementy rzędu końskiego oraz sierp (Iwanowska 2006: 100, 202, za: Laurynas 2009: 246).

Mimo całkowicie odmiennej interpretacji opisywanych powyżej obiektów z terenów zachodnio- i wschodniobałtyjskich same depozyty zdają się wykazywać szereg podobieństw. Zazwyczaj były to szkieletowe pochówki ludzkie, częściej męskie niż żeńskie. W skład wyposażenia prawie zawsze wchodziło co najmniej jedno wędzidło, często towarzyszą mu łączniki lub ozdoby ogłowia końskiego. Jedynym wyróżniającym się przedmiotem są sierpy obecne tylko w grobach litewskich.

Zakończenie

W artykule podjęłam próbę ukazania ogromnej różnorodności, jaka cechowała jeden z aspektów obrządku pogrzebowego Bałtów – pochówki końskie oraz elementy rzędu końskiego w grobach ludzkich. Zdaję sobie sprawę, że niemożliwe było wyczerpanie tematu – stąd też słowo „próba” w tytule. Wybrałam przykłady najbardziej, moim zdaniem, reprezentatywnych obiektów. Należy jednak pamiętać, że w tak krótkim tekście niemożliwością było ukazanie całego bogactwa materiału. Z konieczności pominęłam tu niektóre aspekty, m.in. niezwykle interesującą kategorię kenotafów końskich występujących na stanowiskach litewskich.

Wybrałam kategorie obiektów, które występują zarówno u Bałtów wschodnich, jak i zachodnich. Już sam fakt powtarzalności kategorii dobitnie wskazuje na znaczne podobieństwa w obrządku pogrzebowym. Widoczne jest jednak również wiele różnic. Poza rozbieżnościami występującymi wewnątrz konkretnych kategorii uwagę zwracają niezgodności ogólne. Przede wszystkim na stanowiskach litewskich pochówki końskie i elementy rzędu końskiego w grobach ludzkich występują zdecydowanie częściej niż na ziemiach dzisiejszej północno-wschodniej Polski. Uderza również daleko idąca różnorodność. Podczas gdy Bałtowie zachodni najczęściej chowali konie w całości w obrządku szkieletowym, u wschodnich sąsiadów występowały depozyty częściowe, ciałopalne i kenotafy. Kolejną widoczną na pierwszy rzut oka kwestią jest zdecydowanie większa liczba depozytów podwójnych lub wielokrotnych szkieletów ludzkich i końskich. Do tego wszystkiego dodać trzeba większe bogactwo dotyczące zarówno ilości, jak i wartości materialnej przedmiotów wchodzących w skład wyposażenia. Niniejszy tekst potraktować należy jako przyczynek do badań, które kontynuować będę w ramach przygotowywania dysertacji doktorskiej.

Bibliografia

- Baranowski T., 1996, *Pochówki koni z Tumian w województwie olsztyńskim*, „Archeologia Polski”, t. 41, nr 1–2.
- Bliuuiené A., 1992, *Alinkos (Raistinés) pilkapiai*, „Archaeologia Baltica”, t. 8.
- Bliuuiené A., Butkus D., 2009, *Burials with horses and equestrian equipment on the Lithuanian and Latvian littorals and hinterlands (from the fifth to eight centuries)*, „Archaeologia Baltica”, t. 11.
- Fijałkowska A., 2016, *Pochówki końskie i elementy rzędu końskiego w kontekstach grobów ludzkich w kulturze zachodniobałtyjskiej od późnego okresu wpływów rzymskich do wczesnego średniowiecza*, Gdańsk.
- Jaskanis J., 1968, *Materiały z cmentarzyska kurhanowego na stan. 1 w Korklinach, pow. Suwałki*, „Rocznik Białostocki”, t. 8.
- Jaskanis J., 2013, *Szwajcaria: cmentarzysko bałtyjskie kultury sudowskiej w północno-wschodniej Polsce*, Warszawa.
- Krzysiak K., Serwatka S., 1970, *Groby koni w jaćwieskich kurhanach z Korklin na Suwalszczyźnie*, „Rocznik Białostocki”, t. 9.
- Kulakov W., 2012, *Nemanskij jantarnyj put' w Ėpohu Wikingov*, Kaliningrad.

- Laurynas K., 2009, *Symbolic horse burials in the iron age of east Lithuania*, „Archaeologia Baltica”, t. 11.
- Vaitkunskienė L., 1981, *Žirgų aukos Lietuvoje*, „Lietuvos Archeologija”, t. 2.
- Vaitkunskienė L., 1979, *Gintališkės kapinynas*, „Lietuvos Archeologija”, t. 1.
- Varnas A., 1996, *Maisteikių kapinyno (Kauno r.) tyrimai 1994 metais*, „Archeologiniai Tyrinėjimai Lietuvoje 1994 ir 1995 metais”.
- Ziemlińska-Odojowa W., 1961, *Badania wykopaliskowe w 1959 r. na cmentarzysku kurhanowym w miejsc. Żywa Woda, pow. Suwałki*, „Rocznik Białostocki”, t. 1.

Biogram

Aleksandra Zuzanna Fijałkowska – magister archeologii, uczestniczka Studiów Doktoranckich Historii, Historii Sztuki i Archeologii na Uniwersytecie Gdańskim. Zainteresowania badawcze: obrządek pogrzebowy Bałtów w okresie wędrówek ludów i wczesnego średniowiecza.



O plagiacie, cytacie i inspiracji w sztuce

Karolina Magdalena Chroń | Uniwersytet Gdański
<https://orcid.org/0000-0002-8989-3866>

Streszczenie

Słowa kluczowe:
plagiat, inspiracja,
dzieło, utwór,
prawo autorskie

Jeśli kopią twoją pracę, to znaczy, że jesteś dobry – mawiała Coco Chanel. Jednak słowa projektantki należy potraktować jako żartobliwą reakcję na powszechne zjawisko kopiowania także w świecie mody. Wydaje się, że plagiatowanie lub – dosadniej nazywane – złodziejstwo artystyczne lub intelektualne jest prawdziwą plagą dzisiejszych czasów. Czasów, w których powszechny dostęp do wszelkich treści w Internecie daje pokusę czerpania z nich, nie zważając na konsekwencje. Plagiat to jedno z cięższych zarzutów, jaki można postawić twórcom, dlatego tak istotne dla sprawy jest zbadanie, czy nowo powstały utwór ma cechy indywidualnej twórczości artystycznej i jest samodzielnym dziełem w rozumieniu przepisów prawa autorskiego.

Granica pomiędzy plagiatem a opracowaniem jest bardzo płynna i trudna do uchwycenia w praktyce. Łatwo ocenić jakąś działalność artystyczną czy naukową jako skopiowanie czyichś działań, jednak odpowiedź, czy mamy do czynienia z plagiatem nie jest oczywista, co potwierdza także polskie orzecznictwo.

Niniejsze opracowanie próbuje ukazać granice pomiędzy podobnymi znaczeniowo słowami: plagiat, opracowanie i inspiracja. Odpowiada także na pytanie, czy autoplagiat jest jedną z form plagiatu oraz osadza powyższe zagadnienia w realiach prawa autorskiego.

About plagiarism and inspiration in art (Summary)

Keywords:
plagiarism,
inspiration, creation,
work, copyright

Coco Chanel used to say that if they copy your work, this means that you are good in what you do. However, the words of the designer should be treated as a funny remark about the forgery, also in the fashion world. It seems that plagiarism, or more explicitly called – artistic or intellectual theft is really common in today's world. The times when universal access to all content of the Internet gives you the temptation to use them, regardless of the consequences. Plagiarism is one of the most serious allegations one can make against an artist. That is why determination whether any kind of creation has characteristics of individual artistic work is absolutely crucial.

The border between plagiarism and elaboration is very fluid and difficult to grasp in practice. It is easy to assess any artistic or scientific activity as a copy of someone's actions, but the answer whether we are dealing with plagiarism is not obvious, which is also confirmed by Polish case law.

This work attempts to show the boundaries between similar meaning words: plagiarism, development and inspiration. It also answers the question of whether self-plagiarism is one of the forms of plagiarism and embeds the above issues in the realities of copyright.

Wstęp

Niniejszy artykuł ma za zadanie przybliżyć tematykę wypowiedzi artystycznej w świetle przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, ze szczególnym ujęciem różnic pomiędzy dziełem inspirowanym a plagiatem. Głównym zagadnieniem w nim poruszonym będzie próba znalezienia granicy oddzielającej powszechnie w sztuce zjawisko kopiowania a jedynie wykorzystywania dzieła pierwotnego do pobudzenia własnej wyobraźni autora, która jest wyjątkowo cienka. W tej części pracy została zastosowana metoda opisowa, która to granica była pomocna przy wyjaśnianiu niektórych zjawisk oraz nakreśleniu zdarzeń. Pomocna była w tym zakresie także hermeneutyka prawnicza, jako metoda wyjaśnienia tekstu oraz hermeneutyka treści artystycznych. Historyczne ujęcie tematu stanowiło zarys i tło dla analizowanej problematyki prawnej, a do ich przedstawienia wykorzystano metodę historyczną. Dużo uwagi w tekście poświęcono zakresowi regulacji prawa autorskiego w kontekście ochrony praw autorskich oraz penalizacji przestępstwa związanego z przywłaszczeniem autorstwa. W niniejszym zakresie największą doniosłość dla rozważań miała metodologia dogmatyczno-prawna, bazująca na metodzie egzegezy tekstu, przede wszystkim ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, zastosowana zgodnie z koncepcją derywacyjną wykładni prawa w ujęciu Macieja Zielińskiego, a także metoda analizy instytucjonalno-prawnej, zastosowana do analizy orzecznictwa sądów krajowych. Obok analizy dogmatyczno-prawnej obecnie obowiązujących przepisów prawa nie mogła zostać pominięta metoda leksykalna, zwana również metodą językową, która jest nieodzowna przy stosowaniu wykładni.

Twórczy charakter utworu inspirowanego

Artyści powtarzają, że w sztuce wymyślono już wszystko. Pogląd ten z pewnością jest częściowo trafiony, gdyż ludzie tworzą sztukę od tysięcy lat¹. Zjawisko plagiatu także towarzyszy człowiekowi od setek lat. Dzieje literatury już w starożytnym Egipcie dowodziły, że istniała różnica między autorem staroegipskim a nowoczesnym, która polegała

¹ Pierwsze malowidła naskalne liczą 40 000 lat. We francuskiej miejscowości Lascaux w 1940 r. odkryto rysunki i malowidła, przedstawiające przede wszystkim zwierzęta, w tym głównie jeleni, koni i byków. Wszystkie zostały wykonane palcami lub za pomocą mchu. W 1879 r. została odkryta jaskinia Altamira, położona w Górach Kantabryjskich w północnej Hiszpanii. Większość tych rysunków powstała około 13 000 lat p.n.e.

na tym, iż pojęcie autorstwa nie zawsze pozostawało w granicach pojęcia indywidualnego charakteru twórczości. Nie znano jeszcze wtedy kategorii plagiatu. Rola autora polegała na naśladowaniu lub udanej kompilacji znanych mu tekstów, przy czym autor zapożyczał z tych tekstów nie tylko pewne wyrażenia, ale również całe wątki. Podobnie jak w innych państwach starożytnych, a w pewnym stopniu także i w średniowieczu, kolejne pokolenia artystów inspirowali się poprzednikami, wnosząc coś z nich do swojej twórczości. Starożytni Arabowie wypracowali własną koncepcję plagiatu i jego zakresu, włączając w to ukryte zapożyczenia, do których mieli upodobanie². Starożytni Grecy upowszechnili rozumienie plagiatu jako kradzieży oraz plagiatora jako złodzieja (*plágios*: „zależny, ukośny, poprzeczny, podstępny”). Szczególnie powszechne były zarzuty dotyczące popełnienia plagiatu wśród autorów komedii, a także prac filozoficznych. Pierwsze poważne próby ograniczenia plagiatu oraz walki z nim podjęły średniowieczne Chiny, które – jak podaje Ke Shao – na przełomie XIII wieku w wyrokach sądowych odwoływały się do takich cech dzieła, jak „oryginalność, reputacja autora i ochrona interesów handlowych” (Shao 2006), co tworzyło podwaliny pod prawo autorskie.

W dobie digitalizacji świata dostęp do wszelkich form dóbr kultury jest na wyciągnięcie ręki albo kliknięcie myszki komputerowej. Nietrudno jest odnaleźć obraz, który wywarłby wrażenie na odbiorcy dzieła, a następnie stanowiłby inspirację dla nowego twórcy. Szczególnie że młodzi artyści poszukują kierunku dla swojej twórczości, podążają za swoimi idolami, próbują się do nich upodobnić, nie tylko poprzez styl życia, ubiór, ale przede wszystkim przez zastosowanie podobnego wyrazu w sztuce, są pod wpływem artystycznych mistrzów, czerpiąc liczne inspiracje. Owe inspirowanie się twórcami stwarza liczne problemy prawne. Czy wciąż inspiracją można bowiem nazwać niemal identyczną kopię, którą od oryginału różni jedynie technika wykonania? Taka forma tworzenia i prezentowania sztuki w Stanach Zjednoczonych doczekała się określenia *appropriation art* (sztuka zawłaszczania)³. Choć nurt wywodzi się z Wielkiej Brytanii, to największą popularność osiągnął w latach 80. XX wieku w Stanach Zjednoczonych. Artyści tworzący *appropriation art* sięgali najczęściej do takich form wyrazu, jak happening, kolaż, performance, montaż, instalacja, asamblaż⁴, techniki drukarskie, a swoje inspiracje czerpali ze zjawisk kultury masowej: reklamy, filmu,

² Starożytne kultury poprzez wzgląd na tradycję oraz szacunek do klasycznych wzorców i uznanych kanonów nawiązania do przeszłości uważały jako powód do dumy; naśladownictwo, które pozostawało w przyjętych ramach, nie było wadą ani nie stanowiło kradzieży literackiej.

³ Nurt w sztuce, głównie amerykańskiej, bazujący głównie na utworach wcześniej stworzonych, które, nieznacznie przerabiane, rozpowszechniane są jako własne. Narodził się na początku lat 50. XX wieku w Wielkiej Brytanii, jego korzenie sięgają do pop-artu (skrót od *popular art*), oznaczał sztukę skierowaną do masowego odbiorcy, będącą wyrazem buntu przeciwko sztuce elitarnej, przeznaczonej dla nielicznych; obejmuje wszystko co powstaje w szeroko pojętej sferze kultury i poza nią, dzieła sztuki stworzone przez innych artystów – filmy, literaturę, muzykę; przedstawicielem twórców *appropriation art* najbardziej znanym w Stanach Zjednoczonych jest Jeff Koons oraz Andy Warhol.

⁴ Z franc. *assemblage* (gromadzenie, zbiór, zbieranie) to trójwymiarowa kompozycja utworzona z różnych przedmiotów, przedstawiciele tego gatunku to m.in. Pablo Picasso, Marcel Duchamp, Władysław Hasior.

komiksu, literatury popularnej, kultu celebrytów (Grzybczyk 2018). Twórcy należący do tego nurtu odtwarzają za pomocą innych form twórczość, która już wcześniej powstała, co pozwala im nabierać nowych i różnorodnych znaczeń. Celem artystów zawłaszczających jest, aby widz rozpoznał kopiowane obrazy i przeniósł wszystkie swoje oryginalne skojarzenia z obrazem do nowego kontekstu artysty. Jeśli chodzi o świat sztuki, przywłaszczenie jest uzasadnioną praktyką artystyczną, choć kłopotliwą dla twórców. Jak zauważa Marina Markellou – z jednej strony ten ruch artystyczny frustruje ekspertów prawnych, ponieważ ignoruje, a tym samym kwestionuje główne kryteria prawa autorskiego, takie jak oryginalność i autorstwo. Z drugiej strony, *appropriation art* zwrócił uwagę sądów krajowych na stosowanie wyjątku dozwolonego użytku lub na szeroką interpretację wyjątku cytowania do celów artystycznych (Markellou 2013: 369–372). Mimo tej świadomości w Europie takie działania najczęściej uznawane są za plagiat. Galeria Tate w Londynie, która prezentuje i dysponuje bogatymi zbiorami sztuki współczesnej i nowoczesnej, sztukę zawłaszczania określa jako mniej lub bardziej bezpośrednie przejęcie dzieła sztuki, prawdziwym przedmiotem lub nawet istniejącym dziełem sztuki. Czy pogląd Charlesa H. Duella⁵, który w 1899 r. stwierdził, że „wszystko, co można było wynaleźć, zostało już wynalezione”, nie jest jeszcze bardziej aktualny w dzisiejszych czasach? Wydaje się, że wniosek, który wyciągnął Amerykanin w odniesieniu do ilości nadawanych patentów pod koniec XIX wieku można zestawić z pytaniem: Czy w sztuce jest miejsce na stworzenie czegoś innowacyjnego? Jak się okazuje, zarówno w przypadku procesu wynalazczego, jak i procesu twórczego wyobraźnia i zasięg umysłu ludzkiego są nieocenione, efektem czego są kolejne powstające utwory.

Ustawodawca dopuszcza twórczość inspirowaną. Regulacja art. 2 ust. 4 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1231) stanowi: „za opracowanie nie uważa się utworu, który powstał w wyniku inspiracji cudzym utworem”. Brak jest natomiast definicji legalnej samej inspiracji, która może przybierać najróżniejsze formy wyrazu i trudno byłoby ją ograniczyć do zamkniętego katalogu. Anna Maria Niżankowska określiła „sztukę inspirowaną” jako: „cudzy utwór stanowi jedynie podniecie do stworzenia własnego dzieła, jest impulsem twórczym, materiałem do swobodnej parafrazy, jest wykorzystywany w ramach swobodnego korzystania z cudzych dzieł” (za: Bieczyński 2011: 260). „Za kryterium rozgraniczające dzieło inspirowane od dzieła zależnego należy uznać twórcze przetworzenie elementów dzieła inspirowanego tak, że o charakterze dzieła inspirowanego decydują już jego własne, indywidualne elementy” – tak problem dzieła inspirowanego ujął Sąd Najwyższy już w wyroku z 23 czerwca 1972 r. (sygn. akt I CR 104/72),

⁵ Charles H. Duell – komisarz Urzędu Patentowego Stanów Zjednoczonych w latach 1898–1901, przytoczone słowa wypowiedział, uznając, że jego urząd można by w zasadzie zamknąć. Do dzisiaj stwierdzenie to krąży jako anegdota i jest przytaczane jedynie w kontekście krótkowzroczności i braku wiary w potęgę ludzkiej wynalazczości oraz patentów, gdyż od czasów Duella zarejestrowano ogromną ilość patentów.

który jako cechę wyróżniającą utwór inspirowany wskazał indywidualny charakter dzieła, co odróżnia go od plagiatu.

Twórczy potencjał autora utworu inspirowanego powinien być pobudzany przez inspirowany go utwór, inspiracja ta może pojawić się już na początku procesu twórczego, ale i na każdym etapie tworzenia. Istotne jest, aby nowy utwór nie przekroczył cienkiej granicy podobieństwa do pierwotnego dzieła i nie stał się dziełem zawłaszczonym. Bowiem jak zauważył Sąd Najwyższy: „Utwór inspirowany to zaczerpnięcie tylko wątku cudzego utworu”. A dzieło inspirujące ma dostarczyć jedynie „określonych podniet twórczych” (wyrok SN z 31 grudnia 1974 r., sygn. akt I CR 659/74). Dlatego najważniejszą cechą utworu inspirowanego jest jego samoistość. „Samoistość dzieła inspirowanego wynika ze związku, jaki występuje między nim a utworem, z którego twórca utworu inspirowanego czerpał inspirację. Związek ten nie polega na przejściu twórczych elementów innego utworu (stąd dzieło inspirowane nie zawiera elementów twórczych cudzego utworu), lecz opiera się na zaczerpnięciu z twórczości osoby trzeciej elementów niechronionych, np. stylu, wykorzystanie cudzego pomysłu, a nawet imion z cudzego utworu” (Stowarzyszenie Twórców Grafiki Użytkowej, online). Przy czym nowe dzieło w porównaniu do oryginalnej treści nie stanowi jeszcze opracowania cudzego utworu, ale własny oryginalny utwór. Odróżnia to utwór inspirowany od opracowania, gdyż ten pierwszy – chociaż zbliżony w wielu elementach do utworu zależnego – nie jest opracowaniem. Artykuł 2 ust. 4 prawa autorskiego wyraźnie wskazuje, że za opracowanie nie uważa się utworu, który powstał w wyniku inspiracji cudzym utworem, a zalicza się do niego np. tłumaczenie, przeróbkę, adaptację. Są to utwory zależne, które powstają w związku z cudzym dziełem lub są na nim oparte, ich byt pochodzi od utworu pierwotnego, a ściślej – od zgody twórcy, na wykorzystanie dzieła pierwotnego i jego inkorporowanie do utworu zależnego. Granica pomiędzy jednym a drugim utworem bywa bardzo płynna. Utwór zależny podlega takiej samej ochronie jak utwór pierwotny, przy czym na utworze zależnym należy wymienić twórcę utworu pierwotnego (Przybysz 2003: 280). Zgoda autora jest warunkiem publikowania utworu zależnego. Opracowania wyróżniają się osobistą twórczością opracowującego (Traple 2005: 96).

Najjaśniejszymi przykładami twórczości inspirowanej są wypowiedzi artystyczne o charakterze parodiującym, jak satyra i karykatura. Parodia polega na połączeniu rozpoznawalnej formy z motywami głównie tematycznymi i ideowymi, ośmiesza i naśladuje jakiś styl lub dzieło, przyjmuje zdeformowaną lub wypaczoną postać pierwowzoru. Stosowana jest w celach humorystycznych lub satyrycznych. „Pastisz natomiast to dzieło literackie lub dzieło sztuki, powstałe w wyniku celowego naśladowania jakiegoś twórcy, szkoły lub epoki w zamiarach żartobliwych, przez wyostrenie cech naśladowanego stylu” (Wasiak 2005: 155), stanowi odrębną kategorię estetyczną, który niesie za sobą określoną funkcję⁶. Karykatura natomiast przejawia oryginalne ele-

⁶ O różnicach i sposobach rozróżnienia parodii od pastiszu szeroko pisze w swojej pracy Artur Hellich (2014).

menty pierwowzoru w celach komicznych i satyrycznych. Według Zbigniewa Wasiaka wszystkie opisane gatunki, „mimo że sięgają do dzieła pierwotnego, uznawane są za nowe, podlegające ochronie, samoistne dzieła inspirowane. Powstają w celu odwrócenia sensu i sytuacji dzieła istniejącego uprzednio, przez co nie stanowią zwykłego naśladownictwa” (Wasiak 2005: 155). Janusz Barta i Ryszard Markiewicz są zdania, że wypowiedzi o charakterze prześmiewczym mogą w pełni wykorzystywać możliwości, jakie daje dzieło pierwotne. Warunkiem jest dobra znajomość parodiowanego przedmiotu (za: Bieczyński 2011: 261–263).

Autorzy różnych tekstów w Internecie zadają sobie pytania, czy prawo autorskie nie zabija kreatywności twórców? Bo przecież gdyby artysta czerpał ze źródła, które już powstało, sięgając w swojej twórczości do innych narzędzi, kolorów, faktur, dzięki którym jego dzieło mogłoby stać się uznaną twórczością i wyjątkowym przedsięwzięciem, i tak mógłby zostać posądzony o plagiatorstwo utworu pierwotnego. Pojęcie plagiatu jest bardzo trudne do uchwycenia, gdyż podobieństwo między dziełami artystów nazywają naśladownictwem. A zauważalne podobieństwo pomiędzy dwoma utworami, nawet bardzo wyraźne, nie zawsze oznacza, że doszło do plagiatu. Trudno jest stworzyć coś oryginalnego, a interpretacja sztuki jest dowolna i indywidualna, dlatego artyści niejednokrotnie pokazują własny sposób postrzegania tego samego tematu. Wzorowanie się na dziełach sztuki i tworzenie czegoś własnego na ich podstawie nie jest niedozwolone, jednak jej odwzorowywanie niemalże identyczne sprawia trudności w udowodnieniu, że mamy do czynienia z plagiatem. Pablo Picasso⁷ mawiał, że „Dobrzy artyści kopią, wielcy kradną”.

Z pomocą w wyjaśnieniu zjawiska plagiatu i lepszym zrozumieniu, kiedy pojawia się problem z jego identyfikacją, nie przychodzi polska ustawa o prawie autorskim, która ani w przeszłości, ani w aktualnym brzmieniu nie stworzyła definicji legalnej „plagiatu”. Według *Słownika Języka Polskiego PWN* pod redakcją Doroszewskiego plagiat oznacza „przywłaszczenie cudzego pomysłu twórczego, wydanie cudzego utworu pod własnym nazwiskiem lub dosłowne zapożyczenie z cudzego dzieła opublikowane jako własne; też: taki przywłaszczony pomysł, wydany utwór lub zapożyczenie” (<https://sjp.pwn.pl/slowniki/plagiat.html>). Powyższa definicja obejmuje swoim zasięgiem wszelkie przejawy zawłaszczenia wytworów cudzej twórczości, odwołuje się natomiast do łacińskiego słowa *plagiat* (skradziony), od którego etymologicznie pochodzi.

⁷ Pablo Picasso – hiszpański malarz, rzeźbiarz, grafik, ceramik, poeta, twórca kubizmu, posługiwał się nowym językiem sztuki, niejednokrotnie zmieniał formę artystycznej wypowiedzi. Jeden z najważniejszych artystów XX wieku, który wykorzystywał całe bogactwo europejskiej (i nie tylko) sztuki. Anegdotą o artyście jest, że Picasso zapytany o swojego ulubionego malarza w historii, rzekł, że to Rubens, bo zostawił po sobie 2000 obrazów, a dzisiaj w muzeach wisi 4000.

Ochrona praw twórcy

Definicja słownikowa jest tożsama z brzmieniem art. 115 ust. 1 i 2 prawa autorskiego, który dotyczy przywłaszczenia autorstwa, wprowadzenia w błąd co do autorstwa całości lub części cudzego utworu albo artystycznego wykonania, rozpowszechniania cudzego utworu w wersji oryginalnej albo w postaci opracowania bez podania nazwiska lub pseudonimu twórcy, artystycznego wykonania albo publicznego zniekształcenia utworu (Machała 2019). Potoczne rozumienie plagiatu jest jednak szersze, gdyż obejmuje nie tylko utwory w rozumieniu prawa autorskiego (Bieczyński 2011: 221–222). Istotą plagiatu jest to, że może on dotyczyć każdej dziedziny twórczości (Gienas 2011: 736), a na pewno w szczególności odnosi się do artystycznej działalności. Podstawowym przedmiotem ochrony są osobiste prawa twórcy oraz jego dobre imię i godność (Gienas 2011: 736). Jak podaje Mateusz M. Bieczyński, ochrona przyznana na podstawie art. 115 ust. 1 prawa autorskiego obejmuje „prawo do autorstwa” lub „autorstwo utworu” (Bieczyński 2011: 225). Polega ono na zerwaniu więzi autora z utworem i traktowaniu dzieła jako pochodzącego od siebie (Gienas 2011: 737). Poza wspomnianym przepisem prawa autorskie mają zapewnioną ochronę przez treść art. 16 i 34 prawa autorskiego. Wasiak wyróżnił dwie postaci prawa do autorstwa: negatywną i pozytywną. Pierwsza z nich stanowi zakaz przywłaszczania autorstwa; a pozytywna wiąże się obowiązkiem wskazania nazwiska autora lub pseudonimu twórcy (za: Gienas 2011: 737).

Problematykę związaną z nazwiskiem twórcy jako przedmiotem chronionym w polskim prawie podjęła Joanna Buchalska. W początkowych etapach twórczości autorzy nie podpisywali swoich dzieł. Forma oznaczania utworów, jaką znamy dzisiaj, pojawiła się dopiero po XV–XVI wieku (za: Jankowska 2011: 83). Buchalska zauważa znaczenie i istotę związku nazwiska z autorem dzieła, wskazując na dwie zasadnicze funkcje nazwiska w prawie autorskim. Po pierwsze, „publikowanie dzieła pod swoim nazwiskiem jest wyrazem więzi, jaka łączy autora z jego utworem, naruszenie zaś tej więzi może stać się podstawą plagiatu” (za: Stanisławska-Kloc 2012: 313). Po drugie, prawo autorskie pozwala na publikowanie dzieła pod nazwiskiem zmyślonym lub pseudonimem, co pozwala określić osobisty stosunek twórcy do dzieła. Dlatego naruszenie tego prawa stanowi także podanie imienia i nazwiska autora, a nie jego pseudonimu, jeśli to on identyfikuje autora i zastrzegł takie oznaczenie (za: Jankowska 2011: 83).

Dozwolony użytek jako forma ograniczenia autorskich praw majątkowych

Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych przyznaje twórcy wyłączne prawa do korzystania, rozporządzania i wynagrodzenia za korzystanie z utworu. Z dalszej treści ustawy wynika, że w szczególnych przypadkach zakres tych praw może być ograniczony. Jedną z instytucji ograniczających autorskie prawa majątkowe jest dozwolony

użytek (Oddział 3 art. 23 i nast. prawa autorskiego). Zgodnie z zasadą prawa własności i prawa autorskiego twórca przysługuje pełna władza nad jego wytworem, zwana także monopolem praw, zaś dozwolony użytek stanowi wyjątek od tej zasady.

Ustawa wyróżnia dozwolony użytek o charakterze osobistym i publicznym. Ten pierwszy przysługuje osobom fizycznym, bez względu na posiadaną zdolność do czynności prawnych i dopuszcza eksploatację utworu dla potrzeb własnych. Ustawodawca wskazał grono osób zaliczanych do „związku osobistego” jako: stosunek pokrewieństwa, powinowactwa oraz stosunek towarzyski. O ile powinowactwo i pokrewieństwo są zdefiniowane w Kodeksie rodzinnym i opiekuńczym, to stosunek osobisty nie został dookreślony. Do tej grupy należałoby zaliczyć przyjaciół, bliskie osoby, z którymi łączy nas „związek osobisty”. Barta i Markiewicz (2016) wskazują na konieczność istnienia stałej, nieformalnej, prywatnej więzi. Prywatne korzystanie z utworu nie jest ograniczone ilością osób, jednak wykluczone jest jego publiczne rozpowszechnianie.

Przedmiotem dozwolonego użytku prywatnego mogą być: utwór uprzednio rozpowszechniony, kopia pochodząca z legalnego źródła, korzystanie z utworu – wszystkie sposoby korzystania z utworów na wszystkich znanych polach eksploatacji (Szczotka 2014) – ograniczona liczba lub objętość używanych egzemplarzy⁸, dokonywanie reprodukcji przez osoby trzecie, eksploatacja cyfrowych form utworów oraz cel eksploatacji i nieodpłatność eksploatacji w kontekście celu komercyjnego. Do form tego użytku zalicza się m.in. wykonanie kopii płyty CD do samochodu, słuchanie muzyki na prywatnym przyjęciu, pobranie pliku z muzyką ze strony internetowej, pożyczenie znajomemu książki, wysłanie rodzicom pliku z audiobookiem lub zrobienie kopii książki na własne potrzeby. Korzystanie z cudzego utworu w ramach dozwolonego użytku prywatnego jest nieodpłatne oraz wyłącza bezprawność czynu wypełniającego znamiona przestępstwa stypizowanego w art. 115 prawa autorskiego.

Dozwolony użytek o charakterze publicznym polega na korzystaniu z rozpowszechnionego już utworu nie w celach osobistych, ale w celach dalszego udostępnienia utworu innym. Warunkiem korzystania z utworu jest oznaczenie imienia, nazwiska autora oraz źródła w taki sposób, żeby odbiorca mógł się zorientować, że autor czerpie z innego utworu. Kolejnym istotnym warunkiem do spełnienia przez podmiot korzystający jest brak czerpania korzyści materialnych z tytułu użytkowania. Dozwolony użytek publiczny umożliwia korzystanie z dzieła bez zgody jego autora, jednak w przeciwieństwie do użytku prywatnego wymagany jest cel, w którym utwór jest wykorzystywany i „stanowi to zasadniczą przesłankę dopuszczalności i legalności eksploatacji dzieła” (Nowak-Gruca 2013: 147). Najczęściej jest to działalność związana z celem edukacyjnym, kulturalnym lub naukowym. Swoisty ewenementem jest

⁸ Większość doktryny jest zdania, że przesłanka ta jest niewłaściwie skonstruowana pod względem gramatycznym i należy ją interpretować jako zakaz sporządzania nieograniczonej liczby kopii utworów, tak: Barta, Markiewicz (2016).

art. 33 ust. 1 omawianej ustawy, tzw. prawo panoramy⁹, który zezwala na korzystanie z utworu w dowolnym celu.

Artykuł 25 prawa autorskiego zezwala na wykorzystanie utworu przez podmioty prowadzące działalność prasową, telewizyjną i radiową oraz media internetowe w celach informacyjnych – tzw. prawo przedruku. Dozwolony jest także cytat informacyjny, służący do sprawozdania z wydarzenia, opublikowany niezwłocznie po następującym wydarzeniu. Ustawodawca w 2015 r. rozszerzył regulację dotyczącą przemówień publicznych, które mogą być wykorzystywane podczas nagrań na żywo oraz publikowane zeń streszczenia (Traple 2016: 261).

Użytek szkolny, czyli wykorzystywanie utworu w celach dydaktycznych i naukowych, przysługuje instytucjom związanym z edukacją. Jego celem jest popularyzacja wiedzy i rozwój nauki (Szczotka 2014: 25–36). Regulacja dopuszcza możliwość zwielokrotniania i rozpowszechniania utworów na wszelkie możliwe sposoby, przy zachowaniu przesłanki: „drobne utwory (w domyśle: w całości) lub fragmenty większych utworów” (art. 27 prawa autorskiego). Dozwolony użytek obejmuje utwory w podręcznikach, wypisach i antologiach i podobnie jak w przypadku bibliotek, archiwów oraz szkół te formy eksploatacji cudzych utworów są odpłatne.

Prawo cytatu jest jedną z ważniejszych konstrukcji ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, gdyż wykorzystywanie cudzego utworu jest ingerencją w prawo własności autora. Pomimo niedawnej nowelizacji tego zagadnienia nadal pozostaje wiele wątpliwości interpretacyjnych przepisów z nim związanych. Prawo cytatu dotyczy utworów rozpowszechnionych i uprawnia do cytowania treści, co do których nie posiadamy autorskich praw majątkowych. Ustawodawca, stanowiąc wyjątek, a tym samym ograniczając prawa autorskie, pozwala na cytowanie cudzego dzieła w celu „upowszechnienia dostępu do dóbr kultury”. Artykuł 29 ustawy stanowi: „Wolno przytaczać w utworach stanowiących samoistną całość urywki rozpowszechnionych utworów oraz rozpowszechnione utwory plastyczne, utwory fotograficzne lub drobne utwory w całości, w zakresie uzasadnionym celami cytatu, takimi jak wyjaśnianie, polemika, analiza krytyczna lub naukowa, nauczanie lub prawami gatunku twórczość”. Z przywołanego przepisu wynika, że prawo cytatu odnosi się jedynie do utworów rozpowszechnionych, czyli takich, które za zgodą autora zostały jakkolwiek udostępnione publicznie. Istotna jest zgoda autora, bo gdy utwór został upubliczniony, ale nastąpiło to bez zgody lub wbrew woli twórcy, to wówczas nie będzie można legalnie korzystać z takiego utworu. Ponadto „utwór, w którym wykorzystano cytat, powinien tworzyć samoistną całość” (Machała 2019). Ważne jest, żeby cytat nie stanowił całego utworu, a jedynie część pewnej całości, która jest naszego autorstwa. Co bywa w praktyce kłopotliwe,

⁹ Przepis stanowi odpowiednik z ustawy z 1952 r., zgodnie z którym można odtwarzać dzieła sztuki wystawione w określonego rodzaju miejscach publicznych, takich jak ulice, place i ogrody, w formie utworów plastycznych oraz fotograficznych, jednakże nie w tych samych rozmiarach i nie do tego samego użytku; mogą to być np. fotografie domów, o ile nie jest naruszone prawo do prywatności lub inne prawa wynikające z innych przepisów.

gdyż trudno ocenić, jaki urywek utworu jest właściwy do cytowania, a ustawodawca nie podaje definicji „drobne”. Potwierdza to wyrok Sądu Najwyższego z 23 listopada 2004 r., „cytat w stosunku do całości musi pełnić rolę podrzędną” (sygn. akt I CK 232/04).

Poza wskazaną wprost w art. 29 prawa autorskiego fotografią oraz utworem plastycznym nie należy cytować czyjegoś dzieła w całości, gdyż takie działanie jest naruszeniem prawa autorskiego i nie mieści się w granicach prawa cytatu. Sąd Apelacyjny w Gdańsku w wyroku z 6 kwietnia 2017 r. uznał, że opublikowanie całego cudzego artykułu z własnym, bardzo krótkim podsumowaniem nie mieści się w ramach dozwolonego cytatu. Kolejną ustawową przesłanką konieczną do zwolnienia z naruszenia prawa jest cel cytatu; może przybrać następujące formy: wyjaśnianie, polemikę, analizę krytyczną lub naukową, nauczanie lub prawa gatunku twórczości. Użycie cytatu nie może służyć uatrakcyjnieniu jakiejś wypowiedzi, a wykorzystanie czyichś zdjęć polepszeniu odbioru utworu cytującego.

Podobnie jak w przypadku dozwolonego użytku niezmiennym warunkiem pozostaje wskazanie źródła, imienia i nazwiska autora cytatu. Należy oznaczyć, że utwór pochodzi od anonimowego autora, jako wyraz uszanowania decyzji twórcy oraz na wypadek gdyby w przyszłości twórca chciał oznaczyć się jako autor.

Prawo cytatu pozwala korzystać z cudzego dorobku twórczego na własne potrzeby. Istnieją przewidziane prawem zasady, które muszą być zachowane przy korzystaniu z tego prawa, a ich naruszenie skutkuje naruszeniem autorskich praw majątkowych, co może prowadzić do posądzenia o plagiat. Artykuł 29 prawa autorskiego pozostawia także niewiadome, które będą się rozstrzygały na drodze orzeczniczej w toku stosowania prawa. Pozbawienie twórcy części praw z uwagi na interes społeczny, jakim jest dozwolony użytek, to sytuacja wyjątkowa, która w polskim systemie prawnym również rozpatrywana jest kazuistycznie, gdyż nie można do przepisów o dozwolonym użytku stosować wykładni rozszerzającej.

Penalizacja plagiatu w prawie autorskim

Wojciech Machała wyróżnia dwie formy popełnienia przestępstwa na skutek plagiatu – pierwsza to przywłaszczenie utworu. Przestępstwo polega na przypisaniu sobie przez sprawcę autorstwa cudzego utworu lub cudzego artystycznego wykonania. Krzysztof Gienas jako znamiona wypełniające przestępstwo określa przejęcie twórczych i indywidualnych cech cudzego utworu i uznanie ich za własne lub jako „podjęcie działań, w wyniku których sprawca traktuje dzieło innej osoby jako pochodzące od siebie” (Gienas 2011: 737; Machała 2019). W doktrynie występuje jednolity pogląd, że przywłaszczenie może zostać popełnione wyłącznie w zamiarze bezpośrednim i działanie takie nazywane jest jako „kradzież utworu” lub „kradzież intelektualna”¹⁰.

¹⁰ W ten sposób o plagiacie m.in. (Jędrzejewska 1987; Wojnicka 1997; Sołtysiak 2009; Gerecka-Żołyńska 2002; Mania 2016). Odmienny pogląd reprezentują Barta i Markiewicz (2016), którzy

Drugim stypizowanym przestępstwem według Machały jest wprowadzenie w błąd co do prawdziwości autorstwa. W tej sytuacji podstawową przesłanką jest brak należytego oznaczenia prawdziwego autora dzieła lub jego części. Znamieniem przedmiotowym czynu jest tu „zachowanie polegające na stworzeniu u odbiorcy utworu (artystycznego wykonania) wrażenia, że jego twórcą lub wykonawcą jest inna osoba niż w rzeczywistości” (Machała 2019). W literaturze wskazuje się, że wprowadzenie w błąd co do autorstwa może być dokonane wyłącznie umyślnie (za uznaniem plagiatu z winy umyślnej opowiada się Elżbieta Wojnicka, Beata Giesen oraz Jan Serda i Stefan Ritterman), przy czym zaistnieć może zarówno w warunkach zamiaru bezpośredniego, jak i ewentualnego. Istota plagiatu w prawie autorskim wyraża się w takim działaniu plagiatora, poprzez które bezprawnie pozoruje autorstwo i odbiorcy mogą, na skutek tego działania, znaleźć się w błędzie co do rzeczywistego autorstwa (Demendeki 2016). Zachodzi pytanie: co z sytuacją, kiedy przejęcie całości lub części cudzego utworu bez wskazywania autorstwa następuje na skutek nieświadomego działania? Bez wątplenia stanowi naruszenie praw osobistych, jednak nie przesądza oskarżenia o plagiat. W opozycji do Wojnickiej staje Markiewicz, który dopuszcza wystąpienie plagiatu nie tylko z winy umyślnej, ale także winy nieumyślnej oraz braku winy (Markiewicz 1984: 121). Jest to dużo dalej idące ujęcie przesłanek plagiatu, które nie uwzględnia świadomości plagiatora.

Prawo autorskie penalizuje nie tylko splagiatowane dzieło, ale także samego plagiatora – osobę, która posługuje się cudzym wytworem, podając go za własny, albo nie podając autora oryginalnego dzieła. Wyróżniamy dwa rodzaje przywłaszczenia autorstwa utworu: plagiat jawny (oczywisty), który „polega na przejęciu cudzego utworu w całości lub w znacznej jego części w niezmienionej postaci lub ze zmianami, które są niewielkie” (Ćwiąkowski 2011), oraz plagiat ukryty, który polega na redakcyjnym zmodyfikowaniu tekstu i użyciu w całości lub w części w pracy własnej, bez wskazywania na autora oryginału. Sąd Najwyższy w orzeczeniu z 20 maja 1983 r. wskazał, że plagiat ukryty to „przeróbka cudzego utworu podawana za utwór własny” (sygn. akt I CR 92/83). Istotą plagiatu ukrytego jest, że musi dojść do opracowania cudzego utworu lub chronionych elementów cudzego utworu, tj. tych, które stanowią przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze.

Grzegorz Mania postawił taką tezę na temat plagiatu: „Dla (...) zaistnienia [plagiatu] konieczne są (...) trzy elementy. Po pierwsze, niezbędne jest przejęcie z czyjegoś utworu elementów oryginalnych. (...) Po drugie, dla zaistnienia plagiatu konieczna jest rozpoznawalność przejętych elementów. O plagiacie nie świadczy jedynie proste stwierdzenie faktu przejęcia, choćby nawet dotyczyło struktur oryginalnych. Konieczne jest w pewnym sensie „skorzystanie” z tej oryginalności, podszycie się pod nią. (...)”

plagiatowi nadają wąską konotację, wskazując, że takie szerokie znaczenie „jest niesłuszne i nieuzasadnione”. Górnicki (2013) podaje natomiast, że termin „plagiat” początkowo odnoszono do porwania wolnych ludzi i sprzedawania ich w niewolę; natomiast po raz pierwszy słowa „plagium” użył Marcjalis w I w. n.e. na określenie działań Fidentinusa, który wygłaszał jego wiersze, przypisując sobie ich autorstwo (zob. Grzybowski 1973; Stanisławska-Kloc 2011).

Po trzecie, dla zaistnienia plagiatu konieczne jest oznaczenie cudzego utworu (lub jego części) własnym nazwiskiem” (Mania 2016). Bezwzględną przesłanką plagiatu jest nieoznaczenie przejętego fragmentu dzieła innego twórcy. Jeśli artysta zdecyduje się na zaczerpnięcie lub odwołanie do powstałego utworu, może skorzystać z dróg, które daje mu ustawodawca. Przesłanką, która pozwala uniknąć odpowiedzialności z art. 115 § 1 prawa autorskiego, jest właściwe oznaczenie cudzego dzieła, stanowiącego inspirację dla autora. Zasada ta oczywiście nie ma jednak charakteru absolutnego i również podlega ograniczeniom.

Plagiat i dopuszczalne formy naśladownictwa

Markiewicz jest zdania, że nie stanowi plagiatu przywłaszczenie wyników cudzych badań naukowych, koncepcji, pomysłów o charakterze nietwórczym (Markiewicz 1984: 116–117). Plagiatem nie będzie również tzw. twórczość równoległa, która ma miejsce wówczas, gdy w jednym momencie kilku artystów opracowuje ten sam temat, używając podobnych środków artystycznego wyrazu, albo tworząc w tym samym nurcie artystycznym, niezależnie od miejsca, w którym się znajdują. Mamy do czynienia wówczas z niezależnymi procesami twórczymi, które zachodziły równolegle do siebie i ich podobieństwo jest wynikiem równoczesnego odwołania się do tych samych motywów, co potwierdza orzecznictwo. Prawdopodobne jest, że w wypadku utworów kompilowanych, to jest utworów stanowiących zbiór informacji pochodzących z różnych źródeł, poszukując informacji na ten sam temat, łatwo jest bowiem sięgnąć do tych samych źródeł i na tej podstawie wytworzyć podobne kompilacje, a nadto, jak wykorzystanie cudzego pomysłu, a nawet imion z innego utworu, przy oryginalnej treści nowego dzieła nie stanowi jeszcze opracowania cudzego utworu, ale własny oryginalny utwór (wyrok SA w Warszawie z 15 września 1995 r., sygn. akt I ACr 620/95; wyrok SO w Warszawie z 25 stycznia 2016 r., sygn. akt III C 251/13).

Kolejnym przykładem wyłączającym plagiat jest uderzające podobieństwo nowo powstałego utworu do dzieła pierwotnego, które wynika z nieświadomego zapożyczenia od twórcy pierwotnego. Istotą tego zjawiska jest brak świadomości autora dzieła wtórnego, który tworzy niemalże identyczne dzieło, będąc przekonanym o oryginalności swojego dzieła, tzw. reminiscencja. Dzieje się to na skutek mocno zakorzenionych obrazów, motywów w świadomości twórcy, przy czym wspomnienia te nie są dostępne w świadomości autora. Efektem jest przekonanie autora o innowacyjności i wrażenie, że ujął temat w sposób nowatorski; zjawisko takie w psychologii nazywane jest kryptomnezją (Bieczyński 2011: 53–54).

Osobliwą formą plagiatu jest autoplgiat, jako przykład *contradictio in adiecto*¹¹. Markiewicz uważa, że autoplgiat jest w rzeczywistości plagiatem (Markiewicz 1984: 118), choć nie stanowi naruszenia praw osobistych twórcy (Mania 2016). Odmienne

¹¹ Z łac. oznacza sprzeczność w przydawce – błąd logiczny (Słownik języka polskiego, online).

stanowisko w tej sprawie prezentuje Wasiak, uważając, że nie można mówić o autoplagiacie jak o plagiacie, gdyż nie dochodzi do przywłaszczenia cudzego dzieła (Wasiak 2005: 160). Takie samo stanowisko z kwestii autopowielenia prezentują Joanna Sieńczyło-Chlabicz i Joanna Banasiuk, które zdecydowanie sprzeciwiają się kwalifikacji autoplagiatu jako kopiowania samego siebie. Prawo autorskie nie przewiduje odpowiedzialności z tytułu autoplagiatu, gdyż prawa twórcy nie zostają naruszone. Zjawisko autoplagiatu polega na wielokrotnym wykorzystaniu swoich utworów lub ich części, w późniejszym tworzeniu kolejnych dzieł. Twórca dzieła ma swobodę w kształtowaniu swojego utworu, może poddawać go licznym modyfikacjom, także na późniejszych etapach. Autorem jest wciąż ta sama osoba, mająca te same upodobania, czerpiąca te same inspiracje, posługująca się tymi samymi stylami i technikami przy tworzeniu, co może wiązać się z wyższym ryzykiem „powtarzania się”. Działalność artystyczna oraz naukowa bazuje często na retrospekcjach i odwołaniach do wcześniejszej twórczości, a wielość dostępnych form i możliwości udostępniania utworów sprzyja podejmowaniu przez autora decyzji o ponownym rozpowszechnianiu dzieła, w podobnym kształcie. Dlatego zdaniem Stanisławskiej-Kloc zagadnienie wydaje się mieć większe znaczenie etyczne niż prawne (Sanisławska-Kloc 2013: 1093), albowiem omawiane pojęcie nie niesie za sobą żadnego normatywnego znaczenia oraz nie ma żadnego odniesienia w ustawodawstwie, a jedynie budzi niepotrzebne emocje i nieuprawnione oceny.

Artystyczne wykonanie jest wprost wymienione w ustawie jako przedmiot ochrony. Tylko wobec utworu w rozumieniu prawa autorskiego można dokonać plagiatu. Stanowi to węższy katalog, niż wszystkie formy aktywności twórczej wskazane w art. 73 Konstytucji RP, a wynika z tego, że niektóre z dzieł nie podlegają ochronie na podstawie przepisów o plagiacie. Bieczyński do kategorii, które nie spełniają warunku w rozumieniu ustawy, zalicza: dzieła nieposiadające indywidualnego charakteru, tzw. uniwersalia¹², oraz znane motywy z tradycji artystycznej, pozbawione znamienia oryginalności (Bieczyński 2011: 227–229). Choć nie wynika to z potocznego rozumienia plagiatu, spod ochrony prawnoautorskiej wyłączone są także „idee, pomysły, styl, koncepcje artystyczne, czy metody stosowane przy tworzeniu dzieła” (Janosz 2014: 28–29), bowiem ochroną objęty może być tylko sposób wyrażania (ekspresja rozumiana jako uzewnętrzniiona forma i treść utworu). Z wyroku Sądu Administracyjnego w Lublinie wynika, że „Utworem jest rezultat działalności o charakterze twórczym, kreatywnym, oryginalnym, charakteryzujący się indywidualnością. Nie jest nim natomiast (...) założony cel, który jest jednym z możliwych do osiągnięcia przez osoby (...) Ochrona prawnoautorska nie rozciąga się też na sam proces twórczy, metodę twórczą czy technikę zastosowaną przy tworzeniu dzieła” (sygn. akt I SA/LU 29/98). Wydaje się być uzasadnione nieobjęcie ochroną idei i pomysłów, które rodzą się najczęściej w głowie twórców, gdyż prowadziłyby to do trudności związanych z ochroną tych koncepcji oraz

¹² Uniwersalia, inaczej powszechniki, odpowiedniki nazw i pojęć ogólnych (np. „człowiek w ogóle”, „koń jako taki”) mające wszystkie i tylko wspólne cechy ich desygnatów (Encyklopedia PWN, online).

problemy z rejestracją idei ich autorów. Dlatego kluczowe dla ochrony utworu prawem autorskim jest jego ustalenie, czyli uzewnętrznienie. Oznacza to, że dzieło jest skończone i gotowe do zaprezentowania go odbiorcom (namalowany obraz, skończona rzeźba, napisana powieść), przy czym może być to także niematerializowana postać – jak improwizacja muzyczna, która jest dziełem ukończonym, idea natomiast jest jedynie składową wytworu zrealizowanego.

Zakończenie

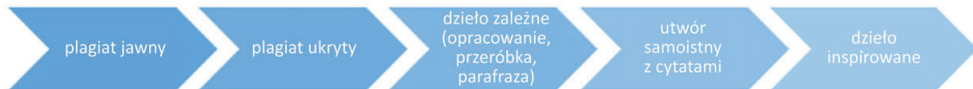
Mimo regulacji prawnej penalizującej plagiat w orzecznictwie nie wykształciła się jasna linia, według której można by konkretne działanie klasyfikować jako plagiat. Być może przyczynił się do tego brak definicji normatywnej plagiatu, które jest zagadnieniem prawnoautorskim o starożytnym zakorzenieniu, przy czym nie ma swojego umocowania prawnego. W perspektywie historycznej standardy dopuszczalności zapożyczeń różnie się kształtowały i powszechnie było czerpanie z twórczości zastanej. Choć zjawisko to głęboko było zakorzenione w działalności ludzkiej, łączy się z ocenami społecznymi powszechnie uznanymi za negatywne, to nie moralność wpłynęła na wykształcenie się ochrony interesów osobistych twórcy. Nasilenie krytyki plagiatu miało związek z początkami kształtowania się poczucia autorstwa, co ściśle wiązało się z rozpowszechnieniem wynalazku druku, a co za tym idzie – z interesem wydawców.

Aby stwierdzić istnienie plagiatu, sądy stosują metodę zestawienia podobieństw między porównywanymi pracami. Niestety, do powyższej „metody” nie stworzono żadnego wzoru ani opracowania, na podstawie których można by dokonać kwalifikacji, że dany utwór stanowi plagiat, procentowego opracowania ani matematycznych obliczeń proporcji, kiedy należałoby uznać utwór za splagiatowany. Dlatego każdy przypadek podejrzenia o kopiowanie czyjegoś dzieła jest rozpatrywany indywidualnie, nierzadko z pomocą biegłych. Być może wpływ na taką sytuację ma podłoże historyczne, kiedy to do okresu odrodzenia nie było zwyczaju, aby podpisywać swoich dzieł i chronić je przed zawłaszczeniem przez innych. Mimo bogatego orzecznictwa, regulacji w ustawodawstwie oraz szerokiego ujęcia tematu plagiatu w literaturze problematyczne bywa udowodnienie kradzieży czyjegoś pomysłu oraz obiektywna ocena, czy była ona świadomym działaniem, czy jedynie nieświadomym zapożyczeniem. Zjawisko plagiatu oceniane jest przez społeczeństwo negatywnie, a pomimo tego naśladownictwo traktowane jest jako naturalne zjawisko w kulturze, a nawet nieodłączny element rozwoju sztuki, która czerpie i odwołuje się do dorobku poprzedników. Ten dysonans poznawczy może znajdować swoje uzasadnienie w problematyce związanej z ustaleniem, czy dane zjawisko jest plagiatem, czy jedynie inspiracją. A granica, choć pozornie dość zacierająca się, jest w świetle art. 115 prawa autorskiego jasno spenalizowana: „1. Kto przywłaszcza sobie autorstwo albo wprowadza w błąd co do autorstwa całości lub części cudzego utworu albo artystycznego wykonania, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat 3” oraz

„2. Tej samej karze podlega, kto rozpowszechnia bez podania nazwiska lub pseudonimu twórcy cudzy utwór w wersji oryginalnej albo w postaci opracowania, artystyczne wykonanie albo publicznie zniekształca taki utwór, artystyczne wykonanie, fonogram, wideogram lub nadanie”.

Zjawisko plagiatu, choć znane jest od starożytności, przybrało na sile w XX i XXI wieku. Niewątpliwie zdarzeniem, jakie miało na nie wpływ, jest rozwój techniki, pozwalający na szeroki dostęp do utworów. Ogromną rolę odgrywa także digitalizacja i rozwój Internetu, które dają nieograniczone możliwości powielania i kopiowania. Powszechny i łatwy dostęp do mediów sprzyja pokusom i przeświadczeniu o nieograniczonej wolności w kontekście korzystania z wirtualnych zasobów. Z tych samych powodów rośnie ilość dzieł inspirowanych. Kreatywność twórców, z którą spotykamy się na co dzień w mediach, staje się źródłem inspiracji i twórczości. I nie ma w tym niczego złego ani niedozwolonego, do momentu, jak zauważył Sąd Najwyższy, gdy elementy utworu inspirowanego w utworze inspirowanym są rozpoznawane, ale nie są dominujące (wyrok SN z 10 lipca 2014 r., sygn. akt I CSK 539/13). W dobie błyskawicznie rozkwitających karier i takiego samego tempa ich przekwitania, gdzie liczy się ilość i prędkość dostarczanych produktów, nierzadko występuje pokusa, żeby wybrać drogę na skróty i niekoniecznie podążać ścieżką moralności.

Odróżnienie dzieła inspirowanego od skopiowanego następuje nie lada trudności, gdyż subtelne różnice, które odgrywają tutaj szczególną rolę, potrafią być niuansami, nieuchwytnymi dla przeciętnego odbiorcy, a nawet dla sądu. Dlatego tylko artysta w swoim sumieniu jest przekonany o tym, czy jego dzieło powstało wskutek samoistnego procesu twórczego, czy inspiracja dziełem pierwotnym była zbyt silna.



Rysunek 1. Stopień oryginalności wkładu własnego w cudze dzieło a kwalifikacja utworu

Źródło: (Plagiat, autoplagiat i ghostwriting... 2018).

Bibliografia

Opracowania:

Barta J., Markiewicz R., 2016, *Prawo autorskie*, Warszawa.

Bieczyński M.M., 2011, *Plagiat jako immanentna granica wolności twórczości artystycznej*, „Studia Prawnicze”, z. 2.

Bieczyński M.M., 2011, *Prawne granice wolności twórczości artystycznej wypowiedzi w zakresie sztuk wizualnych*, Warszawa.

- Ćwiąkański Z., 2011 [w:] J. Barta (red.), R. Markiewicz, *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, LEX.
- Demendecki T. i in., 2016, *Prawo własności przemysłowej. Komentarz*, LEX.
- Doliński J.M., 2012, *Problematyka praw autorskich w kontekście prac naukowych na uczelniach wyższych*, „Przegląd Naukowo-Metodyczny. Edukacja dla Bezpieczeństwa”, nr 2.
- Encyklopedia PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/uniwersalia;3991397.html> [dostęp: 19.08.2019].
- Flisak D. (red.), 2015, *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, LEX.
- Górnicki L., 2013, *Rozwój idei praw autorskich: od starożytności do II wojny światowej*, Prace Naukowe Wydziału Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Gienas K., 2011 [w:] E. Ferenc-Szydełko (red.), *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, Warszawa.
- Gerecka-Żołyńska A., 2002, *Ochrona praw autorskich i praw pokrewnych w polskim procesie karnym*, Toruń.
- Grabarczyk S., 2017, *Dozwolony użytek chronionych utworów w prawie autorskim*, Praca magisterska napisana w Katedrze Prawa Gospodarczego i Handlowego pod kierunkiem prof. dr. hab. Andrzeja Kidyby, Lublin, https://www.academia.edu/36109501/Dozwolony_u%C5%BCytek_chronionych_utwor%C3%B3w_w_polskim_prawie_autorskim [dostęp: 18.04.2020].
- Grzybczyk K., 2018, *Sztuka zawłaszczania – rzeczywiście sztuka czy plagiat?*, <https://www.pwi.us.edu.pl/kategorie/prawo-autorskie/208-sztuka-zawlaszczania-rzeczywiscie-sztuka-czy-plagiat?jjj=1566210516821> [dostęp: 18.08.2019].
- Grzybowski S., 1973 [w:] S. Grzybowski, A. Kopff, J. Serda, *Zagadnienia prawa autorskiego*, Warszawa.
- Hellich A., 2014, *Jak rozpoznać pastisz (i odróżnić go od parodii)?*, „Zagadnienia Rodzajów Literackich”, t. LVII, z. 2.
- Król T., 2015, *Prawo autorskie. Zmiany w 2015 i 2016 roku*, Warszawa.
- Jankowska M., 2011, *Autor i prawo do autorstwa*, Warszawa.
- Janosz A., 2014, *Między plagiatem a inspiracją w działalności projektowej*, „Zeszyty Naukowe Prawa Własności Intelektualnej Uniwersytetu Śląskiego”.
- Jędrzejewska A., 1987, *Odpowiedzialność za naruszenie autorskich praw majątkowych i osobistych przez popełnienie plagiatu*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, z. 44.
- Kurosz K., 2014, *Artystyczne wykonanie utworu. Prawa osobiste i majątkowe aktorów, muzyków i innych wykonawców*, Warszawa.
- Machała W., Sarbiński R.M. (red.), 2019, *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, LEX.
- Mania G., 2016, *Plagiat muzyczny*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, z. 3.
- Markellou M., 2013, *Appropriation Art under Copyright Law: Recreation or Speculation?*, „European Intellectual Property Review”, No. 7.
- Markiewicz R., 1984, *Dzieło literackie i jego twórca w polskim prawie autorskim*, „Rozprawy Habilitacyjne Uniwersytetu Jagiellońskiego”, Kraków, nr 81.
- Nowak-Gruca A., 2013, *Cywilnoprawna ochrona autorskich praw majątkowych w świetle ekonomicznej analizy prawa*, Warszawa.
- Plagiat, autoplgiat i ghostwriting – co jest jeszcze zgodne z prawem, a co już je narusza?*, 2018, <http://prawotworca.pl/2018/01/plagiat-autoplgiat-i-ghostwriting-co-jest-jeszcze-zgodne-z-prawem-a-co-juz-je-narusza/> [dostęp: 1.12.2019].

- Przybysz H., 2003, *Utwór zależny* [w:] A. Szewc (red.), *Leksykon własności przemysłowej intelektualnej*, Kraków.
- Sanisławska-Kloc S., 2013, *Plagiat contra autoplgiat* [w:] A. Matlak, S. Stanisławska-Kloc, *Spory o własność intelektualną. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorom Januszowi Barcie i Ryszardowi Markiewiczowi*, Warszawa.
- Shao K., 2006, *What May Validate Intellectual Property in a Traditional Chinese Mind? Examining the U.S.–China IP Disputes through a Historical Inquiry*, „Journal of Information, Law & Technology”, No. 1, https://warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2006_1/shao/ [dostęp: 15.04.2020].
- Sokołowska D., 2015, *Pojęcie i postacie utworu naukowego w świetle prawa autorskiego*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, Rok LXXVII, z. 2.
- Sołtysiak G., 2009, *Plagiat. Zarys problemu*, Warszawa.
- Stanisławska-Kloc S., 2011, *Plagiat a inspiracja cudzymi pomysłami*, „Kwartalnik Urzędu Patentowego RP”, nr 2.
- Stanisławska-Kloc S., 2011, *Plagiat i autoplgiat*, Biuro Analiz Sejmowych, nr 16 (108).
- Stanisławska-Kloc S., 2012, *Plagiat-zagrozenie dla autorstwa w XXI w.* [w:] J. Balcarczyk (red.), *Dobra osobiste w XXI wieku. Nowe wartości, zasady, technologie*, Warszawa.
- Stelmach J., Brożek B., 2004, *Metody prawnicze*, Kraków.
- Stowarzyszenie Twórców Grafiki Użytkowej, <https://www.stgu.pl/dzieje-sie/art-czy-to-plagiat.html> [dostęp: 1.12.2019].
- Szczotka J., 2014, *Twórczość naukowa – czy autoplgiat jest plagiatem?*, „Studia Iuridica Lublinensia”, nr 23.
- Traple E., 2005, *Przedmiot prawa autorskiego* [w:] J. Barta i in., *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, Kraków.
- Wasiak Z., 2005, *Naruszenie prawa do autorstwa utworu – plagiat*, „Acta Universitatis Lodzianis, Folia Litteraria Polonica”, nr 7.
- Wojnicka E., 1997, *Ochrona autorskich dóbr osobistych*, Łódź.
- Zieliński M., 2000, *Wykładnia prawa. Zasady. Reguły. Wskazówki*, Warszawa.

Źródła internetowe:

- https://lexplay.pl/artukul/prawo_autorskie/pojecie_i_rodzaje_plagiatu [dostęp: 30.11.2019].
- <https://www.pwi.us.edu.pl/kategorie/prawo-autorskie/208-sztuka-zawlaszczania-rzeczywiscie-sztuka-czy-plagiat?jij=1566210516821> [dostęp: 18.08.2019].
- <http://www.sztukawszczecin.pl/slownik/asamblaz/> [dostęp: 1.12.2019].
- <https://sjp.pl/asambla%C5%BC> [dostęp: 1.12.2019].
- <https://sjp.pwn.pl/slowniki/plagiat.html> [dostęp: 18.08.2019].
- <https://sjp.pwn.pl/slowniki/contradictio-in-adiecto.html> [dostęp: 2.12.2019].
- <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/a/appropriation> [dostęp: 15.04.2020].
- <https://culture.pl/pl/artukul/sztuka-zawlaszczania-w-zachecie> [dostęp: 15.04.2020].
- <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-przedmiot-ochrony-prawnoautorskiej-czyli-co-jest-chronione-prawem-autorskim> [dostęp: 16.04.2020].

<https://www.hbrp.pl/b/wszystko-juz-bylo-czyli-jak-wymyslic-cos-nowego/13dMSByXu> [dostęp: 15.04.2020].

<https://www.edukacjaprawnicza.pl/autoplgiat/> [dostęp: 16.04.2020].

Akty prawne:

Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1231).

Orzecznictwo:

Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 czerwca 1936 r., sygn. akt IK 336/36.

Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 czerwca 1972 r., sygn. akt I CR 104/72, LEX nr 63572.

Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 31 grudnia 1974 r., sygn. akt I CR 659/74, LEX nr 64198.

Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 20 maja 1983 r., sygn. akt I CR 92/83, LEX nr 63534.

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 15 września 1995 r., sygn. akt I ACr 620/95, LEX nr 62623.

Wyrok NSA w Lublinie z dnia 12 lutego 1999 r., sygn. akt I SA/LU 29/98, LEX nr 36605.

Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 listopada 2004 r. sygn. akt I CK 232/04.

Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 10 lipca 2014 r., sygn. akt I CSK 539/13.

Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 25 stycznia 2016 r., sygn. akt III C 251/13, LEX nr 2088579.

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z dnia 6 kwietnia 2017 r., sygn. akt V ACa 687/15, LEX nr 2343498.

Biogram

Karolina Magdalena Chroł – prawnik, absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Gdańskiego, studiowała także na Europejskim Uniwersytecie Viadrina we Frankfurcie nad Odrą. Pracę dyplomową napisała pod patronatem naukowym prof. dr. hab. Jerzego Zajadło; aktualnie studentka studiów doktoranckich w zakresie prawa, pod patronatem naukowym prof. UG dr. hab. Adama Wiśniewskiego w Katedrze prawa międzynarodowego publicznego. Jej zainteresowania naukowe wiążą się z prawami człowieka, w dysertacji doktorskiej zajmuje się wolnością wypowiedzi artystycznej. Na co dzień miłośniczka tenisa ziemnego i szeroko pojętej sztuki, w pracy zawodowej zajmuje się sporządzaniem projektów aktów notarialnych w kancelarii.



Wybrane instrumenty ochrony praw konsumenta w Polsce

Liza Rant | Uniwersytet Gdański
<https://orcid.org/0000-0003-1299-7162>

Streszczenie

Słowa kluczowe:
konsument, ochrona konsumenta, prawo konsumentckie, polityka konsumentcka

Ochrona konsumenta we współczesnym świecie odgrywa istotną rolę, zwłaszcza w krajach gospodarki rynkowej. Konsument powinien być chroniony, gdyż relacje rynkowe między nim a przedsiębiorstwem są dość nierówne pod względem ekonomicznym, organizacyjnym czy informacyjnym. W artykule zostały przedstawione definicje konsumenta i geneza polityki konsumentckiej. W kontekście instytucjonalnym wymieniono instytucje poszczególnych podmiotów ochrony praw konsumenta oraz szczegółowo omówiono działalność Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów. W publikacji zawarto obowiązki informacyjne przedsiębiorcy wynikające z art. 8 i 12 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 287 z późn. zm.).

Protection of consumer rights as one of the standards of economic trading safety in Poland (Summary)

Keywords:
consumer, consumer protection, consumer law, consumer policy

Consumer protection in the modern world plays an important role, especially in market economy countries. The consumer should be protected because market relations between him and the company are quite unequal in economic, organizational or information terms. The article presents the definitions of the consumer and the genesis of consumer policy. In the institutional context, the institutions of individual entities for the protection of consumer rights were listed and the activities of the President of the Office for Competition and Consumer Protection and Poviats and Municipal Consumer Ombudsmen were discussed in detail. The publication contains information obligations of the entrepreneur resulting from art. 8 and 12 of the Act of 30 May 2014 on consumer rights (Journal of Laws of 2020, item 287).

Wstęp

W czasach intensyfikacji wzrostu gospodarki rynkowej coraz większą rolę zaczynają odgrywać normy prawne dotyczące udziału sprzedawców i kupujących w wymianie towarowej. Prawa konsumenta kształtowały się przez wiele lat wraz z rozwojem gospodarczym, a konieczność ich ochrony rozwijała się pod wpływem narastających zagrożeń na rynku oraz tempa zmian, jakie zachodzą we współczesnym świecie. Dynamiczny rozwój gospodarki, konkurencja na rynku, pojawianie się nowych zjawisk czy problemów gospodarczych powoduje, że konsument pozostaje podmiotem wymagającym wsparcia. Lata doświadczeń pokazały, że konsument, jako słabsza strona (Łętowska 2014: 1 i nast.), wymaga szczególnej ochrony, która powinna być mu zapewniona zarówno na poziomie krajowym, jak i międzynarodowym.

Problemy, jakie napotkał konsument na swojej drodze, wymusiły na państwach rozwój polityki ochrony konsumenta, która obecnie jest jednym z najważniejszych filarów funkcjonowania jednolitego rynku wewnętrznego. Konsument najczęściej nie jest świadomy swoich praw i rezygnuje z ich egzekwowania, jednakże istnieje wiele instytucji, które są w stanie zapewnić mu pomoc. Odpowiedzialność za przestrzeganie przepisów, ich wykonywanie, kontrolę i ścigane naruszeń ponosi rozbudowany zespół organów oraz podmiotów publicznych i pozarządowych. Mając na uwadze, iż system ochrony konsumentów jest złożony, w publikacji omówiono szczegółowo działalność Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów współpracujących ze sobą. W publikacji zaakcentowano jedynie obowiązki informacyjne ciążyące na przedsiębiorcy wobec konsumenta wynikające z art. 8 i 12 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 287).

Pojęcie konsumenta

Kluczowym punktem wyjścia wszelkich rozważań na temat ochrony konsumenta jest zdefiniowanie pojęcia konsumenta. W literaturze przedmiotu możemy rozróżnić podział na konsumenta w znaczeniu wąskim i szerokim. W znaczeniu wąskim przez konsumenta uważa się wyłącznie osobę nabywającą towar lub usługę dla własnych potrzeb osobistych czy rodzinnych. Z kolei konsumentem w znaczeniu szerokim jest osoba, „która nabywa towar w celu zaspokojenia potrzeb osobistych i taka, która dokonuje inwestycji gospodarczej np. poszukuje korzystnej lokaty swoich kapitałów, jak również profesjonalista – przedsiębiorca, który w celu związanym z funkcjonowaniem własnego przedsiębiorstwa nabywa towar lub usługę od innego przedsiębiorcy, w stosunku do którego w zakresie nabytych dóbr nie jest profesjonalistą” (Habryń-Motawska 2010: 15). Pojęcie to odnosi się do osób korzystających z materialnych efektów działalności przedsiębiorców i obejmuje osoby będące w konkretnym stosunku prawnym, którego celem jest uzyskanie określonego świadczenia, jak i potencjalnych nabywców tych świadczeń (Banasiński 2004: 14).

Przede wszystkim w Polsce prawo konsumenckie jest realizacją art. 76 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz. U. Nr 78, poz. 483) stanowiącego, iż „władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Zakres tej ochrony określa ustawa”. Powyższy przepis wskazuje, że podmiotami odpowiedzialnymi za realizację tej zasady są organy państwa.

Definicja konsumenta została przejęta z kategorii ekonomicznych (Żuławska 2002: 126). Po raz pierwszy pojęcie konsumenta w Polsce zostało wprowadzone w § 3 pkt 2 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 30 maja 1995 r. w sprawie szczegółowych warunków zawierania i wykonywania umów sprzedaży rzeczy ruchomych z udziałem konsumentów (Dz. U. Nr 64, poz. 328), zgodnie z którym konsument oznaczał: „każdego, kto nabywa towar dla celów nie związanych z działalnością gospodarczą”. Powyższe określenie konsumenta było postrzegane jako pojęcie szerokie, z uwagi na to, że obejmowało także osoby prawne.

Kolejne unormowanie pojęcia konsumenta wprowadzono do art. 384 § 3 kodeksu cywilnego (dalej k.c.) ustawą z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (t.j. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225 z późn. zm.), która została uchylona 25 grudnia 2014 r. W powołanym przepisie za konsumenta uważało się osobę, która zawiera umowę z przedsiębiorcą w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą. Pojęcie zostało zdefiniowane na potrzeby regulacji wzorców umownych i posługiwano się nim także przy rękojmi (Habryn-Motawska 2010: 16). Powyższa definicja była związana z umową łączącą konsumenta z przedsiębiorcą, obejmowała nie tylko osoby fizyczne, lecz wszystkie podmioty prawa, wymagała, by uważana za konsumenta osoba była stroną umowy, którą zawiera w celu bezpośrednim niezwiązanym z działalnością gospodarczą, oraz była odmienna od niektórych definicji konsumenta zawartych w ustawach szczególnych (Gneta 2006: 35). W wyniku wejścia w życie z dniem 24 września 2003 r. ustawy z dnia 14 lutego 2003 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. Nr 49, poz. 408) art. 384 § 3 k.c. został zastąpiony przez przepis art. 22¹ k.c., wedle którego za konsumenta uważa się „wyłącznie osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej z przedsiębiorcą niezwiązaną bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową”.

Tak zawężona definicja odnosząca się do osób fizycznych wyłącza z zakresu tego przepisu innych uczestników obrotu prawnego, tj. osoby prawne i tzw. ułomne osoby prawne. Ponadto zaznaczyć należy, że konsumentem nie jest również fundacja, stowarzyszenie, spółka jawna, spółdzielnia czy gmina. W ustawie z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 z późn. zm.), dalej: u.o.k.k., również przyjęto definicję zgodną z art. 22¹ k.c.

W orzecznictwie przyjmuje się, że konsument to osoba świadoma, dobrze poinformowana, uważna i działająca racjonalnie (wyrok SN z 29 listopada 2013 r., sygn. akt I CSK 87/13).

Jeżeli chodzi o prawo Unii Europejskiej to pojęcie konsumenta rozumiane jest niejednolicie, z uwagi na to, iż w prawie wewnętrznym państw UE pojęcie to jest różnie rozumiane w przepisach implementujących dyrektywy konsumenckie (Gneta 2006: 24). Pojęciem tym posługują się liczne dyrektywy. I tak zgodnie z art. 2 dyrektywy Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa za konsumenta rozumie się: „osobę fizyczną, która w transakcjach objętych dyrektywą działa w celach, które mogą być uważane za niezwiązane z jej działalnością handlową lub zawodem”. Tożsamą definicję zawarto także w dyrektywie Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich, gdzie w art. 2 lit. b również wskazuje się, że konsument „oznacza każdą osobę fizyczną, która w umowach objętych niniejszą dyrektywą działa w celach niezwiązanych z handlem, przedsiębiorstwem lub zawodem”. W dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady 97/7/WE z dnia 20 maja 1997 r. o ochronie konsumentów w umowach zawieranych na odległość w przepisie art. 2 pkt 2 określono konsumenta jako „osobę fizyczną, która w umowach objętych niniejszą dyrektywą działa w celach niezwiązanych z jej działalnością handlową, gospodarczą lub zawodem”. Podobnie w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady 99/44/WE z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji w przepisie art. 1 ust. 1 lit. a jako konsumenta określono „każdą osobę fizyczną, która w umowach objętych niniejszą dyrektywą działa w celach niezwiązanych z handlem, przedsiębiorstwem lub zawodem”. Z kolei art. 1 lit. d dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2002/65/WE z dnia 23 września 2002 r. dotyczącej sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość oraz zmieniającej dyrektywę Rady 90/619/EWG oraz dyrektywy 97/7/WE i 98/27/WE stanowi, że konsument „oznacza każdą osobę fizyczną, która w ramach umów zawieranych na odległość objętych niniejszą dyrektywą działa w celach niezwiązanych z działalnością gospodarczą, przedsiębiorstwem lub zawodem”. Z powyższych definicji wynika, że profesjonalna działalność osoby fizycznej ujmowana jest różnie: jako działalność zawodowa i handlowa (dyrektywy 85/577/EWG i 87/102/EWG), gospodarcza i zawodowa (dyrektywa 93/13/EWG), handlowa, gospodarcza i zawodowa (dyrektywa 97/7/WE) albo działalność gospodarcza, przedsiębiorstwo lub zawód (dyrektywa 2002/65/WE).

Geneza polityki ochrony konsumenta

Konsumenci stanowią największą grupę ekonomiczną w gospodarce. Podmioty działające na wolnym rynku nigdy nie miały i nie będą miały równej pozycji, co powoduje prowadzenie przez dane państwa polityki konsumenckiej. Pierwsze próby polityki konsumenckiej zostały wprowadzone dopiero w latach 60. XX wieku przez Stany Zjednoczone, które jako pierwsze wprowadziły do swojego prawodawstwa ustawy chroniące prawa konsumenta (Stawicka 2018: 4). Przełomowym wydarzeniem był dzień 15 marca 1962 r., gdy prezydent Stanów Zjednoczonych John F. Kennedy podczas prezentacji

pierwszych ustaw konsumenckich Kongresowi wypowiedział orędzie: „Wszyscy jesteśmy konsumentami. Konsumentci stanowią największą grupę ekonomiczną w gospodarce, wpływającą oraz pozostającą pod wpływem prawie każdej publicznej i prywatnej decyzji ekonomicznej. Ale jednocześnie są oni często jedyną ważną grupą, której zdanie nie jest wysłuchiwane” (za: Jurczyk, Majewska-Jurczyk 2015: 455). Powyższa data jest uważana za początek polityki konsumenckiej w gospodarce rynkowej. Podczas tego zdarzenia uchwalono pięć podstawowych praw konsumenta, tj.: prawo do bezpiecznego produktu i ochrony zdrowia, prawo do informacji i edukacji, prawo do efektywnego systemu dochodzenia roszczeń, prawo do ochrony interesów ekonomicznych oraz prawo do zrzeszania się i reprezentacji (Jurczyk, Majewska-Jurczyk 2015: 455–456). Prawa te zostały przyjęte przez inne państwa.

Dopiero później politykę konsumencką wprowadziła Unia Europejska. Początki polityki konsumenckiej były oparte przede wszystkim na prawie miękkim (rezolucje, oświadczenia), co z czasem stworzyło jej formalne podstawy. Rezolucje i oświadczenia miały za zadanie promowanie praw konsumenta do kompletnej i autentycznej informacji, co do produktów i usług wpływających na ich zdrowie i bezpieczeństwo oraz na dokonywanie satysfakcjonujących wyborów (Jurczyk, Majewska-Jurczyk 2015: 457). Efektem szczytu w Paryżu w 1972 r., podczas którego obradowali szefowie państw i rządów Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej, było przyjęcie 14 kwietnia 1975 r. przez Radę pierwszej rezolucji dotyczącej wstępnego programu Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej w kwestii polityki ochrony i informowania konsumentów (Kowalski, Ślusarczyk 2006: 94). W rezolucji tej przyjęto katalog pięciu podstawowych praw konsumenta (Perkowski 2002: 287), tj.:

- prawo do bezpieczeństwa, ochrony życia i zdrowia,
- prawo do ochrony interesów ekonomicznych,
- prawo do informacji i edukacji,
- prawo dostępu do wymiaru sprawiedliwości,
- prawo do reprezentacji.

Drugą rezolucję Rada przyjęła 19 maja 1981 r.; potwierdzała ona cele i podstawowe zasady pierwszej rezolucji, dodając do niej ochronę konsumenta w dziedzinie usług, a także zwróciła uwagę na zagadnienie odnoszące się do cen towarów i usług (Maliszewska-Nienartowicz 2003: 104–106). Niewątpliwie ochrona praw konsumenta była przedmiotem zainteresowania na poziomie międzynarodowym. Kolejną rezolucją zawierającą wytyczne w sprawie konsumentów była rezolucja z 1985 r. Organizacji Narodów Zjednoczonych. Celem jej postanowień było prawo do:

- ochrony przed produktami i usługami niebezpiecznymi dla zdrowia i życia,
- ochrony ekonomicznych interesów – przez zaspokajanie podstawowych potrzeb,
- dostępu do towarów i usług o odpowiadającej cenom jakości oraz zapewnienia rzetelnej informacji, pozwalającej dokonywać racjonalnego wyboru towaru lub usługi zgodnie z indywidualnymi życzeniami i potrzebami,

- wyrażania opinii o polityce konsumenckiej państwa oraz działaniach producentów i handlowców,
- pozytywnego i efektywnego załatwienia uzasadnionych reklamacji, skarg i roszczeń,
- edukacji konsumenckiej oraz życia w zdrowym środowisku naturalnym (rezolucja Zgromadzenia Ogólnego ONZ nr 39/248).

Polityka ochrony konsumentów Wspólnoty nabrała tempa wraz z wejściem w życie w 1987 r. Jednolitego Aktu Europejskiego, gdzie wprowadzono wówczas do prawa pierwotnego, czyli traktatu o EWG, art. 100 ust. 3 (Jurczyk, Majewska-Jurczyk 2015: 458). W przepisie tym po raz pierwszy wyraźnie wspomniano o propozycjach aktów prawnych dotyczących ochrony konsumentów oraz nakazano Komisji Europejskiej przyjmować jako podstawę wysoki poziom tej ochrony (Maliszewska-Nienartowicz 2003: 109). Uporządkowanie od strony prawnej polityki konsumenckiej dał traktat z Maastricht podpisany 7 lutego 1992 r. wprowadzający do traktatu o WE nowy tytuł XI „Consumer Protection” – Ochrona Konsumenta (art. 129a). Budowę podstaw prawnych dla prowadzenia polityki konsumenckiej na obszarze Unii Europejskiej zakończył Traktat Amsterdamski podpisany 2 października 1996 r., w którym przyjęto „Plan działania w zakresie ochrony konsumenta na lata 1999–2014”. W traktacie tym zapisano ww. pięć praw konsumentów oraz utworzono nową XIV Dyрекcję Generalną ds. Zdrowia i Ochrony Konsumentów (Jurczyk, Majewska-Jurczyk 2015: 458).

Niewątpliwie ogólnym celem strategii polityki konsumenckiej Unii Europejskiej jest wzmocnienie położenia konsumentów, natomiast szczegółowym celem jest m.in. poprawa bezpieczeństwa konsumentów poprzez zapewnienie bezpieczeństwa produktów, usług i żywności; poszerzanie wiedzy odnośnie do praw, obowiązków i zdolności konsumentów; lepsze wdrażanie i sprawniejsze egzekwowanie przepisów oraz zagwarantowanie możliwości dochodzenia roszczeń; dostosowanie praw konsumenta i polityki w najważniejszych obszarach (przestrzeń cyfrowa, usługi finansowe, żywność, energia, podróże i transport, produkty zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju) do zmian gospodarczych i społecznych (Komunikat Komisji Europejskiej – program na rzecz konsumentów – Zwiększanie zaufania i pobudzanie wzrostu gospodarczego, 11.10.2012, pkt 4.4.1.–4.4.4). Polityka konsumencka Unii Europejskiej jest uzupełnieniem działań podejmowanych przez państwa członkowskie.

Odnosnie do polityki konsumenckiej w Polsce należy wskazać, że w 1998 r. przyjęto przez Radę Ministrów pierwszy rządowy projekt polityki konsumenckiej na lata 1998–1999 przedstawiony przez ówczesnego Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W owym projekcie politykę konsumencką określono jako: „wzmocnienie bezpieczeństwa zdrowotnego konsumentów przez skuteczniejszą ochronę przed produktami i usługami mogącymi stwarzać zagrożenie dla życia i zdrowia nabywców, wzmocnienie bezpieczeństwa ekonomicznego przez skuteczniejszą ochronę przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi, a zwłaszcza praktykami monopolistycznymi i czynami nieuczciwej konkurencji, zapewnienie faktycznego dostępu do wymiaru sprawiedliwości poprzez stworzenie uproszczonych procedur dochodzenia roszczeń

konsumenckich, zapewnienie powszechnego dostępu do informacji i edukacji konsumenckiej, poprzez rozwój poradnictwa, wprowadzenie elementów wiedzy konsumenckiej do programów nauczania na różnych poziomach kształcenia, popularyzację w mediach itp., stworzenie warunków prawnych i finansowych rozwoju ruchu konsumenckiego, zaktywizowanie organów samorządu terytorialnego w zakresie działalności prokonsumenckiej” (Strużycki 2005: 253). Obowiązujące w Polsce prawo konsumenckie stanowi następstwo przystąpienia do Unii Europejskiej, a więc prawo konsumenckie w krajach Unii Europejskiej, w tym Polski, stanowi implementację przepisów unijnych. Skutkiem implementacji europejskiego prawa konsumenckiego do prawa polskiego są następujące uregulowania będące podstawowym źródłem polskiego prawa konsumenckiego:

- ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 287 z późn. zm.), która wdrożyła do polskiego porządku prawnego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE (Dz. U. L 304/64, 22.11.2011),
- ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 2070), która implementuje dyrektywę 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych (Dz. U. L 149/22, 11.6.2005),
- postanowienia kodeksu cywilnego stanowiącego implementację dyrektywy 93/13/EWG o niedozwolonych klauzulach umownych (Dz. U. L 095, 21/04/1993 P. 0029 – 0034) oraz dyrektywy 85/374/EWG o odpowiedzialności za wadliwe produkty (Dz. U. L 210, 07/08/1985 P. 0029 – 0033),
- ustawa z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 730 z późn. zm.), która dokonuje implementacji dyrektywy 2008/48/WE – kredyt konsumencki (Dz. U. L 133/66, 22.5.2008),
- ustawa z dnia 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 568),
- ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 344 z późn. zm.), która implementuje dyrektywę 2000/31/WE – handel elektroniczny (Dz. U. L 178, 17/07/2000 P. 0001–0016),
- ustawa z dnia 19 września 2011 r. o timeshare (Dz. U. Nr 230, poz. 1370), która implementuje dyrektywę 2008/122/WE – ochrona konsumentów w odniesieniu do niektórych aspektów umów timeshare, umów o długoterminowe produkty wakacyjne, umów odsprzedaży oraz wymiany (Dz. U. L. 33/10, 3.2.2009).

Regulacje prawne na poziomie wspólnotowym wspierają i uzupełniają regulacje krajowe przez dążenie do harmonizacji przepisów prawnych w Polsce. Należy zwrócić uwagę, iż w literaturze przyjmuje się, że realizacja polityki konsumenckiej przebiega na dwóch płaszczyznach, tj. legislacyjnej, która obejmuje tworzenie norm prawnych, oraz instytucjonalnej, która polega na budowaniu infrastruktury instytucjonalnej stojącej na straży praw konsumenta, inspekcyjno-kontrolnej, sądowej (Streżyńska 2000: 13). Warto także wspomnieć, iż w państwach członkowskich wykształciły się dwa podstawowe modele ochrony konsumenta różniące się rozwiązaniami instytucjonalnymi, tj. model francuski i model niemiecki (Zajac 2006: 129). Model francuski cechuje się

tym, iż ochrona jest realizowana zwłaszcza przez organy administracji dysponujące silnymi uprawnieniami, które wspierane są przez działalność organizacji konsumenc- kich. Z kolei model niemiecki realizuje ochronę przez silne organizacje konsumenc- kie dysponujące środkami przekazanymi przez państwo, zachowujące funkcje koor- dynacyjne i kontrolne (Streżyńska 2000: 13).

Informacja jako instrument ochrony praw konsumenta

Jedną z podstawowych kwestii w zakresie stosowania ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 287 z późn. zm. – dalej u.o.p.k.), która wdrożyła do polskiego porządku prawnego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 listopada 2011 r. w sprawie praw konsumentów (Dz. U. L 304/64, 22.11.2011), jest wypełnianie przez przedsiębiorców obowiązków informa- cyjnych. Prawo do informacji to podstawowe prawo przysługujące konsumentowi, a jego zakres i forma zależą od sposobu zawarcia umowy.

W prawie umów konsumenckich widoczne jest tworzenie drobiazgowych wyliczeń elementów, które powinny znaleźć się w treści umowy zawieranej z konsumentem (Mikłaszewicz 2008: 345). By zapewnić konsumentowi ochronę, ustawodawca ure- gulował obowiązki przedsiębiorcy w umowach innych niż umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość w przepisie art. 8 u.o.p.k., gdzie najpóź- niej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta, o ile informacje te nie wynikają już z oko- liczności, w sposób jasny i zrozumiały o:

- 1) głównych cechach świadczenia, z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem,
- 2) swoich danych identyfikujących, w szczególności o firmie, organie, który zarejestro- wał działalność gospodarczą, i numerze, pod którym został zarejestrowany, adresie, pod którym prowadzi przedsiębiorstwo, i numerze telefonu przedsiębiorstwa,
- 3) łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie wraz z podatkami, a gdy cha- rakter przedmiotu świadczenia nie pozwala, rozsądnie oceniając, na wcześniejsze obliczenie ich wysokości – sposobie, w jaki będą one obliczane, a także opłatach za dostarczenie, usługi pocztowe oraz jakichkolwiek innych kosztach, a gdy nie można ustalić wysokości tych opłat – o obowiązku ich uiszczenia; w razie zawarcia umowy na czas nieoznaczony lub umowy obejmującej prenumeratę przedsiębiorca ma obowiązek podania łącznej ceny lub wynagrodzenia obejmującego wszystkie płatności za okres rozliczeniowy, a także wszystkich kosztów, które konsument jest zobowiązany ponieść,
- 4) sposobie i terminie spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji,
- 5) przewidzianej przez prawo odpowiedzialności przedsiębiorcy za jakość świadczenia,
- 6) treści usług posprzedażnych i gwarancji,

- 7) czasie trwania umowy lub – gdy umowa zawarta jest na czas nieoznaczony lub ma ulegać automatycznemu przedłużeniu – o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy,
- 8) funkcjonalności treści cyfrowych oraz mających zastosowanie technicznych środków ich ochrony,
- 9) mających znaczenie interoperacyjności treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem.

Oprócz wyżej wymienionych obowiązków przedsiębiorca przy sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość ma także liczne obowiązki informacyjne – zarówno przed zawarciem umowy, jak i na późniejszym etapie. Kwestie te zostały uregulowane w rozdziale 3 u.o.p.k. w art. 12, tj. obowiązek poinformowania konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o:

- 1) głównych cechach świadczenia, z uwzględnieniem jego przedmiotu oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem, np. telefonicznie, mailowo,
- 2) swoich danych identyfikujących, w szczególności o firmie i numerze, pod którym została ona zarejestrowana (KRS lub NIP),
- 3) adresie przedsiębiorstwa (istotnym w razie sprawy sądowej), adresie poczty elektronicznej oraz numerach telefonu lub faksu, jeżeli są dostępne, pod którymi konsument może szybko i efektywnie kontaktować się z przedsiębiorcą,
- 4) adresie, pod którym konsument może składać reklamacje, jeżeli jest inny niż adres, o którym mowa w pkt 3,
- 5) łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie wraz z podatkami, a gdy charakter przedmiotu świadczenia nie pozwala, rozsądnie oceniając, na wcześniejsze obliczenie ich wysokości – sposobie, w jaki będą one obliczane, a także opłatach za transport, dostarczenie, usługi pocztowe oraz innych kosztach, a gdy nie można ustalić wysokości tych opłat – o obowiązku ich uiszczenia; w razie zawarcia umowy na czas nieoznaczony lub umowy obejmującej prenumeratę przedsiębiorca ma obowiązek podania łącznej ceny lub wynagrodzenia obejmującego wszystkie płatności za okres rozliczeniowy, a gdy umowa przewiduje stałą stawkę – także łącznych miesięcznych płatności,
- 6) kosztach korzystania ze środka porozumiewania się na odległość, np. telefonu w celu zawarcia umowy, w przypadku gdy są wyższe niż stosowane zwykle za korzystanie z tego środka porozumiewania się,
- 7) sposobie i terminie zapłaty,
- 8) sposobie i terminie spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji,
- 9) sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27, a także wzorze formularza odstąpienia od umowy, zawartym w załączniku nr 2 do ustawy,
- 10) kosztach zwrotu rzeczy w przypadku odstąpienia od umowy, które ponosi konsument; w odniesieniu do umów zawieranych na odległość – kosztach zwrotu

rzeczy, jeżeli ze względu na swój charakter rzeczy te nie mogą zostać w zwykłym trybie odesłane pocztą,

- 11) obowiązku zapłaty przez konsumenta poniesionych przez przedsiębiorcę uzasadnionych kosztów zgodnie z art. 35, jeżeli konsument odstąpi od umowy po zgłoszeniu żądania zgodnie z art. 15 ust. 3 i art. 21 ust. 2,
- 12) przypadkach, w których konsument traci prawo do odstąpienia od umowy,
- 13) obowiązku przedsiębiorcy dostarczenia rzeczy bez wad,
- 14) istnieniu i treści gwarancji i usług posprzedażnych oraz sposobie ich realizacji,
- 15) kodeksie dobrych praktyk, jeżeli zobowiązał się go przestrzegać i sposobie zapoznania się z nim,
- 16) czasie trwania umowy lub o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy – jeżeli umowa jest zawarta na czas nieoznaczony lub jeżeli ma ulegać automatycznemu przedłużeniu,
- 17) minimalnym czasie trwania zobowiązań konsumenta wynikających z umowy (art. 12 ust. 17 u.o.p.k.), np. umowy polisolokat, w których określono minimalny czas, przez jaki należy płacić składki i nie można odstąpić od umowy,
- 18) wysokości i sposobie złożenia kaucji lub udzielenia innych gwarancji finansowych, które konsument jest zobowiązany spełnić na żądanie przedsiębiorcy,
- 19) funkcjonalności treści cyfrowych oraz technicznych środków ich ochrony,
- 20) mających znaczenie interoperacyjności treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem, o których przedsiębiorca wie lub powinien wiedzieć,
- 21) możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasadach dostępu do tych procedur.

Wypełnienie powyższych obowiązków informacyjnych przez przedsiębiorcę jest istotne, gdyż pozwala zminimalizować chociażby przypadki zwrotów przez niezadowolonych konsumentów. Informacje udzielane przez przedsiębiorcę powinny zostać utrwalone na papierze lub na innych trwałym nośniku, o ile konsument wyrazi na to zgodę (Czarnecka 2017: 128), w sposób czytelny i wyrażony prostym językiem. Nadto informacje muszą być udzielone w sposób odpowiadający rodzajowi użytego środka porozumiewania się, a więc w przypadku transakcji internetowych wszystkie dane mogą być udostępnione na stronie WWW. Co istotne, potwierdzenie zawarcia umowy powinno zostać przekazane na trwałym nośniku w rozsądnym czasie, najpóźniej w chwili dostarczenia towaru lub rozpoczęcia świadczenia usługi (art. 14–15 ust. 1, art. 21 ust. 1 u.o.p.k.)

Odnośnie do umów zawieranych przez telefon, jeżeli przedsiębiorca kontaktuje się z konsumentem przez telefon w celu zawarcia umowy na odległość, ma również obowiązek poinformować o celu rozmowy przed jej rozpoczęciem, podać swoje dane identyfikujące lub osoby, w imieniu której telefonuje. Ponadto zobowiązany jest potwierdzić treść proponowanej umowy na papierze lub innym trwałym nośniku. Umowę uważa się za zawartą, jeżeli konsument po otrzymaniu treści umowy wyrazi na nią zgodę na papierze lub innym trwałym nośniku i przekaze ją przedsiębiorcy (art. 20

u.o.p.k.). Co ważne, nie jest możliwe zawarcie umowy wyłącznie na podstawie zgody wyrażonej przez konsumenta w czasie rozmowy telefonicznej ze sprzedawcą, tj. inicjatorem transakcji.

Kolejnym przykładem obowiązku informowania konsumenta jest zamówienie konsumenta z obowiązkiem zapłaty. Gdy umowa jest zawierana na odległość za pomocą środków komunikacji elektronicznej, np. przez internet, i nakłada na konsumenta obowiązek zapłaty, przedsiębiorca musi poinformować o wszelkich opłatach i kosztach, zaś konsument musi mieć też możliwość wyraźnego potwierdzenia, że wie, iż składane zamówienie wiąże się z obowiązkiem zapłaty. Jeżeli zamówienie odbywa się przez naciśnięcie przycisku lub użycie podobnej funkcji, sprzedawca musi zadbać o ich czytelne oznaczenie słowami „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” lub równoważnym sformułowaniem (art. 17 u.o.p.k.). Jeżeli powyższy warunek nie zostanie spełniony, umowę uważa się za niezawartą.

Niewątpliwie obowiązek informacyjny stanowi centralny system ochrony konsumenta, co znajduje potwierdzenie w orzecznictwie. W wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 2 kwietnia 2009 r. (sygn. akt VIA Ca 1209/08) wskazano, iż należy pamiętać o podstawowej cesze modelu przeciętnego konsumenta, jaką jest należyte informowanie konsumenta. Należycie poinformowany konsument jest gwarantem przyznanej mu przez przepisy ochrony (Rogacka-Lukasik 2015: 146). Ochrona konsumenta zakłada powinność dostarczenia mu wymaganego poziomu informacji. Ochrona przez informację winna być konsumentowi tak udostępniona, aby nie musiał się w szczególności w sposób o nią ubiegać (wyrok TK z 21 kwietnia 2004 r., sygn. akt K 33/03).

Prawo do jasnej i zrozumiałej informacji to jeden z instrumentów ochrony praw konsumenta. Nieważne więc, czy umowa między przedsiębiorcą a konsumentem jest zawierana w siedzibie któregośkolwiek z nich czy na odległość – przedsiębiorca zobowiązany jest do informowania konsumenta o przysługujących mu uprawnieniach.

Instytucje stojące na straży praw konsumenta w Polsce

Polityka konsumencka i ochrona konsumentów realizowana jest zarówno przez instytucje publiczne, jak i niepubliczne. Instytucje niepubliczne przede wszystkim zajmują się udzielaniem bezpłatnych konsultacji, porad prawnych przed sądami powszechnymi i polubownymi sądami konsumenckimi, a także sporządzaniem pism procesowych dla konsumentów (Podrecki i in. 2018: 17). Do najważniejszych instytucji niepublicznych w Polsce stojących na straży praw konsumenta zaliczyć należy Federację Konsumentów, Fundację Konsumentów (dawniej: Stowarzyszenie Konsumentów Polskich), Stowarzyszenie Krzewienia Edukacji Finansowej (Harasim, Niczyporuk 2017: 86), Komisję Etyki Reklamy oraz Europejskie Centrum Konsumenckie. Obowiązki powyższych instytucji zawarte są w ich statutach.

Instytucje publiczne poza upowszechnianiem i promowaniem edukacji konsumenckiej zajmują się reprezentowaniem interesów konsumenta, m.in. bezpośrednią pomocą w postaci porad prawnych, reprezentowaniem interesów konsumenta przed sądami (Harasim, Niczyporuk 2017: 86). Celem instytucji publicznych jest podejmowanie działań zmierzających do budowy bezpiecznego rynku dla konsumenta poprzez promowanie, rozpowszechnianie pożądanych postaw wśród przedsiębiorców, prowadzenie polityki rzetelnej informacji, podnoszenie kompetencji i wiedzy instytucji, podejmowanie działań w zakresie informowania i edukacji konsumentów, a także podejmowanie ukierunkowanych działań władczych (kary, narzędzia prawne, decyzje, kontrole) (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów 2015: 16–45). Jak wynika z powyższego zadania, związane z realizacją przez instytucje publiczne zasady ochrony praw konsumentów mają bardzo szeroki zakres. W danym kraju realizacje powyższych zadań państwo przekazuje istniejącym już instytucjom, m.in. przez rozszerzenie zakresu ich kompetencji czy powołanie podmiotów, których działania skierowane są wyłącznie na realizację faktycznych celów (Stawicka 2018: 10).

Do podmiotów publicznych, które zmierzają do ochrony konsumentów w Polsce, należą: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Urząd Regulacji Energetyki, Urząd Komunikacji Elektronicznej, Urząd Transportu Kolejowego wraz z ich prezesami na czele, powiatowi i miejscy rzecznicy konsumentów, Rzecznik finansowy, Inspekcja Handlowa, Komisja Nadzoru Finansowego, Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, sądy powszechne, Państwowa Inspekcja Farmaceutyczna i Główny Inspektor Farmaceutyczny, Komisja Ochrony Praw Pasażera, Europejskie Centrum Konsumenckie, a także organy ścigania: policja i prokuratura. Narzędziami prawnymi, jakimi dysponują powyższe organy, to: decyzje, zarządzenia, koncesje (w przypadku Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki) lub licencje (w przypadku Prezesa Urzędu Transportu Kolejowego).

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) skupia swoje działania w obszarze obejmującym naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W swojej działalności UOKiK prowadzi badania społeczne, przeprowadza analizę rynku, informuje i edukuje społeczeństwo poprzez organizację wielu wydarzeń typu warsztaty, wykłady, konkursy, nadto współpracuje z mediami i prowadzi działalność wydawniczą w Internecie (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta 2018: 6, 99–102). Współpracuje również międzyinstytucjonalnie na poziomie krajowym i międzynarodowym z organizacjami pozarządowymi, uczestniczy w konferencjach, webinarach, odpowiada na zapytania przez zagraniczne organy antymonopolowe i podmioty prywatne (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta 2005: 186). Ponadto UOKiK aktywnie uczestniczy w procesach legislacyjnych i monitoruje orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości UE (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta 2018: 92).

Działalnością UOKiK kieruje jego Prezes będący centralnym organem administracji rządowej w Polsce. Najważniejsze zadania Prezesa UOKiK w zakresie ochrony konsumentów zostały uregulowane w przepisie art. 31 u.o.k.k.:

- sprawowanie kontroli przestrzegania przez przedsiębiorców przepisów w ustawie,
- wydawanie decyzji w sprawach praktyk ograniczających konkurencję, w sprawach koncentracji przedsiębiorców, w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone oraz w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a także innych decyzji przewidzianych w ustawie,
- prowadzenie badań stanu koncentracji gospodarki oraz zachowań rynkowych przedsiębiorców,
- przygotowywanie projektów rządowych programów rozwoju konkurencji oraz projektów rządowej polityki konsumenckiej,
- współpraca z krajowymi i międzynarodowymi organami i organizacjami, do których zakresu działania należy ochrona konkurencji i konsumentów,
- wykonywanie zadań i kompetencji organu ochrony konkurencji państwa członkowskiego Unii Europejskiej, określonych w rozporządzeniu nr 1/2003/WE oraz w rozporządzeniu nr 139/2004/WE,
- wykonywanie zadań i kompetencji właściwego organu oraz jednolitego urzędu łącznikowego państwa członkowskiego Unii Europejskiej, określonych w rozporządzeniu nr 2006/2004/WE,
- wykonywanie zadań określonych w ustawie z dnia 23 września 2016 r. o pozasądowym rozwiązywaniu sporów konsumenckich,
- wykonywanie zadań organu odpowiedzialnego w rozumieniu art. 7 ust. 1 rozporządzenia 2018/302 w zakresie przeciwdziałania praktykom ograniczającym konkurencję oraz praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów,
- opracowywanie i przedkładanie Radzie Ministrów projektów aktów prawnych dotyczących ochrony konkurencji i konsumentów,
- przedkładanie Radzie Ministrów okresowych sprawozdań z realizacji rządowych programów rozwoju konkurencji i polityki konsumenckiej,
- współpraca z organami samorządu terytorialnego w zakresie wynikającym z rządowej polityki konsumenckiej,
- opracowywanie i wydawanie publikacji oraz programów edukacyjnych popularyzujących wiedzę o ochronie konkurencji i konsumentów,
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach z zakresu konkurencji i konsumentów,
- realizacja zobowiązań międzynarodowych Rzeczypospolitej Polskiej w zakresie współpracy i wymiany informacji w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów oraz pomocy publicznej,
- gromadzenie i upowszechnianie orzecznictwa w sprawach z zakresu ochrony konkurencji i konsumentów, w szczególności przez zamieszczanie decyzji Prezesa Urzędu na stronie internetowej Urzędu,

- współpraca z Szefem Krajowego Centrum Informacji Kryminalnych w zakresie niezbędnym do realizacji jego zadań ustawowych,
- współpraca z Agencją do spraw Współpracy Organów Regulacji Energetyki, z organem właściwym do spraw regulacji gospodarki paliwami i energią oraz organem właściwym w sprawach nadzoru nad rynkiem finansowym, w zakresie niezbędnym do wykonywania obowiązków wynikających z rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1227/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie integralności i przejrzystości hurtowego rynku energii (Dz. Urz. UE L 326 z 8.12.2011, str. 1),
- współpraca z Polską Agencją Nadzoru Audytowego, w tym udzielanie informacji, wyjaśnień i przekazywanie dokumentów, w zakresie niezbędnym do realizacji zadań związanych z monitorowaniem rynku w zakresie, o którym mowa w art. 27 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 537/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie szczegółowych wymogów dotyczących ustawowych badań sprawozdań finansowych jednostek interesu publicznego, uchylającego decyzję Komisji 2005/909/WE (Dz. Urz. UE L 158 z 27.05.2014, str. 77 oraz Dz. Urz. UE L 170 z 11.06.2014, str. 66).

Należy zaakcentować, iż Prezes UOKiK wykonuje inne zadania wynikające z odrębnych ustaw, tj. ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 805 z późn. zm.), ustawy z dnia 5 lipca 2002 r. o ochronie niektórych usług świadczonych drogą elektroniczną opartych lub polegających na dostępie warunkowym (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 1341 z późn. zm.), ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o nadzorze nad rynkiem kapitałowym (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1871 z późn. zm.), ustawy z dnia 7 października 1999 r. o języku polskim (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 280 z późn. zm.), ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1668 z późn. zm.), ustawy z dnia 30 sierpnia 2002 r. o systemie oceny zgodności, ustawy z dnia 28 lutego 2003 r. – Prawo upadłościowe i naprawcze (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1871), ustawy z dnia 28 października 2002 r. o odpowiedzialności podmiotów za czyny zabronione pod groźbą kary (Dz. U. z 2002 r. Nr 197, poz. 1661 z późn. zm.).

Prezes UOKiK podejmuje interwencje przede wszystkim w przypadkach, gdy praktyka przedsiębiorcy dotyka potencjalnie nieograniczonego kręgu osób. Zagrożenia wynikające z procesów cywilizacyjnych, przemysłowo-technologicznych oraz organizacyjnych w gospodarce, a także niedostatku w zakresie ochrony konsumentów (Mazuruk 2011: 169) uzasadniają, by mając powyższy szereg uprawnień, Prezes UOKiK realizował je różnymi środkami. Podkreślenia wymaga również to, że Prezes UOKiK jako centralny organ administracji rządowej ma możliwość występowania w charakterze powoda przed sądami powszechnymi przeciwko przedsiębiorcom dopuszczającym się czynów nieuczciwej konkurencji (du Vall 1998: 231–239). Wobec powyższego działania UOKiK koncentrują się głównie na praktykach naruszających zbiorowe interesy konsumentów, natomiast naruszenia indywidualnych interesów konsumentów wspomagane są przez inne instytucje, w tym przez powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów.

Kompetencje powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów

W Polsce powiatowi i miejscy rzecznicy konsumentów, jako podmiot jednoosobowy, wykonują swoje działania w zakresie ochrony praw konsumentów na podstawie ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 950 z późn. zm.) udzielając bezpłatnej pomocy prawnej w sprawach indywidualnych naruszeń konsumentów (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta 2018: 13). Zgodnie z u.o.k.k. do kompetencji rzeczników należy:

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- współdziałanie z delegaturami UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
- wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych,
- wytaczanie powództwa na rzecz konsumentów oraz występowanie za zgodą konsumentów do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów,
- występowanie w charakterze oskarżyciela publicznego w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów w rozumieniu przepisów Kodeksu postępowania.

Powyższe uprawnienia odnoszą się do rozstrzygania rzecznika w indywidualnych sporach konsumenckich. Rzecznicy nie mają obowiązku wszczynania postępowania w każdym sporze, zaś swoje działania podejmują w oparciu o okoliczności zgodne z rzeczywistością. Udzielanie bezpłatnych porad przez rzeczników odbywa się drogą elektroniczną, bezpośrednio lub telefonicznie. Rzecznicy, udzielając pomocy konsumentom, wykorzystują do tego media, zamieszczając informacje na stornach Biuletynu Informacji Publicznej danego miasta, współpracują z lokalnymi redakcjami czasopism, stacji radiowych i telewizyjnych (Ziolo 2013: 73–75). Udział powiatowych i miejskich rzeczników w ochronie praw konsumenta odgrywa dużą rolę, na co wskazują coroczne sprawozdania UOKiK z ich działalności. Do 2018 r. w Polsce pracowało 372 rzeczników, udzielając 475 929 porad dotyczących usług finansowych, telekomunikacyjnych, ubezpieczeniowych czy związanych z rynkiem nieruchomości. Łącznie rzecznicy dokonali 52 685 razy interwencji u przedsiębiorców (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów 2018: 10–31).

Zakończenie

Współczesny konsument winien być przedsiębiorczy, innowacyjny, ale również bardziej wyedukowany. Prawa konsumenta muszą być odpowiednio chronione przez każde państwo. Zarówno interes konsumenta, jak i przedsiębiorcy muszą być im

w odpowiednim stopniu gwarantowane. Niewątpliwie przyczynianie się do zwiększenia ochrony praw konsumenta jest jednym z zasadniczych celów Unii Europejskiej, w tym Polski.

Polityka konsumencka winna dążyć do maksymalnej ochrony konsumentów. Obowiązek ustawowy, jakim jest udzielanie konsumentom wyczerpujących informacji o oferowanych towarach bądź usługach, pozwoli na zminimalizowanie przypadków zwrotów przez niezadowolonych konsumentów. Ponadto konsumenci powinni zapoznawać się z dostępnymi informacjami i wykorzystywać je dla polepszenia swojej pozycji rynkowej oraz zabezpieczenia swoich praw.

Polskie prawo konsumenckie ma charakter rozproszony z uwagi na jego uregulowanie w licznych ustawach, które powstały w różnych okresach. Niemniej jednak dla prawidłowej realizacji zadań związanych z ochroną konsumenta konieczne jest działanie Polski w oparciu o doświadczenie i wiedzę gromadzoną przez jej instytucje, wnioski wypływające z orzecznictwa krajowego oraz monitorowanie rozstrzygnięć przyjmowanych przez odpowiednie organy w innych państwach członkowskich.

Ochrona praw konsumenta realizowana jest na poziomie krajowym, Unii Europejskiej i międzynarodowym przez instytucje publiczne i niepubliczne. Należy podkreślić, że stanowcze rozstrzygnięcia w wyrokach wydawanych przez polskie sądy i orzecznictwo Wspólnoty także stanowią o ochronie konsumentów. Wszystkie instytucje powinny umacniać normy i regulacje odnoszące się do konsumentów, wspierać rozwój poradnictwa, wprowadzenie elementów wiedzy konsumenckiej do programów nauczania na różnych poziomach kształcenia, popularyzację w mediach, np. poprzez spoty reklamowe, a także zaktywizowanie organów samorządu terytorialnego co do działalności prokonsumenckiej. Tak różnorodne działania przyczynią się do zwiększenia świadomości konsumenta, co wpłynie na jego ochronę.

Siłą napędową nowoczesnej gospodarki stanowią konsumenci, a zatem ważne jest ograniczanie ryzyka wystąpienia problemów w zakresie ochrony ich praw i efektywne eliminowanie naruszeń przez wszystkie do tego powołane organy. Skuteczne i poprawne egzekwowanie praw konsumentów jest tak samo ważne jak samo istnienie tych praw. Instytucje stojące na straży praw konsumenta, w tym Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz powiatowi i miejscy rzecznicy konsumentów, winni wykorzystywać swoje uprawnienia, m.in. edukując społeczeństwo i wskazując na ich prawa do informacji przy zawieraniu wszelakich umów. Ponadto winny ściśle współpracować, reagując i dobierając środki, tak by działania przyniosły efekt.

Edukacja w zakresie ochrony praw konsumenta przez instytucje uczy świadomości konsumenckiej. Należy pamiętać, że dobrze wyedukowane społeczeństwo w zakresie praw konsumenta przyczynia się do poprawy ich bezpieczeństwa.

Bibliografia

Akty prawne:

- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 875 z późn. zm.).
- Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego ONZ nr 39/248 z dnia 9 kwietnia 1985 r. Wytyczne, rozdz. III.
- Dyrektywa Rady 85/577/EWG z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa (Dz. Urz. WE L 372, 31/12/1985 P.0031 – 0033).
- Dyrektywa Rady 90/314/EWG z dnia 13 czerwca 1990 r. (Dz. Urz. WE L 158, 23/06/1990 P.0059 – 0064).
- Traktat z Masstricht 11 grudnia 1991 r., https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_on_european_union_en.pdf [dostęp: 5.12.2019].
- Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 805 z późn. zm.).
- Dyrektywa Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich (Dz. Urz. WE L 095, 21/04/1993 P.0029 – 0034).
- Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 30 maja 1995 r. w sprawie szczegółowych warunków zawierania i wykonywania umów sprzedaży rzeczy ruchomych z udziałem konsumentów (Dz. U. Nr 64, poz. 328).
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz. U. Nr 78, poz. 483).
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 97/7/WE z dnia 20 maja 1997 r. o ochronie konsumentów w umowach zawieranych na odległość (Dz. Urz. UE L 144, 04/06/1997 P.0019 – 0027).
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 568 z późn. zm.).
- Traktat z Amsterdamu 2 października 1997 r., https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_of_amsterdam_en.pdf [dostęp: 5.12.2019].
- Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 511 z późn. zm.).
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 99/44/WE z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz. Urz. UE L 171, 07/07/1999 P.0012 – 0016).
- Ustawa z dnia 7 października 1999 r. o języku polskim (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 280 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (t.j. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225 z późn. zm.),
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2000/31/WE z dnia 8 czerwca 2000 r. (Dz. Urz. L 178, 17/07/2000 P.0001 – 0016).
- Ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1668 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 5 lipca 2002 r. o ochronie niektórych usług świadczonych drogą elektroniczną opartych lub polegających na dostępie warunkowym (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 1341 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 344 z późn. zm.)
- Ustawa z dnia 30 sierpnia 2002 r. o systemie oceny zgodności (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 155).
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2002/65/WE z dnia 23 września 2002 r. dotyczącej sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość (Dz. Urz. UE L 271, 09/10/2002 P.0016 – 0024).
- Ustawa z dnia 28 października 2002 r. o odpowiedzialności podmiotów za czyny zabronione pod groźbą kary (Dz. U. Nr 197, poz. 1661 z późn. zm.).

Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o nadzorze nad rynkiem kapitałowym (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1871 z późn. zm.).

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008 r. (Dz. Urz. UE L 133/66, 22.5.2008).

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/122/WE z dnia 14 stycznia 2009 r. (Dz. Urz. UE L 33/10, 3.2.2009 PL).

Ustawa z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1083 z późn. zm.).

Ustawa z dnia 19 września 2011 r. o timeshare (Dz. U. Nr 230, poz. 1370).

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 listopada 2011 r. w sprawie praw konsumentów (Dz. Urz. UE L Nr 304/ 64).

Komunikat Komisji Europejski program na rzecz konsumentów – Zwiększanie zaufania i pobudzanie wzrostu gospodarczego przyjęty przez Radę UE 11 października 2012 r.

Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 287 z późn. zm.).

Ustawa z dnia 16 lutego 2017 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 z późn. zm.).

Orzecznictwo:

Wyrok TK z 21 kwietnia 2004 r., sygn. akt K 33/03, https://trybunal.gov.pl/uploads/media/SiM_L_PL_calosc.pdf [dostęp: 5.12.2019].

Wyrok SA z 2 kwietnia 2009 r., sygn. akt VIA Ca 1209/08, <https://www.waw.sa.gov.pl/container/Orzeczenia//2008//pdf//VI%20ACa%201209.08%20wyrok%20i%20uzasad..pdf> [dostęp: 5.12.2019].

Wyrok SN z 29 listopada 2013 r., sygn. akt I CSK 87/13, LEX nr 1418874.

Opracowania:

Banasiński C., 2004, *Standardy wspólnotowe w polskim prawie ochrony konsumenta*, Warszawa.

Czarnecka M., 2017, *Ekonomiczna analiza prawa ochrony konsumentów*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, nr 321, Katowice.

Gneta B., 2006, *Ochrona konsumenta usług finansowych*, Kraków.

Habryn-Motawska E., 2010, *Niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową sprzedaży konsumenckiej*, Warszawa.

Harasim J., Niczyporuk A., 2017, *Zagrożenia interesów konsumenta związane z korzystaniem z rachunku bankowego i sposoby ich ograniczania*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, nr 339, Katowice.

Jurczyk Z., Majewska-Jurczyk B., 2015, *Model ochrony konsumentów w Unii Europejskiej*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 380, *Unia Europejska w 10 lat po największym rozszerzeniu*, red. E. Pancer-Cybulska, E. Szostak, Wrocław.

Kowalski J., Ślusarczyk Z., 2006, *Unia Europejska: proces integracji europejskiej i zarys problematyki instytucjonalno-prawnej*, Warszawa – Poznań.

Łętowska E., 2004, *Europejskie prawo umów konsumenckich*, Warszawa.

Maliszewska-Nienartowicz J., 2003, *Programy ochrony konsumenta w prawie Wspólnot Europejskich*, „Studia Europejskie”, nr 4.

Mazuruk P., 2011, *Ochrona praw konsumenta w Rzeczypospolitej Polskiej w odniesieniu do prawodawstwa Unii Europejskiej*, „Studies & Proceedings of Polish Association for Knowledge Management”, No. 51.

Mikłaszewicz P., 2008, *Obowiązki informacyjne w umowach z udziałem konsumentów na tle prawa Unii Europejskiej*, Warszawa.

Podrecki P., Uchańska J., Wiese K., Mroczek M., 2018, *Prawa konsumentów w Unii Europejskiej. Praktyczny poradnik dla przedsiębiorców*, Warszawa.

Perkowski I., 2002, *Integracja europejska. Wprowadzenie*, Warszawa 2002.

Rogacka-Łukasik A., 2015, *Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy wobec konsumenta w umowach zawieranych w nietypowych okolicznościach w świetle nowego prawa konsumenckiego*, „Roczniki Administracji i Prawa”, nr XV(2).

Stawicka A., 2018, *Ochrona praw konsumentów w Polsce i w wybranych krajach. Opracowania tematyczne OT-668*, Kancelaria Senatu, Biuro Analiz, Dokumentacji i Korespondencji, Warszawa.

Streżyńska A., 2000, *Ochrona konsumentów w Unii Europejskiej i Polsce*, Seria: „Samorząd Terytorialny wobec Integracji Europejskiej”, z. 10, Warszawa.

Strużycki M., 2005, *Ochrona Konkurencji i Konsumentów w Polsce i Unii Europejskiej (studia prawnokońomiczne)*, red. C. Banasiński, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa.

Traple E., du Vall M., 1998, *Ochrona konsumenta*, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2015, *Polityka ochrony konkurencji i konsumentów*, Warszawa.

Zajac M., 2006, *Polityka ochrony konsumenta w Unii Europejskiej*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie”, nr 734, Kraków.

Zioło M., 2013, *Praktyka ochrony konsumentów na przykładzie Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Rzeszowie*, „Polityka i Społeczeństwo”, nr 4 (11).

Żuławska C., 2002, *Komentarz do Kodeksu cywilnego. Księga trzecia. Zobowiązania*, t. 1, red. G. Bieńiek, wyd. 4, Warszawa.

Źródła internetowe:

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta, *Sprawozdanie z działalności UOKiK-2018 rok* [dostęp: 5.12.2019].

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, *Działania powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów w roku 2018*, Warszawa 2019 [<https://www.uokik.gov.pl/rzeczniczy.php>] [dostęp: 5.12.2019].

Biogram

Liza Rant – doktorantka w Zakładzie Praw Człowieka i Etyki Prawniczej na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Gdańskiego. Absolwentka prawa w Wyższej Szkole Administracji i Biznesu w Gdyni i edukacji dla bezpieczeństwa na Akademii Marynarki Wojennej w Gdyni, a także bioetyki i prawa medycznego na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie. Zainteresowania naukowe: bezpieczeństwo międzynarodowe, prawa człowieka, w tym pacjenta i konsumenta. Uczestniczka szkoleń z zakresu prawa cywilnego i karnego organizowanych przez Krajową Szkołę Sądownictwa i Prokuratury.



Czy artysta może być filozofem? Twórczość Leonarda da Vinci w kontekście myśli i filozofii renesansu

Karolina Sitarz | Uniwersytet Gdański
<https://orcid.org/0000-0003-0036-7964>

Streszczenie

Słowa kluczowe:
filozofia, renesans,
Leonardo da Vinci,
estetyka, humanizm

Celem artykułu jest wykazanie, że artysta może być filozofem. Autorka tekstu posłużyła się przykładem Leonarda da Vinci, w kontekście epoki, w której żył i tworzył. Pierwsza część pracy dotyczy najważniejszych cech renesansowej filozofii oraz ich krótkiego omówienia. Wyróżnione zostały: humanizm, naturalny system kultury, zainteresowanie filozofią przyrody oraz odrzucenie scholastyki. Dodatkowo podkreślono charakterystyczne dla tej epoki przekonanie o wielkości i nowatorstwie swoich czasów oraz antropocentryzm. Kolejna traktuje o związkach między filozofią, sztuką (w szczególności malarstwem) oraz nauką. W epoce odrodzenia dziedziny te były ściśle ze sobą powiązane. Najszerzym pojęciem jest filozofia, która zawiera w sobie i sztukę, i naukę. W sztuce oraz nauce można dostrzec korelacje, które sprzyjają ich wzajemnemu rozwojowi. Ostatnia część artykułu stanowi podsumowanie poprzednich akapitów oraz zestawienie ich z dziełem Leonarda da Vinci *Traktatem o malarstwie*. W tekście tym możemy odnaleźć mnóstwo śladów i odniesień do ówczesnej filozofii. Sam da Vinci w jednym z pierwszych paragrafów swojego traktatu zrównuje malarstwo z filozofią, a tę z nauką, co pozwala nam sądzić, że sam siebie postrzegał nie tylko jako artystę, ale również naukowca i filozofa.

Can an artist be a philosopher? Leonardo da Vinci's oeuvre within the context of Renaissance thought and philosophy (Summary)

Keywords:
philosophy,
Renaissance,
Leonardo da Vinci,
aesthetics,
humanism

The purpose of the article is to prove that an artist can be a philosopher. The author of the text used the example of Leonardo da Vinci in the context of the era in which he lived and created. The first part of the work concerns the most important features of Renaissance philosophy and their brief discussion. Main traits were set apart: humanism, the natural system of culture, interest in the philosophy of nature and rejection of scholasticism. In addition, the belief in the greatness and innovation of its time and anthropocentrism, are also distinctive. Another part focuses on the relationship between philosophy, art (in particular painting) and science. In the Renaissance, these areas were closely related.

The broadest concept is a philosophy that includes both art and science. Art and science interact and drive their development. The last part of the article is a summary of the previous paragraphs and their comparison with the work of Leonardo da Vinci *A Treatise on Painting*. In the text, we can find a lot of traces and references to contemporary philosophy. Leonardo himself in one of the first paragraphs of his treatise equates painting with philosophy and this with science, which allows us to believe that he saw himself not only as an artist, but also as a scientist and philosopher.

Wstęp

W niniejszym artykule poruszę temat filozofii w renesansie oraz odpowiem na pytanie: czy Leonardo da Vinci był filozofem? Zacznę od najbardziej ogólnego omówienia charakterystycznych cech renesansowego postrzegania świata, następnie przejdę do wyjaśnienia, czym była filozofia w owym czasie, w odniesieniu do sztuki oraz nauki. Kolejną część stanowić będzie analiza poszczególnych części *Traktatu o malarstwie* autorstwa Leonarda da Vinci, mająca na celu wskazanie w nim cech i elementów wyszczególnionych w poprzednich częściach artykułu i na tej podstawie udowodnienie założenia, że Leonardo da Vinci był filozofem.

Cechy charakterystyczne myślenia w renesansie

Renesans jest epoką, która zajmuje szczególne miejsce w historii ludzkości. Wyróżnia się nowym, świeżym podejściem do wielu problemów, które wydały się już rozwiązane (Trzcińska 2015: 157–158) oraz skupieniem się na problemach fizykalnych, a nie metafizycznych, a także wyjaśnianiem ich jedynie na podstawie obserwacji, eksperymentów i matematyki (Crombie 1960: 153–154). Wśród wyróżników charakterystycznych dla filozofii renesansu Marian Ciszewski wyszczególnia: humanizm, naturalny system kultury, zainteresowanie filozofią przyrody oraz porzucenie scholastyki (Ciszewski 2019). Kluczowym elementem jest również odcięcie się od średniowiecza, które zaczęto nazywać wiekami ciemnymi, oraz powrót do tradycji klasycznej starożytności. Ciekawe jest jednak to, że wielu uczonych tamtych czasów czerpało ze średniowiecznych osiągnięć, jednak nie przyznawało się do tego (Crombie 1960: 131–133). Renesansu, jak i każdej innej epoki, nie można rozpatrywać jedynie na przestrzeni ustalonych przez historyków ram czasowych, ale powinno uwzględniać się wszelkie wpływy, przemiany czy ciągłość myśli. Giorgio Vasari dzieli go na trzy okresy: *trecento*, *quattrocento*, *cinquecento*. Podział ten odniósł głównie do historii sztuki (Drozdowicz 2012: 15). Istnieją dwa główne nurty, w jakich epoka ta jest rozpatrywana: odrodzenie kultury antycznej (nurt dominujący) oraz kontynuacja myśli średniowiecznej. Nastręcza to trudności w określeniu jej ram historycznych (Ciszewski 2019). Skupię się jednak na cechach pierwszego nurtu (dominującego) oraz ograniczę do prześledzenia jedynie myśli włoskiej.

„Humanizm” jest jednym z terminów, które najbardziej kojarzą się z renesansem. „Współcześni historycy podają dwie zasadnicze interpretacje humanizmu włoskiego. Pierwsza z nich łączy ruch humanistyczny jedynie z rozwojem wiedzy klasycznej, osiągniętym w okresie renesansu [...]. [Inna] interpretacja uważa humanizm za nową filozofię renesansu, powstałą w opozycji do scholastyki, starej filozofii średniowiecza” (Kristeller 1982: 241, 244). Pojęcie humanizmu może odnosić się do wielu epok i w każdej ma nieco odmienne znaczenie. Anna Włodarczyk wskazuje na problemy z definicją tego terminu w odniesieniu do współczesnego dyskursu filozoficznego. Twierdzi również, że „jest raczej punktem łączącym określony sposób patrzenia na człowieka i na to, co ludzkie, to znaczy zarysem humanistycznej istoty człowieczeństwa i stosunku do świata, nie zaś sposobem czy programem kształcenia” (Włodarczyk 2014: 21). Sam wyraz „humanizm” pochodzi od łacińskiego słowa *humanus*, oznaczającego „ludzki”, jednak w renesansie łączy się go również (a nawet w większym stopniu) z wyrażeniem *umanista* – oznaczającego nauczyciela nauk humanistycznych (*studia humanitatis*). Ruch humanistyczny we Włoszech początkowo był ruchem filologicznym (do nauk humanistycznych zaliczano poetykę, gramatykę i retorykę), a dopiero później przekształcił się również w nurt filozoficzny. Cechą charakterystyczną tego ruchu było sięganie do źródeł, czyli docieranie i odczytywanie na nowo klasycznych tekstów, bez średniowiecznych przekładów i opracowań. Styl wypowiedzi również wzorowano na pismach starożytnych. Sięganie do źródeł nie byłoby możliwe bez znajomości trzech języków: greckiego, łacińskiego oraz hebrajskiego. Osoby, które biegle nimi władały, nazywano *homo trilinguis*. Dopiero odczytanie dzieł, czyli praca filologiczna, pozwoliło na rozwój nowych interpretacji myśli Platona czy Arystotelesa (Wilczek 2005: 23–25). Oprócz pracy nad tekstami klasycznymi głównym tematem traktatów filozoficznych humanistów była moralność, a ich styl wyróżniał się kwiecistym językiem i erudycją (Kristeller 1982: 252). Popularnością cieszyła się forma bezpośrednia oraz dialog, co jest kolejnym ukłonem w stronę starożytności (Burckhardt 1965: 126–128).

Naturalny system kultury wiązany jest ze stoicyzmem. Ważnym poglądem, który wyróżnia Ciszewski, jest również teoria pojęć wspólnych, która „stała się fundamentem naturalnego, racjonalnego poznania naukowego, etycznego, religijnego, prawnego” (Ciszewski 2019). Głównym założeniem tego nurtu było przekonanie o tym, że świat stworzony został rozumnie, dlatego też jego prawa (prawa przyrody) odpowiadają prawom rozumu, co powoduje, że świat jest dla nas poznawalny. Konsekwencją takiego myślenia było odrzucenie mistyki i wiary w objawienia¹. Zaważyło to głównie na nowych koncepcjach w dziedzinie prawa oraz teologii (Ciszewski 2019). Innymi słowy, w renesansie nie porzucono idei poszukiwania *arche*². Większość myślicieli tamtych czasów doszukiwało się go w rozumie – doprecyzowując, w ludzkim umyśle,

¹ Nie oznacza to jednak całkowitego odcięcia się od doktryn wiary chrześcijańskiej. Szczególnie widoczne jest to w tekstach dotyczących etyki i moralistyki (Drozdowicz 2012: 24).

² Termin pochodzący z greki, tłumaczony na język polski jako „przasada”. Już od starożytności filozofowie poszukiwali początku i fundamentu istnienia świata, przykładowo dla Talesa z Miletu zasadą wszystkich rzeczy była woda (Wojtysiak 2019: 1–2).

który zawiera w sobie „częstkę boskości” (Trzcińska 2015: 158–164). Jest to jeden z powodów, dla których człowiek odgrywa tak wielką rolę w tej epoce.

Kolejnym ważnym elementem filozofii renesansu było zainteresowanie przyrodą oraz jej prawami. Filozofię przyrody uprawiano w dwóch głównych nurtach – teoretycznym (włoskim) oraz magicznym (północnym, związanym najsilniej z postacią Paracelsusa) (Ciszewski 2019). Choć uważa się, że renesans spowolnił lub nawet zatrzymał rozwój nauk (podnosi się zarzut, że humaniści zwracali większą uwagę na styl wypowiedzi niż na jej merytoryczną wartość), to w pewnych kwestiach przysłużył się do rozwiązania wielu problemów. Przede wszystkim tłumaczenia klasycznych traktatów o matematyce czy geometrii, które w średniowieczu odrzucono, dały możliwość rozpatrywania ich na innych płaszczyznach. Tłumaczenia tekstów z zakresu biologii przyczyniły się do rozwoju medycyny (Crombie 1960: 133–136). Najbardziej rozwijały się te dziedziny nauki, w których można było zastosować metody matematyczne i empiryczne – eksperymenty i obserwacje były głównym składnikiem badań. Dodatkowo zaczęto zwracać uwagę na wykorzystanie teorii w praktyce, co skutkowało opracowaniem dużej liczby wynalazków i innowacyjnych rozwiązań technicznych (Crombie 1960: 156–158).

Ostatnimi elementami, które chciałabym wyróżnić, a które są istotne w ramach omawiania renesansu, są antropocentryzm (jego rolę przedstawię w kolejnej części artykułu) oraz przekonanie o własnej wielkości. Słowo „renesans” pochodzi od włoskiego terminu *rinascita* znaczącego tyle, co „ponowne narodzenie” (Tarnowski 2015: 12). Wiąże się to m.in. z panującym w tamtym czasie przekonaniem o wyjątkowości swojej epoki ze względu na odcięcie się od średniowiecza, a co za tym idzie – przeświadczeniem o przełomie, jaki dokonuje się za sprawą ówczesnych filozofów, naukowców, artystów, którzy nie mieli nauczycieli, ani żadnych wzorców dostępnych bezpośrednio i do wszystkiego musieli dojść sami (Kuczyńska 1984: 39–40). Leon Battista Alberti twierdził nawet, że z tego względu przewyższyli oni starożytnych myślicieli, ponieważ ci mieli od kogo czerpać wartościową wiedzę (Alberti 1963: 3–4). Temat ponownych narodzin, czy też odrodzenia, był inspiracją dla artystów i filozofów również pod względem nawiązania do powstania świata i człowieka. Na nowo rozbudziło to dyskusje o tym, czy materia jest wieczna, czym jest chaos, a czym nicość (Kuczyńska 1984: 41–53).

Filozofia renesansu w odniesieniu do sztuki oraz nauki

W poszukiwaniu odpowiedzi na pytanie, czy Leonardo da Vinci był filozofem musimy najpierw dowiedzieć się, jak rozumiana była filozofia w czasach renesansu. W poprzednim fragmencie wskazałam najważniejsze nurty dla filozofii w tamtej epoce. W tej części swojej pracy skupię się nad samym pojęciem filozofii, odnosząc je do ówczesnego rozumienia sztuki oraz nauki.

Ideąłem człowieka we włoskim renesansie był *homo universalis*, czyli człowiek wszechstronnie wykształcony (Burckhardt 1965: 76). Dzięki humanistom udało się dotrzeć i na nowo spopularyzować starożytne traktaty o fizyce, matematyce, geometrii czy

biologii. Znalazło to odzwierciedlenie nie tylko w naukach przyrodniczych, ale również w sztuce. Władysław Tatarkiewicz wśród głównych koncepcji estetyki okresu klasycznego renesansu (około roku 1500) wymienia koncepcję racjonalną, w myśl której piękno wyznaczają matematyka i geometria. W porównaniu do średniowiecza proporcje i wzory z funkcji pomocniczej dla twórcy stały się celem samym w sobie.

Koncepcja antropometryczna również opiera się na dokładnych obliczeniach, jednak są one związane z ludzkim ciałem. Możemy je rozumieć dwojako: jako wyznaczanie idealnych proporcji dla całego человеческого ciała lub/i poszczególnych jego elementów (np. twarzy, dłoni) oraz wykorzystywanie tych proporcji w sztuce (Tatarkiewicz 1967: 114–117). Najlepszym przykładem wykorzystania proporcji ludzkiego ciała w sztuce jest architektura, gdzie stosuje się je chociażby do projektowania brył świątyni czy określania wymiarów kolumn (Kuczyńska 1984: 82–83). Umieszczenie człowieka w centrum zainteresowania niosło za sobą liczne konsekwencje, których ślady widoczne są na gruncie zarówno filozofii, sztuki, jak i nauki. Najważniejszą zmianą, jaka dokonała się w filozofii (w tym kontekście), był zwrot od Boga w stronę człowieka (co nie oznacza, że w Boga przestano wierzyć). „W Nowożytności, gdy zaczęto stawiać w centrum świata człowieka, jego rozum i dokonania, świat począł się jawić bardziej jako zadanie, tworzywo, z którego człowiek konstruuje swoją rzeczywistość. W filozofii pojawił się pogląd, wedle którego świat stanowi konstrukt ludzkiego umysłu: najpierw w aspekcie formalnym, następnie – stopniowo – materialnym. Na miejscu Boga-Stwórcy stanął człowiek-konstruktor” (Ganowicz-Bącznyk 2011: 10). Zagadnienie człowieka-konstruktora jest bardzo ważne w kontekście sztuki i łączy się z omawianym przeze mnie przekonaniem renesansowych twórców o własnej wyjątkowości, wynikającej z życia w epoce bez nauczycieli.

Wracając jednak do nauki – renesans jest okresem, który umożliwił wyodrębnienie fizyki, jako nauki ścisłej, z metafizyki oraz filozofii, kontynuując tym samym myśli zapoczątkowane w filozofii starożytnej (Drozdowicz 2012: 25). Dodatkowo umocnił pozycję matematyki, nadając jej więcej walorów naukowych (Hojnacki 1957: 563–565). Jest również okresem rozwoju badań nad anatomią człowieka oraz jego zmysłami, w szczególności wzrokiem, który traktowano jako najważniejszy z nich. Wszystkie te działalności miały odbicie w sztuce, co przyczyniło się do rozpowszechnienia poglądu o tym, że malarstwo jest wiedzą ścisłą (Rzepińska 1984: 319–320). Malarze, aby móc należycie oddać rzeczywistość na malowanym przez siebie obrazie, musieli najpierw posiadać wiedzę na temat praw przyrody, matematyki, geometrii, budowy ciała czy funkcjonowania ludzkiego oka. Zadaniem malarza było jak najdokładniejsze odwzorowanie rzeczywistości, tak aby odróżnienie obrazu od świata realnego było niemal niemożliwe. Istotną zmianą w porównaniu do średniowiecza było również porzucenie powszechnej praktyki umieszczania na obrazach symboli, które odczytywane mogły być tylko w jeden sposób, za pomocą jednego klucza interpretacyjnego. Zamiast tego tworzono dzieła, które oczywiście miały znaczenie symboliczne, ale mogły być odczytywane na wielu płaszczyznach, do tego opierały się na naturalności estetycznej. To

wszystko nie byłoby możliwe, gdyby nie wiedza, jaką malarze czerpali z filozofii i nauk (Konik 2013: 167–170).

Największym źródłem inspiracji dla renesansowych artystów była filozofia. Sztuka w tamtych czasach była nie tylko inspirowana filozofią, ale również sama ją tworzyła. „Wczesny renesans wypowiadał swoje *credo* filozoficzne nie przy pomocy kategorii i terminów filozoficznych: ich miejsce zajmowała sztuka, która zdominowała niepodzielnie sposób widzenia świata, jego interpretację oraz środki ekspresji. Twórczość artystyczna jako forma wypowiedzi stała się w tej sytuacji nie tylko wyrazem artystycznej wizji świata, ale również podstawowym sposobem przejawiania się etosu moralnego i filozoficznego” (Kuczyńska 1984: 36).

Co do samej tematyki ówczesnych dzieł sztuki (skupię się na malarstwie) przewijały się wspomniane przeze mnie wątki ciała i człowieka, ale również zachwyt nad przyrodą i otaczającym nas światem. „Włosi pierwsi w czasach nowożytnych spostrzegli i rozkoszowali się pięknem, jakie w mniejszym czy większym stopniu przedstawia krajobraz” (Burckhardt 1965: 157).

Myślę, że na podstawie przedstawionego przeze mnie obrazu filozofii, sztuki i nauki mogę wyciągnąć wnioski dotyczące relacji między nimi. Filozofia w renesansie odgrywała ogromną rolę, jednak rozumiano ją inaczej niż w dzisiejszych czasach. Swoim zasięgiem obejmowała wiele dziedzin naukowych, które dziś traktujemy w oderwaniu od niej, dlatego nie będzie nadużyciem, jeśli stwierdzę, że mieściła w sobie nauki ścisłe (w dzisiejszym rozumieniu), a przynajmniej większość z nich. Zawierała również sztukę, która dodatkowo stanowiła sposób na wyrażanie jej wartości. Wszystkie trzy omawiane przeze mnie dziedziny są ze sobą powiązane. Filozofia jest nośnikiem treści i powodem zmian, wyznacza ona również kierunki, w których nauka i sztuka powinny się rozwijać. Sztuka i nauka również są ze sobą w korelacji – artysta, aby mógł sprostać wymaganiom, jakie jego epoka mu stawiała, musiał posiadać wiedzę na tematy obejmujące nauki ścisłe, co często przyczyniało się do ich rozwoju. Mówiąc o renesansie, nie możemy zapominać o tym, że w tamtych czasach bycie malarzem nie musiało ograniczać człowieka w jego rozwoju, gdyż ideałem był człowiek wszechstronnie wykształcony, o wielu umiejętnościach i ciągle poszerzający swoją wiedzę. Także nauki ścisłe korzystały z dobrodziejstw sztuki – podręczniki czy traktaty opatrzone były szczegółowymi rysunkami oraz malowidłami wykonywanymi przez artystów. Panował pogląd, że anatomię łatwiej jest przyswajać z obrazków, ponieważ pozbawione są one zanieczyszczeń, które utrudniają obserwację w przypadku sekcji na ciele (Ullmann 1984: 173–176).

Filozoficzne wątki w *Traktacie o malarstwie*

Leonardo da Vinci pozostawił po sobie liczne notatki, a *Traktat o malarstwie* jest jedynie ich wycinkiem. Istnieją teksty, które zdecydowanie bardziej nadają się do interpretacji pod kątem występowania w nich wątków filozoficznych, jednak w swoim artykule skupiam się jedynie na wymienionym przeze mnie dziele.

Główną cechą renesansowej myśli i filozofii było wykorzystywanie antycznej spuścizny. Da Vinci z pewnością czerpał wiedzę ze starożytnych źródeł, jednak był jednym z tych myślicieli, którzy nie odrzucali dorobku średniowiecza – zarówno na gruncie sztuki, jak i nauki. „Stosunek Leonarda do przeszłości był inny niż większości artystów i pisarzy jego czasów. Wyjątkowo mało interesował się antykiem i mało mu zawdzięczał. To co było w jego sztuce i teorii klasyczne, to zawdzięczał kongenialności z antykiem, nie zaś wzorowaniu się na nim. Stosunkowo więcej wzięł ze średniowiecza. Mniej ze sztuki gotyckiej, więcej z teorii scholastycznej” (Tatarkiewicz 1967: 135). Władysław Tatarkiewicz w powyższym fragmencie zwraca uwagę na nikłe zainteresowanie antykiem, jednak w samym *Traktacie*... możemy doszukiwać się bezpośrednich nawiązań do niego. Pierwszą rzeczą, jaka ewidentnie zaczerpnięta jest z antyku, są opisy idealnie mimetycznych obrazów, które potrafią zmylić odbiorcę. Leonardo opisuje malowidło tak doskonale, że pies łasi się na widok przedstawionego na nim swojego pana, inne dzieło przedstawiające małpy wzbudzać miało agresję u żywych przedstawicieli tego gatunku (Leonardo da Vinci 1984: 9). Jest to ewidentna inspiracja opisami Pliniusza, który relacjonując rywalizację starożytnych malarzy, posłużył się podobnym zabiegiem retorycznym i przedstawił m.in. sytuację, w której ptaki zlatywały się do namalowanych na płótnie winogron (Pliniusz 1961: 392–394). Kolejnym nawiązaniem do antyku (również do dzieła Pliniusza) jest teza o pierwszym obrazie. Pliniusz twierdził, że pierwszym obrazem był obrys cienia, jaki człowiek rzucał na ścianę (Pliniusz 1961: 375). Leonardo da Vinci, odpowiadając na pytanie, czym był pierwszy obraz, odpowiedział: „pierwszym obrazem była sylwetka cienia ludzkiego, rzuconego przez słońce na ścianę” (Leonardo da Vinci 1984: 60). Ciekawa jest subtelna zmiana, jaka zaszła w rozumieniu pierwszego obrazu. W przypadku Pliniusza pierwszym dziełem malarskim był obrys, u Leonarda wystarczył sam cień. W tym przykładzie widać wyraźnie antropocentryczny charakter renesansowego postrzegania świata. Przed człowiekiem istniała natura i chociażby zwierzęta, które rzucały cień, jednak to właśnie człowiek stał się centrum wszechświata i zapoczątkował sztukę. Aby Warburg zwrócił uwagę na jeszcze jedno nawiązanie do antycznych dzieł – odwołanie do Witruwiusza w kontekście idealnych proporcji ludzkiego ciała (Warburg 2010: 83).

Jeśli chodzi o naukę to da Vinci był jednym z prekursorów matematycznego przedstawiania przyrody. Swoje koncepcje fizyczne zaczerpnął ze średniowiecznej scholastyki, łącząc ją z rozważaniami greckich matematyków (Crombie 1960: 158). W *Traktacie*... możemy odnaleźć także opisy jego metody badawczej, a nawet eksperymentów. Leonardo skupiał się na obserwacji, co można zauważyć chociażby w Księdze VI

„O drzewach i ziołach” (Leonardo da Vinci 1984: 275–308), gdzie opisuje wszelkie aspekty ważne dla ukazania roślinności na obrazie, ale również cechy charakterystyczne dla danego gatunku, poleca obserwować jedno drzewo w różnych porach roku oraz dnia, aby lepiej je poznać. Dodaje również uwagi dotyczące samej botaniki, np.: „Wśród liści ziół bardziej ząbkowane są te, które wyrastają bliżej pochwki nasiennej, mniej ząbkowane zaś te, które są bliżej korzenia” (Leonardo da Vinci 1984: 308). W Księdze III analizuje on człowieka, jego anatomię, ale również sposób poruszania się i mechanikę ciała. Wiele uwagi poświęca też studium oczu (ich budowy) i wzroku. Wiedza z zakresu nauk przyrodniczych jest niezbędna według Leonarda da Vinci do namalowania obrazu, ponieważ co do zasady malowidło ma być jak najwierniejszą kopią rzeczywistości, tak aby powstawała iluzja widoku prawdziwego świata, a do tego potrzebna jest wiedza z wielu dziedzin – wymagana jest nie tylko znajomość praw przyrody, ale również umiejętność stosowania perspektywy oraz gry światła i cienia.

Wszystko to wskazuje jednoznacznie na wszechstronność Leonarda da Vinci. Jego wiedza i zainteresowania badawcze z dziedziny nauk przyrodniczych znalazły odzwierciedlenie również w *Traktacie*... Według mnie jednak najważniejszym dowodem na to, że może on być nazywany filozofem, są fragmenty omawianego przeze mnie dzieła, w których sam wskazuje na ścisłe powiązania malarstwa i filozofii. „Przeto malarstwo jest filozofią, gdyż filozofia zajmuje się ruchem wzrastającym i malejącym [...]. Kto gani malarstwo, gani naturę, ponieważ dzieła malarza przedstawiają dzieła tejże natury; ten więc, kto je gani wykazuje ubóstwo odczuwania. Dowodem na to, że malarstwo należy do filozofii, jest to, że zajmuje się ono ruchem ciał [...], filozofia zaś również obejmuje zagadnienia ruchu. [...] Malarstwo zajmuje się powierzchnią, barwą i kształtem wszystkich rzeczy stworzonych przez naturę, filozofia zaś wnika w głąb owych ciał, badając ich właściwości. Lecz nie zadowala się ona zdobytą prawdą, tak jak malarz, który przyswaja sobie naczelną prawdę tych ciał” (Leonardo da Vinci 1984: 7).

Maria Rzepińska w komentarzu do pierwszej księgi *Traktatu*..., z której pochodzą powyższe cytaty, trafnie stwierdza, że da Vinci zrównuje malarstwo z wiedzą, a tę z filozofią (którą ujmuje bardzo szeroko). Zrównanie to nie polega jedynie na tym, że malarstwo ma się opierać na naukach ścisłych, ale samo w sobie ma być nośnikiem wiedzy i narzędziem poznania (Rzepińska 1984: 319–320). W innej części *Traktatu*... pisze o sztuce jako o wiedzy oraz córce (lub wnuczce) natury, „gdyż natura zrodziła wszystkie rzeczy widzialne, a z nich zrodziło się malarstwo” (Leonardo da Vinci 1984: 7–8). Nazywa ją również krewniaczką Boga.

Zakończenie

Leonardo da Vinci jest jedną z tych postaci, o których mówić będzie się prawdopodobnie zawsze. Jego niezwykłość spowodowana była wszechstronnymi zainteresowaniami, umiejętnościami i osiągnięciami. W *Traktacie o malarstwie* możemy znaleźć wiele wątków, które są potwierdzeniem tezy o tym, że Leonardo da Vinci był filozofem,

nie tylko w znaczeniu ówczesnym, ale i dzisiejszym. Można również odszukać w nim wachlarz nawiązań do sztuki oraz nauki. Sam Leonardo zrównywał te dwie dyscypliny, dodając do nich również malarstwo. Malarstwo ma być odbiciem rzeczywistości i nośnikiem prawdy o świecie, aby było to możliwe, malarz musi studiować nauki ścisłe, przez co przyczynia się również do ich rozwoju. Dodatkowo dzieło malarskie opiera się na zasadach matematyki i geometrii. Preferowaną przez niego techniką była perspektywa linearna, która opierała się na dokładnych obliczeniach oraz wiedzy o ludzkim wzroku. Również zrewolucjonizowane przez niego ukazywanie światła i cienia opierało się na wiedzy matematycznej oraz anatomicznej. Jako naukowiec badał także wodę (wyporność, przepływy itd.), roślinność, tworzył mapy terenów. Oczywiście nie uniknął pomyłek w swoich badaniach, czego przykładem jest Paragraf 330 (*Traktatu o malarstwie*), w którym twierdzi, że osoby z otyłością lepiej unoszą się na wodzie, ponieważ tłuszcz zawiera powietrze (Leonardo da Vinci 1984: 243).

Oprócz wymienionych przeze mnie fragmentów *Traktatu*... istnieją inne części, które odnoszą się np. do zagadnień etycznych. Leonardo zalecał: zachowanie umiaru, poznanie swoich mocnych i słabych stron, odrzucenie „pogoni” za majątkiem na rzecz rozwijania się i doskonalenia już posiadanych umiejętności. Cały *Traktat*... jest doskonałym studium z dziedziny estetyki oraz teorii sztuki, które pozostają do dziś dziedzinami filozoficznymi.

Bibliografia

- Alberti L., 1963, *O malarstwie*, tłum. L. Winniczuk, Warszawa.
- Burckhardt J., 1965, *Kultura odrodzenia we Włoszech*, tłum. M. Kręczowska, Warszawa.
- Ciszewski M., *Renesansu filozofia*, Powszechna Encyklopedia Filozoficzna, <http://www.ptta.pl/pef/pdf/r/renesansuf.pdf> [dostęp: 29.04.2019].
- Crombie A., 1960, *Nauka średniowieczna i początki nauki nowożytnej*, t. 2, tłum. S. Łypacewicz, Warszawa.
- Drozdowicz Z., 2012, *Filozofia włoska w epoce Odrodzenia i Oświecenia*, Poznań.
- Ganowicz-Bączek A., 2011, *Wpływ nowożytnego antropocentryzmu na relację człowieka do przyrody*, „*Studia Ecologiae et Bioethicae*”, nr 1, z. 9.
- Hojnacki P., 1957, *Filozofia nauki przyrodniczej w okresie odrodzenia*, „*Collectanea Theologica*”, nr 28, z. 3.
- Konik R., 2013, *Między przedmiotem a przedstawieniem. Filozoficzna analiza sposobów obrazowania w oparciu o malarstwo i obrazy syntetyczne*, Wrocław.
- Kristeller P., 1982, *Humanizm i scholastyzm we włoskim renesansie*, tłum. G. Cendrowska, „*Pamiętnik Literacki*”, nr 73.
- Kuczyńska A., 1984, *Sztuka jako filozofia w kulturze renesansu włoskiego*, Warszawa.
- Leonardo da Vinci, 1984, *Traktat o malarstwie*, tłum. M. Rzepińska [w:] M. Rzepińska, *Leonarda da Vinci „Traktat o malarstwie”*, Wrocław.
- Pliniusz, 1961, *Historia naturalna*, tłum. I. i T. Zawadzcy, Wrocław.
- Rzepińska M., 1984, *Leonarda da Vinci „Traktat o malarstwie”*, Wrocław.

Tarnowski J., 2015, *Wieża Babel dyskursu nowoczesności. Zamiast wstępu* [w:] J. Bielak, J. Tarnowski (red.), *Nowoczesność w sztuce i w myśli o sztuce na pomorzu od XIX do XXI w.*, Gdańsk.

Tatarkiewicz W., 1967, *Estetyka nowożytna*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.

Trzczińska I., 2015, *O epoce renesansu w perspektywie filozofii kultury* [w:] P. Mróz (red.), *Filozofia kultury*, Kraków.

Ullmann E., 1984, *Leonardo da Vinci*, tłum. A. Konopacka, Warszawa.

Warburg A., 2010, *Narodziny Wenus i inne szkice renesansowe*, tłum. R. Kasperowicz, Gdańsk.

Wilczek P., 2005, *Literatura polskiego renesansu*, Katowice.

Włodarczyk A., 2014, *Etyka interpretacji tekstu literackiego. Postmodernizm. Humanizm. Dydaktyka*, Kraków.

Wojtysiak J., *Zasada*, https://www.kul.pl/files/57/encyklopedia/wojtysiak_zasada.pdf [dostęp: 11.11.2019].

Biogram

Karolina Sitarz – absolwentka I stopnia studiów filozoficznych na Uniwersytecie Gdańskim, studentka II stopnia studiów na kierunku Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze. Interesuje się sztuką, estetyką, polityką oraz prawem. W przyszłości chciałaby zajmować się handlem dziełami sztuki.



Behawioralne aspekty inwestowania na rynkach finansowych

Mateusz Wutkie | Uniwersytet Gdański
<https://orcid.org/0000-0002-0807-8780>

Streszczenie

Słowa kluczowe:
psychologia,
behawioryzm,
finanse, spekulacja,
inwestycje

Rynki finansowe tworzone i kierowane są przez ludzi. Odpowiednie poznanie zachowań ludzkich w pewnych charakterystycznych sytuacjach może wpłynąć na celniejsze decyzje inwestycyjne. Głównymi czynnikami wpływającymi na inwestorów są strach i chciwość. Występują one w różnych warunkach i prowadzą do różnych błędów. Błędne decyzje wynikają też ze zbyt dużej pewności siebie, błędów poznawczych czy nieumiejętności obiektywnego postrzegania rynku. Odpowiednie przygotowanie psychologiczne inwestora wpływa na jego większą efektywność oraz pomaga mu omijać wiele problemów i pułapek. Brak mentalnego przygotowania do inwestowania prowadzi do sytuacji, w której wszystkie inne elementy nie będą w stanie poprawnie funkcjonować, a ich skuteczność zostanie znacznie ograniczona, co finalnie prowadzi do słabszych wyników finansowych.

Behavioral aspects of investing in financial markets (Summary)

Keywords:
psychology,
behaviorism,
finance, speculation,
investment

Financial markets are created and managed by people. Appropriate understanding of human behavior in certain situations can affect more accurate investment decisions. The main factors that affect investors are fear and greed. They occur in different conditions and lead to different human errors. Other errors result from too much self-confidence, cognitive errors or bad view of the market. Appropriate psychological preparation of the investor affects its greater efficiency and helps it to bypass many problems. In case of absence of mental preparation for investing, all other elements will not be able to function properly and their effectiveness will be significantly reduced, and can lead to weaker financial results.

Wstęp

Martin J. Pring, autorytet w świecie finansów, w pierwszym zdaniu swojej książki *Psychologia inwestowania* napisał: „Dla większości z nas pokonanie rynku nie jest trudne, natomiast zwycięstwo nad samym sobą przysparza wielu problemów” (Pring 2001:13). Podczas spekulacji na rynkach nie gramy wyłącznie przeciw rynkowi, ale również prowadzimy grę ze sobą i ze swoimi emocjami. Każda osoba, która miała okazję być jego uczestnikiem, zna to uczucie. Dlatego właśnie powstał ten artykuł.

Mimo wielu pozycji książkowych poruszających temat psychologii na rynkach finansowych w dalszym ciągu ten aspekt inwestowania jest bagatelizowany przez zwolenników odmiennych teorii i narzędzi analitycznych. Dlatego należy odpowiedzieć sobie na jedno bardzo ważne pytanie: „Kto jest uczestnikiem rynku, przeciwko komu gramy?”. Najbardziej intuicyjną oraz prawdopodobnie najlepszą odpowiedzią na to pytanie jest słowo „człowiek”. Bardziej sceptyczni inwestorzy stwierdzą, że w dobie komputeryzacji, biorąc udział w grze giełdowej, coraz częściej po drugiej stronie nie mamy już bezpośrednio drugiego inwestora a program komputerowy realizujący pewne algorytmy działania. W całej rozciągłości można zgodzić się z tą tezą, ale trzeba też pamiętać, że za tymi algorytmami również stoi człowiek, inwestor, który wyznacza pewne parametry, według których program ma funkcjonować. Dlatego właśnie program nigdy nie będzie doskonały, ponieważ stoi za nim niedoskonała istota skłonna do popełniania błędów. Artykuł ten w żaden sposób nie dyskredytuje analizy technicznej i fundamentalnej, ponieważ odpowiednia kombinacja każdej z tych technik z dużym prawdopodobieństwem doprowadzi do wymiernych zysków.

W opracowaniu zbadano rolę psychologii na rynkach finansowych, rozważono pułapki oraz częste zachowania w środowisku inwestorów, które prowadzą do licznych strat. Ponadto celem artykułu jest przeanalizowanie przewagi, jaką daje odpowiednie przygotowanie psychologiczne do inwestowania.

Chciwość, strach a rynek

Strach i chciwość są dwoma skrajnymi uczuciami walczącymi w umyśle inwestora. Pierwsze z nich skłania inwestorów do inwestowania w bezpieczniejsze instrumenty o małym ryzyku i zarazem z mniejszym zwrotem. Z drugiej strony chciwość zachęca do bardziej ryzykownych inwestycji z szansą na proporcjonalnie wyższy zysk. Badania psychosocjologiczne udowodniły fakt ścisłego powiązania tych emocji z pewnymi czynnikami demograficznymi, takimi jak wiek, pozycja społeczna, majątek, pewność siebie czy doświadczenie na rynku (Michałek 2007). Powszechnie wiadomo, że doświadczony inwestor będzie skłonny zaakceptować wyższe ryzyko niż osoba bez wiedzy ekonomicznej. Odpowiednie oszacowanie wysokości ryzyka, jakie chce podjąć inwestor, i zbilansowanie indywidualnego portfela inwestycyjnego jest kluczowe dla skutecznego inwestowania. Za aktualne nastroje na rynkach finansowych odpowiedzialny jest

przede wszystkim cykl koniunkturalny. W zależności od tego, w jakim momencie cyklu koniunkturalnego znajduje się rynek, dominował będzie strach lub chciwość. Oba te uczucia są skrajnie zaraźliwe. W fazie kryzysu i depresji inwestorzy odczuwają strach, natomiast w fazie ożywienia i rozkwitu główną rolę odgrywa chciwość.

Strach objawia się zazwyczaj w dwóch przeciwstawnych sytuacjach. Z jednej strony pojawia się obawa przed stratą, z drugiej zaś – strach przed przegapieniem dobrej okazji inwestycyjnej. Strach przed przegapieniem dobrej okazji inwestycyjnej może prowadzić do zjawiska zwanego overtradingiem, bardzo często spotykanym wśród mniej doświadczonych inwestorów. Overtrading objawia się hiperaktywnością na rynkach finansowych poprzez zawieranie nadmiernej liczby transakcji. Duża aktywność na rynku wiąże się z większą wartością prowizji oraz większym prawdopodobieństwem zawarcia niekorzystnej transakcji (Zajac 2019). Overtrading jak i strach przed stratami bardzo często wiąże się również z kolejnym błędem popełnianym przez inwestorów, czyli inwestowaniem na giełdzie w celu pokrycia wcześniejszych strat. Znaczącą dominację strachu nad chciwością można zaobserwować na podstawie prostej analizy wykresów. Chciwość podlega szybkiej transformacji w strach na podstawie złych informacji. Bardzo rzadko natomiast proces ten zachodzi w drugą stronę. Właśnie kryzysy najczęściej przychodzą niespodziewanie, gdzie hossa i uczucie ekscytacji bardzo często jest budowane przez dłuższy czas. Chciwość jest drugim ekstremum emocji inwestora. Głównym objawem chciwości u inwestorów jest skłonność do zawierania transakcji wykorzystujących dźwignię finansową. Rozwiązanie takie pozwala na osiągnięcie dużo większych zysków, ale również dużo wyższych strat. Podobnym zjawiskiem do lewarowania jest „piramidowanie” pozycji. Polega ono na dokupywaniu takich samych aktywów, na przykład kontraktów terminowych, w momencie gdy rynek idzie w założonym przez nas kierunku, licząc na powiększenie zysków.

Zgodnie z powyższym strach i chciwość są bardzo ważnymi czynnikami rynkowymi. Nie jest więc niespodzianką, że starano się w jakiś sposób zbadać i oszacować ich poziom. W następstwie tych działań powstała definicja sentymentu rynkowego. Mówi ona o nastawieniu inwestorów do całego rynku lub pojedynczego aktywa i wyrażana jest najczęściej za pomocą kilkunastu wskaźników. Jednymi z najbardziej popularnych są m.in.: CNN Fear and Greed index oraz AAll Sentiment Survey. Pierwszy z nich pierwotnie został stworzony przez amerykańską telewizję CNN. Składa się z szeregu innych czynników. Należą do nich między innymi: popyt na obligacje o niskim ratingu, średnie kroczące indeksów giełdowych, zmienność cen akcji, sytuacje na rynku opcji czy wolumen obrotu. Wskaźnik opisywany jest za pomocą 100-punktowej skali, gdzie 0 punktów oznacza skrajny strach, 100 punktów ekstremalną chciwość, natomiast poziom 50 punktów uważany jest za stan optymalny (CNN 2019). Dla odpowiedniego kontekstu wskaźnik jest obliczany dla różnych horyzontów czasowych. AAll Sentiment Survey jest natomiast jedną z najpopularniejszych ankiet przeprowadzanych obecnie na Wall Street wśród członków Stowarzyszenia Amerykańskich Inwestorów Indywidualnych (AAll). Z założenia różni się od wcześniej wspomnianego wskaźnika.

Ankietowani mają za zadanie zdefiniować swoje nastroje rynkowe jako wzrostowe, spadkowe lub neutralne. Na tej podstawie raz w tygodniu największe agencje prasowe, takie jak Reuters czy Bloomberg publikują wyniki przeprowadzonej ankiety.

Psychologiczne pułapki inwestowania

Warto zaznaczyć, że w historii inwestowania nie istnieje taki gracz, który zamknął 100% swoich transakcji zyskiem. Perfekcjonizm na rynkach nie istnieje, ponieważ zarówno rynek, jak i gracz mają wiele niedoskonałości. Wybitny inwestor Jesse Lauriston Livermore w ciągu swojego życia wielokrotnie zarabiał i tracił miliony na giełdzie. Ze względu na jego brawurowe spekulacje często nazywa się go najlepszym graczem giełdowym wszech czasów.

Pierwszą pułapką, która jest w swoich założeniach bardzo oczywista, ale zarazem wcześniej czy później spotyka prawdopodobnie każdego inwestora niezależnie od stażu czy wygenerowanych zysków, jest niezdrowa pewność siebie, która najczęściej idzie w parze ze złudzeniem ponadprzeciętności (Bankier 2010). Inwestor z założenia musi być osobą pewną siebie, ponieważ strach nie pozwoliłby mu skutecznie funkcjonować. Skrajność w postaci nadmiaru pewności ma równie negatywny rezultat co jej brak. Często mniej doświadczeni gracze po przeczytaniu kilkunastu pozycji książkowych z zakresu inwestowania na rynkach finansowych, odbyciu szkolenia z zakresu obrotu papierami obrotowymi oraz obserwowaniu serwisów informacyjnych mają fałszywe złudzenie posiadania całej informacji o rynku. Bardzo często już na wstępie rynek weryfikuje młodych inwestorów i doprowadza ich do straty, z której prawdopodobnie wyciągną wnioski na przyszłość. W drugim przypadku, gdy młody inwestor zyska na pewnej transakcji, jeszcze bardziej wierzy w swoją nieomyślność, co prędzej czy później doprowadzi do straty pieniędzy. Na ten sam mechanizm narażeni są bardziej doświadczeni inwestorzy, którzy po latach praktyki wykształcili w sobie pewien instykt do zawierania transakcji na rynkach finansowych. Po serii udanych transakcji z dużym prawdopodobieństwem przeszacują oni swoje umiejętności, co w konsekwencji doprowadza do utraty ostrożności i zawierania niekorzystnych transakcji.

Wcześniej wspomniano, że rynek tworzą ludzie, co za tym idzie – nie można mówić o emocjach na giełdzie bez wspomnienia o psychologii tłumu i owczym pędzie. Jest to kolejna sytuacja, gdzie mechanizmy rynkowe i mechanizmy psychologiczne zadziwiająco często przenikają się w grze giełdowej. Prawdopodobnie najpotężniejszym zjawiskiem i narzędziem wywierania wpływu, które jest jednocześnie jedną z głównych determinant lawinowych spadków w przypadku kryzysów na rynkach finansowych oraz gigantycznych wzrostów podczas baniek spekulacyjnych, jest społeczny dowód słuszności. Mówi on o fakcie, że uważamy pewne zachowania za prawidłowe, o ile zaobserwujemy u innych ludzi takie samo zachowanie (Caldini 2000: 116). W slangu inwestorów takie zjawisko nazywa się właśnie owczym pędem. Objawia się ono przede wszystkim w sytuacjach wyraźnych spadków lub wzrostów. W takiej sytuacji

potencjalny inwestor zajmuje pozycję podobną do kierunku całego rynku, wierząc w słuszność dowodu społecznego. W zdecydowanej większości przypadków wchodzący w dany trend inwestor indywidualny zrobi to stosunkowo późno, ograniczając swoje zyski, lub tuż przed momentem odwrócenia trendu. Zasada społecznego dowodu słuszności w swoich założeniach jest bardzo dobra, lecz w przypadku gdy w grę wchodzi pieniądze i emocje, tak podstawowy mechanizm potrafi prowadzić do strat lub ograniczenia zysków. Można pokusić się o tezę, że jesteśmy ewolucyjnie nieprzystosowani do spekulacji na rynkach finansowych.

Media o rynkach finansowych mówią w dwóch kontekstach. Najczęściej w kontekście euforii i fortunie zdobywanych w bardzo krótkim czasie lub w kontekście nadchodzącego kryzysu, na którym również można zarabiać pieniądze. Z tego powodu wielu ludzi poszukujących łatwego zysku zwraca się właśnie w kierunku rynków finansowych. Konkretniej rzecz biorąc, na rynek walutowy, gdzie zawierają transakcje, wykorzystując wcześniej wspomnianą dźwignię finansową, która pozwala zarówno na większe zyski, jak i straty. Tylko w 2018 r. około 79% inwestorów w Polsce straciło swoje oszczędności na rynku walutowym (Tychmanowicz 2019). Wynika to z faktu, że podejście do spekulacji na rynkach bez odpowiedniej wiedzy, przygotowania i strategii jest praktycznie równe hazardowi. O pewnej losowości rynku opowiada hipoteza błędzenia losowego. W skrócie mówi ona, że na aktualną cenę instrumentu składają się dwa czynniki: ceny instrumentu z poprzedniego okresu oraz z pewnej wartości losowej (Hońdo 2012). Inwestor, który nie nabrał doświadczenia na rynku, może być narażony na działanie swojego rodzaju efektu gracza (Tyszka 1999: 130–131). Analogicznie do hazardzistów, gdy w Monte Carlo w 1913 r. w lokalnym kasynie 26 razy z rzędu na ruletce wypadł kolor czarny. Po 15 losowaniu gracze byli tak przekonani, że wypadnie czerwone, że ryzykowali ogromne pieniądze (Owen 2011). W ten sam sposób niedoświadczeni spekulanci po długiej fali wzrostów/spadków bezpodstawnie mogą uważać, że dany trend trwa już zdecydowanie za długo i grają na jego zmianę, co oczywiście prowadzi do straty.

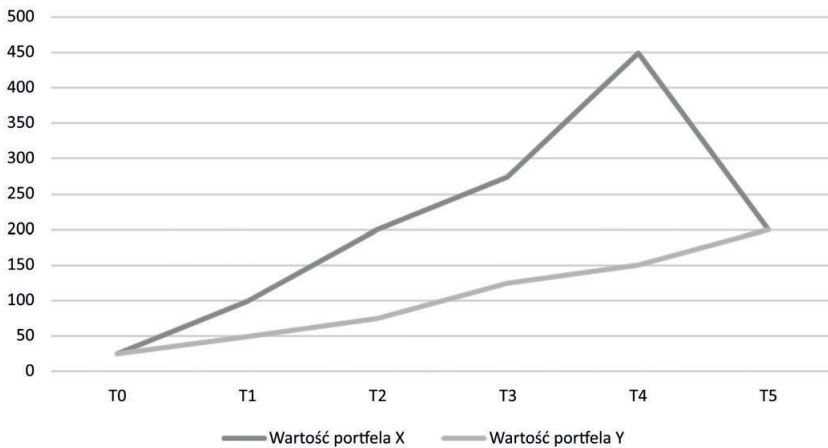
Kolejna psychologiczna pułapka, w którą wpadają inwestorzy, wiąże się z teorią perspektywy, utworzoną przez Daniela Kahnemana i Amosa Tversky'ego, mówiącą, że w trakcie podejmowania decyzji inwestorzy przyjmują pewien punkt odniesienia. W przypadku rynków finansowych w zdecydowanej większości przypadków takim punktem odniesienia jest cena zakupu instrumentu. Badacze podczas przeprowadzanych eksperymentów postawili studentów oraz pracowników szkół wyższych przed kilkunastoma sytuacjami problemowymi dotyczącymi podejmowania ryzyka. Wyniki badania wskazywały na dwa główne wnioski (Dudzińska-Baryła 2018: 29).

- Ludzie skłonni są zaspokoić się mniejszym zyskiem niż zaryzykować w imię niepewnego, zdecydowanie większego zysku w przyszłości.
- W przypadku ponoszenia strat są bardziej skłonni zaryzykować większą stratę, licząc na zredukowanie pierwotnej straty.

Wskazuje to na brak umiejętności zamykania swoich pozycji przez inwestorów oraz problemy z akceptacją poniesionych strat, co w długim okresie może być skrajnie problematyczne.

Problem subiektywnego postrzegania rynku

Mówi się, że ilu inwestorów, tyle poglądów na rynek. Inwestorzy wyceniają pewne aktywa na różne sposoby, co może dawać często odmienne wyniki. Trudno odbierać wszystkie swoje transakcje obiektywnie ze względu na wcześniej wspomniane emocje, co potrafi być skrajnie problematyczne w trakcie podejmowania czy postrzegania decyzji inwestycyjnych. Rysunek 1 pokazuje wykresy cenowe dwóch portfeli inwestycyjnych.



Rysunek 1. Uproszczony wykres wartości przykładowych portfeli inwestycyjnych

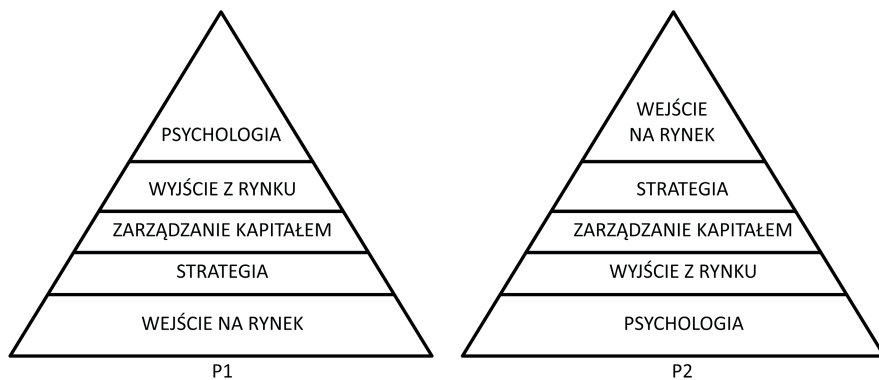
Źródło: Opracowanie własne.

W założeniu obydwa portfele inwestycyjne na początku i końcu okresu inwestycji posiadają taką samą wartość. Jednak wskutek działania rynku wartość portfeli zmienia się bardziej lub mniej dynamicznie. Zgodnie z założeniami wartość portfela X w momencie T5 będzie taka sama, jak portfela Y. Mimo to z bardzo wysokim prawdopodobieństwem inwestor w przypadku posiadania portfela X będzie załamany takim wynikiem bez względu na zwrot. Wynika to z faktu, że swoje zyski widzi przez pryzmat spadków z poziomu T4, czyli wyższych zysków, które mógł zrealizować wcześniej. W przeciwieństwie do portfela Y, gdzie mniej dynamiczne wzrosty, a przede wszystkim brak dotkliwego spadku, doprowadziły do tego samego poziomu. Właśnie w tym drugim przypadku z dużym prawdopodobieństwem inwestor byłby zachwycony swoimi wynikami inwestycyjnymi. Przykład ten pokazuje, jak bardzo subiektywnie możemy postrzegać pewne transakcje, które obiektywnie dają taki sam wynik.

Innym zjawiskiem znanym zwolennikom finansów behawioralnych jest tak zwany efekt potwierdzenia. Objawia się on przede wszystkim poprzez selektywną percepcję informacji (Wilk 2016). Inwestor chcący zakupić akcje dowolnej spółki będzie zwracał uwagę na informacje, które będą potwierdzały postawioną przez niego tezę, a z drugiej strony będzie starał się unikać informacji, które nie pokrywają się z jego rynkowymi przekonaniem (Buczek 2005). Problem ten dotyczy również błędnej interpretacji wiadomości oraz złudzenia korelacji danych. O ile problem błędnej interpretacji danych jest jasny, o tyle złudzenie korelacji danych może być problematyczne i jest konsekwencją wcześniej wspomnianej błędnej interpretacji informacji. W skrócie polega ono na postrzeganiu pewnych nieprawdziwych korelacji między danymi w pewnym zbiorze, co w konsekwencji prowadzi do niejednoznacznych wniosków, które interpretowane są przez inwestora zgodnie z oczekiwanym ruchem rynkowym.

Piramida umiejętności inwestora

Podczas jednego z cyklu wykładów prowadzonych przez fundację Trading Jam Session, wspierającą polskie środowisko inwestorów indywidualnych, jeden z najbardziej rozpoznawalnych polskich spekulantów Rafał Zaorski stworzył dwa odpowiedniki piramidy Masłowa. Piramidy te ilustrują hierarchię umiejętności niezbędnych inwestorom do osiągnięcia zysków z dwóch różnych perspektyw (rys. 2).



Rysunek 2. Modele piramid umiejętności inwestora

Źródło: Opracowanie własne.

Obydwa modele piramidy składają się z pięciu identycznych części: wejścia na rynek, strategii, zarządzania kapitałem, wyjścia z rynku oraz psychologii. Każda z nich odpowiada za inny aspekt inwestowania na rynkach finansowych, ale w zależności od koncepcji zajmują inne miejsca w piramidzie umiejętności inwestora. Przedstawiona na rysunku 2 pierwsza piramida (P1) reprezentuje najbardziej popularny aktualnie system wartości wśród inwestorów. Zgodnie z wcześniej wspomnianą teorią Kahnemana

i Tversky'ego inwestorzy skupiają się na poszukiwaniu idealnego momentu do wejścia na rynek, rozwijając swoje umiejętności interpretacji wykresów, analizy sprawozdań finansowych czy innych narzędzi wykorzystywanych do realizacji wcześniej stworzonej strategii, która jest oczywiście niezbędna. Kolokwialnie „kupienie instrumentu finansowego na dołku” jest uważane powszechnie za świętego Graala inwestowania i właśnie tę umiejętność bardzo często starają się doskonalić jako pierwszą. Zarządzanie kapitałem zajmuje podobne miejsce w obydwu piramidach. Wynika to z faktu konieczności ograniczenia strat w przypadku niekorzystnych transakcji za pomocą składania odpowiednich zleceń. Brak umiejętności zarządzania kapitałem prowadzi bardzo często do wielu drobnych strat, co nierzadko frustruje inwestora i prowadzi do stopniowego wytracania kapitału z rachunku maklerskiego (Schwanger 2007: 390). Umiejętność odpowiedniego wyjścia z rynku jest bardzo często bagatelizowana na rzecz wcześniej wspomnianego wejścia na rynek i dużo bardziej związana jest z dyscypliną inwestora. Ostatnią rzeczą, którą doskonalią spekulanci, jest psychologia, czyli między innymi odporność emocjonalna na rynek, cierpliwość i wcześniej wspomniana dyscyplina.

W tym momencie należy uświadomić sobie, na czym polega przewaga behawioralnych aspektów inwestowania i co za tym idzie – przedstawionego na rysunku 2 modelu P2. W przypadku rozpoczęcia inwestycji z brakiem solidnych psychologicznych podstaw i w konsekwencji braku między innymi dyscypliny pozostałe aspekty inwestowania nie mają możliwości poprawnie funkcjonować. Bez odpowiedniego nastawienia możliwość wejścia na rynek będzie ograniczona ze względu na strach przed stratami. Również pomimo posiadania bardzo dobrej strategii inwestycyjnej ekscytacja czy depresja na rynkach może skłonić do jej nieprzestrzegania. Na taki sam problem narażone są programy komputerowe stworzone do zawierania transakcji, ze względu na możliwość ingerencji w dowolnym momencie użytkownika w system. Wyjście z rynku jest kluczową, ale i bardzo trudną do opanowania umiejętnością. Dopiero w momencie wyjścia z rynku inwestor realizuje stratę bądź zyski. Wcześniej wspomniana teoria perspektywy przedstawia rzeczywisty rozmiar problemu wychodzenia z rynku na skutek przetrzymywania stratnych pozycji lub zamykania transakcji przy bardzo małych zyskach na skutek strachu. Również zarządzanie kapitałem bez solidnych psychologicznych podstaw staje się dużo trudniejsze, co w konsekwencji może doprowadzić do wcześniej wspomnianego zjawiska overtradingu.

Podobnie jak w przypadku piramidy potrzeb Maslova, gdy człowiek bez spełnienia wszystkich potrzeb nie będzie czuł się kompletny, tak samo inwestor bez posiadania wszystkich wymienionych wcześniej umiejętności nigdy nie będzie wykorzystywał w pełni swojego potencjału do generowania dochodu. Główny problem dzisiejszych inwestorów nie polega na braku którejś z wcześniej wymienionych sfer, a na niewystarczającym nakładzie pracy włożonym w pewne umiejętności niezbędne przy rozpoczęciu inwestowania.

Zakończenie

Psychologia inwestowania jest bardzo ważnym aspektem inwestowania pomimo faktu, że wciąż jest bagatelizowana przez mniej doświadczonych inwestorów. Na umysł inwestora największy wpływ mają dwa przeciwstawne w kontekście rynku uczucia: strach i chciwość. Dlatego podjęto próbę oszacowania ich poziomu za pomocą odpowiednich wskaźników, które są wykorzystywane podczas waluacji ryzyka inwestycyjnego. Dwa wcześniej wspomniane uczucia są źródłem licznych pułapek psychologicznych i mogą prowadzić do poważnych strat. Innym problemem jest subiektywne postrzeganie rynku. Ze względu na ten fakt niezbędne jest odpowiednie uhierarchizowanie niezbędnych umiejętności, które ułatwią osiągnięcie zysków. Bez odpowiedniego nastawienia, cierpliwości i dyscypliny inne umiejętności nie będą tak efektywne i w konsekwencji inwestor nie będzie w stanie poprawnie funkcjonować na rynku.

Bibliografia

- Bankier, 2010, *Psychologia inwestowania*, <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Psychologia-inwestowania-2254011.html> [dostęp: 7.10.2019].
- Buczek S., 2005, *Finanse behawioralne a akcje (część II)*, <https://www.parkiet.com/artykul/406378.html> [dostęp: 1.11.2019].
- Caldini R., 2000, *Wywieranie wpływu na ludzi*, Gdańsk.
- CNN, 2019, *Fear & Greed Index*, <https://money.cnn.com/data/fear-and-greed/> [dostęp: 13.11.2019].
- Dudzińska-Baryła R., 2018, *Zasady teorii perspektywy w ocenie decyzji inwestorów na rynku giełdowym*, Katowice.
- Hońdo T., 2012, *Teoria błędzenia losowego kontra analiza techniczna*, parkiet.com, <https://www.parkiet.com/Profesjonalny-inwestor/312069946-Teoria-bladzenia-losowego-kontra-analiza-techniczna.html> [dostęp: 22.11.2019].
- Michałek B., 2007, *Chciwość, strach i pieniądze*, <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Chciwosc-strach-i-pieniadze-1571946.html> [dostęp: 7.10.2019].
- Owen A.M., 2011, *The Monte Carlo fallacy*, Sydney, „The Medical Journal of Australia”, No. 195.
- Pring M.J., 2001, *Psychologia inwestowania*, Kraków.
- Schwanger J.D., 2007, *Mistrzowie rynków finansowych*, Kraków.
- Strelau J., 2007, *Psychologia. Podręcznik akademicki, t. 2: Psychologia ogólna*, Gdańsk.
- Tychmanowicz P., 2019, *Dane KNF różnią się od danych brokerów*, <https://www.parkiet.com/Forex/304049982-Dane-KNF-roznia-sie-od-danych-brokerow.html> [dostęp: 5.10.2019].
- Tyszka. T., 1999, *Psychologiczne pułapki oceniania i podejmowania decyzji*, Gdańsk.
- Wilk J., 2016, *Efekt potwierdzenia – dlaczego tak trudno przyznać się do błędu*, <https://www.fxmag.pl/artykul/efekt-potwierdzenia-dlaczego-tak-trudno-pryznac-sie-do-bledu> [dostęp: 25.11.2019].
- Zając P., 2019, *Dziesięć praktycznych wskazówek dla twórców strategii inwestycyjnych*, <https://www.parkiet.com/Inwestycje/304239947-Dziesiec-praktycznych-wskazowek-dla-tworcow-strategii-inwestycyjnych.html> [dostęp: 9.11.2019].

Biogram

Mateusz Wutkie – student I roku studiów magisterskich na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze na specjalności finanse międzynarodowe i bankowość. Zainteresowania badawcze: tematyka funduszy inwestycyjnych oraz spekulacji na rynkach finansowych.



Marketing społeczny, storytelling i budowanie narracji w reklamie na przykładzie spotu „100 sekund dobra”

Daria Kuling | Uniwersytet Gdański
<https://orcid.org/0000-0002-9803-8511>

Aleksandra Mazurek | Uniwersytet Gdański
<https://orcid.org/0000-0003-0620-2503>

Streszczenie

Słowa kluczowe:
reklama, marketing,
komunikacja
wizualna,
storytelling,
marketing społeczny

Marki, które odnoszą sukces, to te, które dają swoim konsumentom coś więcej niż produkt. Postrzegają one klienta jako człowieka, który ma pragnienia i emocje, starają się więc na nie odpowiedzieć. Jedną z takich marek jest Jeronimo Martins. Powstałym we współpracy z Caritasem spotem „100 sekund dobra” firma zachęca do niesienia pomocy innym oraz odwołuje się do ważnych dla każdego Polaka wartości, takich jak patriotyzm, dom, rodzina. Film na tle innych treści promocyjnych wyróżnia się dbałością o wizualne detale. Ponadto o sile przekazu stanowią przyciągająca uwagę widza historia oraz znakomicie wkomponowany w promocję marki marketing społeczny, którym został poświęcony niniejszy artykuł. Głównym celem artykułu jest analiza spotu „100 sekund dobra” w aspekcie wizualnym i narracyjnym. W artykule również przedstawiono funkcje storytellingu i marketingu społecznego w przekazie reklamowym.

Social marketing, storytelling and visual aspects of “100 seconds of good” advertising (Summary)

Keywords:
advertising,
marketing, visual
communication,
storytelling, social
marketing

Brands that are successful are those that give their consumers something more than a product. They perceive the client as a person who has desires and emotions and try to answer them. One such brand is Jeronimo Martins. The “100 seconds good” spot created in cooperation with Caritas the company encourages to help others and refers to values important for each Pole, such as patriotism, home, family. Compared to other promotional content, the film is distinguished by attention to visual details. In addition, the strength of the message is history which attracts attention of viewers and social marketing perfectly integrated into the promotion of the brand. The main goal of the article is the analysis of the “100 seconds of good” spot in the visual and narrative aspect. The article also presents the functions of storytelling and social marketing in advertising.

Wstęp

Celem wszelkich firm, przedsiębiorstw, organizacji oraz usługodawców jest odniesienie sukcesu. Osiągnięcie tego celu, za którym kryje się nie tylko zysk, ale przede wszystkim zaufanie i zadowolenie konsumentów, na przestrzeni ostatnich lat jest szczególnie trudne. Komercjalizacji uległa większość dziedzin życia. Współczesny człowiek każdego dnia bombardowany jest niezliczoną ilością materiałów reklamowych. Krzyczące slogany, hasła reklamowe, banery, reklamy w mediach nieustannie docierają do potencjalnych klientów. Spośród licznych komunikatów reklamowych tylko niektóre zatrzymują uwagę odbiorcy, wywołują emocje i zaangażowanie. Przykładem takiej reklamy jest spot firmy Jeronimo Martins „100 sekund dobra”. Spot ten wyróżnia się na tle treści promocyjnych wizualnym aspektem przekazu, storytellingiem oraz znakomicie wkomponowanym w promocję marki marketingiem społecznym.

Film przedstawia rady najdłużej żyjących Polaków, których doświadczyło życie. Opowiadają oni pokrótce swoje historie, jednak mimo przeżytych dramatów zapewniają, że bez względu na sytuację, w której się znajdujemy, pomoc bliźnim jest zawsze najważniejsza. Bohaterowie odpowiadają na ważne pytania, m.in.: „Co znaczy być patriotą?”, „Co tak naprawdę w życiu jest ważne?”. Pani Marianna, Pan Kazimierz, Pani Janina i Pan Jan – wszyscy z ponad 100-letnim stażem życia – zgodnie twierdzą, że żyjemy po to, aby zostawić po sobie coś dobrego. „Jak będzie człowiek szedł i pomagał od siebie to jest patriotyzm” – uważa 105-letni pan Kazimierz, pułkownik Wojska Polskiego. Przekonuje, że „złe trzeba odrzucać, a co dobre, przyjmować”. Natomiast według pani Janiny bardzo ważne w życiu jest to, aby „ludzi nie odgarniać od siebie, ale ich przygarniać. Dobre uczynki do nas wracają, aby złych nie było” – mówi (Caritas Polska, *Pomagamy na 100! – 100 SEKUND DOBRA*).

Celem niniejszego artykułu jest analiza reklamy „100 sekund dobra” w aspekcie wizualnym i narracyjnym oraz wykazanie prawdziwości stwierdzenia, iż marketing społeczny i storytelling pełnią istotną funkcję w przekazie reklamowym. Dla realizacji celów pracy oraz weryfikacji postawionej tezy konieczne było zastosowanie zróżnicowanych metod badawczych. Proces badawczy został oparty głównie o analizę krytyczną reklamy. Wykorzystane zostały również takie metody badawcze, jak obserwacje i porównania. Ponadto praca wzbogacona jest o indywidualne studium przypadku, co umożliwiło sformułowanie wniosków końcowych.

O firmie Jeronimo Martins i jej misji

Jeronimo Martins rozpoczęło swoją działalność w Polsce w roku 1995 pod nazwą Jeronimo Martins Dystrybucja S.A. Wtedy zaczęły powstawać też pierwsze sklepy sieci Biedronka. Początkowo nie był to jedyny obszar działalności, ponieważ firma była także właścicielem hipermarketów Jumbo oraz sieci Eurocash. Z czasem zapadła jednak decyzja o skupieniu się na jednym biznesie – sieci sklepów Biedronka. W roku 2005

firma obchodziła dziesięciolecie działania na polskim rynku. Zainwestowano podczas tych 10 lat około 1,7 mld złotych. Głównie w rozbudowę i modernizację sklepów sieci Biedronka. Od 5 czerwca 2012 r., spółka nosi nazwę Jeronimo Martins Polska S.A. (Jeronimo Martins Polska S.A., *Historia*).

Obecnie Jeronimo Martins zajmuje się również sektorem kosmetycznym i farmaceutycznym. W jego skład wchodzi takie marki, jak drogeria Hebe i Hebeapteka. Te dwa podmioty pozwoliły na wyodrębnienie nowej spółki o nazwie Jeronimo Martins Drogerie i Farmacja. Skupienie farmacji i drogerii w jednym miejscu to komplementarne połączenie. Koncepcja sklepów kosmetycznych opiera się na połączeniu atrakcyjnej oferty cenowej i wysokiej jakości obsługi klienta (Jeronimo Martins Polska S.A., *O nas*).

Grupa Jeronimo Martins jest spółką, która w swojej działalności przyczynia się do zrównoważonego rozwoju. Firma podjęła pięć zobowiązań, które są realizowane we wszystkich obszarach działalności (Jeronimo Martins Polska S.A., *Misja i wizja*):

- promowanie zdrowego odżywiania,
- odpowiedzialne pozyskiwanie zaopatrzenia,
- szanowanie środowiska naturalnego,
- wspieranie lokalnych społeczności,
- bycie wzorcowym pracodawcą.

Zobowiązania te są realizowane m.in. przez takie działania, jak ograniczanie niekorzystnego wpływu działalności na środowisko, promowanie uczciwej i konkurencyjnej polityki w zakresie wynagrodzeń czy pozyskiwanie dostaw na rynku lokalnym w miarę takich możliwości. Poza tym JM wspiera również walkę z głodem, niedożywieniem oraz wykluczeniem społecznym; przedsiębiorstwo zachęca, aby ludzie szanowali się wzajemnie, wspierali oraz cieszyli każdą przeżytą wspólnie chwilą (Jeronimo Martins Polska S.A., *Misja i wizja*).

Przykładem potwierdzającym realizację misji firmy, która brzmi: „rozwój i tworzenie wartości dla Grupy, przy jednoczesnym przyczynianiu się do zrównoważonego rozwoju społeczności, w których działamy”, jest m.in. spot reklamowy „100 sekund dobra” wpisujący się w obchody 100-lecia odzyskania przez Polskę niepodległości. Jest to krótki film należący do kampanii „Pomagamy na 100”, organizowanej przez Biedronkę i Caritas, której celem jest pomoc najbardziej potrzebującym (Sołecka 2015).

Analiza spotu pod względem wizualnym i narracyjnym

Bez wątpienia obecne społeczeństwo reprezentuje cywilizację obrazu. I chociaż ściany jaskiń z biegiem lat zastąpiły ściany w mediach społecznościowych, a piktogramy zmieniły się w zdjęcia, memy czy krótkie filmy, to obraz niezmiennie odgrywa kluczową rolę w komunikacji. Dziś, kiedy tempo życia jest szybsze niż kiedykolwiek, a docierające do człowieka bodźce nieustannie się mnożą, obraz jest najbardziej skuteczną formą przekazu. Przekaz wizualny stanowi bowiem aż 90% informacji przesyłanych do

mózgu. Obraz zostaje przetworzony nawet 60 000 razy szybciej niż tekst (Sibley 2017). Według Jamesa McQuiveya, głównego analityka Forrester Research zajmującego się badaniami technologii medialnych, jedna minuta video warta jest około 1,8 miliona słów (Pagoria 2014).

W świetle tych danych nie dziwi fakt, iż wykorzystanie potencjału komunikacji wizualnej stanowi podstawowy element strategii marketingowej marek. Dobrze dobrany obraz nie tylko pozostaje w pamięci odbiorców, ale także pozwala wyróżnić się na tle konkurencji, wykreować właściwy dla marki wizerunek oraz zademonstrować wyznawane wartości.

Tworząc reklamę „100 sekund dobra”, marka Jeronimo Martins zadbała o wizualne detale. Przez 90 sekund spotu prezentowane są wypowiedzi bohaterów – starszych osób – dotyczące życia, patriotyzmu. Pojawiają się też elementy retrospekcji – fotografie, ale również codzienności: park, wnuczka z babcią. Całość formatu przypomina zabiegi stosowane w dokumentach historycznych, kiedy to poszczególne osoby wspominają minione wydarzenia. Ostatnie 10 sekund filmu to informacja o akcji Biedronki i Caritasu oraz podziękowanie dla klientów.

Dokonując analizy obrazu nieruchomego w filmie, należy wyróżnić poszczególne elementy. Kadr filmu jest prostokątny. W każdym kadrze centralnym punktem optycznym są twarze lub dłonie, wyeksponowane w ten sposób, że widz zwraca na nie uwagę od razu i nie zauważa nic poza nimi. W filmie występują liczne zbliżenia. Kąty ujęcia są na wysokości oczu bohaterów. Odbiorca widzi scenę z pozycji obserwatora. Przeważająca liczba ujęć filmowana jest z nieruchomej kamery, ujęcia są statyczne, a ruch kamery niewielki. W większości kadrów, o ile nie we wszystkich, wykorzystany został plan główny, pojawiające się na nim elementy są wyostrome, tło natomiast jest rozmyte. Taki zabieg sprawia, że uwaga całkowicie skupia się na wyostromionych, ważnych elementach pierwszego planu. Kompozycja jest statyczna i otwarta, elementy wychodzą poza kadr, pojawia się również kompozycja centralna (dłonie, orzełek na czapce) i asymetryczna (pozostałe kadry). Elementy są proporcjonalne względem siebie. Widoczna w spocie typografia o fontach szeryfowych kontrastuje z barwami wykorzystanymi w filmie.

Widz niemalże od pierwszego kadru (detal dłoni) odnosi wrażenie, że za chwilę zostanie opowiedziana historia. Całość przedstawiona została w przyciemnionych, stonowanych i chłodnych barwach, zastosowany został zabieg winietowania. Wszystko to nadaje historyczny charakter oraz wprowadza w odpowiedni klimat. Kolory wywołują wrażenie harmonii. Podkreślona zostaje powaga sytuacji odzyskania niepodległości i jednej z głównych wartości prezentowanych w spocie – patriotyzmu.

Omawiany spot wyróżnia się spośród innych także narracją. Jest ona niedramatyczna, pozostawia szerokie pole do interpretacji, właściwie przez cały film nie wiadomo, jaka marka za nim stoi ani co ma promować; jest to świetnie ukazana historia, którą można interpretować na wiele sposobów, ma wielowymiarowy charakter: patriotyzm, pomoc

innym. Logo i nazwa marki pojawiają się w spocie jedynie w ostatnich 10 sekundach, co sprawia, że widz niemal nie odczuwa, iż jest to reklama.

Analizując reklamę „100 sekund dobra”, warto również wspomnieć o muzyce. Jest ona bardzo spokojna. Wprowadza w melancholijny, poważny nastrój, który skłania do refleksji. Momentami dźwięk zupełnie nie pasuje do przedstawionych humorystycznie, pogodnych postaci, co może mylić odbiorcę. Jest to jednak celowy zabieg, który ma nie tylko utrzymać uwagę widza, ale przede wszystkim podkreślić podniosłość rocznicy odzyskania niepodległości.

Wszystkie te detale sprawiają, że reklama jest naturalna, autentyczna. Na każdym poziomie obraz buduje pożądany wizerunek firmy. Po obejrzeniu spotu przez odbiorcę marka kojarzy się mu z ponadczasowymi wartościami: patriotyzmem, mądrością życiową, domem, rodziną, ponadto w pamięci widza pozostaje fakt, iż marka niesie pomoc innym. Co najważniejsze, film wywołuje wiele emocji. Porusza i skłania do refleksji. Format, który tak silnie oddziałuje na uczucia widzów, może zaowocować zaufaniem, lojalnością i sympatią nie tylko klientów marki, ale także niezwiązanych z nią dotychczas odbiorców. Owe oddziaływanie przekazu na odbiorcę opiera się na komunikacji perswazyjnej.

Perswazja to jeden z czynników decydujących o sukcesie reklamy (Benedikt 2005: 129). *Wielki Słownik Języka Polskiego* definiuje perswazję jako „przycoczenie odpowiednich argumentów w celu wywarcia wpływu na kogoś” (Żmigrodzki 2007). Tym samym „perswazja odnosi się do tych aktów komunikacyjnych, których celem jest realizowanie strategii nakłaniających odbiorcę do określonego sposobu postępowania, zgodnego z intencjami osoby nadającej przekaz” (Albin 2000: 110). Przekaz reklamowy ma informować o produkcie lub jego nowych wersjach i jednocześnie skłonić odbiorcę do działania – skorzystania z określonej usługi czy też wzięcia udziału w konkretnej akcji. Ponadto reklama ma kreować pożądany wizerunek marki w świadomości odbiorców, budzić pozytywne skojarzenia, emocje. Wszystkie wymienione wcześniej cechy perswazji doskonale widoczne są w spocie „100 sekund dobra”.

Storytelling

Uwaga konsumenta w czasach wszechobecnej reklamy i mnogości komunikatów docierających do niego każdego dnia jest na wagę złota. Storytelling jest formą, która działa na odbiorcę na wielu płaszczyznach, budząc w nim emocje i zaangażowanie. Potęgą drzemiącą w tej technice, dzięki której ten format nie tylko przyciąga uwagę, ale jest również w stanie ją utrzymać, jest opowieść. Uchodząca za eksperta w zakresie storytellingu Monika Górńska definiuje to pojęcie jako „sztukę świadomego oddziaływania na emocje i wyobraźnię odbiorcy za pomocą opowieści i metafory, w sposób, który wywołuje natychmiastowy wpływ i buduje trwałe relacje” (Górńska, online). O efektach, jakie może przynieść ciekawa i dobrze opowiedziana historia, bez wątpienia

wiedziały takie legendy, jak Disney, Lincoln czy Homer. Ich opowieści przyciągały ludzi jak magnes i mimo upływu wielu lat przetrwały do dziś.

Codziennosc wypełniona różnymi historiami nie jest niczym nowym. Ludzie od tysięcy lat komunikują się za pośrednictwem opowieści. Historie łączą. Dzięki nim człowiek, który z natury jest istotą społeczną, może nawiązać nić porozumienia z innymi, ten mechanizm sprawia, iż opowieści są bardziej zapamiętywane przez odbiorców. W odniesieniu do marketingu historia zaprezentowana przez markę pozwala jej nawiązać więź z odbiorcą. Opowieści budzą emocje, a im nie sposób się oprzeć. Wśród różnych bodźców kierujących ludzkim zachowaniem, również konsumenckim, uczucia z pewnością należą do jednych z najsilniejszych. Badania, które przeprowadził neuroekonomista Paul Zak, wskazują, iż podczas momentów napięcia w opowieści mózg człowieka produkuje hormon stresu – kortyzol, który pozwala na lepszą koncentrację. W innych, uroczych, odprężających scenach (np. z udziałem zwierząt) mózg uwalnia oksytocynę – hormon odpowiadający za uczucie empatii i bliskości. Zakończona szczęśliwie historia pobudza układ limbiczny, ośrodek nagrody w mózgu, zwiększa produkcję dopaminy, a tym samym wywołuje nadzieję i optymizm (Monarth, online). Uczucia wyzwolone opowiedzianą historią często pozwalają wpłynąć na nastawienie danej osoby, decydują o sympatii lub jej braku. Opowieść w odróżnieniu od danych i statystyk trafia prosto do serca odbiorcy, inspiruje go, zachęca do działania i zaskarbia jego przychylności dla tego, kto ją opowiada. Wnioski te nie pozostawiają złudzeń co do tego, iż dobrze wykorzystany storytelling może być w rękach marketingowców niezwykle skutecznym narzędziem.

Jeronimo Martins oparł storytelling, jak i całą strategię marketingową na wartościach. Poprzez reklamę „100 sekund dobra” trafia do serc widzów m.in. dzięki silnie zaakcentowanym wartościom, takim jak patriotyzm, dobro, rodzina. Każdy z występujących w spocie bohaterów przeżył ponad 100 lat. Odpowiadają oni w filmie na cztery kluczowe pytania:

- Co znaczy być patriotą?
- Co tak naprawdę w życiu jest ważne?
- Co znaczy walczyć o ojczyznę w czasach pokoju?
- Jak żyć, by móc pod koniec ziemskiej wędrówki nie bać się spojrzeć sobie i innym w oczy?

Pytania te są uniwersalne, może sobie zadać je każdy. Historia ma na celu zwrócenie uwagi odbiorców na to, co w życiu jest ważne, oraz zachęcenie ich do niesienia pomocy innym. Ponadto przedstawienie bohaterów spotu w codziennych sytuacjach sprawia, że widz czuje, iż są oni blisko, a na ich miejscu mógłby pojawić się również jego dziadek lub babcia. Interpretując opowieść przedstawioną w reklamie, łatwo się z nią utożsamić, ponieważ dotyczy ona życiowych wartości, ważnych dla każdego pokolenia. Opowieść, która ukazuje człowiekowi podobne do wyznawanych przez niego wartości, wzbudza zaufanie, a to z kolei sprawia, że klient chętniej zainteresuje się produktem takiej marki, nawet jeśli jego cena byłaby wyższa od innych.

Marketing społeczny

Marketing społeczny to „proces tworzenia, komunikowania i dostarczania wartości klientom w sposób, który uwzględnia ich oczekiwania społeczne, ekologiczne i etyczne” (Czubała 2013: 25). Wdrożenie tego typu marketingu w działania firmy wymaga od przedsiębiorstwa analizy kierunków rozwoju rynków oraz identyfikacji, dla których segmentów korzyści społeczne i ekologiczne są ważne. Następnie należy uwzględnić te czynniki w procesach kreowania i dostarczania nabywcom oczekiwanych przez nich wartości. Zainteresowanie nabywców problemami etycznymi, społecznymi czy środowiskowymi sprawiło, że coraz częściej oczekuje się od producentów m.in.: ekologicznych opakowań, rzetelnych informacji, uczciwej reklamy czy jasnych procedur reklamacyjnych. Zmiana zachowań konsumentów wymusza na producentach etyczne postępowanie oraz powoduje wzbogacenie oferty rynkowej o dodatkowe korzyści społeczne (Czubała 2011: 58–66).

W definicji opracowanej przez American Marketing Association (AMA) stwierdzono, że marketing definiuje się jako „działalność, zbiór instytucji i procesów tworzenia, komunikowania, dostarczania oraz wymiany ofert posiadających wartość dla klientów, odbiorców, partnerów oraz społeczeństwa jako całości” (Kamiński 2014: 130). Z definicji tej wynika, że marketing to pewnego rodzaju misja, która polega na integrowaniu całego łańcucha współpracujących ze sobą podmiotów.

Amerykański ekonomista, honorowy profesor Katedry Marketingu Międzynarodowego w Kellogg School of Management, Philip Kotler, również wyróżnia społeczną koncepcję zarządzania marketingowego. Zauważa on, że działania podejmowane przez przedsiębiorstwa nie dotyczą tylko danej organizacji i klientów, ale dotyczą także społeczeństwa jako całości. Podejście czysto marketingowe może nie dostrzegać konfliktu między doraźnymi potrzebami konsumenta a jego długofalowym dobrobytem. Orientacja społeczna stawia pytanie, czy firma, która zaspokaja indywidualne pragnienia, zawsze czyni to, co będzie najlepsze dla klientów i społeczeństwa na dłuższą metę. Marketing nie miał być już tylko narzędziem umożliwiającym osiągnięcie zysku, ale miał on również pomagać w rozwiązywaniu problemów ekologicznych czy społecznych w taki sposób, aby korzyść odniosło całe społeczeństwo (Kotler i in. 2002: 76).

Obecnie nabywcy weryfikują skuteczność podjętych przez przedsiębiorstwo przedsięwzięć m.in. poprzez decyzje zakupowe. Konsumenty nie są już tylko źródłem przychodów dla firmy, ale przede wszystkim cennych informacji o postrzeganej wartości oferty, rekomendacji produktów czy satysfakcji z zakupu. Sukces rynkowy przedsiębiorstwa zależy więc od stopnia zrozumienia znajomości potrzeb klientów, ich preferencji i umiejętności wykorzystania tych informacji przez firmę.

Firma Jeronimo Martins, współtworząc kampanię „Pomagamy na 100”, chciała nie tylko „oddać szacunek tym, którzy budowali niepodległość, ale również tym, którzy tworzą przyszłość”. W związku ze zrównoważonym rozwojem firmy partnerzy JM i Caritas

organizują również festyny rodzinne czy różnego rodzaju ogólnopolskie świąteczne zbiórki żywności. Są to projekty mające na celu pobudzenie integracji międzypokoleniowej poprzez tworzenie swoistej sztafety wartości (Caritas Polska, *Pomagamy na 100! Największe dzieło...*). Marka poprzez udział w akcji charytatywnej buduje pozytywny wizerunek firmy. Pomaganie dobrze wpływa na jej reputację. Organizowanie czy wspieranie, w odpowiedni sposób, na właściwą skalę i spójnie z filozofią marki, dobroczynnych akcji potrafi wykreować ogromne pokłady pozytywnego PR. Film skierowany jest nie tylko do klientów marketów Biedronka, ale przede wszystkim jego adresem jest każda Polka i każdy Polak.

Zakończenie

Wykorzystanie potencjału komunikacji wizualnej stanowi podstawowy element strategii marketingowej marek. Współczesny człowiek ma coraz mniej czasu, dlatego często unika wszechobecnych reklam. Stara się je omijać, wyciszać, usuwać, wykupując na przykład wersję premium aplikacji. Jednak nie każda reklama musi być kojarzona źle. Nie każda musi być stratą czasu. Marketingowcy coraz częściej starają się zwrócić uwagę odbiorcy treściami wartościowymi. Tak jak Jeronimo Martins w opisanym w artykule spocie „100 sekund dobra”.

Jedną z metod zainteresowania konsumenta reklamą jest storytelling, którym posłużyła się marka JM. To nic innego jak promocja produktu bądź marki za pomocą opowiadania intrygującej dla odbiorcy historii. Taka forma przekazu niezwykle oddziałuje na wyobraźnię potencjalnego klienta, a co za tym idzie – umożliwia refleksję i pozostaje na długo w jego pamięci. Warto podkreślić również społeczny wymiar marketingu zastosowanego przez markę JM. Ten rodzaj marketingu ma dziś ogromne znaczenie podczas budowania wizerunku firmy, a Biedronka doskonale sprawdza się również na tej płaszczyźnie. Poza samą akcją charytatywną zwraca uwagę na ważne dla Polaków święto i chociaż sama firma nie jest polska, takim zabiegiem sprawia wrażenie rodzimej marki, bliskiej Polakom.

Bibliografia

- Albin K., 2000, *Reklama: przekaz, odbiór, interpretacja*, Warszawa–Wrocław.
- Benedikt A., 2005, *Reklama jako proces komunikacji*, Wrocław.
- Caritas Polska, *Pomagamy na 100! – 100 SEKUND DOBRA*, <https://caritas.pl/blog/2018/04/12/pomagamy-na-100-100-sekund-dobra/> [dostęp: 5.10.2019].
- Caritas Polska, *Pomagamy na 100! Największe dzieło pomocy w historii współpracy dwóch gigantów*, <https://caritas.pl/blog/2018/04/05/pomagamy-na-100-najwieksze-dzielo-pomocy-w-historii-wspolpracy-dwoch-gigantow/> [dostęp: 5.10.2019].
- Czubała A., 2013, *Koncepcja i formy marketingu społecznego przedsiębiorstw*, „Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie”, t. 22, nr 1.

Czubała A., 2011, *Rola konsumentów w realizacji koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, „Konsumpcja i Rozwój”, nr 1.

Górska M., b.r., *Storytelling biznesowy*, <https://monikagorska.com/storytelling/> [dostęp: 4.10.2019].

Jeronimo Martins Polska S.A., *Historia*, <https://karierawjm.pl/o-nas/historia/> [dostęp: 4.10.2019].

Jeronimo Martins Polska S.A., *Misja i wizja*, <https://karierawjm.pl/o-nas/historia/> [dostęp: 4.10.2019].

Jeronimo Martins Polska S.A., *O nas*, <https://karierawjm.pl/o-nas/historia/> [dostęp: 4.10.2019].

Kamiński J., 2014, *Marketing a społeczeństwo – obszary działania – bariery badania*, „Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Pragmata tes Oikonomias” nr 8.

Monarth H., b.r., *Nieodparta moc storytellingu jako strategicznego narzędzia biznesowego*, Harvard Business Review Polska, <https://www.hbrp.pl/b/nieodparta-moc-storytellingu-jako-strategicznego-narzedzia-biznesowego/1BDQj23gl> [dostęp: 5.10.2019].

Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V., 2002, *Marketing. Podręcznik Europejski*, Warszawa.

Pagoria C., 2014, *Video Retention Rates*, Motion Source, <https://www.motionsource.com/blog/video-retention-rates> [dostęp: 5.10.2019].

Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., 2010, *Marketing 3.0*, Warszawa.

Sibley A., 2017, *19 Reasons You Should Include Visual Content in Your Marketing*, Hubspot, <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33423/19-reasons-you-should-include-visual-content-in-yo-ur-marketing-data.aspx> [dostęp: 5.10.2019].

Sołecka K., 2015, *Najdłużej żyjący Polacy o szczęśliwym życiu. Zobacz film „100 sekund dobra*, <https://www.rmfmagazyn/news,15634,najdluzej-zyjacy-polacy-o-szczesliwym-zyciu-zobacz-film-100-sekund-dobra.html> [dostęp: 5.10.2019].

Żmigrodzki P. (red.), 2007, *Wielki słownik języka polskiego*, Kraków.

Biogram

Daria Kuling – absolwentka studiów magisterskich na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna o specjalizacji PR i reklama na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Gdańskiego. W pracy naukowo-badawczej zajmowała się reklamą i marketingiem w mediach społecznościowych oraz komunikacją w trakcie kryzysu i sytuacji kryzysowych. Zainteresowania: content marketing, storytelling, social media marketing.

Aleksandra Mazurek – absolwentka Uniwersytetu Gdańskiego, studiów licencjackich na kierunku zarządzanie (o specjalności marketing) oraz magisterskich na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Obecnie kontynuuje naukę w Wyższej Szkole Bankowej na kierunku multimedia i grafika komputerowa. Zainteresowania: marketing, PR, social media, grafika komputerowa, femvertising.



Raport z badań. Ocena zaspokajania przez Dział Socjalny i Radę Zakładową potrzeb kulturalnych i wypoczynkowych pracowników Uniwersytetu Gdańskiego – źródło

Dominik Bień | Uniwersytet Gdański
<https://orcid.org/0000-0001-7033-8216>

Poniższy raport został przygotowany przez Międzywydziałowy Zakład Badań Społecznych, jednostkę funkcjonującą na Uniwersytecie Gdańskim (UG) od połowy lat 70. do początku lat 80. XX wieku¹. Członkami zespołu byli m.in. Mieczysław Gulda², Teresa Bauman³, Andrzej Itrych. W Archiwum UG zachowało się 16 raportów, a w spisie przekazywanych akt widnieje zapis wskazujący na 18 raportów będących efektem działalności wspomnianego zespołu.

Raporty wydają się niezwykle bogatym źródłem dokumentującym życie codzienne na UG. Odzwierciedlają poglądy studentów (np. portret studenta UG lat 70., stosunek do regulaminu studiów, ocenę studiów przez absolwentów), stosunek do spraw naukowych czy

¹ Opis pierwszego raportu z badania wykonanego przez zespół pochodzi z 1975 r., ostatni raport dotyczy badań przeprowadzonych podczas strajku studenckiego w 1981 r. Por. AUG A/611, Ekspertyzy i badania Międzywydziałowego Zakładu Badań Społecznych; AUG A/611, Opis raportów.

² Mieczysław Gulda (1936–2020), socjolog, dr habilitowany, wykładowca Uniwersytetu Gdańskiego, Akademii Pomorskiej w Słupsku, Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku oraz wielu szkół prywatnych. Prorektor AWFis w Gdańsku w latach 1993–1996. Autor prac naukowych i podręczników, m.in. *Młodzież wobec przyszłości*, *Socjologia: wprowadzenie do socjologii turystyki*, *Postawy młodzieży wobec niektórych wartości życiowych*.

³ Teresa Bauman (1955–2017) – pedagog, dr habilitowana, pracownik UG (1978–2015), kierownik Zakładu Dydaktyki w Instytucie Pedagogiki UG (2005–2015). Autorka i współautorka wielu publikacji, m.in. *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe, Uniwersytet jako środowisko dydaktyczno-wychowawcze (na przykładzie Uniwersytetu Gdańskiego)*.

organizacji nauki (ocena zeszytów naukowych UG, ocena rozwiązań w zakresie prowadzenia badań), a także podejście do spraw politycznych (rola Socjalistycznego Zrzeszenia Studentów Polskich, opinie o strajku jako formie wyrażania protestu).

Przemysław Pluciński wskazuje na kilka perspektyw i narzędzi przydatnych do badania życia codziennego w PRL. Są nimi: dokumenty osobiste (np. pamiętniki), perspektywa socjograficzna (duże agregaty danych zbierane podczas badań terenowych lub etnograficznych prowadzonych w miastach czy wsiach), badania w ramach socjologii pracy czy przemysłu (np. „badania monograficzne załóg pracowniczych i zakładów pracy”), badania stylów życia (oparte na „socjologii rozumiejącej, odwołań do fenomenologii i etnometodologii, ale też określonych postulatów socjologii krytycznej i marksizmu”), mikrosocjologia Ervinga Goffmana i semiologia Rolanda Barthesa, „szkoła Annales (...) oral history i history from below” (Pluciński 2019: 20). W takiej perspektywie analizowany raport przynależałby prawdopodobnie do badań w ramach socjologii pracy, szczególnie że w tym przypadku brakuje odniesień do kształcenia czy badań naukowych, które to odniesienia mogłyby wskazywać na związki z socjologią edukacji czy badaniami pedagogicznymi.

Co ważne, raport jest pewnym przyczynkiem do rozpoznania życia codziennego pracowników UG w latach 70. XX wieku, w myśl tego, o czym pisze Jan Pomorski: „nie da się zrozumieć naszej historii, tego przez co przeszliśmy jako wspólnota na poziomie makrohistorii, bez przywoływania tego, co składało się na naszą codzienność – ten mikroświat społeczno-kulturowego doświadczenia, w którym zanurzona była jednostka” (Pomorski 2019: 43). Pomorski ubolewa również, że historycy skupiali się raczej na „historiograficznych celebrytach” zamiast na zwykłych Polakach, ostatecznie dochodząc do wniosku, że światy mikro i makro się przenikają (Pomorski 2019: 45). Takie przenikanie wydaje się niezwykle interesujące i płodne badawczo w przypadku UG w latach 70. i 80. W końcu to z tego środowiska wyszło co najmniej trzech historiograficznych celebrytów III RP. Lech Kaczyński, Aleksander Kwaśniewski i Donald Tusk studiowali lub pracowali na UG w latach 70. ubiegłego stulecia. Być może w codzienności, w specyficznych strukturach, życiu naukowym albo bliskości morza kryje się jakiś czynnik prowadzący ich biografie w jednym kierunku.

Tło historyczne

Szerszym kontekstem funkcjonowania społeczności uniwersyteckiej w drugiej połowie lat 70. był narastający kryzys gospodarczy. Jak wskazuje Łukasz Kamiński, „próbując pozyskać sympatie społeczeństwa, władze zwiększały nakłady na konsumpcję. Symbolem epoki stały się produkowane w kraju dzinsy, mały fiat i coca-cola. Dzięki rozwinięciu technologii «wielkiej płyty» (...) rozwijało się budownictwo mieszkaniowe” (Kamiński 2014: 373). Rozbudzone w ten sposób aspiracje zostały skonfrontowane ze wspomnianym kryzysem, którego przyczyn należy szukać zarówno w błędach

Edwarda Gierka i jego ekipy, jak i czynnikach zewnętrznych (kryzys paliwowy i nieurodzaj w rolnictwie) (Kamiński 2014: 399).

Z drugiej strony od kilku miesięcy funkcjonowała zorganizowana opozycja polityczna w postaci Komitetu Obrony Robotników, której wpływy na środowisko gdańskich naukowców wydawały się raczej niewielkie. Leszek Biernacki wskazuje, że „opozycję w Gdańsku tworzyła głównie młodzież studencka – to od niej wszystko miało się zacząć. Nie było tu występujących przeciwko władzy wybitnych intelektualistów, profesorów czy artystów” (Biernacki 2014: 53). Jednocześnie sama młodzież nie była w stanie zorganizować wokół siebie szerszych grup opozycyjnych. Podczas spotkań na Wydziale Humanistycznym pojawiała się „przeważnie do 50 osób”, co przez organizatorów było uznawane za porażkę, a miało związek z brakiem „ludzi o znanych nazwiskach i autorytetów, które jawnie manifestowałyby swoją niezależność i byłyby gotowe włączyć się w działalność opozycyjną. Nieliczna gdańska inteligencja z kręgów naukowych i kulturalnych zachowała dystans wobec rodzącej się opozycji demokratycznej” (Biernacki 2014: 109). Ostatecznie wydaje się, że gdańskie środowisko naukowe było w niewielkim stopniu usatysfakcjonowane swoim poziomem życia, jednak brakowało im narzędzi i świadomości do osadzenia swoich postulatów w programie opozycji politycznej. Do powiązania postulatów socjalnych i politycznych doszło kilka lat później, w roku 1980, kiedy pracownicy UG włączyli się w działania NSZZ „Solidarność” (por. Kaliszuk 2019).

Struktura

Omawiany raport składa się z 17 stron maszynopisu i opiera się na danych ilościowych wzbogaconych o odpowiedzi na pytania otwarte (odpowiedzi uzyskano na podstawie badań ankietowych). Do raportu załączony był kwestionariusz badawczy, z którego w poniższej edycji zrezygnowano. W teczce, w której znajduje się raport, umieszczono również list przewodni z dni 1–15 października 1976 r. od prezesa Rady Zakładowej ZNP UG dr. Eugeniusza Andrzejewskiego, w którym wskazuje on na cel badania („poprawa działalności rady”) oraz zapewnia o anonimowości respondentów.

Struktura raportu opiera się na następujących częściach:

1. Charakterystyka badanych, w której uwzględniono pytania metryczkowe (płeć, wiek, wydział itp.), ale również inne, np. o posiadanie telewizora, radioodbiornika czy księgozbioru.
2. Czas przeznaczony na odpoczynek, gdzie podjęto temat czasu przeznaczonego na dojazdy do pracy oraz czasu przeznaczonego na wypoczynek.
3. Formy aktywności kulturalnej badanych, które z kolei podzielono na: aktywność informacyjno-poznawczą, aktywność kulturalną, aktywność zabawową, aktywność turystyczną i sportową.
4. Wczasy, obejmujące pytania o częstotliwość wyjazdu na wczasy, przyczyny ewentualnego nieuczestniczenia w nich oraz ocenę wyjazdów wypoczynkowych.

5. Ocena pracy Związku Nauczycielstwa Polskiego na UG, która obejmowała ocenę opieki nad dzieckiem i działalność Rady Zakładowej ZNP.

Zarys portretu pracownika UG

Na podstawie raportu można podjąć próbę rekonstrukcji sposobu wypoczynku pracowników UG, spędzania czasu wolnego i wskazywanych preferencji zmian w tym zakresie. Pracownik UG swoją sytuację mieszkaniową uważał za średnią lub dobrą. Przeważnie zamieszkiwał we własnym mieszkaniu, rzadziej we współlokatorskim lub w pokoju w hotelu asystenckim. Był posiadaczem telewizora i/lub radioodbiornika, rzadziej magnetofonu lub gramofonu. Zaledwie co trzeci pracownik posiadał własny księgozbiór (co może wydawać się dziwne w przypadku pracowników naukowych, należy jednak wziąć pod uwagę, że nie wszyscy ankietowani byli pracownikami naukowymi). Mniej więcej co trzeci pracownik UG dysponował własnym samochodem, co na podstawie liczby samochodów w PRL⁴ wydaje się wynikiem ponadprzeciętnym.

Czas wypoczynku badanych wynosi przeważnie poniżej 1 godziny dziennie lub między 1 a 3 godzinami. Czas ten zdecydowanie wydłuża się w niedzielę, kiedy prawie połowa badanych poświęca na wypoczynek powyżej 3 godzin dziennie. Ogólnie czas poświęcany na rozrywki nie satysfakcjonuje pracowników UG, z których zaledwie co dziesiąty uważa, że korzysta z nich w wystarczającym stopniu.

„Aktywność informacyjno-poznawczą” pracownik UG z lat 70. opierał w większości przypadków na czasopiśmie i gazetach, rzadziej (choć więcej niż w przypadku połowy badanych) na telewizji i radiu. Mniej więcej co trzeci badany dokształcał się w niedzielę, a co dziesiąty w dni powszednie. Taka struktura czerpania wiedzy o świecie jest strukturą zdecydowanie różną od współczesnej, w której do czytania gazet i książek przyznawało się w 2010 r. odpowiednio 17% i 18% (CBOS 2008: 8).

Postulaty odnośnie do form wypoczynku dotyczą kilku grup, tzn. organizacji imprez towarzyskich, sportowych, kulturalnych (wyjścia do kina i teatru). W niewielkim stopniu podnoszono postulat indywidualnych form wypoczynku w oparciu o finansowanie go ze środków socjalnych, co w jakimś stopniu było zgodne z kierunkiem narzucanym przez reżim, który „niepokoiły formy wypoczynku wymykające się spod kontroli, starał się więc dyscyplinować i ograniczać zjawiska takie, jak indywidualne wyjazdy, czy posiadanie własnego domu letniskowego” (Muchowski 2019: 34).

Ciekawy pod względem konstrukcji pytania, ale i odpowiedzi na nie jest problem sposobu uczestnictwa w kulturze. Ponad 70% badanych uczestniczy w niej poprzez kino i teatr, mniej (między 50% a 60%) uczestniczy w koncertach, chodzi na wystawy lub słucha muzyki z taśm. Zwraca uwagę czynny udział w kulturze – co czwarty ankietowany jest członkiem zespołu amatorskiego. Interesującym aspektem jest

⁴ W 1980 r. w Polsce było zarejestrowanych 2383 tys. sztuk samochodów (Leszczyńska 2018: 263).

nieuwzględnienie przez badaczy odpowiedzi wskazującej na oglądanie telewizji jako aktywność kulturalną.

Najchętniej wybieraną formą rozrywki (która jest wydzielona od uczestnictwa w kulturze) są spotkania towarzyskie, w mniejszym stopniu zabawy i dancingi oraz „hobby, zbieractwo”. W kwestionariuszu pojawiają się też formy rozrywki, które wybierał przynajmniej co czwarty badany, a które z dzisiejszej perspektywy wydają się mniej popularne, tzn. „wesole miasteczko”, „granie na automatach do gier” i „granie w karty”.

Najpopularniejszą formą aktywności fizycznej badanych były spacery (ponad 70%), a co trzeci ankietowany uprawiał sport i turystykę. Na pytanie o powody nieuprawiania sportu badani najczęściej odpowiadali, że brakuje im czasu z powodu nadmiaru pracy. Jako przyczynę nieuprawiania turystyki z kolei najczęściej wskazywano względy rodzinne i finansowe. Te ostatnie nie wydają się dziwne, bo najczęściej uprawianą formą turystyki były wycieczki samochodowe. Wydaje się jednocześnie, że pewien głód sportu występował wśród badanych, którzy postulowali zwiększenie liczby: obiektów sportowych, wypożyczanego sprzętu sportowego, organizowanych wycieczek pieszych i samochodowych. Co jednak istotne, aktywność w tym zakresie przenoszona jest na państwo i zakład pracy jako głównego dostawcy wszelkich usług. Podobnie jak w przypadku korzystania z ośrodków wczasowych, których głównym dysponentem jest aparat państwowy, to wobec państwa kierowane są pretensje o warunki podczas wczasów. Ostatecznie ponad połowa przebadanych była niezadowolona z wczasów, apelując np. o lepszy dobór miejsc wczasowych i wczasy zagraniczne.

Wnioski

Interesujące wydaje się to, że przy opracowywaniu ankiety pojawiają się niezaplanowane przez autorów problemy, np. w pytaniu o czas wolny pojawia się problem stołówki, której sprawa wybrzmiewa szczególnie silnie na tle całego raportu.

Przy tej okazji daje się również zauważyć rozbieżności poszczególnych grup uniwersyteckich, które w najlepszym przypadku pozostają obojętne wobec siebie, a w najgorszym wrogie. Określenie „systematycznie upokarzani przez służbę stołową” może sugerować silny antagonizm z obsługą stołówki i poczucie wstydu, które towarzyszy naukowcom w korzystaniu z obiadów. Z kolei zwroty „w stołówce studenckiej jesteśmy traktowani jak intruzi” i „w stołówce studenckiej pracownik traktowany jest jak natrętny petent, co to się pcha do żarcia, a na to nie zasługuje” sugeruje możliwy konflikt ze studentami motywowany trudnością w dostępie do zasobów, którym jest lepszy rodzaj pożywienia (kurczak a nie kaszanka). Autorzy raportu stają ostatecznie po stronie pracowników naukowych, stwierdzając, że ich szanse w rywalizacji o lepsze potrawy maleją, zwłaszcza w czasie sesji dla studentów zaocnych.

Generalnie wydźwięk raportu wydaje się niezwykle krytyczny wobec organizacji spraw socjalnych na UG, począwszy od sprawy stołówki, poprzez formę zapewnianych

wczasów, aż po wysyłanie dzieci na kolonie. Nie należy tu rzecz jasna wskazywać na problem, który mieli pracownicy UG, jako problem odosobniony. Właściwie cały system ośrodków wczasowych i dysponowania poszczególnymi wczasami, a już szczególnie funkcjonowanie związków zawodowych i ich rola jako autentycznej reprezentacji ludzi pracy w Polsce, wymagał poprawy, co wyartykułowano ponad cztery lata później.

1977, Gdańsk, Raport z badań. Ocena zaspokajania przez Dział Socjalny i Radę Zakładową potrzeb kulturalnych i wypoczynkowych pracowników Uniwersytetu Gdańskiego

Wstęp

Pomysł przeprowadzenia badań sondażowych na temat zaspokajania potrzeb kulturalnych oraz oceny organizowanych form wypoczynku i różnego rodzaju spędzania czasu wolnego zrodził się w Radzie Zakładowej Z[wiązku] N[auczycielstwa] P[olskiego]. Głównym orędownikiem badania reprezentującym władze związkowe był mgr Leonard Osiński⁵. Podstawowe narzędzie badawcze w postaci kwestionariusza ankiety przygotował Międzywydziałowy Zakład Badań Społecznych, biorąc pod uwagę sugestie i propozycje kierownictwa Związku. Przyjęto założenie, że zbadani zostaną wszyscy pracownicy Uniwersytetu Gdańskiego – w pionie nie nauczycieli akademickich 1365 osób oraz nauczycieli akademickich 1119. Razem 2484 osób. Rada Zakładowa przyjęła na siebie obowiązek rozesłania ankiet do poszczególnych rad oddziałowych i pozostałych jednostek organizacyjnych Uniwersytetu. W okresie od października do grudnia 1976 roku rozesłano 2400 ankiet. Ostatecznie zakończono zbieranie materiałów w dniu 12 stycznia 1977 r. uzyskując na ten dzień stan 93 ankiet. Po przeprowadzeniu wstępnej weryfikacji zdyskwalifikowano jeszcze 9 ankiet, tak iż ostatecznie pozostało 84 ankiet. Po gruntownym przeanalizowaniu tego materiału doszliśmy do wniosku, iż zawarte w ankietach informacje mogą mieć wartości typu orientacyjnego dla Rady Zakładowej i Działu Socjalnego. Fakt tak niewielkiego wpływu ankiet wynikać może:

1. Ze zbyt małej troski odpowiedzialnych za przeprowadzenie badania osób,
2. Niskiego prestiżu Związku wśród pracowników UG,
3. Zbyt uciążliwego wypełniania ankiety zawierającej ponad 80 pytań.

Wydaje się niemożliwe jednoznaczne określenie przyczyny niskiego udziału pracowników uniwersytetu w badaniu prowadzonym z inicjatywy i potrzeb Związku. Fakt ten wskazuje jednak na potrzebę bardziej gruntownego przygotowania badań o tak masowym zasięgu.

1. Charakterystyka badanych

Próba badawcza stanowi 3,38% ogółu pracowników Uniwersytetu Gdańskiego. Nie jest to próba reprezentatywna. W badaniach utraciliśmy dostęp do tzw. trudnych obiektów

⁵ Leonard Osiński (1934–2018), pracownik UG, m.in. kierownik DS. 1 UG oraz Instytutu Politologii.

badania. Próbę można określić jako incydentalną. Wszystkie te względy powodują, że nie przeprowadzamy w analizie materiałów zebranych podstawowych korelacji między zmiennymi. Całą próbę 84 badanych będziemy nazywać pracownikami Uniwersytetu Gdańskiego bez określenia, o jakich to pracowników chodzi. W związku z takim ujęciem podamy dokładną charakterystykę tej próby.

a) Wiek i płeć

- Wiek: 1. Do 25 lat – 10 osób
 2. 26–35 lat – 32 osoby
 3. 36–45 lat – 25 osób
 4. pow. 45 lat – 17 osób

Ogółem więc badani to ludzie młodzi, wśród których kobiety stanowią 63,0%.

b) Wykształcenie i stopień naukowy oraz wydział

Na ogólną liczbę 84 osób badanych: 3 posiadały wykształcenie podstawowe, 14 osób wykształcenie średnie i 67 osób wykształcenie wyższe.

Wśród badanych znajduje się 1 profesor, 3 docentów, 9 doktorów i 51 magistrów.

Badani reprezentują wszystkie wydziały i jednostki międzywydziałowe Uniwersytetu Gdańskiego. Udział badanych wg Wydziałów przedstawia się następująco:

- 17 osób – Wydział Humanistyczny
 12 osób – Biblioteka Główna
 11 osób – Wydział Mat.-Fiz.-Chem.
 4 osoby – BiNoZ
 4 osoby – Wydział Ekonomiki Transportu
 2 osoby – Wydział Ekonomiki Produkcji
 2 osoby – Studium WFIS
 1 osoba – Wydział Prawa i Administracji

c) Sytuacja mieszkaniowa i finansowa badanych

Swoją sytuację mieszkaniową i finansową badani określili jako:

	mieszkaniowa	finansowa
1. Bardzo dobrą	13 osób	2 osoby
2. Dobrą	30 osób	8 osób
3. Średnią	26 osób	58 osób
4. Złą	9 osób	14 osób
5. Bardzo złą	6 osób	2 osoby

Badani posiadają mieszkanie:

1. Samodzielne – 60 osób
2. Współlokatorskie – 12 osób
3. Hotel asyst., pokój subl. – 9 osób
4. Nie podały – 3 osoby

Z posiadanych środków trwałego użytku badani wymieniają posiadanie:

1. Radiodbiornika i telewizora – 77 osób
2. Adapteru i magnetofonu – 52 osoby
3. Samochodu – 26 osób
4. Księgozbioru – 37 osób

d) Inne dane o badanych

Na ogólną liczbę 84 badanych – 17 osób należy do PZPR, 2 osoby do SD.

Ogólnie 13 osób ocenia atmosferę pracy w swoim zakładzie jako bardzo dobrą, 34 jako dobrą, tyleż jako średnią, zaś jedynie 3 osoby jako złą.

Określając zawód współmałżonka 12 osób podało – nauczyciel akademicki, 6 osób nauczyciel, 41 osób – pracownik umysłowy, 5 osób – pracownik fizyczny, pozostałych 20 nie podało.

2. Czas przeznaczony na odpoczynek

Nie będziemy przeprowadzali pełnej analizy budżetu czasu pracowników UG. Nie było to przedmiotem badania. Chodzi nam o wskazanie tu występujących prawidłowości.

a) Dojazd do pracy

Tylko jedna osoba stwierdziła, że nie dojeżdża do pracy. Pozostali zaś tracą na dojazdy do pracy w obie strony:

1. Do 30 minut – 22 osoby – 26,1%
2. Do 1 godziny – 25 osób – 28,7%
3. Powyżej 1 godziny – 36 osób – 42,8%

Ponadto 55 osób oświadczyło, że po pracy muszą dokonywać zakupów, 5 osób wykonuje dodatkowe prace i 11 osób inne zajęcia.

b) Czas przeznaczony na odpoczynek

Z posiadanego czasu wolnego badani przeznaczają na wypoczynek:

	w dni powszednie	w niedzielę
Do 1 godziny	35 osób – 41,6%	5 osób – 5,9%
Od 1–3 godzin	31 osób – 36,9%	27 osób – 32,1%
Pow. 3 godzin	3 osoby – 3,5%	39 osób – 46,4%

Większość badanych stwierdza, że swój czas przeznaczony na wypoczynek i pracę na ogół planuje. Swój dzień powszedni planuje 76 (90,4%) ogółu badanych, niedzielę 60 osób (71,4%) oraz czas wolny 55 osób (65,4%). Co czwarty badany preferuje czynne formy wypoczynku, zaś połowa badanych oświadczyła, że chciałaby bardziej czynnie wypoczywać. Ogółem 74 osoby posiadają swoje ulubione rozrywki. Zaledwie 11 osób (13%) uważa, iż korzysta wystarczająco z rozrywek.

Najczęstszą przyczyną stojącą na przeszkodzie planowania pracy i wypoczynku, jak oświadczają badani, jest brak czasu i obciążenie różnego rodzaju zajęciami.

c) Wypowiedzi badanych

31/M/doc/: „Chciałbym planować swój dzień i w nim czas wolny, ale przeszkadzają mi w tym zupełnie niezależne ode mnie sytuacje. Po pracy udaję się do stołówki akademickiej na Wita Stwosza, w kolejce stoję przeciętnie 15–20 minut. Jeżeli Związek tak interesuje się czasem wolnym pracowników, to może zainteresowałby się także i stratami tego czasu spowodowanymi brakiem troski o pracownika”.

26/K/mgr/: „Pytanie o czas wolny jest bezczelne. Czy związkowi działacze nie wiedzą tego, że pracownicy tracą go w kolejce po obiady w stołówce na Wita Stwosza będąc systematycznie upokarzani przez służbę stołówkową. Pan Prezes Andrzejewski nie wie tego, że w dniu, kiedy w stołówce są kurczaki, to pracownik naukowy może dowiedzieć się o tym kiedy idąc kolejką – 15–20 minut, zobaczy je na talerzach, ale po to by je zjeść musi zejść do kasy, która może być zamknięta, a jeżeli jest otwarta, to przy niej kolejka. Pozostaje więc kaszanka”.

47/M/dr/: „Związek zamiast bawić się w ankiety, lepiej by pomyślał o pracownikach Wydziału Mat.-Fiz.-Chem. i Humanistycznego, którzy swój czas wolny tracą w stołówce”.

73/K/mgr/: „Dlaczego nie ma stołówki dla pracowników Wydziału Humanistycznego i Mat.-Fiz.-Chem.? W stołówce studenckiej jesteśmy traktowani jak intruzi tracąc wolny czas na wystawianie w kolejkach”.

41/M/prac. Techn./ „Pyta się nas o czas wolny, a nikt nie interesuje się tym, że tracimy go w stołówce. Dlaczego z Zakładzie, w którym poprzednio pracowałem można było zorganizować stołówkę dla pracowników, a Uniwersytet tego nie może zrobić.

W stołówce studenckiej pracownik traktowany jest jak natrętny petent, co to się pcha do żarcia, a na to nie zasługuje”.

Z wypowiedzi tych można wyciągnąć jeden ogólniejszy wniosek: potrzeby socjalno-bytowe pracowników UG nie są w pełni zaspokojone. Sprawa stołówki wymaga wnikliwego przeanalizowania. Wydaje się bowiem, iż badani podnoszą istotny problem pracy Związku i służb socjalnych w uczelni. Rzekoma demokracja w stołówce jest w istocie niesprawiedliwa wobec pracowników, których procentowy udział w stosunku do studentów, powiększony w czasie sesji dla zaocznych kierunków studiów przez sporą liczbę studentów, jest znikomy. Postulowane rozwiązania wymagają szybkiej realizacji.

3. Formy aktywności kulturalnej badanych

Analiza zebranych materiałów pozwala na stwierdzenie występowania u badanych szeroko rozwiniętych potrzeb kulturalnych. Na takie stwierdzenie pozwala przede wszystkim przegląd poszczególnych form aktywności kulturalnej badanych.

a) Aktywność informacyjno-poznawcza

Wśród form aktywności informacyjno-poznawczej wymienimy:

Forma	Codziennie	Mniej niż codziennie
Słuchanie radia	52 – 61,9%	15 – 17,8%
Oglądanie telewizji	52 – 61,9%	22 – 26,1%
Czytanie gazet	59 – 70,2%	11 – 13,0%
Czytanie książek	34 – 40,4%	35 – 41,6%
Czytanie czasopism	59 – 70,2%	39 – 46,4%
Kształcenie zawodowe	7 – 8,3%	29 – 34,5%
Kształcenie pozazawodowe	2 – 2,3%	25 – 29,7%

Widać tu wyraźnie, że czytanie prasy i korzystanie ze środków masowego przekazu (radio, telewizja) są tymi formami aktywności, które obejmują około 2/3 badanych. Na pytanie: „Jakie imprezy powinny być zdaniem Pana(i) organizowane przez Dział Socjalny UG?” badani odpowiadali:

6/K/br. danych/br. danych/: „Wycieczki autokarem np. dla pracowników Biblioteki do NRD. Bardzo dobre były wycieczki do stadniny koni”.

7/K/br. danych/bibliotekarz/: „Sportowe, np. nauka jazdy konnej”.

21/K/br. danych/: „Turystyczne”.

27/K/mgr/bibliotekarz/: „Okolicznościowe – koniecznie Choinka, Dzień Kobiet itp. / poza tym bilety na wszelkiego rodzaju imprezy artystyczne i sportowe”.

- 29/K/mgr/br. danych/: „Wycieczki zagraniczne”.
- 35/K/mgr/br. danych/: „Częściej powinny być bilety na koncerty”.
- 36/K/mgr/br. danych/: „Bilety na imprezy estradowe, do operetki, wystawy malarstwa”.
- 42/M/mgr/st. asystent/: „Wycieczki turystyczno-krajoznawcze”.
- 48/M/mgr/asystent/: „Imprezy małe, ale zorganizowane pod kątem zainteresowań chętnych”.
- 49/M/mgr/st. asystent/: „Mecze piłki nożnej między zakładami lub innego rodzaju współzawodnictwo sportowe”.
- 56/M/mgr/asystent/: „Bilety do kina, teatru, karnety na imprezy sportowe”.
- 58/M/mgr/st. asystent/: „Dobra informacja + pomoc w organizacji + mecenat”.
- 60/K/dr/adiunkt/: „Choinki dla dzieci oraz inne już istniejące”.
- 74/K/prac. adm./: „Więcek kontaktu z pracownikami innych instytucji”.
- 78/K/mgr/st. asystent/: „Sportowe, spotkania towarzyskie, więcej funduszy przeznaczyć na bilety do teatru lub inne imprezy”.
- 34/K/br. danych/br. danych/: „Dobre spektakle teatralne i filmy niezależnie od ich wymowy politycznej, historycznej czy patriotycznej.”
- 58/M/mgr/st. asystent/: „Na imprezy typu zamkniętego, bardziej elitarne, gdzie trudniej o bilety wolne”.
- 48/M/mgr/asystent/: „Nie wiem czy to w ogóle jest celowe, powinien każdy sam dowolnie się zaopatrywać, a UG zwracać koszty w ramach pewnego limitu rzeczowego na każdego pracownika”.

a) Aktywność kulturalna

Do form aktywności kulturalnej zaliczyliśmy:

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------|
| 1. Chodzenie do kina | – wymieniło 61 osób – 72,6% |
| 2. Chodzenie do teatru | – wymieniło 62 osób – 73,8% |
| 3. Chodzenie na koncerty | – wymieniło 49 osób – 58,3% |
| 4. Chodzenie na imprezy estradowe | – wymieniło 39 osób – 46,4% |
| 5. Zwiedzanie muzeów, wystaw | – wymieniło 48 osób – 57,1% |
| 6. Słuchanie muzyki z płyt, taśm | – wymieniło 49 osób – 58,3% |
| 7. Udział w zespole amatorskim | – wymieniło 22 osób – 26,1% |

Wśród wymienionych form aktywności kulturalnej dominują: chodzenie do kina i teatru. Badani chętnie korzystają ze zbiorowych form zakupów biletów do kina, teatru i inne imprezy. Ogółem 55 osób (65,4%) badanych stwierdziło, że korzysta ze zbiorowych zakupów biletów, zaś 34 osoby (40,4%) oświadczyły, że chciałyby z takiej

formy skorzystać, 13 osób stwierdziło natomiast iż o zakupach biletów nic nie słysze-
li, a 37 osób (44,0%) uważa, iż należy zupełnie zrezygnować ze zbiorowego zakupu
biletów.

Badani nie są zadowoleni z istniejącego obecnie systemu informowania o zakupach
biletów na imprezy kulturalne do teatru i kina. Jedynie 6 osób uważa, że informacja
jest dobra, 47 osób (55,95) uważa, że takiej informacji w ogóle brak.

Dla skuteczniejszego docierania informacji do pracowników UG badani uważają, iż
należy uruchomić biuletyn informacyjny (15 osób), plakat informacyjny (20 osób) oraz
inne skuteczne formy informacji.

b) Aktywność zabawowa

Badani podali następujące formy aktywności zabawowej:

1. Granie w karty	35 – 41,6%
2. Hobby, zbieractwo	29 – 34,5%
3. Zabawy, dancingi	38 – 45,2%
4. Kawiarnia, klub	35 – 41,6%
5. Wesołe miasteczko	22 – 26,1%
6. Granie na automatach do gier	21 – 25,0%
7. Spotkania ze znajomymi	64 – 76,1%

Okazuje się, iż wśród różnych form aktywności zabawowej najwyższą wartość uzyskały
spotkania towarzyskie. Ogółem 29 osób oświadczyło, że stale przyjaźni się z czterema
osobami, 27 osób, że przyjaźni się z co najmniej trzema osobami, 14 osób, że przyjaź-
ni się z jedną osobą. Spotkania towarzyskie poza domem w kawiarni i klubie odbywa
co najmniej kilka razy w tygodniu 6 osób, tyleż kilka razy w miesiącu, 32 osoby kilka
razy w roku, zaś 40 osób (47,6%) nigdy lub prawie nigdy.

c) Aktywność turystyczna i sportowa

Wśród różnych form aktywności turystyczno-sportowej badani wymieniają:

1. Uprawianie sportu	25 osób – 29,7%
2. Uprawianie turystyki	26 osób – 30,9%
3. Wczasy sobotnio-niedzielne	31 osób – 36,9%
4. Chodzenie na imprezy sportowe	25 osób – 29,7%
5. Chodzenie na spacer	66 osób – 78,5%

Przedstawione dane ujawniają występowanie u poważnej liczby pracowników UG
niskiego poziomu uprawiania sportu i turystyki. Do najważniejszych przyczyn nie-
uprawiania sportu i turystyki badani zaliczają:

	Sport	Turystyka
Nie lubię, nie interesuję się	9 – 10,7%	5 – 5,9%
Względy finansowe, rodzinne	12 – 14,2%	42 – 50%
Nadmiar pracy, ogólny brak czasu	32 – 38,9%	5 – 5,9%
Zły stan zdrowia	6 – 7,1%	4 – 4,7%
Brak miejsc	5 – 5,9%	8 – 9,5%
Inne przyczyny	5 – 5,9%	8 – 9,5%

Wśród najczęściej spotykanych form turystyki wymienionych przez badanych znajdują się wycieczki samochodowe (30 osób), wycieczki piesze górskie (24 osoby) i piesze nizinne (17 osób).

Swoje życzenia pod adresem Rady Zakładowej i Działu Socjalnego badani formułują:

6/K/średnie/Biblioteka Główna/: „Udostępnić pływalnie w odpowiednich godzinach popołudniowych, a nie w godzinach pracy. Zakupić dużo, dużo, bardzo dużo kajaków! Nie wypożyczać łyżew wybranym pracownikom na cały rok”.

12/M/mgr/Hum./: „Zwiększyć ilość sprzętu, który w naszych warunkach klimatycznych jest rzadko używany, kosztowny. W domach nie ma tego gdzie trzymać: narty z butami, łyżwy. Zorganizować wstęp na korty i tereny jazdy konnej”.

12/M/mgr/Hum./: „W większym stopniu umożliwić korzystanie ze sportu – lodowisko, pływalnie, jazda konna, tenis. Gdyby tak do godzin w wynajmowanych obiektach dodać odpowiednich instruktorów”.

41/M/prof. nadz./MFCH/: „Podjąć starania o kompleksową budowę urządzeń sportowych (włącznie z basenem) w zespołach uniwersyteckich w Oliwie i Sopotcie. Boiska winny być przy budynkach (tzn. w pobliżu). Sprzęt łatwo dostępny”.

19/K/mgr/BiNoZ/: „Urządzać więcej wycieczek pieszych i samochodowych po kraju i bardziej je propagować. Udostępniać w szerszym zakresie pływalnie, korty, itp”.

27/K/mgr/Biblioteka Główna/: „Organizować zespoły pracowników, uprawiających różne rodzaje dyscyplin sportowych pod fachowym kierownictwem. Udostępnić jak największą liczbę biletów na pływalnię, tenis, lodowisko. Reklamować i zachęcać do uprawiania sportu”.

Badani wymienili także inne formy aktywności, takie jak: praca w ogródku – 30 osób, majsterkowanie – 17 osób oraz pracę społeczną – 33 osoby.

4. Wczasy

Analiza wypowiedzi badanych na temat najbardziej odpowiadających form wypoczynku wskazują wczasy: 43 osoby (51,1%), tzn. co drugi badany stwierdza, że pragnąłby

wyjechać na wczasy. Oceniając ogólnie wczasy jako formę wypoczynku, 28 osób (33,3%) – co trzeci badany – stwierdza, że należałoby zwiększyć dostępność wczasów. Badani ci postulują jednak, by organizować wczasy w różnych ośrodkach, gdyż stałe przebywanie w gronie ludzi, z którymi się pracuje, także i na wczasach jest męczące.

Jak wykazuje jednak szczegółowa analiza zebranego materiału, w ciągu ostatnich sześciu lat z wczasów skorzystało zaledwie 50% badanych.

W roku 1971 – 6 osób – 7,1%

W roku 1972 – 2 osoby – 2,3%

W roku 1973 – 5 osób – 5,9%

W roku 1974 – 7 osób – 8,3%

W roku 1975 – 13 osób – 15,4%

W roku 1976 – 29 osób – 34,5%

Ponadto 9 osób (10,7%) oświadczyło, że w ogóle nie korzystało dotychczas z wczasów.

Wśród głównych przyczyn niekorzystania z wczasów badani wymienili:

- | | |
|--------------------------------|-----------------|
| 1. Trudno otrzymać skierowanie | 25 osób – 29,7% |
| 2. Względy finansowe, rodzinne | 9 osób – 10,7% |
| 3. Nie lubię tej formy | 8 osób – 9,5% |
| 4. Nadmiar pracy, brak czasu | 5 osób – 5,9% |

Większość badanych ocenia poziom wypoczynku organizowanego na wczasach średnio – 17 osób, 8 osób ocenia ten poziom nisko a 4 bardzo nisko. Jedynie 7 osób oceniło poziom wypoczynku na wczasach wysoko. Nieco wyżej ocenili badani ośrodki, w których wczasy spędzali. Ogółem 14 osób oceniło ośrodki wczasowe wysoko, zaś 16 nisko, a 21 osób przeciętnie.

Na pytanie: „Jak ocenia Pan(i) ośrodek, w którym spędził(a) swoje ostatnie wczasy? badani odpowiedzieli:

4/M/mgr/wykładowca/: „Dobre, Szklarska Poręba”.

5/M/mgr/lektor/: „Dobre. FWP Szklarska Poręba”.

6/K/br. danych/br. danych/: „DW „Basia”. Bukowina Tatrzańska. Wczasy wymienne kopalni „Wieczorek” – dobre”.

7/K/br. danych/bibliotekarz/: „Jaszowiec” – poniżej krytyki. Pod względem organizacyjnym, żywienia i warunków socjalnych. Spać można na desce, ale łazienka powinna być luksus”.

10/K/mgr/bibliotekarz/: „W Świdrze koło W-wy nazwy nie pamiętam, bo bardzo dawno. Było tak fatalnie, że po czterech dniach wyjechalśmy”.

12/K/mgr/bibliotekarz/: „Średnie. Karpacz DW „Szarotka” PGR”.

13/K/mgr/bibliotekarz/: „DW Uniwersytetu Jagiellońskiego w Zakopanem. Warunki dość prymitywne”.

- 20/M/dr/docent/: „Jantar” w Jantarze. Dobrze”.
- 22/K/mgr/bibliotekarz/: „Dom Pracy Twórczej UG – Rabka, bardzo pozytywnie”.
- 24/M/mgr/st. asystent/: „Dobrze. FWP „Kordówka” – Zakopane”.
- 27/K/mgr/bibliotekarz/: „Przyczepy samochodowe w Borucinie – w czasie niekorzystnej pogody – zbyt zimno w przyczepie, ciasno, brak rozrywek w ośrodku”.
- 28/M/dr/naucz. Akademicki/: „Bukowina Tatrzańska – wymienne z UJ. Mieszkanie – b. nisko, wyżywienie b. dobre”.
- 29/K/mgr/br. danych/: „OW „Jeleń” nad jez. Jeleń, pokój dobry, wyżywienie – dobre, organizacja wypoczynku – dobra, warunki sanitarne – złe”.
- 31/K/mgr/bibliotekarz/: „Ośrodek pięknie położony – jezioro i las, dobrze wyposażony. OFP „Hydroster” Elmor w Wielu”.
- 36/K/mgr/br. danych/: „Źle. „Radość” w Połczynie Zdroju”.
- 40/K/mgr/bibliotekarz/: „Szczyrk, DW Kopalni „Siemianowice”. Dobra organizacja, świetne wyposażenie ośrodka, doskonałe warunki jeśli chodzi o wypoczynek”.
- 42/M/mgr/st. asystent/: „Každy z mieszkańców ośrodka zdany był na własną inicjatywę co do urozmaicenia sobie wypoczynku/OW Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie”.
- 43/M/mgr/st. asystent/: „Krynica – znacznie gorzej niż sobie wyobrażałem. Miasto ogólnie brudne, hałaśliwe”.
- 67/K/br. danych/br. danych/: „Pozytywne, KW PZPR, Gdańsk”.
- 78/M/mgr/st. asystent/: „Ośrodek ZNP w Krynicy Górskiej. Niezadowolająca – poza samą Krynica i okolicami, które są bardzo piękne”.
- 79/K/dr/adiunkt/: „Źle. Wczasy w NRD”.
- 82/K/br. danych/br. danych/: „Ośrodek campingowy MPGKiH – Sulęcyno. Bardzo dobrze”.
- 44/K/mgr/bibliotekarz/: „ZNP Karpacz. Oceniam dobrze”.
- 47/K/dr/adiunkt/: „ZNP – Szklarska Poręba. Dom ponad 100 lat – prymitywne urządzenia sanitarne, skrzypiące podłogi, brak ciszy i spokoju w samym domu. Otoczenie bardzo piękne”.
- 51/K/mgr/asystent/: „Stasin – Dom Pracy Twórczej w Rabce. Bardzo dobrze wyposażony, ładnie położony o charakterze pensjonatu, a nie kombinatu (duży plus), miła atmosfera, kulturalni wczasowicze”.
- 52/K/mgr/asystent/: „Dobrze. Czerniawa-Zdrój k. Świerodona”.

53/K/dr/docent/: „Praga. Czechosłowacja. Dom Akademicki Wyższej Szkoły Ekonomicznej na ogół nieźle, ale daleki dojazd do miasta, brak ciepłej wody, skromne zaplecze sanitarne”.

58/M/mgr/asystent/: „Kiepska organizacja, a raczej brak takowej. Krynica – o zgrozo!”

65/br. danych/br. danych/: „Bardzo nisko. Brak opieki nad wczasowiczami”.

66/br. danych/bibliotekarz/: „Bardzo dobrze. Ośrodek AGH „Baśka” w Krynicy Morskiej”.

Większość badanych chciałaby w przyszłości spędzać swój urlop na wczasach indywidualnych (61 osób – 72,6%) i to miesiącach: lipiec, sierpień i wrzesień. Jedyne 7 osób (8,3%) z ogólnej liczby badanych chciałoby spędzać wczasy w miesiącach I–VI.

Na pytanie: „W jaki sposób chciał/a/by Pan/i spędzić swój urlop w roku 1977?” badani opowiadali:

8/K/mgr/bibliotekarz/: „W Borucinie, w m-cach letnich, wczasy rodzinne”.

13/K/mgr/bibliotekarz/: „Na Węgrzech, w m-cach letnich, wczasy rodzinne”.

16/średnie/mł. bibliotekarz/: „W Bieszczadach, w m-cach letnich, wczasy indywidualne”.

17/M/mgr/nauczyciel SWFiS/: „W Soczi, w I kwartale, wczasy indywidualne”.

23/mgr/st. asystent/: „Wędrówka z namiotem, indywidualnie”.

24/M/mgr/st. asystent/: „Zakopane, w zimie, wczasy indywidualne”.

26/K/mgr/bibliotekarz/: „Na Mazurach, w m-cach letnich, wczasy zbiorowe”.

28/M/dr/nauczyciel akad./: „Bukowinie Tatrzańskiej, w I kwartale, wczasy zbiorowe”.

30/mgr/ bibliotekarz/: „Nad morzem – Karwia, w m-cach letnich, wczasy indywidualne”.

34/K/średnie/bibliotekarz/: „Żeglarskie wczasy wędrownie, w m-cach letnich, wczasy zbiorowe”.

47/K/adiunkt/: „Na Kaszubach, w m-cach letnich, wczasy indywidualne”.

51/mgr/asystent/: „W Rabce lub innej miejscowości górskiej lub w b. dobrym ośrodku nad jeziorem w m-cach letnich, indywidualnie”.

Na pytanie, co przede wszystkim wymaga zmian, badani odpowiadali:

41/m/prof. nadw./nauczyciel akad./: „Zupełny brak informacji o tym, co się otrzymuje. Dopiero na miejscu dowiaduje się uczestnik z czym naprawdę ma do czynienia”.

42/M/mgr/st. asystent/: „Dobór w miarę możliwości tych samych grup wiekowych w poszczególnych ośrodkach wypoczynkowych”.

46/dr/nauczyciel akad./: „Więcej organizować wczasów wymiennych zagranicznych, bardziej życzliwe podejście do zainteresowanych”.

12/K/mgr/bibliotekarz/: „Staranniejsze dobieranie miejsc wczasowych”.

19/K/mgr/nauczyciel akad./: „Większa ilość miejsc w ciekawych miejscowościach”.

27/K/mgr/bibliotekarz/: „1. Powiększyć ilość miejsc wczasowych m-cach lipcu i sierpniu. 2. Wczasy wymienne w domach o wyższym standardzie”.

39/K/mgr/bibliotekarz/: „Organizować wczasy bliżej Gdańska, również wyjazdy sobotnio-niedzielne”.

Ogółem zadowolonych ze spędzonego urlopu było w badanej próbie 25 osób (29,7%) zaś niezadowolonych 56 osób (66,6%).

5. Ocena pracy ZNP w UG

a) Opieka nad dzieckiem

Ogółem 47 osób (55,9%) podało, że posiadają dzieci, w tym do 6 lat – 14 osób, od 7 do 15 lat – 12 osób i w wieku od 16 do 25 lat – 9 osób.

Spośród badanych, którzy podali, że posiadają dzieci – 14 osób stwierdziło, że ich dzieci korzystały z kolonii organizowanych przez UG. Z tego jako bardzo dobre oceniła te kolonie tylko 1 osoba, 9 osób jako dobre, 6 średnie i 1 osoba jako złe.

Badani postulują w odniesieniu do organizacji kolonii:

1. Lepszą organizację wyjazdu dzieci na kolonie.
2. Zatrudnianie bardziej odpowiedzialnych wychowawców.
3. Zmiany miejscowości na górskie, takie jak: Rabka, Jaszowiec, Jelenia Góra.

W wypowiedziach badanych spotykamy takie sformułowania:

12/K/mgr/bibliotekarz/: „Wymieniać ośrodki – zbyt długo w użytkowaniu z innymi zakładami pracy – szkoła w Bystrzycy Kłodzkiej ewentualnie zrobić kolonie odleglejsze dla dzieci starszych, bliższe dla młodszych – albo zorganizować tak, jak gdzie indziej przelot samolotem”.

12/K/mgr/bibliotekarz/: „Górskie miejscowości bardzo korzystne, ale zbyt odległe; bliżej tam gdzie są możliwości sportów wodnych, lasy – unikać lokalizacji w szkołach – lepsze już małe zespoły w leśniczówkach, willach itp. Dzieci w czasie wakacji mają prawo oderwać się od budynku szkolnego – nawet jeśli jest najpiękniejszy”.

6/K/średnie/br. danych/: „Ponieważ kolonie są nudne, proponuję:

1. zimowiska z instruktorem narciarskim
2. wszelkiego rodzaju obozy: wędrownie, żeglarskie, kajakowe, rajdy, itp. Koniecznie z odpowiedzialnym opiekunem kochającym młodzież i turystykę”.

6/K/mgr/bibliotekarz/: „Złe, bo 1. zawsze są w tej samej miejscowości 2. opieka względna i brak dyscypliny”.

Formy opieki nad dziećmi badani ocenili: jako wystarczające – 9 osób i 8 osób jako niewystarczające.

Wśród postulatów skierowanych pod adresem Rady Zakładowej i Działu Socjalnego spotykamy:

51/K/mgr/hum./: „Żłobki i przedszkola zakładowe w pobliżu uczelni ze świetną kadrami opiekuńczą i pedagogiczną, świetnie wyposażone. Imprezy dla dzieci, kolonie. Przedszkola powinny działać cały dzień, np. studenci pedagogiki mogliby dorywczo pracować i wzbogacać swoje doświadczenie (praktykowane w Anglii). Można by dziecko zaprowadzić na 2–3 godziny po południu, jeśli byłoby to konieczne.

Bliskość przedszkola (koło miejsca pracy) np. dla dzieci pracowników Wydz. Humanistycznego i Mat.-Fiz.-Chem. – obok naszych budynków na Wita Stwosza, byłoby dużym atutem”.

48/M/mgr/Prawo/: „Stworzenie własnego przedszkola, kursy języków obcych, nauka pływania, świetlica, sala gimnastyczna, wycieczki – dla dzieci.”

2/K/podstawowe/: „Tygodniowy żłobek lub tygodniowe przedszkola.”

b) Rady Oddziałowe

Oceniając pracę swojej Oddziałowej Rady ZNP, badani oświadczyli, że:

1. Rada Oddziałowa poświęca za mało czasu sprawom kultury i wypoczynku pracowników UG – 25 osób – 29,7%
2. Poświęca wystarczającą ilość czasu – 19 osób – 22,6%
3. Nie mają zdania w tej sprawie – 34 osoby – 40,4%

Zakończenie

Zebrane materiały nie dają wystarczającej podstawy do wyciągnięcia wniosków natury ogólnej. Badani dostarczyli jednak dostatecznie wiele materiału do przemyśleń i dalszych prac doskonalących działalność Związku w uczelni. Można zatem stwierdzić, iż cel, choć nie w oczekiwanych rozmiarach, został osiągnięty.

Na pytanie postawione pracownikom Uniwersytetu Gdańskiego przez Radę Zakładową odpowiedzieli ci pracownicy uczelni, którzy w jakiś sposób czują się związani ze Związkiem i zależy im na usprawnianiu pracy Związku, a że jest tych osób niewiele, to już inna sprawa, która nie wchodziła w przedmiot badania.

Bibliografia

- Biernacki L., 2014, *Gdy wieje wiatr historii... Studenci z robotnikami, Gdańsk 1976–1980*, Gdańsk.
- Główny Urząd Statystyczny, 2010, *Czas wolny Polaków; Komunikat z badań*, Warszawa.
- Kaliszuk K., 2019, *Źródła do badań niezależnego ruchu związkowego na Uniwersytecie Gdańskim w okresie „karnawału »Solidarności«” przechowywane w Archiwum Historycznym Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność” w Gdańsku*, „Progress. Journal of Young Researchers”, nr 2.

Kamiński Ł., 2014, *Od kryzysu do kryzysu (1970–1980)* [w:] A. Dziurok (red.), *Od niepodległości do niepodległości: historia Polski 1918–1989*, Warszawa.

Leszczyńska C., 2018, *Polska 1918–2018*, Warszawa.

Ludzie nauki, strona: Teresa Alicja Bauman, <https://nauka-polska.pl/#/profile/scientist?id=34279&k=zb9n45> [dostęp: 10.09.2020].

Ludzie nauki, strona: Mieczysław Gulda, <https://nauka-polska.pl/#/profile/scientist?id=25005&k=n82fli> [dostęp: 10.09.2020].

Muchowski J., 2019, *Życie w reżimach komunistycznych. Mapa anglojęzycznego pisarstwa o historii codzienności w bloku wschodnim* [w:] M. Choma-Jusińska, M. Kruszyński, T. Osiński (red.), *Życie codzienne w PRL*, Lublin – Warszawa.

Nekrolog Mieczysława Guldy 2020, <http://www.awf.gda.pl/index.php?id=848&items=14957> [dostęp: 10.09.2020].

Pluciński P., 2019, *Horyzont socjologii i nauk społecznych w badaniach nad codziennością PRL* [w:] M. Choma-Jusińska, M. Kruszyński, T. Osiński (red.), *Życie codzienne w PRL*, Lublin – Warszawa.

Pomorski J., 2019, *Codziennosc w pamieci wspolnoty. Kilka uwag z perspektywy metodologii historii* [w:] M. Choma-Jusińska, M. Kruszyński, T. Osiński (red.), *Życie codzienne w PRL*, Lublin – Warszawa.

Wajszczyk K., 2017, *Wspomnienie o Profesor Teresie Bauman (1955–2017)*, „Ars Educandi”, nr 14.

WNS, 2018, *Pozegnanie*, <https://wns.ug.edu.pl/media/aktualnosci/78261/pozegnanie> [dostęp: 10.09.2020].

Biogram

Dominik Bień – absolwent socjologii na Uniwersytecie Gdańskim, pracownik Instytutu Politologii na Wydziale Nauk Społecznych UG. Do jego zainteresowań badawczych należą: myśl polityczna opozycji PRL, klasyczna i współczesna myśl anarchistyczna, wpływ grup interesów na szkolnictwo wyższe w Polsce, historia Uniwersytetu Gdańskiego.