

Studia
Politicae Tom 33
Universitatis 2021
Silesiensis



UNIWERSYTET ŚLĄSKI
WYDAWNICTWO

Studia Politicae Universitatis Silesiensis

Tom 33

pod redakcją

Tomasza Kubina, Pawła Grzywiny i Zbigniewa Kantyki

Redaktor naczelny / Editor-in-Chief

dr hab. Tomasz Kubin, prof. UŚ Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Nauk Politycznych

Kolegium redakcyjne / Scientific Advisory Board

prof. dr hab. Marek Barański Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Nauk Politycznych; dr hab. Marian Gierula, prof. UŚ Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej; dr hab. Jan Iwanek, *professor emeritus* Uniwersytet Śląski w Katowicach; dr hab. Mariusz Kolczyński, prof. UŚ Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej; dr hab. Zbigniew Oniszczyk, prof. UŚ Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej; prof. dr hab. Mieczysław Stolarczyk Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Nauk Politycznych; prof. dr hab. Sylwester Wróbel Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Nauk Politycznych

Sekretarze Kolegium redakcyjnego / Secretaries of Scientific Advisory Board

dr Paweł Grzywna, prof. UŚ Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Nauk Politycznych; dr Zbigniew Kantyka Uniwersytet Śląski w Katowicach, Wydział Nauk Społecznych

Rada Naukowa „Studia Politicae Universitatis Silesiensis” / Scientific Advisory Board of “Studia Politicae Universitatis Silesiensis”

Luis Aguiar de Luque, Dr., Carlos III University of Madrid (Spain); Andrzej Antoszewski, PhD, DSc, (Full) Professor, University of Wrocław (Poland); Roman Bäcker, PhD, DSc, (Full) Professor, Nicolaus Copernicus University in Toruń (Poland); Ladislav Cabada, doc. PhDr., Metropolitan University Prague (Czechia); Roman Chytilík, doc. PhDr., Masaryk University in Brno (Czechia); Bogusława Dobek-Ostrowska, PhD, DSc, (Full) Professor, University of Wrocław (Poland); Guillermo Escobar Roca, PhD, DSc, ProfTit, University of Alcalá (Spain); Ján Koper, PhD, DSc, ProfTit, Matej Bel University in Banská Bystrica (Slovakia); Alexander Korochensky, PhD, DSc, ProfTit, Belgorod State University (Russian Federation); Bronislav Kováčik, PhD, DSc, Assoc. Prof., Matej Bel University in Banská Bystrica (Slovakia); Barbara Krauz-Mozer, PhD, DSc, (Full) Professor, Jagiellonian University (Poland); Fulco Lanchester, PhD, DSc, (Full) Professor, Sapienza University of Rome (Italy); Maria Marczewska-Rytko, PhD, DSc, (Full) Professor, Maria Curie Skłodowska University in Lublin (Poland); Tomasz Mielczarek, PhD, DSc, (Full) Professor, Jan Kochanowski University in Kielce (Poland); Andrzej Podraza, PhD, DSc, John Paul II Catholic University of Lublin (Poland); Viktor A. Sidorov, PhD, Professor, Saint Petersburg State University (Russian Federation); Ildefonso Soriano López, PhD, DSc, ProfTit, Complutense University of Madrid (Spain); Stanisław Sulowski, PhD, DSc, (Full) Professor, University of Warsaw (Poland); Alicja Stępień-Kuczyńska, PhD, DSc, (Full) Professor, University of Lodz (Poland); Jarosław Uściak, PhD, DSc, Assoc. Prof., Matej Bel University in Banská Bystrica (Slovakia); Milan Vošta, PhD, DSc, Assoc. Prof., Metropolitan University Prague (Czechia); Tadeusz Wallas, PhD, DSc, ProfTit, Adam Mickiewicz University (Poland); Klaus Ziemer, PhD, DSc, ProfTit, Trier University (Germany); Arkadiusz Żukowski, PhD, DSc, (Full) Professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

Redaktorzy tematyczni / Editorial Body

dr Zbigniew Kantyka Uniwersytet Śląski w Katowicach, Wydział Nauk Społecznych (teoria polityki publicznej / theory of public policy); dr Natalia Stępień-Lampa Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Nauk Politycznych (sektorowe polityki publiczne / sectoral public policies); dr hab. Sebastian Kubas, prof. UŚ Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Nauk Politycznych (instytucjonalne determinanty polityk publicznych / institutional determinants of public policies); dr Małgorzata Domagała Uniwersytet Śląski w Katowicach, Wydział Nauk Społecznych (instytucjonalne determinanty polityk publicznych / institutional determinants of public policies); dr hab. Tomasz Kubin, prof. UŚ Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Nauk Politycznych (międzynarodowe konteksty polityk publicznych / international contexts of public policies); dr hab. Mariusz Kolczyński, prof. UŚ Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej (procesy komunikacji w politykach publicznych / communication processes in public policies)

Redaktor statystyczny / Statistical Editor

mgr Przemysław Grzonka Uniwersytet Śląski w Katowicach

Półrocznik recenzowany, wydawany przez Instytut Nauk Politycznych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach / **Peer-reviewed semi-annual**, published by the Institute of Political Sciences of the University of Silesia in Katowice



Działania pomocowe na rzecz ograniczania kryzysu migracyjnego

Aid Measures Reducing the Scale of Migration Crisis

Magdalena Chybowska*
Elżbieta Trafiałek**

Abstrakt

W obliczu wzmożonej fali uchodźców i migrantów z obszarów objętych konfliktami, głównie z Syrii, Europa nie potrafi zaproponować wspólnego rozwiązania systemowego niwelującego ten problem. Kwestia uchodźcza podzieliła Wspólnotę, wzmocniła narodowe tożsamości kulturowe bądź religijne i skłoniła wielu obywateli państw członkowskich do refleksji nad postawą solidarnościową wobec migrantów. Działania pomocowe państw członkowskich Unii Europejskiej są różne w zależności od rządzących partii politycznych. W prezentowanym artykule opisano główne działania zmierzające do rozwiązania kwestii uchodźczej w Europie.


Słowa kluczowe: uchodźcy, Europa, pomoc ekonomiczna, pomoc humanitarna


Abstract

Faced with an increased wave of refugees and migrants from conflict areas, mainly Syria, Europe is unable to propose a common systemic solution to eliminate this problem. The refugee issue has divided Europe, strengthened national cultural or religious identities and made many citizens of Member States reflect on their attitude of solidarity towards migrants. The aid measures of the various Member States of the European Union vary according to the political parties in power. This article describes the main actions aimed at addressing the refugee issue in Europe.

Keywords: refugees, Europe, economic aid, humanitarian aid

* Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach (magdalena.chybowska@yahoo.com)

 <https://orcid.org/0000-0003-1196-4764>

** Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach (elzbieta.trafialek@ujk.edu.pl)
 <https://orcid.org/0000-0002-7745-6191>

Wprowadzenie

Uchodźstwo i imigracja zajmowały ważne miejsce w europejskim programie politycznym już od przełomu lat 2014/2015, kiedy to w Europie odnotowano rekordową liczbę osób ubiegających się o azyl oraz niespotykany wcześniej napływ migrantów przybywających na Stary Kontynent, głównie nielegalnymi trasami. Pandemia spowodowała wyciszenie, ale nie rozwiązanie problemu. Pożornie wydawał się on coraz bardziej odległy, bo mniej widoczny. Uchodźców z Afryki i Syrii lokowano w przeludnionych obozach, głównie na terenie Grecji i Turcji. Kryzys ze zdwojoną siłą powrócił w 2021 roku, zarówno z powodu zmian klimatycznych w Afryce, wycofania wojsk amerykańskich z Afganistanu i przejęcia władzy przez talibów, jak i w wyniku polityki szantażu, prowokacji oraz terroru prowadzonej wobec Unii Europejskiej (UE) przez białoruskiego dyktatora Alaksandra Łukaszenkę. Zorganizowana przez niego wojna hybrydowa na wschodniej granicy UE zrodziła wiele nowych wyzwań humanitarnych i przed państwami graniczącymi z Białorusią (Litwą, Łotwą i Polską), i przed całą Wspólnotą. Wyzwań nowych i trudnych, bo wymagających szukania konsensu między poszanowaniem najważniejszych, gwarantowanych traktatami i konwencjami międzynarodowymi praw człowieka do życia i godności, a bezwzględnym wykorzystywaniem uchodźców jako pionków, narzędzi w bezwzględnej grze geopolitycznej (Kluth, 2021).

Obecnie idea pomocy rozwojowej jest krytykowana w zachodnich demokracjach, państwa rozwinięte bowiem stoją na stanowisku, że drogą do rozwiązania problemu migracji jest przede wszystkim dążenie do sprawiedliwości gospodarczej w kraju i za granicą, uruchamianie nowej agendy wolności oraz tworzenie nowych ram pomocy – pomocy rozumianej jako działania nie tyle charytatywne, ile innowacyjne, nowatorskie – adekwatne do wyzwań współczesności. Według dostępnych statystyk międzynarodowych, w ostatniej dekadzie na całym świecie obniżył się poziom skrajnego ubóstwa, wzrósł dostęp do podstawowej opieki zdrowotnej i edukacji, a liczba ofiar śmiertelnych z powodu przemocy osiągnęła najniższy poziom w historii. To pozytywne sygnały, ale towarzyszą im też inne – budzące niepokój, w tym: rosnące nierówności ekonomiczne w poszczególnych krajach i stały wzrost liczby przymusowo wysiedlanych. Problemy potęgują zmiany klimatyczne, w słabo rozwiniętych regionach świata skutkując epidemiami suszy, powodzią, głodem, chorobami, wyniszczeniami całych społeczności, a ostatecznie i masowymi migracjami w poszukiwaniu ratunku, lepszych terenów do życia.

Przyjęcie odpowiedzialności społecznej za los takich ludzi jest jedną z podstawowych zasad funkcjonowania organizacji pozarządowych, politycznych, demokratycznych państw europejskich. Są one zaangażowane w zapewnianie uchodźcom pomocy w sytuacjach kryzysowych, pomagając też w uzyskaniu jak najlepszej integracji ze społeczeństwem.

Do niedawna największy ciężar przyjmowania uchodźców np. z Syrii spoczywał na sąsiadach tego kraju, głównie na Turcji, Libanie i Jordanii. W 2015 roku liczba uchodźców wzrosła, a ich miejsce przeznaczenia zmieniło się na Europę. Obozy dla uchodźców w sąsiednich krajach były pełne, warunki bytowe niewystarczające, a konflikt nie miał końca, tak jak oczekiwali uciekinierzy. Dlatego uchodźcy decydowali się na emigrację do takich krajów, jak Niemcy, Austria czy Norwegia, w poszukiwaniu lepszego życia. Dopiero po ich pojawieniu się na ulicach miast europejscy przywódcy zdali sobie sprawę z tego, że nie mogą dłużej ignorować problemu. Trudno było wówczas przewidzieć, że promowana przez niemiecką kanclerz Angelę Merkel polityka „otwartych drzwi” już po upływie kilku lat zastąpiona zostanie polityką obrony granic „europejskiej twierdzy”. Szczególnie ostatnie miesiące 2021 roku przyniosły natężenie problemu, w całej UE w równym stopniu angażując uwagę zwolenników obydwu koncepcji, jak i przedstawicieli organizacji humanitarnych, grup ratowniczych, pomocowych oraz stowarzyszeń medycznych.

W nawiązaniu do tych wyzwań, za cel badawczy prezentowanego tekstu przyjęto przybliżenie głównych działań ukierunkowanych na rozwiązywanie kwestii uchodźczej w Europie. Uzupełniono go próbą oceny skuteczności dotychczas stosowanych form wsparcia i pomocy uchodźcom.

Pomoc ekonomiczna w krajach dotkniętych kryzysem

Unia i jej państwa członkowskie zapewniają ponad połowę światowej pomocy rozwojowej. W 2015 roku, kiedy ONZ przyjęło Agendę na rzecz Zrównoważonego Rozwoju do roku 2030³, delegacja UE i główne państwa-darczyńcy (czyli przede wszystkim Francja, Niemcy, Szwecja i Wielka Brytania) odegrały kluczową rolę w opracowaniu projektu.

Zaangażowanie UE w globalny rozwój i eliminację ubóstwa jest również ważnym źródłem tzw. miękkiej siły dla państw członkowskich – indywidualnie i zbiorowo. Podobnie jak we wszystkich obszarach polityki zewnętrznej, podejście Unii do migracji zawsze było częściowo napędzane imperatywami politycznymi, które wpływają na ogólną wielkość pomocy, od współpracy politycznej z krajami otrzymującymi pomoc w zakresie handlu, energii i bezpieczeństwa, po odbudowę po wojnach. W ostatnich latach UE podkreśliła inicja-

³ Agenda jest programem przyjętym w 2015 roku. Zapewnia wspólny plan pokoju i dobrobytu dla ludzi i planety. Sygnatariusze uznają, że likwidacja ubóstwa musi iść w parze ze strategiami, które poprawiają zdrowie i pobudzają wzrost gospodarczy, edukację, zmniejszają nierówności.

tywy polityczne, które wykazują kontrolę nad migracją do Europy, koncentrując się na krajach pochodzenia i tranzytu. Znacznie zwiększyły się też wysiłki na rzecz powstrzymania migrantów poprzez współpracę z rządami w krajach tranzytowych.

Zewnętrzna polityka migracyjna UE przybiera różne formy: od porozumień politycznych, takich jak umowa z Turcją z 2016 roku⁴, po inicjatywy współpracy technicznej, takie jak szkolenia libijskiej straży granicznej. Sztandarowym programem humanitarnym w Turcji jest Sieć Bezpieczeństwa Socjalnego w Sytuacjach Nadzwyczajnych (Emergency Social Safety Net – ESSN), program pomocy społecznej, który poprzez pomoc pieniężną pomaga najuboższym grupom uchodźców zaspokajać ich codzienne potrzeby. Dzięki pomocy w wysokości 1,725 mld euro organizacje humanitarne – te, z którymi UE współpracuje, oraz z turecki Czerwony Półksiężyc i tureckie instytucje rządowe – dystrybuują karty debetowe, które pozwalają rodzinom uchodźców na zakupy niezbędnych towarów. Program ESSN jest największym pojedynczym projektem humanitarnym w historii UE i od października 2019 roku pomaga ok. 1,7 mln osób (Turkey 2019). Projekt ten jest uzupełniany przez wiele innych projektów pomocy humanitarnej dotyczących kwestii ochrony, w tym: doradztwo prawne, wsparcie psychospołeczne, dostęp do dokumentacji cywilnej i specjalistyczne usługi opieki zdrowotnej.

Doświadczona skutkami konfliktu syryjskiego UE od pierwszych dni kryzysu afgańskiego, czyli od sierpnia 2021 roku, stara się zapobiegać ewentualnym masowym migracjom ludności objętej ryzykiem prześladowań. Już w ostatnich dniach sierpnia tego roku ministrowie sprawiedliwości i spraw wewnętrznych zobowiązali się wesprzeć sąsiadów Afganistanu, aby pomóc im w przyjmowaniu osób uciekających przed nowym reżimem talibów i zapobiec nowej fali migrantów zmierzających do Europy. W oświadczeniu końcowym po nadzwyczajnym posiedzeniu Rady w Brukseli ministrowie stwierdzili, że UE jest zdecydowana, by działać wspólnie z państwami członkowskimi, aby zapobiegać nawrotowi niekontrolowanych, masowych, nielegalnych ruchów migracyjnych, z jakimi trzeba było się zmagać w ostatnich latach. Za szczególnie istotne dla sprawy uznano wszechstronne wsparcie dla krajów sąsiadujących z Afganistanem. Plan ten przypomina umowę, którą UE zawarła z Turcją po tym, jak w 2015 roku granice Unii przekroczyło ponad milion migrantów, w tym wielu uciekających przed wojną, biedą, prześladowaniami w Syrii i Iraku (Statement on the Situation in Afghanistan, 2021).

Nieco inne podejście wykazuje UE wobec państw afrykańskich. Wszelkie kontakty z osobami zmuszonymi do przesiedlenia w Afryce zwykle wiążą się z pomocą humanitarną, która zasadniczo polega na zaspokajaniu podstawowych

⁴ W 2016 roku UE zawarła umowę z Turcją i postanowiła przyznać jej 6 mld euro na kolejny okres, aby pomóc temu krajowi w kwestii mieszkających tam uchodźców i migrantów.

potrzeb, a nie na inwestowaniu w trwałe cele długoterminowe, choć ten aspekt w ostatnich latach jest również wzmacniany.

W czerwcu 2017 roku Bank Światowy i Wysoki Komisarz Narodów Zjednoczonych do spraw Uchodźców (United Nations High Commissioner for Refugees – UNHCR) opracowali program dla uchodźców, w ramach którego przeznaczył 2 mld dolarów na wspieranie krajów o niskich dochodach, przyjmujących ponad 25 tys. uchodźców lub mających populację uchodźców na poziomie co najmniej 0,1% ogółu ludności. Środki te przeznaczono na wsparcie reform politycznych, dotyczących długoterminowych inicjatyw przynoszących korzyści zarówno uchodźcom, jak i społecznościom przyjmującym. Integracja uchodźców w społeczeństwach przyjmujących leży u podstaw tego podejścia, w tym poprzez wspieranie swobody przemieszczania się, pomoc w pozyskiwaniu dokumentów tożsamości i w spełnianiu warunków formalnego uczestnictwa w rynku pracy. To inicjatywa znacząca dla obydwu stron.

Pomoc ekonomiczna w krajach dotkniętych kryzysem, jako walka z napływem uchodźców, opiera się na założeniu, że cała migracja do Europy jest napędzana czynnikami ekonomicznymi, oczekiwaniami socjalnymi. Uprawnia to do sformułowania tezy, iż zwiększenie szans gospodarczych w krajach pochodzenia ograniczy migrację. To rozumowanie nie uwzględnia jednak faktu, że wielu afrykańskich migrantów ucieka przed konfliktami, prześladowaniami i represjami politycznymi, grożącymi im często ze strony własnego państwa. W krajach takich, jak na przykład Erytrea, Mali, Nigeria, Somalia i Sudan Południowy, migracja napędzana jest przede wszystkim strachem przed utratą zdrowia i życia. Ucieczka z własnego kraju, ze zrozumiątego, bliskiego kręgu kulturowego, w takim przypadku to przede wszystkim poszukiwanie bezpieczeństwa i ochrony międzynarodowej. To wielka desperacja i trauma dotkniętych nią ludzi. Dlatego za mało prawdopodobne można uznać, że interwencje rozwojowe w takich przypadkach obejmować powinny przede wszystkim tworzenie miejsc pracy, czy poprawę lokalnych udogodnień (Fine, Dennison, Gowan, 2019). O wiele ważniejsze jest zaspokojenie podstawowych potrzeb biologicznych, opieka medyczna i psychologiczna, pomoc w adaptacji do nowych warunków życia, edukacja i poczucie bezpieczeństwa.

UE i jej państwa członkowskie przekształciły swoje polityki zewnętrzne, w tym współpracę na rzecz rozwoju, tak, aby można było położyć większy nacisk na kwestie związane z migracją. Powszechnie stosowana dotychczas polityczna retoryka „zajmowania się pierwotnymi przyczynami migracji” została zakwestionowana przez naukowców jako stwarzająca nierealne oczekiwania. Rzeczywiście, dodatnia korelacja między migracją a wąsko rozumianym rozwojem gospodarczym utrzymuje się dotąd, dopóki kraje nie osiągną poziomu średniego dochodu. Kilka kluczowych czynników migracji wiąże się jednak z innymi tzw. zmiennymi pośredniczącymi. Niektóre z nich to: presja demograficzna, bezrobocie młodzieży, realne możliwości zatrudnienia w kraju docelowym, rozwój sieci migrantów i chęć łączenia rodzin (Latek, 2019).

Nie można także zapominać o istnieniu złożonej interakcji zachodzącej między bezpośrednią pomocą materialną a migracją – interakcji dalekiej od prostej przyczynowości i jednokierunkowej zależności. Zasadniczo zmniejszenie ubóstwa (główny cel pomocy rozwojowej) raczej zwiększa, a nie powstrzymuje, nie redukuje aspiracji migracyjnych. Bardziej globalne podejście do współpracy z krajami trzecimi – takie np. jak ugruntowana już pomoc UE koncentrująca się na dobrym sprawowaniu rządów, infrastrukturze, rozwoju handlu, inwestycji, obszarów wiejskich – wydaje się bardziej obiecujące pod względem skutecznego powstrzymywania migracji. Jednocześnie badania potwierdzają, że migracje międzynarodowe są ważną ścieżką postępu i rozwoju: przekazy pieniężne stanowią narzędzie zmniejszania ubóstwa, a umiejętności i sieci diaspory zapewniają zasoby dla postępu gospodarczego i społecznego (Latek, 2019).

Wsparcie polityczne dla państw pogrążonych w kryzysie

Sposób, w jaki przedstawia się ruch migracyjny, ma znaczący wpływ na udzielane wsparcie polityczne, a tym samym na podejmowanie decyzji. Migracja jest z natury wysoce polityczna i może powodować podział w obrębie państw członkowskich UE. Podczas gdy prawo i wartości międzynarodowe w nieunikniony sposób rzutują na decyzje rządów dotyczące sposobu reagowania na uchodźców, podobne oddziaływanie mają także władza i interesy narodowe oraz interesy różnych lobbujących na arenie międzynarodowej grup wpływu. Zaangażowanie państw przyjmujących i darczyńców w zakresie pomocy, ochrony i dostarczania rozwiązań dla uchodźców zależy od tego, czy, a jeśli tak, to w jakim stopniu postrzegają uchodźców jako obciążenie lub korzyść w odniesieniu do bezpieczeństwa i wyników rozwojowych. Dowody na to można znaleźć w prawie każdym segmencie systemu reagowania na uchodźstwo i uchodźców: od przeznaczenia datków na pomoc humanitarną przez darczyńców, przez decyzje dotyczące przesiedleń, po decyzje państw przyjmujących w kwestii zapewnienia (bądź nie) uchodźcom swobód społeczno-gospodarczych.

O ile mandat Wysokiego Komisarza Narodów Zjednoczonych do spraw Uchodźców wskazuje, że ma to być organizacja ściśle niepolityczna, o tyle państwa narodowe i organizacje polityczne, w tym UE, chętnie obierają określone stanowiska względem stron konfliktów. Wzmożona migracja ludności, która ma miejsce w ostatnich latach w Europie, jest pokłosiem m.in. konfliktu syryjskiego. Od początku kryzysu UE zmobilizowała wszystkie dostępne narzędzia polityczne i humanitarne w celu wsparcia narodu syryjskiego, pozostając jednym z głównych zwolenników starań ONZ na rzecz rozwiązania politycznego

i głównym darczyńcą pomocy humanitarnej dla Syryjczyków. Wspólnota opowiada się za niepodległym narodem syryjskim i pracuje na rzecz prawdziwej transformacji politycznej w tym regionie. Po syryjskim powstaniu obywatelskim wiosną 2011 roku i wynikającej z niego eskalacji przemocy oraz łamania praw człowieka zawiesiła dwustronną współpracę z rządem Syrii i zamroziła projekt układu o stowarzyszeniu (Jongberg, Trapouzanlis, 2021). Od tego czasu UE wstrzymała udział władz syryjskich w swoich programach regionalnych. Także Europejski Bank Inwestycyjny (EBI) zastopował wszystkie operacje pożyczkowe i pomoc techniczną na rzecz tego kraju. Unia ustanowiła, a następnie rozszerzyła ukierunkowane sankcje, w tym embargo na broń, zamrożenie aktywów i zakaz podróżowania członków syryjskiego rządu oraz embargo na ropę naftową. W konsekwencji Syria zahamowała współpracę z Unią na rzecz Regionu Morza Śródziemnego⁵ i uczestnictwo w niej. Delegatura UE w Syrii pozostawała otwarta do grudnia 2012 roku, kiedy to UE zaakceptowała Syryjską Koalicję Narodową na rzecz Opozycji i Sił Rewolucyjnych⁶ jako prawowitych przedstawicieli narodu syryjskiego.

UE potępiła również ofensywę tureckich sił zbrojnych w północno-wschodniej Syrii z października 2019 roku, zorganizowaną pod kryptonimem „Źródło pokoju”. Była to transgraniczna operacja wojskowa prowadzona przez tureckie wojsko i Wolną Armię Syrii przeciwko Autonomicznej Administracji Północnej i Wschodniej Syrii (Rożawa) oraz Syryjskim Siłom Demokratycznym. Rządy UE zanegowały działania Ankary w związku z jej wtargnięciem na terytorium syryjskie, ale były podzielone co do sposobu reagowania na ten atak. Nie bez znaczenia dla takiego dualizmu pozostawał fakt braku bezpośredniego wpływu unijnych ustawodawców na decyzje bloku zagranicznego w zakresie polityki zagranicznej.

Jednoznacznie natomiast Unia określiła swoje stanowisko wobec kryzysu w Afryce Północnej. Libia, która doświadczyła wojny domowej (wywołanej na fali arabskiej wiosny, a konflikt ten z różnym nasileniem trwa do chwili obecnej), jest jednym z tych krajów, który budzi szczególne zainteresowanie na Starym Kontynencie. UE i jej państwa członkowskie jednoczą się w apelu, aby wszystkie partie libijskie zobowiązały się do trwałego zawieszenia broni i powrotu do procesu politycznego, wspieranego przez ONZ. Stoją na stanowisku, że nie ma wojskowego rozwiązania kryzysu w Libii i niezbędne jest wznowienie procesu mediacji pod przewodnictwem ONZ.

⁵ Unia na rzecz Regionu Morza Śródziemnego to międzyrządowa organizacja 43 państw członkowskich z Europy i basenu Morza Śródziemnego: 28 państw członkowskich UE i 15 partnerskich krajów śródziemnomorskich z północy Afryki, Azji Zachodniej i Europy Południowej.

⁶ Syryjska Koalicja Narodowa na rzecz Opozycji i Sił Rewolucyjnych to związek ugrupowań opozycyjnych w wojnie domowej w Syrii, która została założona w Dosze, stolicy Kataru, w listopadzie 2012 roku.

Kolejne wyzwania przyniosły wydarzenia w Afganistanie spowodowane wycofaniem wojsk amerykańskich i przejęciem wszelkich aktywów państwowych (w tym najnowszego uzbrojenia i technologii militarnych) przez talibów oraz polityka szantażu uchodźczego zastosowana wobec UE przez doświadczanego sankcjami samozwańczego białoruskiego dyktatora. Państwa UE obawiają się, że przejęcie władzy przez talibów może wywołać powtórkę z kryzysu z lat 2015/2016, kiedy przybycie ponad miliona migrantów, głównie z Bliskiego Wschodu, nadwerżyło systemy bezpieczeństwa i opieki społecznej oraz zwiększyło poparcie dla ugrupowań skrajnie prawicowych (Shields, Stonestreet, 2021).

Wojna hybrydowa na wschodniej granicy Unii i wydarzenia w Afganistanie mogą być źródłem inspiracji dla opracowania wspólnej polityki migracyjnej oraz przyjęcia wspólnego stanowiska wobec talibów. Mogą też Europejczyków jeszcze bardziej spolaryzować. Mogą przynieść spektakularny sukces wspólnotowy, bądź też ujawnić słabości integracyjne i organizacyjne. Mogą także ujawnić siłę bądź bezbronność Wspólnoty jako symbolu współczesnej cywilizacji i postępu. Mogą pomóc w rozwiązaniu zidentyfikowanych już w Europie problemów demograficznych, depopulacyjnych, bądź też poprzez zaniechanie działań – mogą przyzwolić na humanitarną katastrofę. Czas pokaże, czy doświadczenie zdobyte w połowie drugiej dekady XXI wieku przybliży państwa członkowskie UE do osiągnięcia celów zapisanych w traktatach założycielskich i konwencji genewskiej.

Pomoc zbrojna w państwach dotkniętych wojną

We współczesnym świecie wciąż jest wiele regionów, które borykają się z falą przemocy i destabilizacji. Armed Conflict Location and Event Data w 2019 roku ocenił stan przemocy politycznej i protestów w krytycznych punktach zapalnych w Afryce, Azji i na Bliskim Wschodzie, co pozwoliło stworzyć listę 10 krajów, w których obecnie panują największe konflikty. Należą do nich m.in.:

- rejon Sahelu, gdzie „w wyniku przemocy i klęsk humanitarnych w regionie, w którym niemal 16 mln osób zmaga się z brakiem bezpieczeństwa żywnościowego, ponad milion osób w samym 2018 roku opuściło miejsce zamieszkania” (Kania, 2019);
- Jemen, gdzie od 2015 roku trwa konflikt pomiędzy Ruchem Huti⁷ a Jemeńskimi Siłami Rządowymi, wraz z ich zwolennikami i sojusznikami; konflikt ten wywołał jeden z najgorszych kryzysów humanitarnych w 2019 roku;

⁷ Ruch Huti to jemeński ruch o charakterze polityczno-militarnym, skupiający plemiona zajdyckie (jeden z odłamów szyizmu) zamieszkujące głównie północno-zachodni Jemen.

- Irak, który jest najbardziej narażony na ponowny wybuch wojny domowej;
- Mjanma, gdzie prognozuje się eskalację konfliktu zbrojnego na tle etnicznym;
- Syria, gdzie przewiduje się kolejne przejście do masowych represji;
- Libia, która zagrożona jest fragmentaryzacją i sojuszami zbrojnych grup niepaństwowych (*Mid-Year Update: Ten Conflicts to Worry About in 2019*).

Instytucją międzynarodową, która wiezie prym w promowaniu postaw zmierzających ku niwelowaniu konfliktów i eskalacji przemocy, jest m.in. ONZ. Od czasu powstania Organizacja była często wzywana do zapobiegania eskalacji sporów lub do przywracania pokoju po wybuchu konfliktu zbrojnego oraz do wspierania trwałego pokoju w społeczeństwach powstających po wojnach. Przez dziesięciolecia pomagała zakończyć liczne konflikty. Po otrzymaniu skargi na zagrożenie pokoju Rada Bezpieczeństwa najpierw zaleca stronom, by dążyły do porozumienia pokojowymi środkami. Może również mianować specjalnych przedstawicieli lub poprosić o to sekretarza generalnego i skorzystać z jego biur. Może także określać zasady pokojowego rozstrzygnięcia konfliktu. Gdy spór prowadzi do walki, pierwszą troską Rady jest jak najszybsze jego zakończenie. Wiele razy Rada wydawała dyrektywy o zawieszeniu broni, które pomogły zapobiec poważnym działaniom wojennym. Rada rozmieszcza także operacje pokojowe ONZ w celu zmniejszenia napięć na obszarach znajdujących się w trudnej sytuacji.

Zgromadzenie Ogólne ONZ może natomiast wydawać zalecenia dotyczące ogólnych zasad współpracy w celu utrzymania międzynarodowego pokoju i bezpieczeństwa, w tym rozbrojenia. W ramach Organizacji budowanie pokoju odnosi się do wysiłków mających na celu pomoc krajom i regionom w przechodzeniu od wojny do pokoju oraz zmniejszeniu ryzyka wystąpienia destabilizacji w wyniku konfliktu, w tym poprzez wzmacnianie krajowych zdolności w zakresie zarządzania konfliktem oraz budowanie podstaw trwałego pokoju i rozwoju.

Operacje pokojowe ONZ są istotnym instrumentem stosowanym przez społeczność międzynarodową w celu poprawy pokoju i bezpieczeństwa. Pierwsza misja pokojowa ONZ została ustanowiona w 1948 roku, kiedy Rada Bezpieczeństwa zezwoliła na rozmieszczenie ONZ ds. Nadzorowania Rozejmu (UNTSO) na Bliskim Wschodzie w celu monitorowania porozumienia o zawieszeniu broni między Izraelem a jego arabskimi sąsiadami. Od tego czasu na całym świecie przeprowadzono ponad 70 operacji pokojowych ONZ. Misje pokojowe, pierwotnie opracowane jako sposób rozwiązania konfliktu międzypaństwowego, z czasem coraz częściej stosowane były do zażegnania konfliktów wewnętrzpaństwowych i wojen domowych. Chociaż wojsko pozostaje kręgosłupem większości operacji pokojowych, obecni operatorzy pokojowi wykonują różnorodne, złożone zadania: od pomocy w budowaniu trwałych instytucji rządowych, po monitorowanie praw człowieka i reformę sektora bezpieczeństwa.

Również NATO jest aktywnym i wiodącym uczestnikiem pokoju i bezpieczeństwa na arenie międzynarodowej. Promuje wartości demokratyczne i dąży do pokojowego rozwiązywania sporów. Jeśli jednak wysiłki dyplomatyczne się nie powiedą, ma ono zdolność wojskową do podejmowania operacji zarządzania kryzysowego samodzielnie lub we współpracy z innymi krajami i organizacjami międzynarodowymi. Około 20 tys. personelu wojskowego bierze udział w operacjach i misjach NATO na całym świecie, zarządzając operacjami naziemnymi, lotniczymi i morskimi. W 2018 roku NATO zainicjowało misję szkoleniową w Iraku, której celem jest zwiększenie zdolności sił bezpieczeństwa Iraku, jego instytucji obrony i bezpieczeństwa oraz krajowych akademii obrony. NATO wspiera również Unię Afrykańską i prowadzi misje policyjne na wniosek swoich sojuszników. Ponadto pomaga reagować na kryzysy związane z uchodźcami i migrantami w Europie i na świecie.

Podsumowanie

Dobrze zarządzana migracja może sprzyjać rozwojowi zarówno krajów zarówno docelowych, jak i pochodzenia oraz być korzystna dla samych migrantów i ich rodzin. Aby wykorzystać możliwości, wraz z jednoczesnym zminimalizowaniem ryzyka migracji, społeczność globalna musi koniecznie współpracować, ponieważ żaden kraj nie jest w stanie samodzielnie rozwiązać problemu migracji i przymusowych wysiedleń. W tym kontekście Unia Europejska od 2015 roku próbuje wypracować wspólnotowe podejście do migracji, w którego ramach będzie można kompleksowo chronić migrantów i uchodźców oraz pomagać krajom partnerskim w usuwaniu pierwotnych przyczyn nielegalnej migracji i przymusowych wysiedleń. Chociaż wiele inicjatyw zostało już wdrożonych, to brak pełnej jednogłośności nie pozwala na całkowite wyeliminowanie problemów związanych z masową migracją.

Społeczność międzynarodowa, a w szczególności kraje zamożne, nie jest w stanie w znaczący sposób dzielić odpowiedzialności za ochronę ludzi, którzy uciekli ze swoich domów w poszukiwaniu bezpieczeństwa. Niejednokrotnie kraje o niższym i średnim dochodzie robią znacznie więcej niż państwa zachodnie, biorąc na siebie główny ciężar pomocy uchodźcom i migrantom.

U podstaw współczesnego systemu migracji leży strukturalne niedopasowanie pomiędzy ogromnym popytem na wjazd do najbardziej rozwiniętych regionów a stosunkowo niewielką podażą możliwości legalnego wjazdu na teren takich państw. W konsekwencji można je opisać jako system społeczny, uporządkowany splot współzależności, w którym istnieje napięcie między celami kulturowymi i społecznymi wyznaczonymi przez coraz bardziej wspólną kultu-

rę globalną a środkami dostępnymi do realizacji tych celów (Echeverría, 2020). Działania zarówno polityczne, ekonomiczne, społeczne, jak i kulturowe zawsze mają swoje regionalne, narodowe, wyznaniowe czy też inne ograniczenia oraz czynniki ryzyka konfliktu.

Polityka ma niebagatelny wpływ na przepływ migracji. Poza oficjalnymi programami i działaniami politycznymi poszczególnych krajów funkcjonuje również retoryka polityczna i napięcia w krajach przyjmujących, rozbieżne z rządową linią programową, które mogą zmienić decyzje migrantów o imigracji. Jeśli retoryka jest przeciwko migracji, mogą pojawić się ogólne obawy dotyczące bezpieczeństwa i akceptacji. Niejednorodność podejścia do zagadnienia działań pomocowych zmniejszających rozmiar kryzysu migracyjnego wynika również z niejednorodności źródeł kryzysu. Wielu migruje w następstwie klęsk żywiołowych lub gdy niezbędne do życia zasoby naturalne ulegają wyczerpaniu, stają się niedostępne. Inni migrują z powodu przemocy i niepokojów politycznych, które są bezpośrednim skutkiem ludzkiego zachowania. Wzorce migracji w sytuacjach takich, jak wojna czy ludobójstwo, wyglądają inaczej niż w przypadku kataklizmów: trzęsień ziemi czy suszy. Bezpieczeństwo regionu może wpływać na rozmiar i zakres wzorców migracji. Ponadto niestabilność polityczna może się rozprzestrzeniać, jak w przypadku wojny, podczas której uchodźcy mogą nie być bezpieczniejsi w sąsiednich krajach. Polityka będzie miała na to wpływ, szczególnie w sytuacjach, gdy inne kraje nie będą chronić migrantów.

Wyzwania polityki migracyjnej stawiane obecnie przed kreatorami współczesnej rzeczywistości są coraz trudniejsze i niemal definicyjnie konfliktogene. Od kryzysu migracyjnego w Libii w 2015 roku, który w wyniku porozumienia z Turcją, z Libią czasowo został zażegnany – wiele zapisów prawnych, umów, postanowień i strategii straciło na aktualności. Zrezygnowano z unijnego projektu przymusowej relokacji, a polityka azyłowa wymaga zmian. Jako budzące zastrzeżenia natury prawnej i humanitarnej skrytykowano też rozwiązania ograniczania napływu nielegalnych migrantów drogą zamykania granic przez państwa członkowskie. Wyraźnej zmianie uległo też nastawienie społeczne mieszkańców Europy do migrantów. Niechęć do przyjmowania uchodźców, w dużej mierze będąca skutkiem powszechnego utożsamiania uchodźstwa z migracją zarobkową i polityką „grania ludźmi” przez białoruskiego dyktatora – rodzi potrzebę ponownego zdefiniowania polityki migracyjnej, nakreślenia jej celów i metod działania, opracowania, akceptowanych w przestrzeni międzynarodowej, strategii pomocowych zgodnych z zasadami humanitaryzmu, ale i pomocnych w rozwiązywaniu obecnych i prognozowanych europejskich problemów demograficznych, edukacyjnych i zawodowych. Racjonalne, wspólnotowe rozwiązywanie problemów nielegalnej migracji może bowiem przynieść rozwikłanie wielu trudnych europejskich kwestii. Może też przyczynić się do wzmocnienia wspólnotowej spójności i wzajemnego zaufania, niezwykle cennego w podejmowaniu globalnych wyzwań.

Bibliografia

- Echeverría, G. (2021). *Understanding Irregular Migration Through a Social Systems Perspective*. Springer International Publishing: New York.
- Fine S., Dennison S., Gowan R. (2019). *False Moves: Migration and Development Aid*. The European Council on Foreign Relation, Policy Brief [October].
- Jongberg, K., Trapouzanlis, C. (2021). *Fact Sheets on the European Union*. European Parliament Report.
- Kania, M. (2019). Trudny region: Sahel w cieniu terroryzmu i konfliktów etnicznych. *Analiza. Zakład Bezpieczeństwa Narodowego UJ*, nr 7(46).
- Kluth, A. (2021). *UE jak Imperium Rzymskie. Masowe migracje mogą doprowadzić Europę do upadku*. Pobrano z: <https://forsal.pl/swiat/unia-europejska/artykuly/8233849,masowe-migracje-moga-doprowadzic-europe-do-upadku.html> (data dostępu: 21.09.2021).
- Latek, M. (2019). *Interlinks between Migration and Development*. European Parliamentary Briefing, PE 630.351, Brussel.
- Mid-Year Update: Ten Conflicts to Worry About in 2019*. Pobrano z: <https://www.acleddata.com/2019/08/07/mid-year-update-ten-conflicts-to-worry-about-in-2019/>, (data dostępu: 31.10.2019).
- Minister Jacek Czaputowicz on Polish Diplomacy Priorities in 2019*. Pobrano z: <https://www.gov.pl/web/diplomacy/minister-jacek-czaputowicz-on-polish-diplomacy-priorities-in-2019> (data dostępu: 31.10.2019).
- Shields, M., Stonestreet, J. (2021). *Afghanistan Could Be Catalyst for Common EU Migration Policy-commissioner*. Pobrano z: <https://www.reuters.com/world/china/afghanistan-could-be-catalyst-common-eu-migration-policy-commissioner-2021-09-04/> (data dostępu: 18.09.2021).
- Statement on the Situation in Afghanistan. Council of the EU and the European Council*. Pobrano z: <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2021/08/31/statement-on-the-situation-in-afghanistan/> Statement on the situation in Afghanistan (data dostępu: 16.09.2021).
- Turkey (2019). Pobrano z: https://ec.europa.eu/echo/where/europe/turkey_en (data dostępu: 31.10.2019).



The New Role of the University on the Example of the University of the Best Programme Conducted by the University of Silesia in Katowice

Nowa rola uczelni wyższej na przykładzie programu Uniwersytet Najlepszych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach


Paweł Grzywna*
Natalia Stępień-Lampa**


Abstract

The article considers changes taking place at universities. As a consequence of these changes, universities are not only dedicated to student education or science a, but also proactively respond to stimuli from the external environment. As a result, the University of the Best programme for talented students of the region was created at the University of Silesia in Katowice. The assumption is that the programme will be the response of the University of Silesia in Katowice to the depopulation and brain drain related to this process. The purpose of this study is to present the way the Uni-

Abstrakt

Artykuł obejmuje rozważania dotyczące problematyki związanej ze zmianami zachodzącymi w uczelniach wyższych. W ich wyniku nie zajmują się one jedynie kształceniem studentów czy uprawianiem nauki, ale również proaktywnie reagują na bodźce płynące z otoczenia zewnętrznego. W efekcie tych zmian w Uniwersytecie Śląskim w Katowicach powstał program Uniwersytet Najlepszych skierowany do zdolnych uczniów regionu. W założeniu ma on stanowić odpowiedź Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach na proces depopulacji i związany z nim

* Uniwersytet Śląski w Katowicach (pawel.grzywna@us.edu.pl);  <http://orcid.org/0000-0001-5741-6320>

** Uniwersytet Śląski w Katowicach (natalia.stepien@us.edu.pl);  <http://orcid.org/0000-0001-6282-5655>

versity of the Best operates and the results of surveys carried out during Univeristy's activities. This programme may be a model solution that will be implemented in other academic centres in the future.

Keywords: changes in universities, a new role of the university, depopulation, brain drain, the University of the Best

drenaż mózgow. Celem autorów niniejszego opracowania jest przedstawienie głównych aspektów funkcjonowania Uniwersytetu Najlepszego oraz wyników badań ankietowych przeprowadzonych w jego trakcie. Program ten może się okazać modelowym rozwiązaniem, które w przyszłości zostanie wdrożone w innych ośrodkach akademickich.

Słowa kluczowe: zmiany w uczelniach wyższych, nowa rola uniwersytetu, depopulacja, drenaż mózgow, Uniwersytet Najlepszego

On Changes Taking Place at the University

The university is one of the oldest educational institutions. Over the centuries of its operation, it significantly impacted the development of science and culture. Originally, students acquired general knowledge at universities, and in the 19th and 20th centuries also studied technical disciplines related to the growing needs of flourishing industry. A significant impact on the shape of the modern university was exerted by, among others, Wilhelm von Humboldt, to whom this institution owes promoting the idea of concurrent pursue of student education and scientific research. Thus, the university has become a dual entity that is intended to serve society (Boguski, 2009).

In the reality of 21st century, universities are no longer merely transferring knowledge and thus educating. Neither are they an institution in which highly qualified competencies needed in the labour market are solely acquired. Nowadays, the university is not limited only to shaping attitudes or forming a worldview. Neither is the university just a place of conducting scientific research. It serves a much broader purpose.

Universities are characterised by high interactivity and quick response to changes taking place in the social environment. Thus, the basic characteristics of these entities is their ability to adapt to new conditions in which they have to operate (Fielden, 2010). In recent decades, universities have experienced a great increase in the number of students. Still, in addition to implementing the teaching mission, in accordance with the Humboldt concept, they have become a sort of research centres and significantly influenced the development of science. Universities strive to explain theoretical issues but also conduct practical work. In addition, they are increasingly interdisciplinary, which is essential taking into account new challenges posed by the changing reality which countries

and societies are facing nowadays. It seems that flexibility and adaptability are currently the most important characteristics of universities (Boulton & Lucas, 2008).

In some respect, the university naturally has a dual mission regardless of the changes taking place in social reality. First of all, a civic mission consists of shaping elites, and secondly, a cultural one, whose essence comes down to fostering universal values. By its very nature, a university is open to universal values, and the central position among them should be attributed to the truth (Denek, 2013). The quest to discover the truth was at the heart of the first universities. It is one of the many areas connecting the current functioning of the university with the historical one.

In recent decades, universities have undergone fundamental changes on an unprecedented scale. These changes resulted from social transformations, including primarily the creation – in Norbert Wiener’s opinion – of a new type of society, namely the knowledge society. In the knowledge society, new theories underpinning development and innovation play a fundamental role. Acquiring new knowledge and generating innovation significantly affects economic growth. This, in turn, exerts the pressure on universities that have taken on the leading role in the development of science. The only question that can be raised is, whether they will create such knowledge that can be treated utilitarianly and will primarily serve the needs of economic growth and social development (Sellman, 2015).

Adapting universities to the requirements of the knowledge society while maintaining the constitutive pursuit of the academic community to discover the truth is currently one of the biggest, if not the greatest, challenges posed to these institutions. This challenge already implies a greater opening of universities to the environment and external stakeholders. This trend is visible in the higher education reform currently implemented in Poland (Act, 2018). Under this Act, to some extent, cooperation with external entities, for which universities can be a source of know-how and innovativeness, is required.

However, one should not forget that in reality, universities, just like in any other sphere of public life, go into competition. Universities compete, on the one hand, on a scientific level and, on the other, a teaching level, as they want the best students to join their ranks, i.e. those whose final exam results (which is a high school final exam in Poland) significantly exceed the average. As a result, the dilemmas posed to universities are compounded by problems related to strengthening the scientific potential, teaching at the highest level in the social, substantive, methodological, and utilitarian sense (Ciechanowska, 2012).

Changes in the modern world, including social changes, have also forced universities to seek new solutions for teaching at the academic level. In this context, more and more universities are, so to speak, returning in the teaching process to the traditional model of education based on the master-student rela-

tionship, which may take the form of tutoring. This is the case in the prestigious world recognised universities, such as Oxford, Cambridge or Harvard, and it is also implemented in the Polish context (Ratajczak, 2016). The search for new solutions in the field of education or a return to previously proven methods is an example of a university's proactive approach to social transformations.

Demographic Challenge – Depopulation

One of the most crucial problems that higher education institutions have to face is the consequence of the depopulation phenomenon, which will determine the university's activities in the upcoming years. This article attempts to characterise the challenges associated with the problem of depopulation and presents one of the tools to solve it, the University of the Best program.

Depopulation is the process of population dwindling in the specific area, i.e. the reduction of the population, and the reason for this condition is associated with the occurrence – jointly or separately – of two factors: negative birth rates (excess of deaths over births) and negative migration balance.

The researcher of depopulation processes, Anna Runge, indicates that the sources of depopulation phenomenon should be sought in the combination of the several processes consequences (Runge, 2017):

1. the beginnings of the second demographic transition and the associated real level of reproduction, which no longer guarantees simple replacement for generations that results from processes of deliberate delaying the age of procreation, a significant reduction in fertility along with a decline in fecundity, an increasing number of informal relationships and the spread of alternative patterns of family life, or the longevity;
2. acceleration of the social changes indicated above as a result of faster reception of Western models;
3. deepening the decline in the level of births by delaying reproduction – the phenomenon of fluctuating demographic declines and booms, i.e. the variable of boom-age groups concerning decline-age groups in the population age structure, including in particular:
 - entering the post-war baby boom into the demographic old age – migration processes in 1950–1988 in the Silesia Province meant that this baby boom is significant;
 - a long and deep demographic decline (establishing a family by the generation of the 1960s demographic decline) that should expire in the mid-1990s (the baby boom generation from 1974–1983 began to enter reproductive age) and it continued until the beginning of the 21st century;

- since 2004, the new wave of a very weak echo of the baby boom from 1974–1983 with a small and short-term increase in the number of births due to growing social changes as well as economic transformation on the labour market;
4. economic emigration of young people outside the province and even the country, which resulted from the situation of economic uncertainty. On the one hand, this phenomenon influenced the postponement of the decision to start a family, and on the other, it was conducive to decisions on emigration. Establishing one's position in the country of immigration resulted in the decision to start a family, which could not be infinitely postponed.

A fundamental problem of the Silesian Province concerning the depopulation phenomenon is the out-migration of the population. The total migration balance for permanent residence in 2018 was over -5.000 people (Figure 1). However, most of the migrating people remained in the country. Shortly after the final exams, the outflow of mainly young people is a challenge for both the region's province authorities and higher education institutions. Slowing down this process by implementing effective instruments to keep young people in the region should become a priority of development policy.

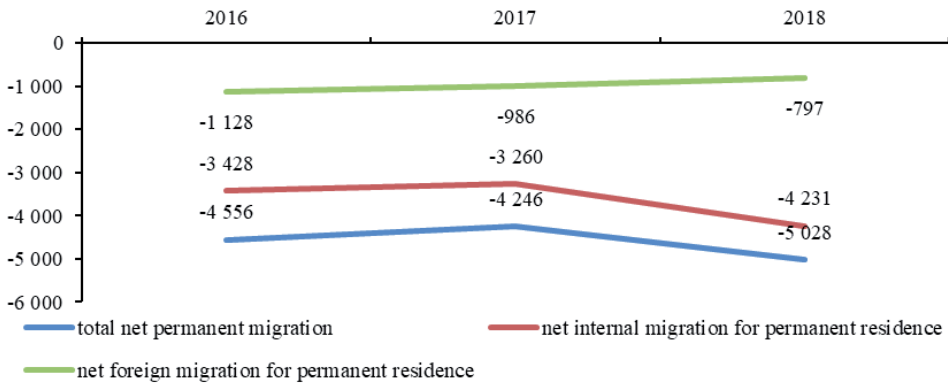


Figure 1. Internal and international migration of the population for permanent residence in the Silesia Province in the years 2016–2018

Source: Own elaboration on GUS Warszawa. Downloaded from: http://swaid.stat.gov.pl/Demografia_dashboards/Raporty_predefiniowane/RAP_DBD_DEM_13.aspx (access: 20.05.2021).

The qualitative changes taking place are the consequence of the outlined quantitative changes. With the decrease in the number of births and the continued low-level trend (Figure 2) as well as the migration outflow of young people, the ageing process of the urban population is more clearly marked, which further reinforces the reversal of urban-rural migration trends.

The projected migration outflow of young people of the Silesia Province for the period 2020–2050 is almost 68 thousand people (Figure 3), which, combined with the growing demographic ageing process, poses multifaceted challenges to the local and regional higher education authorities. Depopulation and ageing processes alone cannot be reversed. One can only influence their slowdown and counteract potential adverse effects. The deepening differences between the decreasing youth population and the educational potential of higher education institutions (facilities or academic staff) will also lead to the need to create and implement new forms of scientific activity and undoubtedly cause a departure from the massification towards the elitism of studies.

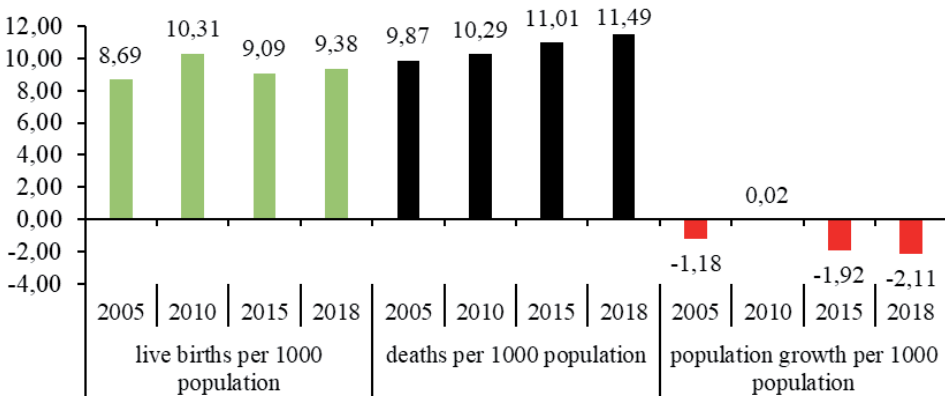


Figure 2. Live births, deaths and population growth per 1 000 population in the Silesia Province in the years 2005–2018

Source: Own elaboration on Bank Danych Lokalnych. Downloaded from: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/start> (access: 20.05.2021).

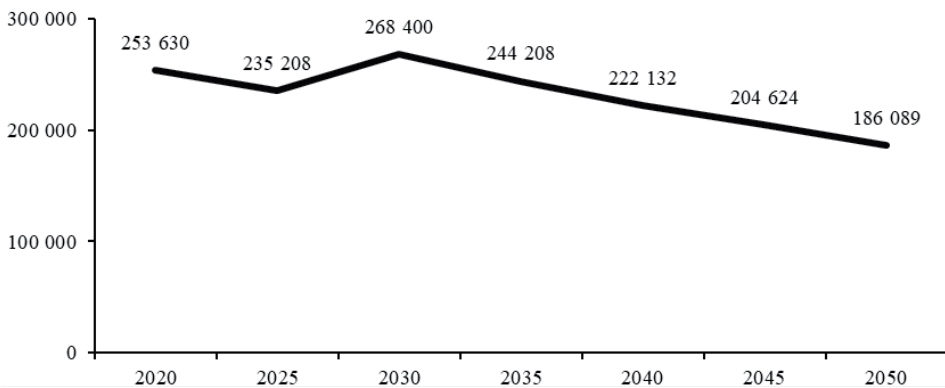


Figure 3. Demographic forecast of population aged 19-24 for Silesia Province until 2050

Source: Own elaboration on Bank Danych Lokalnych. Downloaded from: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/start> (access: 20.05.2021).

The University of the Best as an Example of the New Role of the University

The willingness to be proactive in the face of socio-political changes taking place in a knowledge-based society, while adhering to universal values, among which the truth plays a key role, were the main reasons for implementing a national-wide innovative for an educational programme called the University of the Best at the University of Silesia in Katowice.

The programme aims at developing the passions of the most talented students in the last grade of primary and secondary schools. The programme supports them in building cognitive activity, stimulates innovativeness and creativity. This means that the assumptions underlying the programme meet the needs of the knowledge society. Therefore, it is one of the ways how the University of Silesia in Katowice responds to changes in the external environment of the university.

The University of the Best offers the most talented students of the region a unique opportunity to work individually with scientists and academic teachers of the University of Silesia in Katowice. This type of learning is mainly unavailable to students in the mass education model adopted in Poland. The programme's added value is to provide students with a rich educational offer of the University of Silesia in Katowice and encourage students to study in the Silesia Province. Thus, the University of the Best implements objectives of a demographic nature in a region increasingly experiencing the phenomenon of depopulation. The programme may also remedy a substantial problem that the province is facing and which is associated with depopulation, namely the so-called brain drain. In the context of universities, brain drain should be treated as the outflow of the most talented school graduates to other academic centres – both domestic and foreign. Implicitly, students taking up academic work with academic staff are expected to pay off to the University and to the region by studying on the University of Silesia after graduating the high school. In the future, however, it is likely to contribute to the increase in the number of highly qualified specialists residing in the Silesia Province, who by working here influence its social and economic development.

The primary method of performance in the University of the Best programme is personalised education based on tutoring. This the opposite of mass teaching, which dominates in the general education system and at universities. The Prussian mass teaching model created in the 19th century in order to meet the industry's needs to recruit qualified employees in the 21st century does not seem to be effective. Of course, it is justified for social and financial reasons. It enables the acquisition of basic knowledge, including reading and writing skills, or making simple calculations for generations to come. Combined with compulsory education, it resulted in eliminating illiteracy in highly developed countries of

the world in the second half of the 20th century. It is also the cheapest per student, making it affordable for the state budget. However, its effectiveness in acquiring specialist knowledge or developing scientific passions seems to be very limited. As a result, many educators postulate a partial, in extreme cases even complete, departure from mass education and its replacement with personalised education, including tutoring (Master, 2019).

Were it not for the willingness of the academic staff of the University of Silesia in Katowice to take on an entirely new challenge, which often involves going beyond one's own comfort zone, it would not be possible to implement the University of the Best programme. Academic teachers, who decided to participate in the programme, had to learn how to work with students, the vast majority of whom had not yet reached the age of majority. At the same time, their professional experience to date is related in most cases to activities undertaken with adults and students with at least secondary education. Therefore, special training is organised for them to prepare future tutors well for a new role before starting work with students under the University of the Best programme. During these training sessions, they also gain knowledge about tutoring. According to the programme's assumptions, the tutor at the University of the Best is a tutor who helps find the optimal scientific path and adapt it to the student's interests. During tutorials, academic teachers work with students, attempting to accurately recognise their potential and help discover and develop their talents. A tutor and a tutee establish the path of development and motivate long-term cooperation in personal and scientific development.

The University of the Best programme was launched in October 2018, but work on its creation had begun about a year earlier. The city of Katowice became involved in this activity, thus becoming the co organiser of the programme together with the University of Silesia in Katowice. The Organisational and Programme Council and the Programme Coordinator were established. The University of the Best regulations were drawn up to develop acceptance rules and tutors' work with tutees. This process took place until the end of May 2018, and in June began the acceptance of interested students into the programme. Of course, it was also preceded by a large-scale advertising campaign prepared by the Promotion Department of the University of Silesia in Katowice.

Acceptance into the University of the Best programme is a two-step process. First, students complete an application form, which can be found on the programme website (www.uniwersytetnajlepszych.us.edu.pl). One out of the three preferred areas of science – mathematics and natural sciences, humanities and social sciences, or art – should be selected on the application form. In addition, the candidate must provide a short written statement (between 2 and 5 thousand characters including spaces) of self-presentation or a link to another form published on the Internet: video material (from 2 to 5 minutes), audio material (from 2 to 5 minutes), multimedia presentation (containing from 4 to 10 slides). A can-

didate applying to the programme within the field of art or displaying literary talents is required to submit one selected form of self-presentation: from 3 to 5 photos of artistic works made in any technique, link to a video or audio recording lasting 3 to 5 minutes showing talents, fragment of a literary or poetic text or a screenplay up to 10,000 characters including spaces. Applications are then checked and assessed independently by selection committees (which include academic teachers) in terms of formal (completeness of the form and attachment of relevant documentation) and substantive (substantive assessment of the content of the application) criteria. On this basis, the candidates are shortlisted and the best of them are invited to interviews, which constitute the second stage of recruitment. A maximum of 150 applicants may participate in this stage of acceptance process. The decision on who will participate in the programme is made after the interviews conducted by the committees. It applies to those candidates who scored the most significant number of points during the acceptance process.

Thirty most talented students living in Katowice participated in the first edition of the University of the Best programme. They were selected from over 60 candidates and began their education under the tutelage of 23 tutors in the 2018/2019 academic year. During the programme one person decided to cancel it, thus 29 people participated. In addition to working with tutors, students participated in lectures, classes, laboratories conducted at the University of Silesia in Katowice. These classes could have been indicated by tutors subject to the prior consent of the teacher. Programme participants also had the opportunity to participate in group meetings dedicated to them, led, among others, by career advisers and psychologists. During the first programme the workshops called 'Design your success' (conducted by employees of the Career Centre of the University of Silesia in Katowice), 'Verbal and non-verbal communication' (conducted by an employee of the University of Silesia in Katowice), 'Effective self-presentation', 'Stress-resistant' and 'Team strength' (conducted by employees of the Psychological and Pedagogical Counselling Centre No. 5 in Katowice) were conducted. The University of the Best participants were also presented with an offer of modular classes available so far only for the elite group of students of Interdisciplinary Individual Studies at the University of Silesia in Katowice. They also took part in meetings with extraordinary personalities of Polish culture (outstanding personalities of literature, fine arts, journalism) organised as part of the 'ISM gives the floor' series. The students worked individually and had the opportunity to acquire social competences or to learn how to work in a group. This is particularly important from the point of changes in the modern world where interpersonal skills are becoming increasingly important. Currently, teamwork is a driving force of business and scientific achievements. Great scientific discoveries are rarely a success of one scientist, as evidenced by the Nobel Prizes awarded in recent years in economics, physics, chemistry, physiology, or medicine.

The first programme of the University of the Best was summarised during a special conference. Programme participants presented their achievements as part of their work with tutors. Notably, the formula and programme of the follow-up conference were developed by students themselves, partly during group workshops entitled 'Team strength'. Most of the tutees prepared a short presentation for the conference, some of them were displayed. The conference gathered over 200 participants, including the University of Silesia in Katowice authorities, authorities of the city of Katowice, representatives of schools of participants of the programme, and their families and friends.

The first programme's success resulted in expanding the list of organisers to include other academic cities, i.e., where the University of Silesia in Katowice is established. In this way, Chorzów (10 participants) and Sosnowiec (10 participants) joined the program. In addition, the university authorities decided to raise funds for the participation of another 10 people regardless of their place of residence. Thus, ultimately, the University of the Best in the academic year 2019/2020 was to receive 60 participants (Katowice retained the model of the first edition of the programme with its 30 pupils).

In the end, 57 participants took part in the second edition of the programme University of the Best, selected from 83 candidates. They worked with 49 tutors. Following the first programme, the second one was to be crowned with a follow-up conference. However, the outbreak of the SARS-CoV-2 pandemic thwarted the programme organisers' plans. Overnight, Polish authorities closed nurseries, kindergartens and schools. Classes at universities have also been suspended. Therefore, starting from 12 March 2020, changes to the scheduled meetings within the University of the Best had to be introduced. Most tutors decided to continue tutoring online, conducting video conferences with the students. Unfortunately, this was not always possible. These classes will be resumed as soon as the pandemic restrictions are lifted. Before the university's suspension, as in the first edition of the programme, students had the opportunity to participate in university classes, and three group workshops entitled "The art of savoir-vivre," "What am I good at? Your resources," "Biographical cube" were held. They were run by employees or associates of the University of Silesia in Katowice. Unfortunately, conducting the subsequent group classes as part of this programme is not possible. The decision taken by the organisers of the University of the Best programme also changed the formula of the follow-up conference planned for May 2020. Organising an event during which over 200 people would gather in one place is not only not allowed at present, but above all would be extremely risky. Thus, the participants summarised the second programme preparing short film materials in cooperation with tutors. During the presentation, they talked about their achievements and presented the effect of their activities within the University of the Best.

To ensure high quality of the University of the Best programme assessment system is involved. Not only do the participants express their opinions about the

program, but also tutors by completing survey forms. The assessment enables ongoing response to emerging issues and provides an opportunity to implement modifications at the end of the programme and before the next one. The results of the survey are the subject of further analysis in the article.

The University of the Best programme is an example of the new role of universities in the 21st century. Its implementation is to ensure the achievement of broader than merely educational goals. It is a response to depopulation problems of the Silesia Province, in particular brain drain. As a result, a unique role is to be played by the possible attachment of programme participants to the University of Silesia in Katowice, which can be fostered by showing them the scientific potential of the university teachers. Group workshops are an essential aspect of the University of the Best. These workshops enable students to acquire social competence and learn to work in a group. This is particularly crucial because many of them are mavericks, and furthermore, Polish schools very often overlook this aspect of young people's development. The school is focused on its individual success, as exemplified by external exams. In this way, in accordance with the assumptions of the University of the Best, programme graduates will be able to meet the demanding requirements imposed by a knowledge-based society.

The University of Silesia in Katowice undertaking, together with its partners from university cities, implementing an innovative programme to support the most talented students, has become part of a group of universities that proactively react to changes in social reality. Perhaps, the university creates model solutions for other Polish universities in this way. In addition, an important effect of the implementation of the University of the Best programme is the closer cooperation of the University of Silesia in Katowice with the external environment by bringing into play university cities in the implementation and co-financing of the programme.

Conclusions from the Assessment of the University of the Best Programme

The programme assessment was prepared in the form of a survey carried out via a questionnaire filled in by tutors and programme participants. An ex-post assessment model was adopted, indicating the moment of implementation of the study after the programme was completed. The organisers' primary objective was to assess the activities' quality and effects. This assessment was based on the following criteria (Bienias et al. 2012):

1. relevance, i.e. the degree of adequacy of the assumed, planned objectives of the programme and methods of implementing it to social problems and challenges that have already been diagnosed. The analysis of this criterion

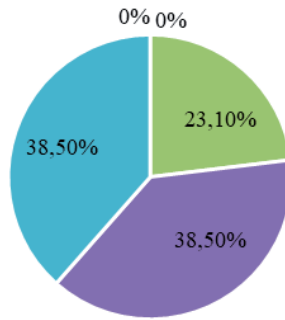
- was carried out before the beginning and in the first stages of programme implementation. The phenomenon of depopulation became the fundamental challenge that inspired the programme's creation.
2. effectiveness, i.e. the degree of implementation of the objectives, the effectiveness of the means and instruments used, and the role of external factors affecting the final effects.
 3. efficiency, i.e. the relation between the expenditure incurred (including the financial, administrative or human resources involved) and the achieved programme effects.
 4. utility, i.e. the whole of the real effects caused by interventions, referring them to social challenges. The utility assessment was carried out after closing the first programme, and the achieved results influenced the decisions on including further programme partners.
 5. sustainability, i.e. the ability to maintain effects, their continuity both in the medium and long-term time horizon.

Each assessment question was closely related to the indicated criteria and allowed for a precise assessment. On the one hand, the use of an appropriate scale and, on the other, determining the value of a given phenomenon or process based on proper criteria revealed that something was functioning properly or not. The requirements also directed the evaluator's attention to the issues most relevant to the programme.

Twenty-six respondents from 29 programme participants took part in the survey questionnaire addressed to the tutees. Assessment questions were divided into five parts, in which questions were generally asked about various elements of the programme.

The first part referred to tutor meetings, both organisational issues and the subject areas of the course itself. Most participants indicated that the logistic support of the classes is correct (cumulative results of responses about the process of organising classes – rather convenient and very convenient – at 77%) (Figure 4).

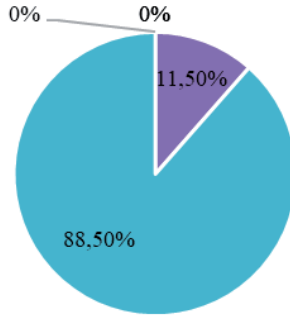
During the tutoring process, the participants may experience intense experiences, resulting even from a kind of 'clash of worldviews,' therefore it is extremely important to provide the right atmosphere during classes that promotes this process. The vast majority of tutees declared that the atmosphere of the meetings supported the tutoring process, and none of them indicated negative feelings resulting from the meetings with the tutor (Figure 5). Similarly, the responses were shaped in terms of subject areas of the meeting, which for over 92% of participants (cumulative percentage of answers – rather interesting and very interesting) met their requirements regarding the substantive scope (Figure 6) or technical aspects of communication with the tutor (Figure 7).



■ very inconvenient ■ rather inconvenient ■ no opinion ■ rather convenient ■ very convenient

Figure 4. Organisation of tutoring process – logistic support of classes

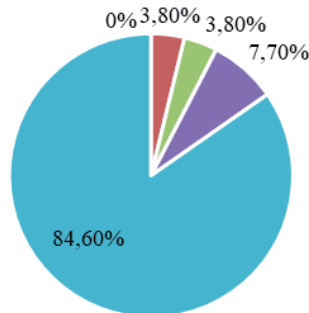
Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme



■ very not conducive ■ rather not conducive ■ no opinion ■ rather conducive ■ very conducive

Figure 5. Atmosphere during classes

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme



■ very uninteresting ■ rather uninteresting ■ no opinion ■ rather interesting ■ very interesting

Figure 6. Subject areas of tutor-tutee meetings

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

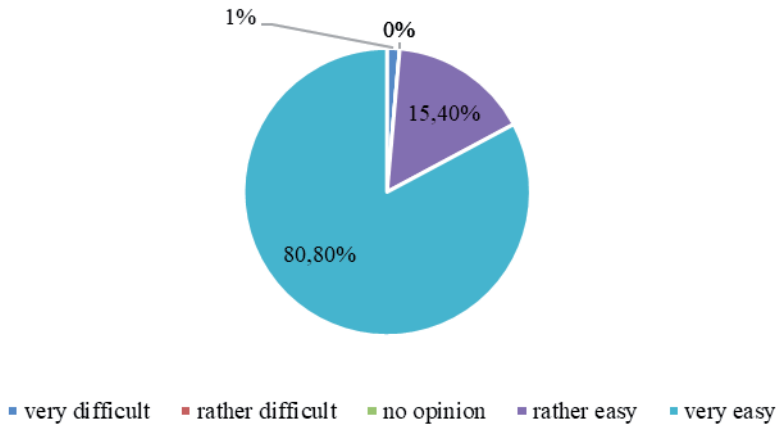


Figure 7. Communication with the tutor

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

The second part of the questions concerned programme participants' opinions about the tutor himself. One of the basic principles of tutoring is building a supportive relationship based, among others, on the principle of authenticity, i.e. the transfer of knowledge, skills and competences that the tutor himself has. In this regard, the tutees pointed out that substantive preparation (Figure 8) as well as working methods, including transparent and coherent message (Figure 9) characterised the way of tutors' work.

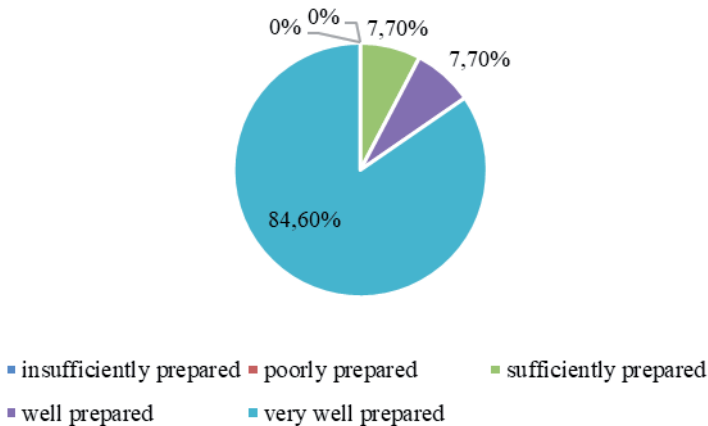


Figure 8. Opinion on substantive preparation of tutor

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

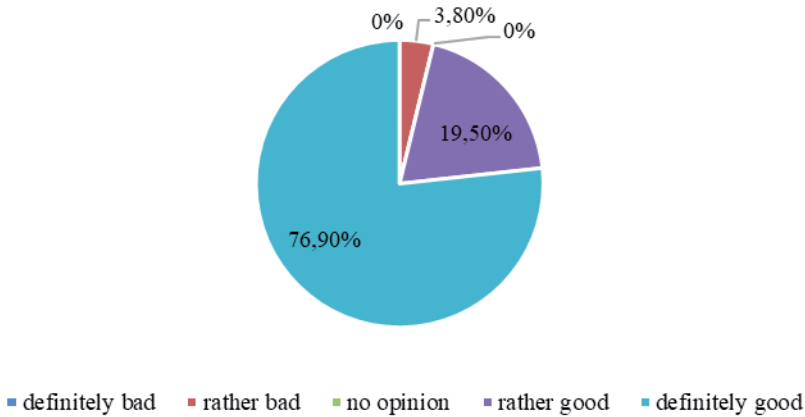


Figure 9. Opinion on tutor’s working methods in terms of transparency and consistency of activities

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

An essential asset of the tutors indicated by programme participants was their ability to select many instruments that, while enriching the meetings, simultaneously supported the tutoring process (Figure 10).

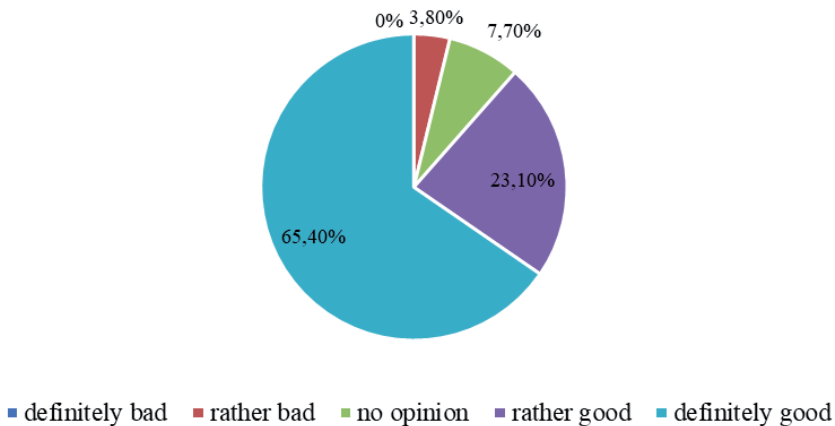


Figure 10. Opinion on tutor’s working methods in use of many instruments

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

The confidence in conducting meetings is noticeable because the tutors knew how to conduct classes and what activation methods to use, indicating the correct substantive preparation and, on the other hand, the adequate process of selecting tutors for the tutees (Figure 11).

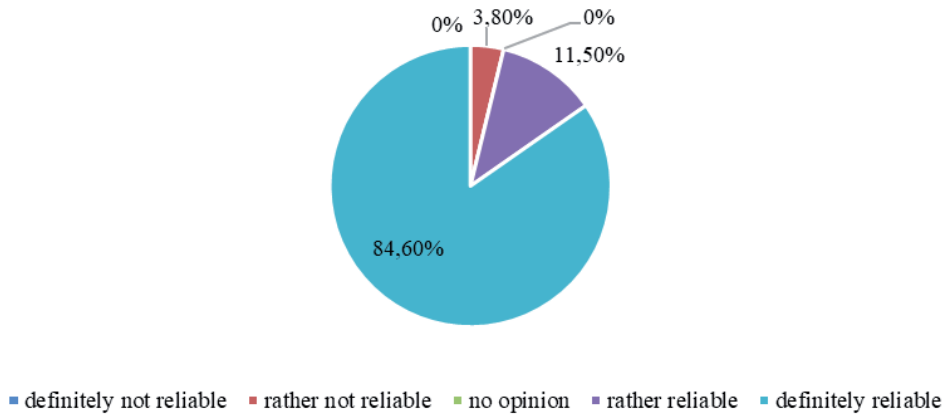


Figure 11. Opinion on conducting meetings - tutor reliability

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

Equally important was meeting the tutees' expectations they had towards the programme. Respondents' indications allow to conclude that the programme in over 92% (cumulated answers – rather yes and definitely yes) met the expectations placed in it, which proves both the adequacy of tutoring methods and the preparation of the tutors themselves and logistic support of the process.

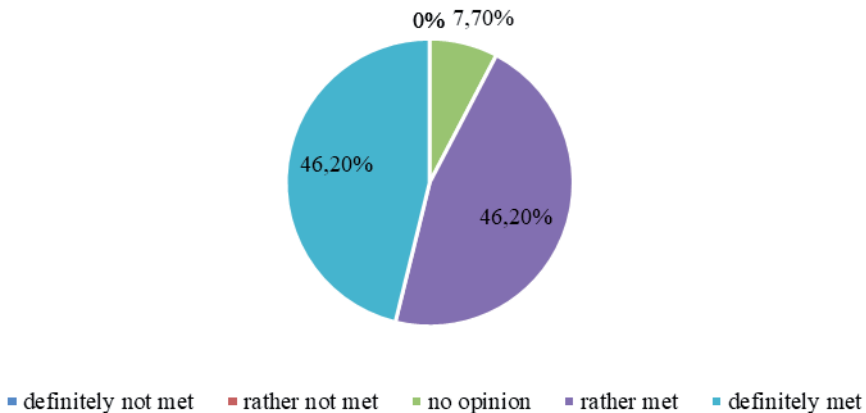


Figure 12. Opinion on meeting expectations towards programme

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

An aspect that was equally important in the results of the assessment surveys was the planning (Figure 13) and the individual adaptation of the tutor to the organisation of the charge's work (Figure 14). With many additional obligations of programme participants, this allowed proper time management to play a significant role in achieving the programme's effects, which required a kind of discipline of tutors towards the participants and *vice versa*.

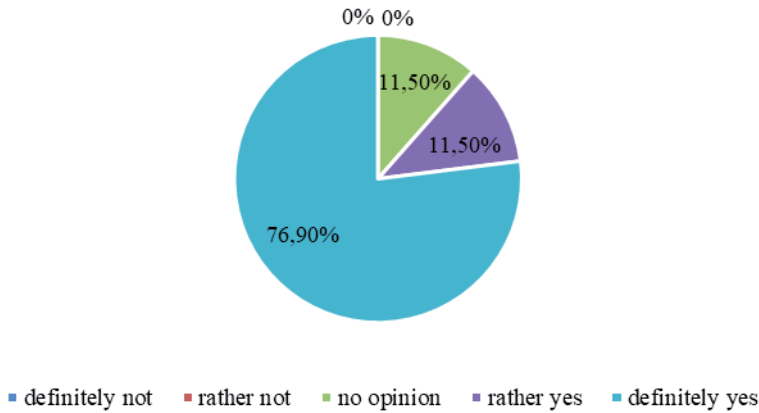


Figure 13. Classes were held according to predefined schedule

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

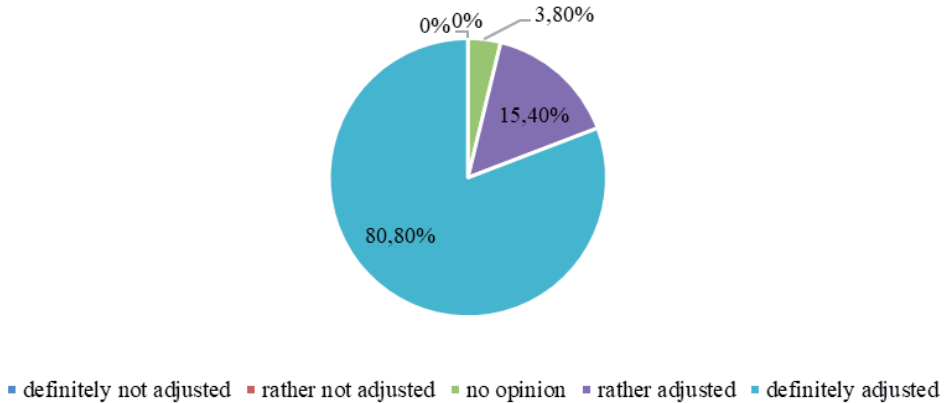


Figure 14. Adjusting date of classes to tutee's availability

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

The third part of questions concerned the course and effects obtained from the meetings. First of all, the assessment focus was on the substantive level of the tutoring process, communication with the tutee stimulating presentation of one's position on a given matter, own opinion, view or belief. To a large extent, the participants pointed to a high and a very high level of requirements imposed on them during meetings and individual work (Figure 14), which resulted in developing their own interests and passions (Figure 15). A derivative of proper master-student relationship was also the high substantive preparation of the tutees (Figure 17) and their engagement during classes (Figure 18).

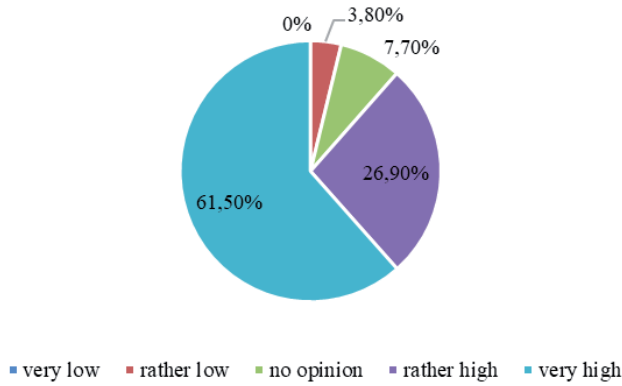


Figure 15. Level of requirements posed by tutor

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

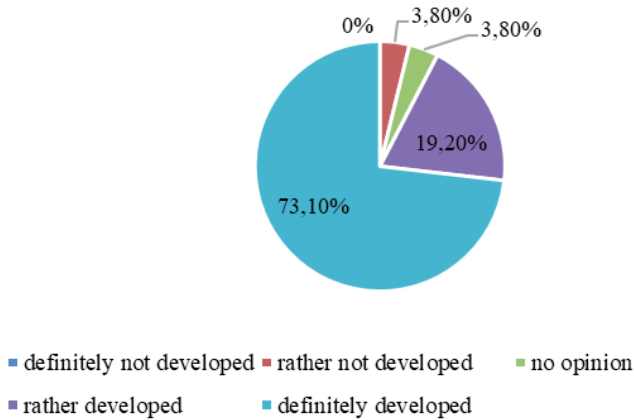


Figure 16. Opinion on development of interests as result of programme participation

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

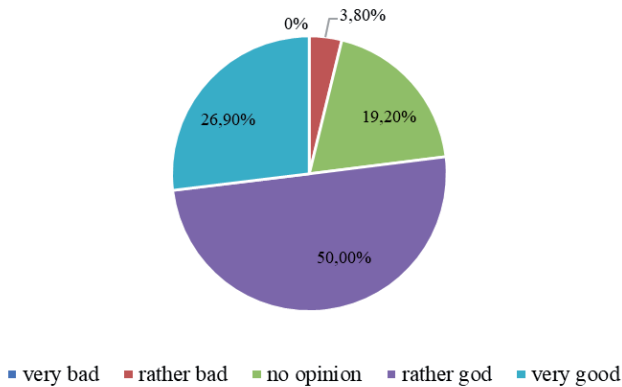


Figure 17. Opinion on level of own preparation for meetings

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

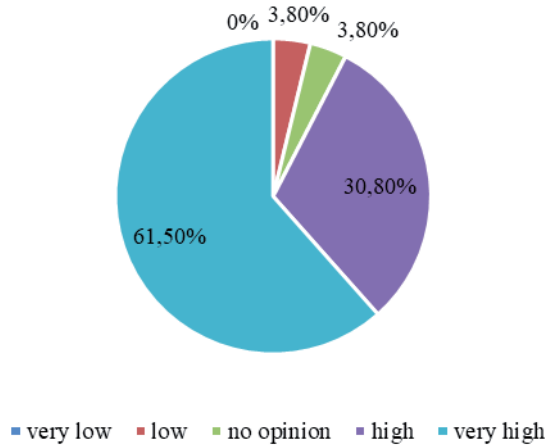


Figure 18. Opinion on level of own engagement during meetings

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

The fourth part of questions covered the assessment of promotional instruments undertaken by the Organisational Office, whose purpose was to inform about the programme and its objectives. The participants were asked about sources of knowledge about the programme. One of the most common indications was the school environment (teacher) and the Internet. The contact with schools was mainly carried out through mailing, while in the case of Internet sources the use of Google Display Network, where the number of views reached 562 393, was indicated.

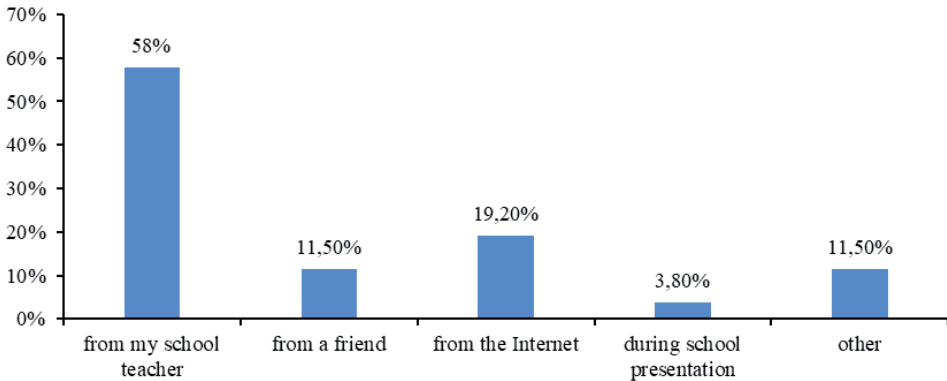


Figure 19. Source of information about the University of the Best programme

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

The fifth part of assessment questions covered issues of tutee communication with the organisational office and the programme’s ‘communication policy’

itself carried out through the website in many ways, and whose transparency and ease of access to information (Figure 20) was indicated by 68% of the participants surveyed (good and very good cumulative answers).

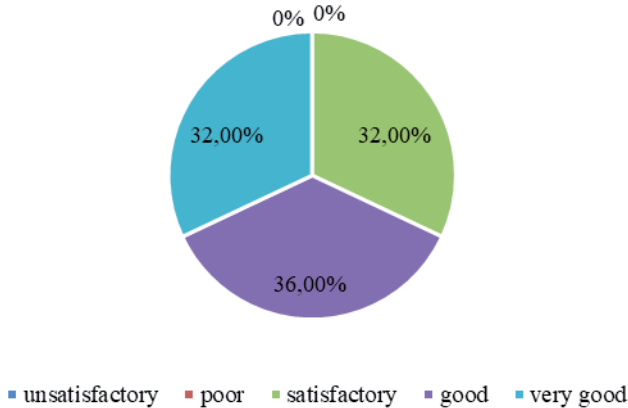


Figure 20. Website transparency

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

The process of communication and exchange of information with the organisational office was assessed by the vast majority of tutees as correct (Figure 21). It included day-to-day project management and preparations for a follow-up conference or exchange of information on the subject of classes conducted in the form of group workshops, which were considered an essential element of building community among project participants (Figure 22).

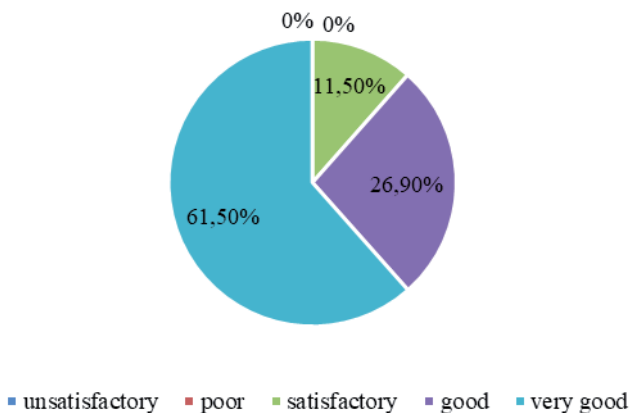
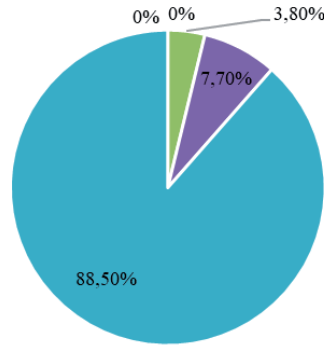


Figure 21. Communication with organisational office

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme



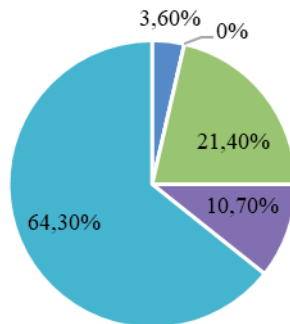
■ very poorly selected ■ rather poorly selected ■ no opinion ■ rather well selected ■ very well selected
 Figure 22. Subject areas and accessibility of workshop classes

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

The assessment process of the University of the Best programme also involved the work of tutors. Bearing in mind the principles of effectiveness, efficiency and potential durability, the program manager sent questionnaires to 23 tutors, receiving 28 answers – the difference was due to the fact that under the regulations one tutor could conduct a tutoring process for a maximum of two people.

The questionnaire sent to tutors was divided into five parts as with programme participants.

The first part concerned opinions on the tutees themselves, especially regarding communication with them (Figure 23) and preparation for classes (Figure 24), where the answers provided in both cases indicated the participants' particular engagement in the tutoring process.



■ unsatisfactory ■ poor ■ satisfactory ■ good ■ very good

Figure 23. Communication with programme participant

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

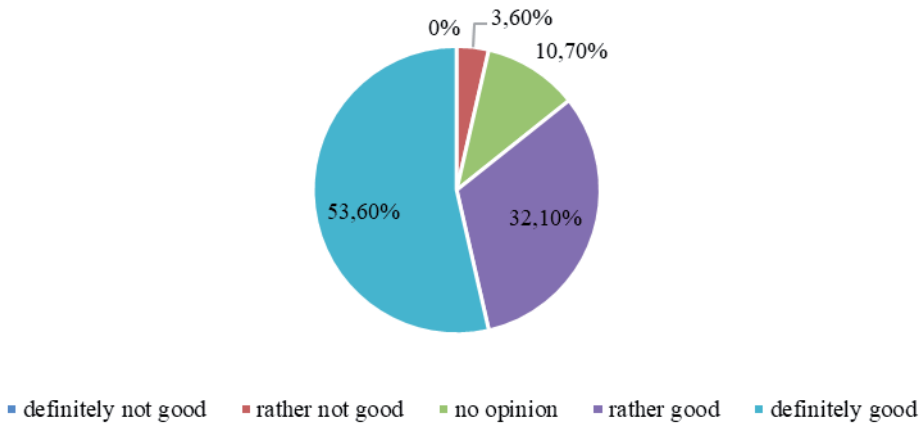


Figure 24. Preparation for classes

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

An essential element of the tutoring process is the tutee's engagement in the work process itself (Figure 25) and its regularity. The indicated aspects, as in the case of the answers given by programme participants, were also appreciated by tutors (Figure 26), although it should be reiterated that in many cases time management was a significant challenge, also for tutors, who, despite this problem, thought that their expectations for those under their care have been met (Figure 27). It should also be stressed that in the opinion of tutors, the decision to accept a tutee to the programme was confirmed in almost 93% (Figure 28).

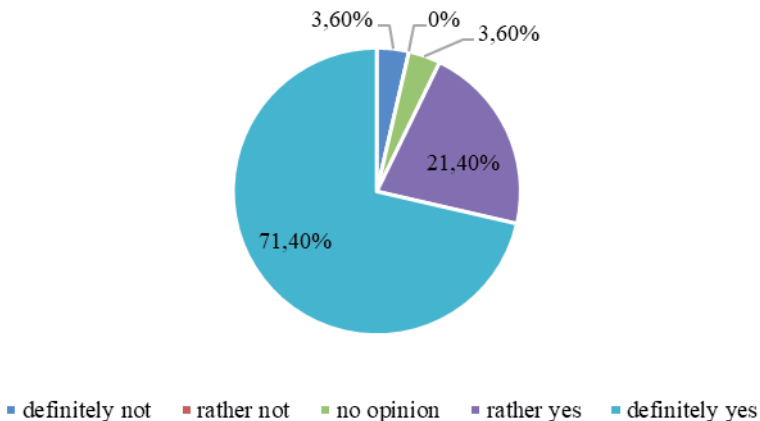
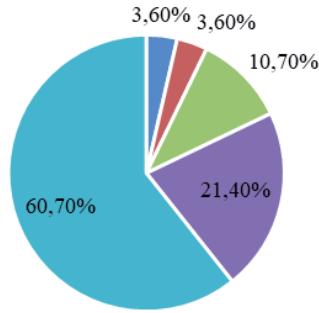


Figure 25. Tutee demonstrated commitment

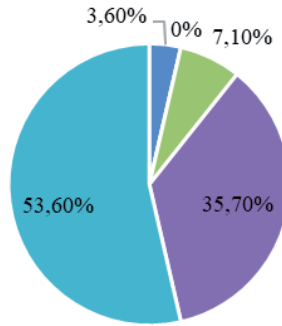
Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme



■ definitely not ■ rather not ■ no opinion ■ rather yes ■ definitely yes

Figure 26. Classes were held in accordance with predefined schedule

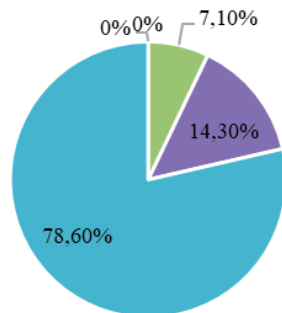
Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme



■ definitely not ■ rather not ■ no opinion ■ rather yes ■ definitely yes

Figure 27. Meetings with programme participant met tutor's expectations

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme



■ definitely not ■ rather not ■ no opinion ■ rather yes ■ definitely yes

Figure 28. Rightness of decision to accept tutee to programme

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

The second part of questions regarded the tutoring process and meetings. As in the case of participants, the tutors also indicated that the atmosphere during the classes was conducive to work and allowed for free exchange of thoughts (Figure 29), as a result of which the pupils expanded the scope of knowledge in the selected scientific discipline – according to the tutors, it happened in almost 95% of cases (Figure 30).

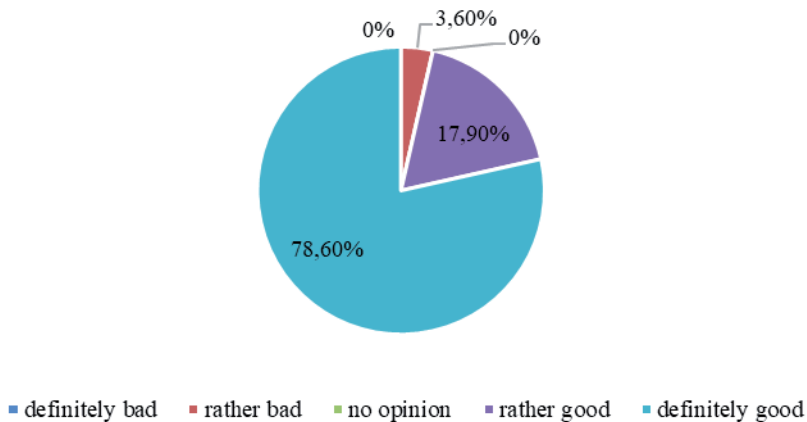


Figure 29. Atmosphere during tutoring process

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

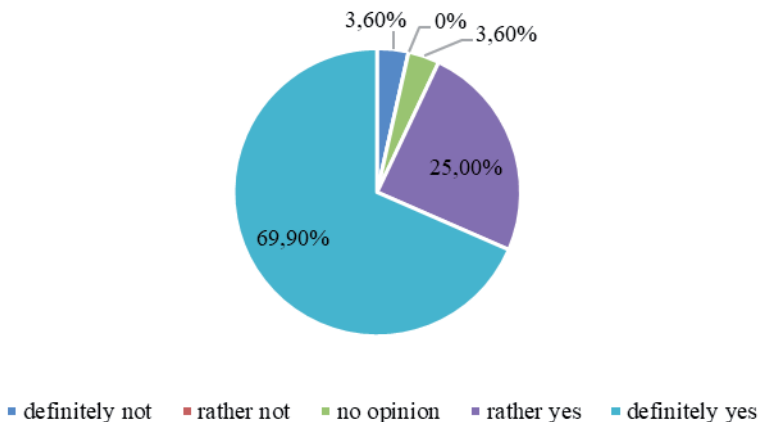


Figure 30. Tutoring helped broaden knowledge of programme participant in selected discipline

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

Tutors were also asked to assess their preparation for the tutoring process and work with young people. In this regard, 100% of respondents indicated that they were well or very well prepared for meetings, which proves the adequacy

of the selection of tutors in the process of their recruitment to the programme (Figure 31).

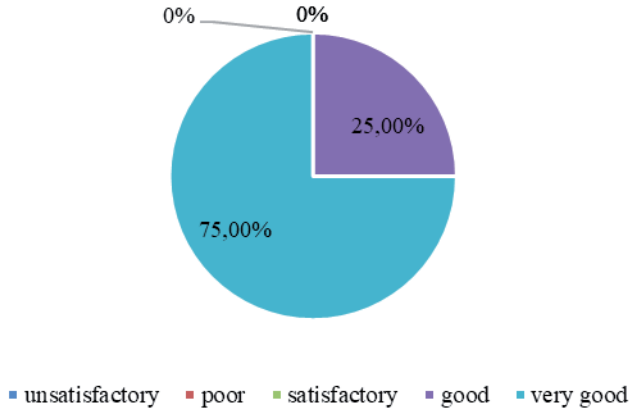


Figure 31. Own preparation for meetings

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

The strong commitment of tutors, their selection of various topics in the tutoring process and the high level of requirements posed by the tutees (Figures 32, 33, 34) also supports the argument of the correct selection of tutors. This can be further supported by the opinion of the tutors themselves about the correct matching with the charge (Figure 35), which resulted in developing in over 83% of cases (cumulative answers rather yes and definitely yes) the master-student relationship (Figure36) that is the most complete implementation of the idea of tutoring.

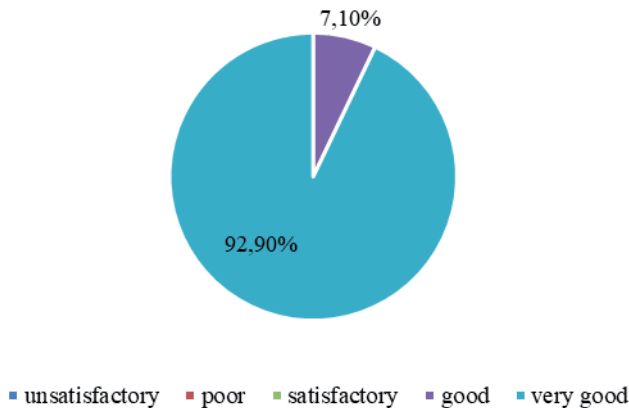
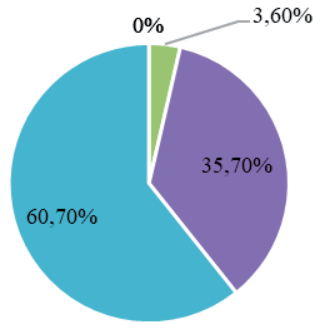


Figure 32. Own commitment during meetings with programme participant

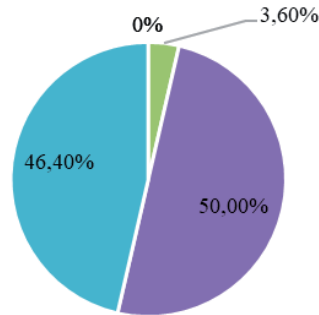
Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme



■ definitely not ■ rather not ■ no opinion ■ rather yes ■ definitely yes

Figure 33. Meetings and their subjects were varied

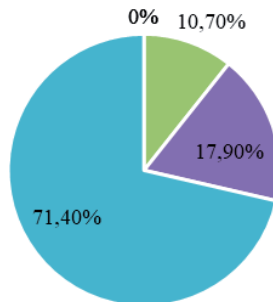
Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme



■ very low ■ low ■ average ■ high ■ very high

Figure 34. Level of requirements for programme participant

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme



■ very inadequate ■ inadequate ■ average ■ adequate ■ very adequate

Figure 35. Matching in terms of scientific interests

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

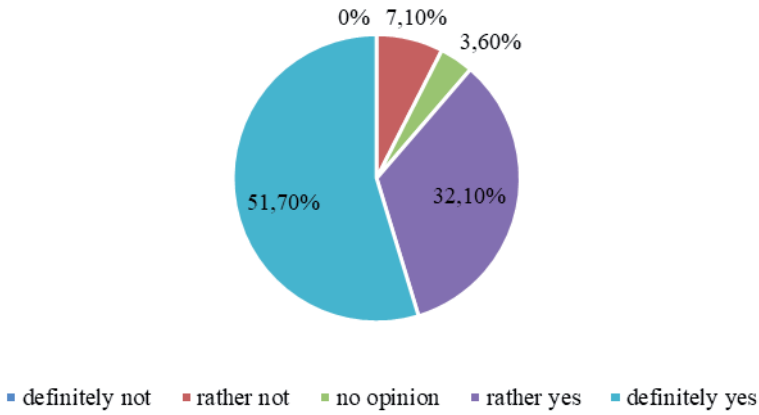


Figure 36. Meetings built tutor's relationship with programme participant
 Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

The last part of questions, as was the case with tutees, concerned issues related to the general question about meeting the expectations of the programme (Figure 37), to the website (Figure 38) and communication between the tutor and the organisational office (Figure 39). These were assessed high by tutors, confirming the effectiveness of the methods adopted.

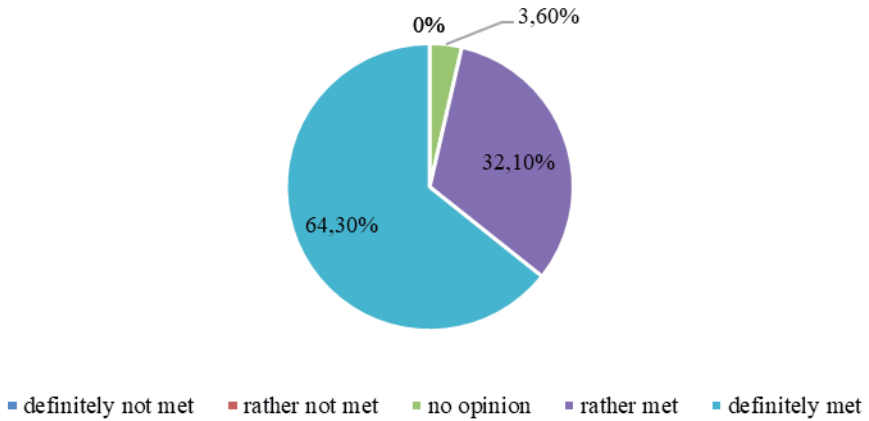


Figure 37. Meeting tutor's expectations towards programme
 Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

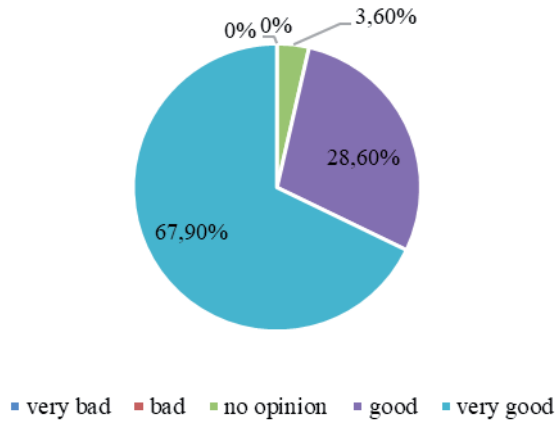


Figure 38. Website transparency

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

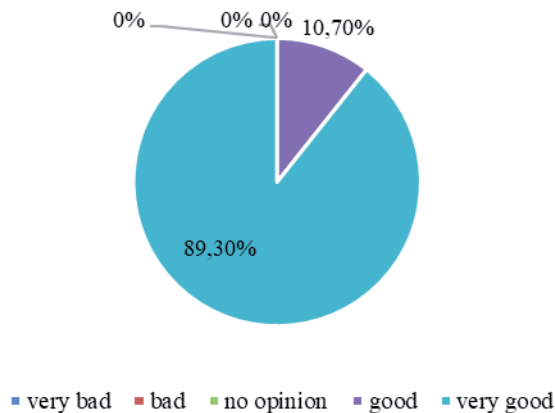


Figure 39. Communication with organisational office

Source: Own elaboration based on assessment surveys of the University of the Best programme

It is worth noting that one of the fundamental goals of the assessment was the acquisition of knowledge about the real effects of the University of the Best programme. The evaluation was a successful attempt to find the answer to the question whether the implemented actions brought the assumed results. The assessment, as demonstrated, was not limited to measuring the effects of intervention because an attempt was made to determine the cause-and-effect relationships between the actions taken and the results achieved. The assumption that the logic of the programme is correct has been proved by the survey. Measuring the effects of interventions and explaining the mechanism of actions used allowed for gathering knowledge useful for planning and implementing the next edition of the programme. This knowledge was used to formulate recommendations

and then make decisions based on them, which improved the quality of taken actions, thanks to which the principle of resource efficiency was implemented.

References

- Bienias, S., Gapski, T., Jąkałski, J., Lewandowska, I., Opałka, E., Strzęboszewski, P., (2012). Ewaluacja. Poradnik dla pracowników administracji publicznej [Evaluation. The guide for public administration employees]. Downloaded from: https://www.ewaluacja.gov.pl/media/11102/Poradnik_ewaluacji.pdf (access: 20.05.2021).
- Boguski, J. (2010). Od uniwersytetu tradycyjnego do uniwersytetu przyszłości [From a traditional university to a university of the future]. *Nauka i Szkolnictwo Wyższe*, no 1/33/2009, pp. 25–33.
- Boulton, G., Lucas, C. (2011). What are universities for? *Chinese Science Bulletin*, vol. 56, no 23, pp. 2509–2517, DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s11434-011-4608-7>.
- Ciechanowska, D. (2012). Uczenie się głębokie jako efekt studiowania [Deep learning as a result of studying]. In: D. Ciechanowska (ed.), *Uwarunkowania efektów kształcenia akademickiego [Determinants of the effects of academic education]*, (pp. 111–129). Szczecin: Wydawnictwo OR TWP w Szczecinie.
- Denek, K. (2013). Uniwersytet. Między tradycją a wyzwaniem współczesności i przyszłości [University. Between tradition and the challenges of the present and future]. *Edukacja Humanistyczna*, no 1(28), pp. 7–21.
- Fielden, J. (2010). The Changing Roles of University Governing Boards and Councils. In: P. Peterson, E. Baker, B. McGaw (eds.), *International Encyclopedia of Education*, vol. 4 (pp. 273–278). Oxford: Elsevier, DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-044894-7.00887-3>.
- <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/> (access: 20.05.2021).
- http://swaid.stat.gov.pl/Demografia_dashboards/Raporty_predefiniowane/RAP_DB_DBD_DEM_13.aspx. (access: 20.05.2021).
- Master, B. (2019). *Tutoring. Coaching. Mentoring. Edukacja Domowa [Tutoring. Coaching. Mentoring. Home education]*. Katowice: Wydawnictwo BE-MASTER Sp. z o.o.
- Ratajczak, S. (2016). Tutoring akademicki – korzyści dla studenta, nauczyciela i uczelni wyższej [Academic tutoring – benefits for students, teachers and universities]. *Kultura i Edukacja*, nr 3(113), pp. 154–171.
- Runge, A. (2017). Procesy starzenia ludności województwa śląskiego [Ageing processes of the population of the Silesian Voivodeship]. In: J. Hryniewicz, A. Potrykowska (eds.), *Sytuacja demograficzna województwa śląskiego jako wyzwanie dla polityki społecznej i gospodarczej [Demographic situation of the Silesian Voivodeship as a challenge for social and economic policy]*, (pp. 69–95). Warszawa: Rządowa Rada Ludnościowa.

Sellman, C.L. (2015). University in Knowledge Society: Role and Changes. *Journal of System and Management Science*, vol. 5, pp. 84–113.

Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 85) [Act of July, 20, 2018 Law on higher education and science, uniform text, OJ 2020, item 85]. Downloaded from: <http://isap.sejm.gov.pl/> (access: 20.05.2021).

www.uniwersytetnajlepszych.us.edu.pl. (access: 20.05.2021).



Odpartyjnienie samorządu, ale nie na każdym szczeblu – studium wyborów samorządowych 2018 w województwie śląskim

Non-partisan Local Government,
but Not at Every Level – Study of the 2018 Elections
in the Silesian Voivodeship


Maciej Marmola*
Karolina Kaczmarczyk**

Abstrakt

Wybory samorządowe w 2018 roku zostały w dużym stopniu zdominowane przez ogólnopolską rywalizację między rządzącym Prawem i Sprawiedliwością oraz partiami opozycyjnymi. Dodatkowo nowelizacja Kodeksu wyborczego rozszerzyła katalog miast i gmin, w których wybory odbywały się w wielomandatowych okręgach wyborczych z wykorzystaniem metody d’Hondta, co mogło sprzyjać partiom ogólnopolskim. Autorzy prezentowanego artykułu sprawdzają, w jakim stopniu oddziaływało to na poziom upartyjnienia organów samorządu, które w warunkach polskich postrzegane są

Abstract

The 2018 local government elections were largely dominated by the nationwide competition between the ruling Law and Justice (PiS) and opposition parties. In addition, the amendment to the Electoral Code expanded the volume of cities and municipalities where elections were held in multi-member constituencies using the d’Hondt method, which could favor nationwide parties. The presented article analyzes the extent to which this influenced the level of politicization of the Polish local government, which was commonly perceived as a sphere of influence of local electoral committees.

* Uniwersytet Śląski w Katowicach (maciej.marmola@us.edu.pl)  <https://orcid.org/0000-0003-1911-1125>

** Uniwersytet Śląski w Katowicach (karolina.kaczmarczyk@onet.pl)  <https://orcid.org/0000-0001-5621-7338>

raczej jako strefa wpływu komitetów lokalnych. W tym celu przeanalizowali poziom poparcia dla partii politycznych i komitetów lokalnych w 167 gminach i miastach województwa śląskiego. Badanie potwierdziło pozytywny związek między liczbą mieszkańców danej gmin/miasta i poziomem upartyjnienia jednostek samorządu. Pogłębiona analiza ukazała, że komitety lokalne i bezpartyjni kandydaci na urząd wójta i burmistrza dominują w mniejszych gminach i miastach (do 100 tys. mieszkańców), a największy upartyjnieniem charakteryzują się miasta na prawach powiatu.

Słowa kluczowe: wybory samorządowe, polityce lokalni, partie polityczne, odpartyjnienie

For this purpose, we examine the level of support for political parties and local committees in 167 municipalities and cities of the Silesian Voivodeship. The study confirms a positive relationship between the level of party politicization of local governments and the inhabitants' number in the municipality. An in-depth analysis shows that local committees and non-party candidates for the mayor's office definitely dominate in smaller municipalities and cities (up to 100,000 inhabitants). In contrast, the largest cities with poviat rights are characterized by a greater degree of politicization.

Keywords: local elections, local politics, political parties, non-partisanship

Wprowadzenie

Wybory do rad gmin w 1990 roku były pierwszą w pełni rywalizacyjną elekcją w dziejach III Rzeczypospolitej Polskiej. Od tego czasu stopniowo wzrasta znaczenie samorządu terytorialnego. Widać to choćby na przykładzie wyborów samorządowych, które zyskują coraz większe zainteresowanie elektoratu³. Charakterystyczną cechą elekcji samorządowych jest występowanie w nich podmiotów lokalnych, co wiąże się z udziałem w polityce samorządowej bezpartyjnych polityków. Choć partie polityczne odgrywają znaczącą rolę w życiu politycznym, to w wyborach samorządowych nie są głównym podmiotem rywalizacji wyborczej. Prowadzone badania wskazują na to, że w polskim samorządzie partie ogólnokrajowe mają dużo mniejszy udział we władzy niż w większości państw Europy (Gendźwiłł, Żółtak, 2020).

Wyjaśnienia stosunkowo niskiego poziomu upartyjnienia polskiego samorządu można zasadniczo doszukiwać się w czynnikach natury społecznej i politycznej. Po pierwsze, może on się wiązać z: niewielkim zaufaniem społecznym do partii politycznych (CBOS, 2020), coraz niższym stopniem identyfikacji partyjnej wśród polskich wyborców (CBOS, 2019) oraz brakiem poczucia, że partie

³ Od 2002 roku zauważalny jest nieustanny wzrost frekwencji wyborczej w wyborach samorządowych. Ponadto, obywatele stopniowo przestają postrzegać elekcję samorządową w kategoriach „wyborów drugorzędnych” (*second order elections*). Według ostatnich badań zaczynają nawet przypisywać tej elekcji większą rangę niż wyborom parlamentarnym czy prezydenckim (CBOS, 2018; Gendźwiłł, Żerkowska-Balas, 2018, s. 4–5).

polityczne reprezentują interesy obywateli (Marmola, 2020). Skutecznie odstrasza to część polityków szczebla lokalnego od startowania pod szyldem „nielubianych” partii ogólnopolskich, który w elekcji samorządowej może stanowić polityczny balast. Często nawet członkowie partii politycznych decydują się zresztą na tworzenie własnych pozornie bezpartyjnych komitetów lokalnych (Drzonek, 2019, s. 127), starając się tym samym uzyskać wyborczą premię za wykreowanie siebie i swojego środowiska jako niezależnych polityków szczebla lokalnego. Po drugie, partiom politycznym nie sprzyja personalizacja elekcji lokalnych, ugruntowana w 2002 roku wprowadzeniem bezpośredniego wyboru wójtów, burmistrzów i prezydentów miast (Gendźwiłł, Żółtak, 2020). Czynniki te zachęca wręcz do budowania tzw. komitetów prezydenckich czy komitetów wodzowskich, których poparcie zależy przede wszystkim od pozycji lokalnych włodarzy (Gendźwiłł, 2010; Gendźwiłł, Swianiewicz, 2017). Dominację „lokalnych partii władzy” może dodatkowo pogłębiać system wyborczy. W tym kontekście warto zauważyć, że wybory w jednomandatowych okręgach wyborczych (JOW) w warunkach polskiego samorządu zwykle umacniały pozycję lokalnego inkumbenta oraz jego środowiska politycznego (Flis, Stolicki, 2019) i ograniczały obecność przedstawicieli partii politycznych w samorządzie gminnym (Gendźwiłł, Żółtak, 2016). Wybory samorządowe w 2018 roku były pierwszymi, w których zastosowano znowelizowany sposób wyboru składu rad miast i gmin. Nowelizacja Kodeksu wyborczego wprowadzona Ustawą z dnia 11 stycznia 2018 roku o zmianie niektórych ustaw w celu zwiększenia udziału obywateli w procesie wybierania, funkcjonowania i kontrolowania niektórych organów publicznych (Dz.U. 2018, poz. 130) poszerzyła katalog jednostek samorządu terytorialnego, w których wybory odbywają się w wielomandatowych okręgach wyborczych z zastosowaniem formuły d’Hondta. Takie rozwiązania dotyczyły sejmików województw, rad powiatów, rad miast na prawach powiatu oraz wszystkich organów stanowiących w gminach liczących powyżej 20 000 mieszkańców. W odniesieniu do gmin o liczbie mieszkańców poniżej tej liczby pozostano przy formule większościowej i określono, że wybory w tych gminach będą odbywać się w JOW-ach (Balicki 2018, s. 63). Tym samym nowelizacja wpłynęła na modyfikację formuły wyborczej w 276 jednostkach samorządu terytorialnego, w których JOW-y zastąpiono systemem proporcjonalnym (PAP, 2018). Zmiana ta w połączeniu ze zmniejszeniem wielkości okręgu wyborczego miała ograniczyć potencjał polityczny komitetów tworzonych przez włodarzy gmin i zwiększyć szanse innych podmiotów, w tym ogólnopolskich partii politycznych (zob. np. Flis, 2017). W ten sposób nowelizacja potencjalnie powinna skutkować większą aktywnością i lepszym wynikiem wyborczych partii ogólnopolskich w gminach, w których wprowadzono system proporcjonalny. Po trzecie, elekcje na poziomie lokalnym znacząco różnią się od wyborów ogólnokrajowych pod względem wzorców rywalizacji politycznej. W większym stopniu rywalizacja ta ma bowiem charakter aideologiczny i skupia się na realnych potrzebach wspólnot lokalnych odnoszących się

do infrastruktury czy podstawowych usług publicznych. Po czwarte wreszcie, za czynnik ograniczający możliwość zaistnienia partii politycznych na poziomie samorządu można uznać charakterystyczną dla wszystkich państw Europy Środkowej i Wschodniej niestabilność systemów partyjnych i samych partii na poziomie politycznego centrum (Marmola, 2019, s. 137). W sytuacji, gdy partie polityczne mają spore problemy z utrzymaniem statusu formacji relewantnych na poziomie ogólnokrajowym, trudno zakładać, że będą w stanie stworzyć efektywne i trwałe struktury lokalne.

Celem autorów prezentowanego artykułu jest sprawdzenie poziomu bezpartyjności organów stanowiących oraz wykonawczych w gminach i miastach województwa śląskiego po wyborach samorządowych w 2018 roku. Wydaje się to szczególnie istotne ze względu na fakt, że elekcja ta cieszyła się większym niż dotychczas zainteresowaniem partii ogólnopolskich, a z racji, że były to pierwsze wybory powszechne od jesieni 2015 roku, część wyborców i podmiotów polityki mogła w większym stopniu kierować się w nich logiką partyjną, utożsamianą z rywalizacją rządzącego Prawa i Sprawiedliwości oraz formacji opozycyjnych. Mogło to tym samym skutkować lepszymi rezultatami wyborczymi partii politycznych (co zresztą widać we wzroście ich dominacji na arenie sejmikowej) oraz nadaniem tej elekcji specyficznej, plebiscytarnej rangi, która w konsekwencji może ograniczać diagnozowane przez badaczy odpartyjnięcie sfery samorządu.

Metodologia

Przedmiot niniejszej analizy stanowiły: liczba komitetów lokalnych i poparcie dla nich w wyborach do rad gmin i miast oraz na urzędy wójta, burmistrza i prezydenta miasta w 2018 roku w 167 gminach i miastach województwa śląskiego. Na potrzeby badań zdecydowano się podzielić startujące komitety wyborcze na komitety partyjne i komitety lokalne. Zdając sobie sprawę z problemów, jakich nastęrcza ocena stopnia bezpartyjności podmiotów startujących w elekcji samorządowej w procesie konceptualizacji komitetów lokalnych, sformułowano definicję negatywną tychże komitetów. Tym samym do tego grona zaliczono wszystkie ugrupowania polityczne startujące w badanej elekcji, które nie były komitetami partii ogólnopolskich i regionalnych. Wśród komitetów lokalnych znalazły się więc komitety:

- lokalnych aktorów politycznych (utworzone przez wójtów, burmistrzów lub prezydentów bądź też przez rozpoznawalnych lokalnych działaczy politycznych),
- lokalnych organizacji społecznych (będące zwykle emanacją lokalnych stowarzyszeń),

- pozornie bezpartyjne (założone przez członków partii politycznych, jednak zarejestrowane jako formacje lokalne).

Głównym celem badawczym prezentowanego artykułu było sprawdzenie relacji między wielkością miasta lub gminy (wyrażoną liczbą mieszkańców) a poziomem upartyjnienia organów stanowiących i wykonawczych gmin/miast. W ramach badań diagnozowano, czy istnieje związek między liczbą mieszkańców a liczbą wszystkich startujących komitetów, liczbą komitetów lokalnych, liczbą komitetów partyjnych, poparciem dla kandydatów komitetów lokalnych, liczbą mandatów obsadzonych przez komitety lokalne oraz liczbą mandatów obsadzonych przez komitety partyjne. W tym celu wyliczono współczynniki korelacji Pearsona między liczbą mieszkańców a średnimi wskazanymi uprzednio zmiennych obliczonych dla wszystkich 167 miast i gmin województwa śląskiego. Założono przy tym, że mniejsza liczba mieszkańców powinna wiązać się z mniejszym poziomem upartyjnienia rad gmin, utożsamianym w tych badaniach z: większą liczbą startujących komitetów lokalnych, lepszymi wynikami wyborczymi oraz większą liczbą mandatów tych formacji. W celu pogłębienia badań zdecydowano się również na przeanalizowanie zebranych danych w odniesieniu do trzech kryteriów: (1) rodzaju gminy (gmina wiejska, gmina miejsko-wiejska, gmina miejska, miasto na prawach powiatu); (2) wielkości gminy (do 20 000, 20 001–50 000, 50 001–100 000, powyżej 100 000 mieszkańców) oraz (3) systemu wyborczego. W drugiej części badań skupiono się natomiast na organie wykonawczym. Tym razem ukazano liczbę i odsetek partyjnych oraz bezpartyjnych wójtów, burmistrzów i prezydentów miast w odniesieniu do rodzaju i wielkości gminy.

Wyniki badań – rady gmin i miast

Przeprowadzona analiza potwierdziła kilka istotnych zależności między liczbą mieszkańców a badanymi zmiennymi. Odnotowano silną dodatnią korelację między liczbą mieszkańców a liczbą komitetów partyjnych startujących w elekcji w danej gminie/mieście ($r = 0,654$) oraz liczbą mandatów obsadzonych przez te komitety ($r = 0,773$). Oznacza to, że w gminach i miastach o większej liczbie mieszkańców startuje więcej komitetów partyjnych oraz uzyskują one więcej mandatów w organach stanowiących. Związek o słabej sile zidentyfikowano również w odniesieniu do liczby wszystkich startujących komitetów ($r = 0,225$). Ujemną wartość współczynnika korelacji otrzymano natomiast w odniesieniu do liczby mieszkańców gminy/miasta i łącznego poparcia dla kandydatów komitetów lokalnych ($r = -0,568$) oraz liczby mandatów zdobytych przez te komitety ($r = -0,340$). Tym samym potwierdzono, że istnieje istotny

związek (o umiarkowanej sile) między tymi zmiennymi. Oznacza to, że komitety lokalne uzyskiwały lepsze wyniki wyborcze w gminach o niższej liczbie mieszkańców.

Tabela 1

Wartości współczynników korelacji między badanymi zmiennymi

	Liczba wszystkich startujących komitetów	Liczba komitetów lokalnych	Liczba komitetów partyjnych (partie ogólnopolskie i regionalne)	Łączne poparcie dla kandydatów komitetów lokalnych w %	Liczba mandatów obsadzonych przez komitety lokalne	Liczba mandatów obsadzonych przez komitety partyjne
Liczba mieszkańców (30.06.2016)	0,225**	- 0,127	0,654***	- 0,568***	- 0,340***	0,773***

* $p \leq 0,05$ ** $p \leq 0,01$ *** $p \leq 0,001$

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W celu pogłębienia wyników analizy i ukazania skali poparcia dla komitetów lokalnych i partyjnych w województwie śląskim analizowane dane odniesiono do rodzaju gminy i jej wielkości. Uzyskane wyniki potwierdzają wykazane wcześniej zależności. Największa liczba komitetów lokalnych startowała z gmin do 20 000 mieszkańców (średnio 3,97 komitetów), a najmniejsza – w jednostkach samorządu od 50 001 do 100 000 mieszkańców oraz tych liczących powyżej 100 000 mieszkańców (średnio 3 komitety). Największą aktywność komitetów partyjnych odnotowano z kolei w największych z badanych jednostek (średnio 4,33 komitetu partyjnego). Dla porównania w gminach i miastach do 20 000 mieszkańców listy rejestrowało średnio 1,17 komitetu partyjnego.

Podobnie prezentują się dane odnoszące się do poparcia i liczby mandatów dla badanych komitetów. W gminach i miastach do 20 000 mieszkańców kandydaci komitetów lokalnych zdobywali średnio przeszło cztery piąte głosów (dokładnie 82,75%). Nieco gorzej komitety te radziły sobie w jednostkach samorządu z przedziału 20 001–50 000 oraz 50 001–100 000 mieszkańców, w których przedstawiciele tych komitetów zdobywali łącznie odpowiednio 72,59% oraz 61,64% ważnie oddanych głosów. Zdominowane przez partie ogólnopolskie okazały się natomiast miasta powyżej 100 000 mieszkańców, w których komitety lokalne uzyskiwały poparcie mniej niż jednej trzeciej wyborców.

Analogiczne zróżnicowanie widoczne jest również w odniesieniu do pozycji komitetów lokalnych w radach miast i gmin. I tym razem okazało się, że na scenach politycznych najmniejszych gmin dominują formacje lokalne, natomiast w miastach powyżej 100 000 mieszkańców wyborcy i sami politycy w większym stopniu kierują się logiką partyjną, o czym świadczy dominacja partii ogólnopolskich w organach stanowiących.

Tabela 2

Średnia liczba startujących komitetów, komitetów lokalnych i partyjnych, poparcia dla kandydatów komitetów lokalnych oraz liczby mandatów obsadzonych przez komitety lokalne i partyjne w odniesieniu do wielkości miasta/gminy

Wielkość miasta/gminy	Liczba wszystkich startujących komitetów	Liczba komitetów lokalnych	Liczba komitetów partyjnych (partie ogólnopolskie i regionalne)	Łączne poparcie dla kandydatów komitetów lokalnych w %	Liczba mandatów obsadzonych przez komitety lokalne	Liczba mandatów obsadzonych przez komitety partyjne
Do 20 000 mieszkańców (N = 126)	5,10 (2,662)	3,97 (2,183)	1,17 (1,049)	82,75 (19,50)	13,17 (2,994)	1,83 (2,994)
20 001–50 000 mieszkańców (N = 17)	4,88 (1,364)	3,29 (1,105)	1,59 (0,939)	72,59 (14,45)	15,76 (3,133)	5,24 (3,133)
50 001–100 000 mieszkańców (N = 12)	5,33 (1,073)	3,00 (0,953)	2,33 (0,985)	61,64 (18,96)	14,17 (5,078)	8,50 (4,982)
Powyżej 100 000 mieszkańców (N = 12)	7,00 (1,758)	3,00 (1,206)	4,33 (1,303)	32,73 (11,35)	7,42 (3,919)	18,08 (4,274)

W nawiasach wartości odchylenia standardowego.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wskazane tendencje (choć z nieco mniejszym natężeniem) znajdują swoje odzwiedlenie w odniesieniu do rodzaju gminy. Co ciekawe, największą liczbą startujących komitetów lokalnych charakteryzują się nie gminy wiejskie (średnio 3,72), lecz gminy miejsko-wiejskie (4,38) oraz miejskie (4,03). Najmniej takich komitetów zarejestrowano natomiast w miastach na prawach powiatu (średnio 2,84), w których za to największym zainteresowaniem cieszyło się tworzenie list partyjnych (średnio 3,74 komitetów partyjnych startujących w badanej elekcji).

Pewne różnice widoczne są także w odniesieniu do skali poparcia komitetów lokalnych oraz liczby mandatów obsadzonych przez ich przedstawicieli. Okazuje się bowiem, że łączne poparcie dla kandydatów startujących z list lokalnych komitetów wyborczych w gminach wiejskich, miejsko-wiejskich i miejskich jest niemal identyczne (mniej więcej 80% głosów). Większych różnic między tymi jednostkami samorządu nie widać również w odniesieniu do liczby mandatów w organach stanowiących. Na tym tle dużo gorzej prezentuje się skala poparcia dla komitetów lokalnych w miastach na prawach powiatu. W miastach tych zdobywały one bowiem średnio zaledwie 41,20% głosów i znacząco mniej mandatów niż komitety partyjne. Co warto podkreślić, obie te wartości są jednak wyższe niż w miastach powyżej 100 000 mieszkańców. Może to sugerować, że pozycja komitetów lokalnych w większym stopniu zależy właśnie od

liczby mieszkańców, a od nie statusu danej jednostki samorządu terytorialnego. W mniejszych miastach na prawach powiatu (takich jak np. Świętochłowice, Piekary Śląskie czy Żory) poparcie dla komitetów lokalnych jest bowiem znacząco większe niż w największych miastach (np. w Częstochowie, Katowicach czy Sosnowcu).

Tabela 3

Średnia liczba startujących komitetów, komitetów lokalnych i partyjnych, poparcia dla kandydatów komitetów lokalnych oraz liczby mandatów obsadzonych przez komitety lokalne i partyjne w odniesieniu do rodzaju gminy

Rodzaj gminy	Liczba wszystkich startujących komitetów	Liczba komitetów lokalnych	Liczba komitetów partyjnych (partie ogólnopolskie i regionalne)	Łączne poparcie dla kandydatów komitetów lokalnych w %	Liczba mandatów obsadzonych przez komitety lokalne	Liczba mandatów obsadzonych przez komitety partyjne
Gmina wiejska (N = 96)	4,86 (2,602)	3,72 (2,066)	1,19 (1,089)	81,97 (2,68)	13,07 (3,410)	2,05 (3,278)
Gmina miejsko-wiejska (N = 21)	5,67 (2,726)	4,38 (2,334)	1,29 (1,102)	79,46 (17,44)	13,76 (2,022)	2,76 (2,809)
Gmina miejska (N = 31)	5,39 (1,961)	4,03 (1,871)	1,35 (0,877)	79,76 (16,38)	14,94 (3,054)	3,16 (3,908)
Miasto na prawach powiatu (N = 19)	6,37 (1,739)	2,84 (1,015)	3,74 (1,368)	41,20 (17,03)	9,47 (4,846)	15,00 (5,972)

W nawiasach wartości odchylenia standardowego.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W kontekście zmian w sposobie przeprowadzenia wyborów zebrane dane podzielono na dwie kategorie – gmin i miast, w których obowiązywała formuła proporcjonalna oraz tych gmin, gdzie wybory odbywały się w JOW-ach. Uzyskane rezultaty wpisują się w przedstawione wcześniej wnioski. W tych jednostkach, gdzie zastosowano okręgi wielomandatowe i formułę d'Hondta, startowało więcej komitetów partyjnych (średnio 2,61 komitetu przy 1,17 startujących w JOW), a kandydaci komitetów lokalnych zdobywali mniejsze poparcie (średnio 57,72% głosów) niż w gminach, w których wybierano w JOW (średnio 82,75% głosów). Należy jednak podkreślić, że w obu kategoriach gmin lepsze rezultaty (także pod względem mandatowym) uzyskiwały komitety lokalne.

W celu uchwycenia oddziaływania wprowadzonych zmian analizie poddano również wyniki w tych miastach i gminach, gdzie formułę proporcjonalną zaimplementowano w 2018 roku oraz w miastach na prawach powiatu, w których rozwiązanie to funkcjonowało już wcześniej. Okazuje się, że obie kategorie różniły się diametralnie pod względem liczby startujących komitetów lokalnych oraz ich poparcia. W jednostkach, gdzie w 2018 roku zmieniono formułę wyborczą, w elekcji startowało średnio 3,36 komitetów lokalnych (w miastach na prawach powiatu średnio 2,84), a ich przedstawiciele zdobywali przeciętnie 71,99% głosów (w miastach na prawach powiatu było to zaledwie 41,20%).

Tabela 4

Średnia liczba startujących komitetów, komitetów lokalnych i partyjnych, poparcia dla kandydatów komitetów lokalnych oraz liczby mandatów obsadzonych przez komitety lokalne i partyjne w odniesieniu do formuły wyborczej

Rodzaj gminy	Liczba wszystkich startujących komitetów	Liczba komitetów lokalnych	Liczba komitetów partyjnych (partie ogólnopolskie i regionalne)	Łączne poparcie dla kandydatów komitetów lokalnych w %	Liczba mandatów obsadzonych przez komitety lokalne	Liczba mandatów obsadzonych przez komitety partyjne
Wybory w JOW-ie (N = 126)	5,10 (1,655)	3,97 (2,183)	1,17 (1,049)	82,75 (19,50)	13,17 (2,994)	1,83 (2,994)
Formuła proporcjonalna (N = 41)	5,63 (2,662)	3,12 (1,077)	2,61 (1,563)	57,72 (22,45)	12,85 (5,313)	9,95 (6,760)
formuła proporcjonalna (N = 41)						
Formuła proporcjonalna od 2018 roku (N = 22)	5,00 (1,309)	3,36 (1,093)	1,64 (0,953)	71,99 (15,84)	15,77 (3,791)	5,59 (3,673)
Miasta na prawach powiatu (N = 19)	6,37 (1,739)	2,84 (1,015)	3,74 (1,368)	41,20 (17,03)	9,47 (4,846)	15,00 (5,972)

W nawiasach wartości odchylenia standardowego.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wyraźnych różnic nie widać również w sytuacji, gdy porównamy wyniki wyborcze z 2014 i 2018 roku w gminach, w których zmieniono sposób wyboru składu rad. W tym kontekście można jednak mówić o pewnym osłabieniu pozycji komitetów lokalnych, na przestrzeni bowiem tych dwóch elekcji nastąpił nieznaczny spadek odsetka głosów dla kandydatów komitetów lokalnych (średnio z 78,18 do 71,99%), odsetka mandatów obsadzonych przez komitety lokalne (średnio z 85,03 do 73,77%) oraz średniej liczby startujących komitetów lokal-

nych (z 7,18 do 3,36). Jednocześnie nieco bardziej aktywne w tych jednostkach samorządu stały się komitety partyjne (wzrost ich obecności z 1,64 do 2,55).

Biorąc pod uwagę specyficzny (zdominowany przez logikę rywalizacji ogólnopolskiej) charakter wyborów z 2018 roku, trudno jednoznacznie uznać te zmiany za skutek uboczny modyfikacji ordynacji. Bezsprzecznie jednak modyfikacja ta wpłynęła na strategię komitetów lokalnych, które wcześniej (w warunkach JOW) często wystawiały kandydatów tylko w jednym okręgu. Kandydaci tworzący tego typu komitety, chcąc nadal liczyć się w grze o mandat wyborczy, musieli w zmienionych warunkach instytucjonalnych decydować się bowiem na skonsolidowanie swoich sił i start w ramach wspólnych inicjatyw lokalnych.

Do ciekawych wniosków prowadzi również pogłębiona analiza uwzględniająca konkretne gminy (tabela 5). Wynika z niej, że w niektórych z tych jednostek samorządu po zmianie ordynacji nie tylko pozycja komitetów lokalnych nie osłabła, ale nawet komitety te poprawiły swój wynik wyborczy i mandatowy z elekcji z 2014 roku. Z takim zjawiskiem mieliśmy do czynienia na przykład w Będzinie czy Czeladzi. W tych miastach umocniły się wpływy lokalnych „komitetów wodzowskich” (KWW Łukasza Komoniewskiego i KWW Zbigniewa Szaleńca).

Tabela 5

Średnia liczba komitetów lokalnych i partyjnych, odsetka poparcia dla kandydatów komitetów lokalnych oraz odsetka mandatów obsadzonych przez komitety lokalne w gminach, w których w 2018 roku zmieniono formułę wyborczą

Gmina	Łączny odsetek poparcia dla kandydatów komitetów lokalnych 2018	Łączny odsetek poparcia dla kandydatów komitetów lokalnych 2014	Liczba komitetów lokalnych 2018	Liczba komitetów lokalnych 2014	Liczba pozostałych komitetów 2018	Liczba pozostałych komitetów 2014	Odsetek mandatów obsadzonych przez komitety lokalne 2018	Odsetek mandatów obsadzonych przez komitety lokalne 2014
Będzin	83,12	72,25	3	14	1	2	86,96	78,26
Cieszyn	80,39	79,78	5	6	1	3	80,95	85,71
Czechowice-Dziedzice	83,54	79,75	3	4	1	4	85,71	95,24
Czeladź	71,3	54,43	2	11	3	3	80,95	33,33
Czerwionka-Leszczyń	74,95	85,98	4	6	1	3	76,19	95,24
Gorzyce	79,13	96,19	2	5	1	1	85,71	95,24
Jasienica	100,00	85,71	2	5	0	2	100,00	95,24
Kłobuck	52,94	46,08	2	6	3	5	61,90	71,43
Knurów	65,75	92,82	4	10	2	2	66,67	90,48
Lubliniec	82,52	100	2	2	1	0	80,95	100,00
Łaziska Górne	81,71	91,36	3	5	1	2	85,71	100,00
Mikołów	80,94	97,46	5	7	1	1	80,95	95,24

cd. tab. 5

Myszków	36,11	37,68	3	6	3	4	33,33	28,57
Orzesze	65,09	95,16	3	10	2	2	71,43	100,00
Pszczyna	70,28	71,85	4	13	1	3	69,57	86,96
Racibórz	98,65	100	5	10	1	0	100,00	100,00
Rydułtowy	79,77	89,87	4	4	2	1	85,71	95,24
Skoczów	62,54	86,41	3	7	1	2	57,14	90,48
Tarnowskie Góry	50,36	60,24	2	3	3	3	52,17	100,00
Wodzisław Śląski	75,96	75,36	5	6	1	4	71,43	95,24
Zawiercie	47,21	55,02	4	12	3	6	38,10	43,48
Żywiec	61,44	66,53	4	6	3	3	71,43	95,24
ŚREDNIA	71,99	78,18	3,36	7,18	1,64	2,55	73,77	85,03

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wyniki – wójtowie, burmistrzowie, prezydenci miast

Wskazywane zależności nie do końca znajdują swoje odzwierciedlenie w odniesieniu do wójtów, burmistrzów i prezydentów miast. Zwycięzcy z komitetów lokalnych najlepszy wynik osiągnęli bowiem kolejno w gminach miejskich (96,8%), wiejskich (89,6%) oraz miejsko-wiejskich (85,7%). Łącznie kandydaci lokalni objęli władzę w 146 na 167 badanych gmin i miast. Co ciekawe, przedstawiciele komitetów lokalnych dominują również w miastach na prawach powiatu (63,2%). Konfrontacja tego odsetka z rezultatami komitetów partyjnych na poziomie rad sugeruje, że po ugruntowaniu swojej pozycji na lokalnej scenie politycznej część prezydentów wybranych początkowo z list partii politycznych rezygnuje z szyldu partyjnego. Niwelują tym samym ewentualne negatywne następstwa wskazywanej na początku artykułu niechęci obywateli do partii politycznych i potencjalnie poszerzają swój elektorat. Nie dziwi to zresztą. Jak bowiem wskazują badania, bezpartyjność prezydentów miast sprzyja reelekcji i wielokadencyjności (Drzonek, 2017; 2019). Oddziałuje na to również techniczna strona tych wyborów. Formuła większościowa zwiększa polityczną personalizację (tym samym potencjalnie ogranicza znaczenie szyldu partyjnego) oraz ułatwia zbudowanie silnej identyfikacji z lokalnym liderem. Często nie tylko skutkuje to tworzeniem komitetów wyborczych wyborców dominujących przez wiele lat na arenie lokalnej polityki (np. katowickie Forum Samorządowe i Piotr Uszok, a od 2018 r. Forum Samorządowe i Marcin Krupa czy Koalicja dla Gliwic Zygmunta Frankiewicza), ale wręcz zniechęca partie polityczne do startu wyborczego w danym mieście.

Tabela 6

Zwycięzcy wyborów na urząd wójta, burmistrza i prezydenta miasta
w województwie śląskim w odniesieniu do rodzaju gminy

Rodzaj gminy	Wiejska (N = 96)	Miejsko-wiejska (N = 21)	Miejska (N = 31)	Miasto na prawach powiatu (N = 19)
Zwycięzcy wyborów				
Zwycięzcy z komitetów lokalnych	86 (89,6%)	18 (85,7%)	30 (96,8%)	12 (63,2%)
Zwycięzcy z komitetów partyjnych (ogólnopolskich i regionalnych)	10 (10,4%)	3 (14,3%)	1 (3,2%)	7 (36,8%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Nieco inne wyniki przynosi analiza wyborów organu wykonawczego miast i gmin województwa śląskiego uwzględniająca liczbę mieszkańców. Zwycięzcy z komitetów lokalnych dominowali w gminach do 20 000, od 20 001 do 50 000 i od 50 001 do 100 000 mieszkańców. Największy odsetek zwycięzców z komitetów lokalnych odnotowano w gminach od 50 001 do 100 000 mieszkańców (100%) i w gminach do 20 000 mieszkańców (90,5%). Sytuacja zmienia się jednak w miastach powyżej 100 000 mieszkańców, w których zwycięzcy z komitetów lokalnych są w mniejszości w porównaniu ze zwycięzcami z komitetów ogólnopolskich i regionalnych (41,7%). Może to sugerować, że w największych miastach rywalizacja polityczna w dużym stopniu zdominowana jest przez logikę partyjną. Sprzyja temu zresztą fakt, że właśnie tam partie mają zwykle najbardziej rozbudowane struktury, a więc wyborców z kandydatami (a nawet ich rozpoznawalność) jest mniejsza niż w mniejszych miejscowościach.

Tabela 7

Zwycięzcy wyborów na urząd wójta, burmistrza i prezydenta miasta
w województwie śląskim w odniesieniu do wielkości badanej jednostki samorządu

Wielkość jednostki samorządowej	Do 20 000 mieszkańców (N = 126)	20 001–50 000 mieszkańców (N = 17)	50 001–100 000 mieszkańców (N = 12)	Powyżej 100 000 mieszkańców (N = 12)
Zwycięzcy wyborów				
Zwycięzcy z komitetów lokalnych	114 (90,5%)	15 (88,2%)	12 (100%)	5 (41,7%)
Zwycięzcy z komitetów partyjnych (ogólnopolskich i regionalnych)	12 (9,5%)	2 (11,8%)	0	7 (58,3%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wnioski

Wyniki przeprowadzonej analizy wpisują się w ustalenia innych badaczy (Gendźwił, Żółtak, 2020), świadczące o istnieniu relacji między wielkością gminy a poziomem odpartyjnięcia samorządu gminnego mierzonego udziałem komitetów lokalnych w wyborach, poparciem dla tych komitetów oraz ich wynikiem mandatowym. W badanym studium przypadku mniejsza liczba mieszkańców jednostki samorządu terytorialnego wiązała się z mniejszą aktywnością komitetów ogólnopolskich i regionalnych oraz większym poparciem i liczbą mandatów w organie stanowiącym dla formacji lokalnych. Nie wpłynął na to specyficzny charakter elekcji samorządowej z 2018 roku, która (przynajmniej w przestrzeni medialnej) w dużej mierze zdominowana została przez ogólnopolską rywalizację między PiS a partiami opozycyjnymi. Choć znalazło to swój wyraz w wynikach wyborów sejmikowych (aż 544 z 552 mandatów obsadzonych przez partie ogólnopolskie), to nie odbiło się na kształcie scen politycznych miast i gmin województwa śląskiego. Dominacja formacji ogólnopolskich odnotowana została jedynie w miastach na prawach powiatu, szczególnie w miastach powyżej 100 000 mieszkańców. W pozostałych badanych jednostkach samorządu mimo „plebiscytarnego” charakteru elekcji z 2018 roku dominują komitety lokalne. Dominacja ta nie jest już aż tak widoczna w odniesieniu do wójtów, burmistrzów i prezydentów miast. W tym wypadku nawet w miastach na prawach powiatu częściej w wyborach do organu stanowiącego wygrywają kandydaci komitetów lokalnych (często jednak mających status podmiotów pozornie bezpartyjnych). Prezydenci z „ogólnopolskimi sztyldami” dominują (w stosunku 7 do 5) jedynie w miastach powyżej 100 000 mieszkańców. Większych zmian w poziomie upartyjnięcia miast i gmin nie spowodowała również nowelizacja prawa wyborczego. W miastach i gminach powyżej 20 000 mieszkańców niemających statusu miast na prawach powiatu poparcie dla komitetów lokalnych i liczba mandatów zdobytych przez ich przedstawicieli nie odbiegała znacząco od wskaźników z poprzedniej elekcji.

Prezentowana analiza, jak większość tego typu badań, napotyka kilka ograniczeń. Po pierwsze, wnioski odnoszą się jedynie do województwa śląskiego, które jednak ze względu na swoją specyfikę (obecność zarówno niewielkich gmin wiejskich, jak i największej w Polsce liczby miast na prawach powiatu) stanowi naszym zdaniem odpowiedni wycinek do badania poziomu upartyjnięcia (a w zasadzie odpartyjnięcia) polityki samorządowej. Po drugie, w badaniach politologicznych trudno jednoznacznie wskazać kryterium, które świadczyłoby o bezpartyjności danego podmiotu polityki. W tej analizie zdecydowano się na wyodrębnienie dwóch kategorii komitetów: – partyjnych i lokalnych. Należy jednak podkreślić, że wśród tych drugich znalazły się zarówno podmioty, które nie posiadały żadnych powiązań z ugrupowaniami regionalnymi i ogólnopolski-

mi, jak i takie, które w przeszłości takie powiązania wykazywały bądź zostały zarejestrowane jako komitety wyborcze wyborców przez członków tychże partii. Może to w pewien sposób zafałszować realną skalę odpartyjnięcia samorządu (szczególnie w odniesieniu do największych miast). Trudno jednak stworzyć bezsprzeczny, zero-jedynkowy sposób odróżniania „prawdziwych” komitetów lokalnych i komitetów lokalnych z różnych przyczyn tworzonych przez lokalnych działaczy partyjnych.

Bibliografia

- Balicki, R. (2018). Zmiana zasad tworzenia okręgów wyborczych w wyborach samorządowych w nowelizacji Kodeksu wyborczego z 2018 r., *Przegląd Prawa Konstytucyjnego*, 44 (4), s. 58–69.
- CBOS. (2018). Wybory samorządowe – znaczenie, gotowość uczestnictwa i zainteresowanie decyzjami władz różnych szczebli. *Komunikat z badań nr 23*. Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej.
- CBOS. (2019). Struktura sceny politycznej: partie bliższe i dalsze. *Komunikat z badań nr 37*. Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej.
- CBOS. (2020). Zaufanie społeczne. *Komunikat z badań nr 43*. Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej.
- Drzonek, M. (2017). Wielokadencyjność bez afiliacji partyjnej? Spostrzeżenia po reelekcjach „wiecznych prezydentów” w 2014 r. *Przegląd Politologiczny*, 1, s. 81–89.
- Drzonek, M. (2019). Im dłużej tym „bezpartyjniej”? Włodarze dużych miast w wyborach 2002–2018. *Przegląd Politologiczny*, 2, s. 123–140.
- Flis, J. (2017). *Zmiany systemu wyborczego 2018: analiza propozycji zawartych w projekcie poselskim z 10 listopada 2017 roku*. Warszawa: Fundacja Batorego.
- Flis, J., Stolicki, D. (2019). JOW-y w gminach: lokalne partie władzy a nowe reguły rywalizacji. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 799 (3), s. 253–266.
- Gendźwił, A. (2010). Bezpartyjni prezydenci miast i ich znaczenie dla lokalnej polityki. *Studia Regionalne i Lokalne*, 2, s. 99–120.
- Gendźwił, A., Swianewicz (2017). Breeding Grounds for Local Independents, Bonus for Incumbents: Directly Elected Mayors in Poland. In: D. Sweeting (ed.), *Directly Elected Mayors in Urban Governance: Impact and Practice*, Bristol: Policy Press, s. 179–200.
- Gendźwił, A., Żerkowska-Balas, M. (2018). *Polacy o samorządach: opinia publiczna u progu samorządowej kampanii wyborczej*. Warszawa: Fundacja Batorego.
- Gendźwił, A., Żółtak, T. (2016). Skutki wprowadzenia okręgów jednomandatowych w wyborach lokalnych. *Studia Regionalne i Lokalne*, 3, s. 94–116.

- Gendźwił, A., Żółtak, T. (2020). Ile partii w samorządzie? Partie sejmowe i listy lokalne w wyborach władz gmin w latach 2002–2018. *Studia Regionalne i Lokalne*, 2, s. 40–66.
- Marmola, M. (2019). *Nowe partie w systemach partyjnych państw Grupy Wyszehradzkiej*. Toruń: Adam Marszałek.
- Marmola, M. (2020). Poziom reprezentatywności partii politycznych i zapotrzebowanie na nowe ugrupowania w polskim systemie partyjnym. *Wrocławskie Studia Politologiczne*, 29, s. 49–57.
- PAP (2018). *Gdzie JOW-y. Zmiany w Kodeksie wyborczym – wybory proporcjonalne w 342 gminach*. <https://samorzad.pap.pl/kategoria/wybory/gdzie-jow-y-zmiany-w-kodeksie-wyborczym-wybory-proporcjonalne-w-342-gminach-lista> (data dostępu: 13.12.2021).



Demokracja chińska

Chinese Democracy

Jerzy Sielski*

Abstrakt

Celem opracowania jest przedstawienie pewnych czynników, które w sposób istotny wpłynęły na przyjęcie przez władze chińskie demokracji nieoliberalnej. Najpierw będzie ukazany problemem związany z typologią systemu politycznego w dzisiejszych Chinach. Potem zostaną zaprezentowane czynniki, które rzutowały na wybór przez władze w Pekinie demokracji chińskiej (kolektywnej), a następnie podkreślone czynniki związane z myślą konfucjańską, które w sposób prymarny ukształtowały wizję państwa i społeczeństwa w okresie cesarstwa, a dziś zdecydowały o kształcie współczesnej demokracji nieoliberalnej w Chinach. Na końcu wypada zarysować zagadnienie „odpowiedzialności etycznej”, które dziś jest traktowane jako najistotniejsze w budowaniu kapitału społecznego o charakterze ogólnosiwiatowym.

Słowa kluczowe: autorytaryzm, demokracja kolektywna (demokracja chińska), demokracja liberalna, wzory kultury konfucjańskiej

Abstract

The main objective of this article is to present some factors which led Chinese authorities to illiberal democracy. Firstly, I will focus on the problematic issue of typology of the modern Chinese political system. Next, I will talk through factors which had an influence on choosing the so-called Chinese (collective) democracy. Subsequently, I will highlight some factors which are connected to Confucian thought. Those factors had a primary impact on forming the state and society during the era of emperors and today lead to illiberal democracy in China. In the end, I will shortly describe the question of “ethical responsibility”, which is one of the key issues of creating a social capital of a global character.

Keywords: patterns of Confucian culture, authoritarianism, collective democracy (Chinese democracy), liberal democracy

* jertzysielski@op.pl;  <https://orcid.org/0000-0002-1900-6870>

Wstęp

Chińczycy swój system polityczny nazywają demokracją chińską albo demokracją kolektywną. Koncepcję demokracji kolektywnej stworzono na bazie negacji demokracji zachodniej. Neomarksisti uważają, że demokracja zachodnia wykorzystuje klasę robotniczą, jest więc dyktaturą burżuazji (Shih, 1999, s. 24). Podkreśla się, że prawa jednostek wynikają z faktu, iż podczas tworzenia kapitalistycznego systemu społeczno-gospodarczego na Zachodzie rolę kluczową odegrała klasa średnia, z istoty zorientowana na ochronę własnych – jednostkowych – interesów. W przypadku Chin to państwo było motorem rozwoju i przemian systemowych i to ono budowało system oparty na własności kolektywnej (Bolesta, 2006, s. 82).

Tak z reguły uzasadniają w sposób uproszczony badacze chińscy swoją demokrację nieoliberalną od strony ideologicznej. Moim celem jest przedstawienie pewnych czynników, które w sposób istotny wpłynęły na przyjęcie przez władze chińskie demokracji nieoliberalnej. Najpierw zastanowię się nad problemem związanym z typologią systemu politycznego w dzisiejszych Chinach. Potem zaprezentuję czynniki, które rzutowały na wybór przez władze w Pekinie demokracji chińskiej (kolektywnej). Następnie przedstawię czynniki związane z myślą konfucjańską, które w sposób prymarny ukształtowały wizję państwa i społeczeństwa w okresie cesarstwa, a dziś zdecydowały o kształcie współczesnej demokracji nieoliberalnej w Chinach.

Podstawą metodologiczną pracy są cztery metody stosowane zarówno w politologii, jak i w naukach społecznych: porównawcza, czynnikowa, historyczno-politologiczna i behawioralna (Chodubski, 2004). Metoda porównawcza ma istotne znaczenie w rozpoznawaniu stosunków międzynarodowych. Często wykorzystuje się wymiar wzorca bądź luki. W zaprezentowanym opracowaniu ten drugi wymiar ma znaczenie. Wymiar luki polega na odkrywaniu przez podmioty polityki możliwości osiągnięcia dla siebie różnych korzyści w przestrzeni zarówno globalnej, jak i lokalnej, np. w krajach o niższym poziomie rozwoju.

Badania porównawcze w politologii dostarczają decydom materiał po magającego w podejmowaniu decyzji optymalnych oraz w uniknięciu błędów popełnianych przez inne podmioty w podobnych sytuacjach.

Następne metody zastosowane w tej pracy to czynnikowa (Sielski, 2017, s. 213 i n.), historyczno-politologiczna oraz behawioralna po przez zastosowanie tych metod staram się odtworzyć zaistniałe już zjawiska polityczne (czynniki), które miały wpływ na podtrzymaniu autorytaryzmu przez władze z Pekinu.

Problem typologii systemu politycznego w Chinach

Jak nazwać współczesny system polityczny Chin: totalitaryzm, autorytaryzm, autorytaryzm oświecony czy racjonalny (Saich, 2015), neoautorytaryzm (Zhao, 2018), oświecona dyktatura w stylu singapurskim czy też model technokratyczny oparty na silnym przywództwie partyjnym. Sami Chińczycy określają swój system mianem demokracji kolektywnej lub konfucjańskiej, bądź demokracji chińskiej (Bolesta, 2006, s. 82). Terminy te zostały stworzone na bazie negacji demokracji zachodniej utożsamionej z demokracją liberalną.

Współczesne państwo chińskie ma za podstawę cztery wzory: rodzime (przede wszystkim konfucjanizm, taoizm i legizm), radzieckie (kolektyw decyduje, komunistyczna partia jest hegemonem), zachodnie (gospodarka rynkowa), model singapurski (model technokratyczny oparty na silnym przywództwie partyjnym). Wszystkie te wzory stworzyły system społeczno-polityczny o charakterze hybrydowym.

W warstwie prawno-politycznej: ustrój polityczny Chińskiej Republiki Ludowej jest określany jako republika, państwo socjalistyczne z przewodnią rolą Komunistycznej Partii Chin (hegemon). System partyjny ChRL określono w preambule konstytucji jako „wielopartyjny system współpracy i konsultacji politycznej pod przywództwem KPCh”, wraz z KPCh jest razem 9 partii (Rowiński, Jakóbiec, 2006, s. 78). W 1990 r. zrezygnowano z idei oddzielenia władzy partyjnej od państwowej. Najważniejszy organ partyjny to Biuro Polityczne Komitetu Centralnego (19–25 osób) powoływane przez KC Partii, w praktyce od początku lat 70. XX wieku wybór członków leży w gestii dotychczasowych władz.

Biuro Polityczne wybiera sekretarza generalnego (dziś Xi Jinping), który obejmuje również zwierzchnictwo nad armią, zajmując stanowisko szefa partyjnej (przewodniczący) Centralnej Komisji Wojskowej – (w Chinach armia nie podlega kontroli rządu, lecz partii komunistycznej), a także stanowisko prezydenta ChRL, jest również pierwszym członkiem Stałego Komitetu BP KPCh. W zależności od osobowości sekretarza generalnego jego władza może być silna albo też umiarkowana. Tradycja nakazuje, że duży wpływ polityczny mają też byli sekretarze generalni BP KPCh. Władza BP opiera się na tym, że jego członkowie jednocześnie zajmują wysokie pozycje w organach państwowych: Radzie Państwa (rząd), Ogólnochińskim Zgromadzeniu Przedstawicieli Ludowych (parlament) i w ten sposób egzekwują swoje prawa. Najściślejsza elita władzy to Stały Komitet BP KPCh. Składa się z 5–9 osób (obecnie 7). Decyzje zapadają kolektywnie.

Od 2002 roku przywódcy najwyższego szczebla mogą pełnić funkcje partyjne do 68. roku życia, a wyższego szczebla – do 65. roku życia. Wprowadzono także ograniczenie co do pełnienia funkcji przewodniczącego KPCh do dwóch

kadencji, ale w marcu 2018 roku parlament zmienił konstytucję i usunął przepis o dwukadencyjności władz chińskich. Xi może rządzić długo...

W warstwie społecznej od roku 2000 KPCh otworzyła się na nowe grupy społeczne. Dziś obowiązuje formuła „trzech reprezentacji”. Partia reprezentuje trojaki interesy: potrzeby rozwojowe postępowych sił produkcyjnych w Chinach, „kroczenie naprzód postępowej, materialnej i duchowej kultury Chin” i „fundamentalne interesy szerokich mas narodu chińskiego” (Seitz, 2008, s. 370).

System polityczny Chin przechodził różne fazy, od systemu totalitarnego za czasów Mao, przez autorytaryzm czasów Denga, do dzisiejszej formy, która jest połączeniem neokonfucjanizmu z gospodarką rynkową. W 2001 roku ChRL wstąpiła do Światowej Organizacji Handlu (WTO). Konsekwencją przystąpienia było dostosowanie systemu prawnego do obowiązujących zasad tej organizacji. „Chiny musiały m.in. zaakceptować konieczność dobrego zarządzania (good governance). Globalizacja ekonomiczna wpłynęła na pewną liberalizację systemu politycznego oraz wzorców adaptacji do stref wolnego handlu (wciąż do kwestii spornych z partnerami z Światowej Organizacji Handlu należą ograniczenia importowe, zarówno taryfowe, jak i pozataryfowe)” (Chołaj, 2014, s. 127).

Biorąc pod uwagę płaszczyznę gospodarczą, trzeba uznać gospodarkę Chin to państwowa (socjalistyczna) gospodarka rynkowa. To partia i państwo nadzorują gospodarkę zarówno państwową, jak i prywatną. Kreśląc płaszczyznę polityczną, mamy do czynienia z bezwzględną dominacją Komunistycznej Partii Chin, ale celem także partii, jak głosi ostatni przywódca – Xi Jinping, jest dobrobyt osiągany dzięki systematycznemu rozwojowi kraju, w celu zrealizowania „chińskiego snu (marzenia)” (Liu Houbin, 2017), dlatego też jej sfera polityczna jest najbliższej – autorytaryzmu oświeconego (Bolesta, 2006, s. 81), zwanego przez Chińczyków demokracją chińską bądź demokracją kolektywną, bądź demokracją konfucjańską.

Dlaczego nie demokracja?

Po pierwsze: według Denga system autorytarny miał o wiele większe znaczenie praktyczne niż demokracja liberalna. Miała one dwa aspekty: praktyczny i ideologiczny. Przywódca Chin był synkretycznym władcą (pragmatykiem) w każdym działaniu. Utrzymał dyktaturę proletariatu (czyli partii), uzasadniając po leninowsku: że jest konieczna, aby pokonać wrogów rewolucji, według oficjalnej argumentacji. Jednak dla Denga ważniejszy był inny czynnik nie ideologiczny. Twierdził, że dyktatura jest potrzebna do utrzymania stabilności politycznej, bez której niemożliwy jest szybki wzrost gospodarczy: „[...] jeżeli

centralny rząd coś postanowi, to postanowienie to jest szybko wcielane w życie..., kiedy na przykład zdecydowaliśmy o założeniu specjalnych stref ekonomicznych – zostały one natychmiast założone. Nie musieliśmy wdawać się w niekończące się dyskusje, w których jedna strona rządu hamuje inną, a decyzje zapadają, lecz nie są realizowane” (*Excerpts...*, 1992, s. 238; cyt. za: Seitz, 2008, s. 272). Ta wypowiedź to aluzja do rządów amerykańskich.

Po drugie: w dużym stopniu na pogląd o silnej i zdecydowanej władzy, a więc autorytarnej, realizował się w praktyce politycznej Singapuru, Korei Południowej, Tajwanu. Tworzyły one dynamicznie rozwijającą się silną gospodarkę dzięki silnej i zdecydowanej władzy autorytarnej. Dla Denga współcześnie politycznym wzorem przywództwa były wschodnioazjatyckie dyktatury rozwoju prezydenta Parka i Chuna w Korei Południowej, Lee Kuan Yewa w Singapurze i Chiang Kai-sheka na Tajwanie. Łączyli oni polityczną mocną samowładzę przywódcy z merkantylistyczną gospodarką rynkową (Seitz, 2008, s. 273). Podmioty te kojarzone są z dynamicznym rozwojem gospodarczym. System polityczny tych państw to „koegzystencja silnego przywódcy politycznego z nielicznym, dobrze wykształconym i dobrze opłacanym sztabem urzędników państwowych” (Pieliński, 2008, s. 211). Ten typ przywództwa określanymi jest mianem technokratyzmu i wykształcił się w krajach Azji Wschodniej.

Od lat 40. XX wieku w Azji Wschodniej dominują silni przywódcy polityczni. W Singapurze premierem był przez 31 lat od 1959 do 1991 roku Lee Kuan Yew, w Korei Południowej – Sygman Rhee, Park Chung Hee i Chun Doo Hwan, w Tajwanie (Chińska Republika) – Chiang Kai-shek. Współcześnie zarówno w Korei Południowej, jak i na Tajwanie model technokratyczny oparty na silnym przywódzie przestał mieć rację bytu. Elity polityczne tych państw w latach 80. XX wieku postanowiły zreformować system polityczny w kierunku demokratycznym. Dziś tylko w Singapurze możemy mówić o systemie technokratycznym i na ten model władza polityczna w Chinach spogląda jako na wzór do naśladowania w wielu elementach.

Po trzecie: trauma po upadku Związku Radzieckiego miała istotny wpływ na odrzucenie przez władze chińskie demokracji liberalnej (Leonard, 2009, s. 132). Dla Mao ZSRR był wzorcem, tworzył on zatem na podobieństwo Związku Radzieckiego państwo socjalistyczne. Państwo chińskie było kopią Rosji Radzieckiej. Chiny były „młodszym bratem”. A tymczasem po odsunięciu Michaiła Gorbaczowa Związek Radziecki się rozpadł, PKB ZSRR zmniejszyło się o połowę. Według władz chińskich przyczyną upadku był błąd związany z wprowadzeniem najpierw reformy politycznej, a później reformy gospodarczej. Dlatego też dziś w Chinach spotykamy się z liberalizacją ekonomiczną bez politycznej.

Po czwarte: upadek Związku Radzieckiego uwydatnił także inną bardzo groźną konsekwencję dla Chin. Do głosu w ZSRR doszły mniejszości narodo-

we i spowodowały odłączenie się republik od macierzy. Pozostała tylko Rosja. Dlatego też wielu Chińczyków, podobnie jak i władza w Pekinie, boi się demokracji, która by spowodowała, że niektóre mniejszości narodowe i etniczne – przede wszystkim Ujgurzy z Xinjian czy Tybetańczycy, głosowaliby za niepodległością, chcieliby tworzenia własnych państw narodowych, czyli odłączenia się od Chin.

Po piąte: problem Tajwanu jest przez wielu Chińczyków oraz władze w Pekinie postrzegany wieloaspektowo. ChRL uważa Tajwan za swoją odłączoną prowincję, gdzie przez 50 lat panowały autokratyczne rządy antykomunistycznego Kuomintangu. Z chwilą, gdy w 1996 roku odbyły się pierwsze wybory demokratyczne prezydenckie, Chiny kontynentalne zaczęły się bać, że społeczeństwo Tajwanu w przyszłości będzie chciało zagłosować za niepodległością. Gdyby w ChRL była demokracja, to prawdopodobnie Tajwan – tak obawia się wielu Chińczyków i władza w Pekinie – ogłosiłby niepodległość. Jednak system autorytarny w Chinach mający siłę militarną nie pozwoliłby na niezależność Tajwanu. Groźba militarna wisząca nad Tajwanem jak miecz Damoklesa powstrzymuje Tajwan od ogłoszenia niepodległości – tak myślą Chińczycy.

Po szóste: Chińczycy utożsamiają rewolucję kulturalną 1966 roku z demokracją ludową. Był to okres, który doprowadził do walki klas. Strony walczące nie przestrzegały żadnych reguł, żadnych praw, ci, co przegrywali, nie potrafili uznać swojej porażki, bili się na śmierć i życie (Leonard, 2009, s. 134). Okres ten trwający ok. 10 lat był chaosem, który doprowadził Chiny do upadku gospodarczego, politycznego i kulturalnego.

Ludzie z tego pokolenia, w szczególności klasa średnia, mają bardzo złe doświadczenia z tego okresu. Jedną z osób mimo wykształcenia i liberalnych przekonań była przerażona konsekwencjami rewolucji kulturalnej. Tak wspomina ten czas: „W młodości byłem wielkim idealistą. [...] Chciałem być szlachetnym rewolucjonistą. Wyjechałem na prowincję i przez dziesięć lat pracowałem ciężko w fabryce. Wykonywałem naprawę najcięższe prace, ryzykując nieraz życie. Ręce miałem pokryte pęcherzami. Myślałem, że chłopci są panami historii, że są szlachetni, a my powinniśmy się zreformować, by się do nich upodobnić (pochodzę z rodziny inteligenckiej). Tymczasem okazało się, że są ludźmi takimi jak wszyscy. Widziałem grupki uczniów, którzy torturowali na śmierć swoich nauczycieli, by ukarać ich za wystawianie złych ocen. Zorganizowałem w klasie grupę osób, które broniły naszych nauczycieli przed takimi atakami. Jeśli pozwoli się ludziom na większą swobodę i wyeliminuje kontrolę, to zamienią się w nieprzewidywalną tłuszcę. A zatem jedyna nadzieją w reformie odgórnej” (Leonard, 2009, s. 133–134).

Rodzime wzory kultury politycznej wpływające na autorytaryzm władzy

Wzory kultury politycznej mającej istotny wpływ na autorytaryzm władzy są związane z konfucjańskim systemem filozoficznym. Niektórzy badacze uważają ten system za religię. W kolejności byłby to siódmy czynnik, który wpłynął na przyjęcie demokracji neoliberalnej, czyli inaczej demokracji konfucjańskiej czyli chińskiej.

Po pierwsze: hierarchiczność. Od czasów starożytnych w Chinach szanowano hierarchię. „Chińczycy wielkim szacunkiem darzyli hierarchię kosmiczną, która obejmowała też człowieka, ustanowili więc rozróżnienie między człowiekiem a innymi istotami żyjącymi. Uważali, że dana osoba zasługuje na miano człowieka tylko wtedy, kiedy podąży słuszną drogą. Mając to na uwadze, Gantuizhi wykluczył z rodu ludzkiego barbarzyńców, zwierzęta i ptaki” (Nakamura, 2005, s. 258).

Idea li (reguły rządzące drogą życia) była najważniejszą regułą konfucjańskiego systemu myślenia. Był to system, który tworzył pewien zespół postaw moralnych do naśladowania. Etyka li nadała dużą wartość hierarchii i pozycji społecznej. Przedstawiciele klasy niższej według tego systemu powinni jednostronnie okazywać posłuszeństwo członkom klasy wyższej. Ten aspekt konfucjanizmu cieszył się dużym poparciem władców wszystkich dynastii. Moralność konfucjańska broniła pozycji i władzy politycznej. Chińczycy akceptowali to, gdyż „od czasów starożytnych społeczeństwo opierało się na pewnym porządku wynikającym z wyróżnienia poszczególnych klas” (Nakamura, 2005, s. 263).

Najważniejszym punktem odniesienia jest rodzina, zhierarchizowana i podporządkowana podstawowym relacjom: władca – poddany, ojciec – syn, starszy brat – młodszy brat, mąż – żona. „Największe znaczenie ma »cnota synowska« [...], z której wynika moralny obowiązek bezwzględnego posłuszeństwa syna wobec ojca, wynikający z miłości do niego. W wymiarze politycznym wzorzec ten określił także stosunki między władcą a ministrami oraz między władcą a poddanymi” (Rowiński, Pawłowski, 2011, s. 17).

Jednak rewolucje, które przetoczyły się przez współczesne Chiny, zniszczyły odwieczny układ klas, ale ustanowiły nowy porządek. Hajime Nakamura tak pisze na ten temat: „W rezultacie dwóch rewolucji w czasach nowożytnych tradycyjny porządek klas społecznych został całkowicie zniszczony, ustanowiono jednakże nowy porządek. Z punktu widzenia władz komunistycznych największą rolę odgrywają żelazne reguły partyjne, które wymagają od ludzi bezwzględnego podporządkowania. W tym sensie można powiedzieć, że w Chinach nadal widać szacunek dla wyższej pozycji społecznej” (Nakamura, 2005, s. 265).

Po drugie: władza cesarska i jego dwór. Jak silna to była tradycja, pokazuje „panowanie” Mao Zedonga w okresie powstania i trwania Chińskiej Republiki Ludowej, ale także działalność innych sekretarzy generalnych KPCh, którzy byli i są postrzegani jako kontynuatorzy władzy cesarskiej.

Mao miał silne poczucie władzy. W jego zachowaniach i poglądach można odkryć „więcej tego, co chińskie czy wręcz konfucjańskie niż komunistyczne” (Seitz, 2008, s. 191). Mao rozumiał panowanie tak jak konfucjańscy cesarze, przede wszystkim jako panowanie ideologiczne – neokonfucjanizm zmienił się w maoizm (Seitz, 2008). Stwierdził on, że świadomość przekształca materialną rzeczywistość. Inaczej mówiąc, Mao chciał najpierw stworzyć człowieka socjalizmu i dopiero za jego pomocą zbudować gospodarkę socjalistyczną. Swoją wizję gospodarki wyraził poprzez realizację „wielkiego skoku”, który w konsekwencji doprowadził do krachu gospodarczego, wielkiego głodu i pochłonął ponad 45 milionów ofiar (Dikötter, 2013, s. 11).

Konrad Seitz w swojej pracy o Chinach cytuje dyplomatę i znawcę tego regionu Alaina Peyrefitte, który w 1971 roku odwiedził Chiny. Dyplomata stwierdził, że był zdziwiony podobieństwem pomiędzy państwem maoistowskim a dworem cesarza Qianlonga (1735–1796), który został opisany przez Macartney’a (1793): „[...] byłem bardzo zdziwiony osobliwym podobieństwem pomiędzy państwem maoistowskim a państwem, z którym miał do czynienia Macartney. Mao zastąpił Qianlonga i otaczany był cesarskim kultem. Wszystko zależało od jego woli. W codziennej rutynie rządzenia władza była, tak jak i w dawnych czasach, scedowana na premiera, który interpretował myśli Boga na Ziemi i lawirował pomiędzy intrygami i stronnictwami, nie posiadając żadnej innej pomocy, jak tylko przyzwolenie z góry. Jak i dawniej, dbano o rytuał protokołu, wyrażającego respekt dla tradycji i poszanowania hierarchii. Jak i dawniej, trzymano się ściśle ideologii, dającej odpowiedź na każde pytanie. Myśli Mao zastąpiły myśli Konfucjusza, a czerwona książeczka Mao zajęła miejsce świętego edyktu Kangxi” (Peyrefitte, 1989, s. xx; cyt. za: Seitz, 2008, s. 191).

„Cesarz zależnie od osobowości i aktualnej sytuacji, przekazywał większe lub mniejsze uprawnienia najwyższym urzędnikom centralnego aparatu państwowego albo też, wręcz przeciwnie, sprawował rządy osobiście, polegające jedynie na swym najbliższym otoczeniu: rodzinie lub eunuchach” (Pimpaneanu, 2001, s. 270). Dziś też w zależności od osobowości przywódcy, albo on decyduje, albo partia.

Z jednej strony mieliśmy Mao – władcę absolutnego, z drugiej – Denga, który był „cesarzem oświeconym”, dopuszczał do głosu innych (kierownictwo kolektywne), ale to on miał głos decydujący – decydent strategiczny. Porównać można Denga do Żółtego Cesarza architekta Chin starożytnych, gdyż Denga przedstawia się dziś jako współczesnego architekta Chin.

Mao według osobistego lekarza fascynował się historią i mnóstwo czasu poświęcił na czytanie na temat przywódców i władzy w Chinach oraz na świecie.

Mawiał: „Musimy uczyć się z doświadczeń przeszłości by służyły teraźniejszości” (Zhisui Li, 1996, s. 117–118). Jego spojrzenie na historię było spojrzeniem władcy, cenił tych, którzy jednoczyli kraj lub też reformowali go z dobrym skutkiem np. cesarza Zhou z dynastii Shang czy cesarzową Wu Zetian (627–705). Porównywał się często z pierwszym cesarzem Qin Shihuangdi (221–206 p.n.e.), który z jednej strony zjednoczył kraj, budował drogi, a z drugiej strony skazał na śmierć 260 uczonych. Mao twierdził: „Oceniając tego cesarza, nie powinno się wyolbrzymiać rzeczy błahych, a nie zauważać wielkich” (Zhisui Li, 1996, s. 118). Podobnie było z oceną dwóch przywołanych władców: cesarza Zhou i cesarzowej Wu.

Następny przywódca Xi w mediach nazywany jest „ostatnim cesarzem”. Po zniesieniu dwukadencyjności przez dzisiejszą władzę to właśnie Xi jest ostatnim sekretarzem generalnym, a społeczeństwo chińskie „widzi” w nim silnego władcę, kojarząc go przeto z historycznymi cesarzami z okresu, gdy Chiny były mocarstwem światowym. On sam czerpie wzory kultury z wielu źródeł – kultury konfucjańskiej (tradycja i rodzina, szacunek dla wartości konfucjańskich zjednuje mu sympatię rodaków), starożytnej kultury filozoficznej, posługuje się metaforami, przysłowiami i przypowieściami historycznymi (lubi cytować filozofa Han Fei zmarłego w 233 roku p.n.e. „Jeśli ci, którzy strzegą prawa, są silni to silne jest państwo. Jeśli są słabi, słabe jest państwo”), wzorami kultury związanymi z okresem Mao – potrafił się ubrać na proszony bankiet w Amsterdamie w garnitur w stylu Mao, a zarazem nie stronił od współczesnej kultury, twierdzi, że kraj należy unowocześnić, a administrację oprzeć na założeniach naukowych (szerzej zob.: Ostatni cesarz, 2014). Można dziś powiedzieć, że tworzy własne wzory kultury.

Dwaj następnii sekretarze generalni: Jiang Zemin – przedstawiciel trzeciej generacji i Hu Jintao – przedstawiciel czwartej generacji przywódców, byli przez jakiś czas tylko „nominalnymi przywódcami”, czyli jak ich nazywano w nauce i mediach – „nominalnymi cesarzami”. Jiang Zemin został sekretarzem generalnym w 1989 roku, ale nad nim góruje Deng, który najpierw w 1993 roku oddał stanowisko przewodniczącego ChRL, a stanowisko dowódcy armii w 1994 roku. Wtedy dopiero Jiang dostał pełną władzę po pięciu latach „terminowania” u Denga. Podobnie drugi przywódca, który pełnię władzy otrzymał od Jianga etapami. W 2003 roku Hu został przewodniczącym ChRL, a w 2004 roku – dowódcą armii. Obaj dopiero podczas drugiej kadencji zostali pełnymi przywódcami, czyli „cesarzami rzeczywistymi”. Jednak ich osobowości były odmienne.

Jiang swoją władzę opierał się na modelu maoistowskim (Bayer, Dziak, 2016, s. 325) (m.in. postawienie na zagadnienia ideologiczne, forsowanie masowych ruchów, pływanie we wzburzonych falach Morza Karaibskiego w meksykańskim Cancun 1997 – podobnie jak Mao przepływał rzekę w Wuhanie). Lubił „publicznie śpiewać i recytować fragmenty »Orędzia gettysburskiego«

i innych kanonicznych dla Zachodu tekstów w języku angielskim” (McGregor, 2013, s. 30).

Hu nie miał przymiotów Denga ani Mao czy też poufałości Jianga, był wcieleniem zawodowego partyjnego biurokraty. Na początku swojej kariery sekretarza generalnego tworzył wizerunek samego siebie jako „łaskawego cesarza”, którego interwencje w politykę są mądre i doniosłe, ale rzadkie (McGregor, 2013, s. 29). Hu żył w cieniu partii.

Po trzecie: kolektywizm. Zasadą konfucjańskiego ładu społecznego była zespołowość. Jednostka jest ważna nie samoistnie, ale jako część składowa społeczności. „Społeczność, zespół – rodzina, firma, państwo – są wartościami nadrzędnymi, którym jednostka winna podporządkować całkowicie swoje interesy i służyć, poświęcając w razie potrzeby (określanej nakazem zwierzchniej władzy) wszystko, z życiem włącznie. [...] Poczucie zespołowości w dalekowschodnim kręgu kulturowym jest tym głębsze, że nie ogranicza się do doczesności – zakorzenione jest w kulcie przodków, których częścią staje się po śmierci każdy z potomnych, tracąc indywidualność. Czyli – immanentną częścią zespołu jest się tam zarówno za życia, jak i po śmierci” (Gulczyński, 2004, s. 248–249).

Wzorzec kolektywny czerpie swoją długą tradycję z dwóch źródeł: chińskiej i bolszewickiej. Zespołowość, czyli kolektyw korzystał obficie zarówno z drugiej zasady konfucjańskiego ładu społecznego – zespołowości, jak i z bolszewizmu, gdzie kolektyw był wpisany w ten system. W Chinach i w Związku Radzieckim kolektyw przede wszystkim został urzeczywistniony w postaci systemu totalitarnego, gdzie indywidualności nic nie znaczyły, dopiero w kolektywie były siłą (szerzej zob.: Sielski, 2015, s. 189 i n.).

Wzorem maoistowskiego człowieka był szeregowy Lei Feng, który w swoim dzienniku „wyznał, że pragnie być: »nigdy nie rdzewiejącą śrubką w rewolucyjnej maszynie partii« oraz »bezimiennym bohaterem«, który poświęca swe życie Wielkiemu Przewodniczącemu” (Seitz, 2008, s. 192). Współcześnie wzór władzy absolutnej został zastąpiony władzą autorytarną o charakterze technokratycznym, gdzie decyzje są podejmowane przez kolektyw – Biuro Polityczne. W wywiadzie udzielonym przez Deng Xiaopinga Orianie Fallaci w 1980 roku (Fallaci, 2012, s. 401 i n.) faktyczny przywódca Chin podkreśla wielokrotnie, że decyzje polityczne dziś są podejmowane kolektywnie.

Kolektywność to także rodzinna lojalność, która rozciąga się na cały klan, przeto może liczyć dziesiątki tysięcy ludzi. „Klan rodzinny ma nad nimi władzę, a oni go popierają. Sytuacja zmienia się w różnych regionach tego kraju, ale większość obszarów Chin mieszkańcy jednej osady należą do tego samego klanu. Na 450 000 000 Chińczyków istnieje tylko 470 nazwisk, a wszyscy noszący to samo nazwisko uważają się do pewnego stopnia za klanowych współbraci. Ludzie zamieszkujący dany obszar należeć mogą wyłącznie do jednego klanu, a oprócz tego uznawać za klanowych współziomków

rodziny mieszkające w odległych miastach. [...] członkowie klanu utrzymują wspólne rodowe sanktuaria, gdzie spotykają się w określone dni, oddając cześć tysiącom tabliczek z imionami zmarłych pochodzących od wspólnego przodka. Każdy klan posiada na własność ziemię, świątynie i dobra materialne: dysponuje też funduszami, z których łoży na wykształcenie każdego obiecującego syna rodu. Śledzi losy swych żyjących w rozproszeniu członków i wydaje starannie opracowane genealogie, aktualizowane mniej więcej raz na dziesięć lat, które zawierają imiona osób uprawnionych do korzystania z klanowych przywilejów. Klan ma swoje odziedziczone po przodkach prawa, które mogą nawet zabronić wydawania państwu przestępców, należących do rodu, jeżeli pozostawał on w konflikcie z władzami” (Benedict, 1999, s. 55–56).

Po czwarte: *guanxi*. Z klanowością wiąże się pojęcie *guanxi*, czyli tzw. sieci wpływów, powszechnej w życiu każdej jednostki w Chinach (Gruszka, 2009, s. 115 i n.). *Guanxi* jest społeczną rodziną, którą każdy sobie organizuje. Na początku jednostka buduje sobie *guanxi*, a potem przechodzi do współpracy. „Wzajemność przysług” – to główny punkt tej dość skomplikowanej instytucji społecznej, która dziś stanowi podstawę dobrego biznesu w Chinach, ale także możliwości protekcji np. w kwestii awansów. „Właściciele firm nie potrafią zatem np. obdarzyć bezgranicznym zaufaniem swoich pracowników, jeśli nie są oni członkami jednej rodziny albo nie wiąże ich silne wzajemne zobowiązania. Osobista rekomendacja jest więc o wiele więcej warta niż jakakolwiek suma pieniędzy wyłożona na stół” (Gruszka, 2009, s. 118).

Guanxi budowana jest po przez wspólną przeszłość – pochodzenie z tej samej rodziny lub regionu, wspólną pracę czy edukację (Pye, 1986, s. 2016). W szczególności *guanxi* ma duże znaczenie dla układu frakcyjnego wewnątrz KPCh. Z reguły jest to struktura hierarchiczna, gdzie jedna ze stron ma silniejszą pozycję. Andrew Nathan (Nathan, 1973, s. 42–43) twierdził, że frakcja jest strukturą hierarchiczną opartą na *guanxi*, a nie na autorytecie lidera.

W dużym stopniu dzisiejsze zasady awansu w Chinach od czasu Denga oparte są na zjawisku *guanxi*. Głównymi „katalizatorami” karier współczesnych chińskich polityków są (Żukiewicz, 2011, s. 261–262):

- **pochodzenie** – kluczowe znaczenie miało zdobycie statusu „książątka”; tak określano dzieci dygnitarzy partyjnych, które ze względu na zasługi swoich rodziców miały ułatwiony awans; dziś ta frakcja jest najsilniejsza, m.in. obecny sekretarz generalny Xi (syn Xi Zhongxuna – weterana walk rewolucyjnych z lat 30.); druga frakcja partyjna związana jest z aktywnością w nieformalnych i formalnych grupach i stowarzyszeniach; współcześnie można ten typ frakcji można utożsamić z frakcją młodzieżową, np. Hu był przewodniczącym Ogólnochińskiej Federacji Młodzieży; niekiedy wymienia się jako znaczącą grupę – frakcję szanghajską (Smolik, 2012, s. 145 i n.); można spotkać termin *gang szanghajski*, który właśnie odnosi się do tej frakcji;

najbardziej znany przedstawiciel to Jiang Zemin i jego najbliżsi współpracownicy (Zeng Qinghongik);

- **kryterium przynależności** to wspólnota interesów (razem robili kariery);
- **kryterium geograficzne**, większość członków klanu urodziła się w Szanghaju;
- **wykształcenie** – np. w dużym stopniu liczyła się przynależność do stowarzyszenia absolwentów Uniwersytetu Qinghua.
- **praktykowanie u mistrza** – *mishu* – oznaczało posiadanie osobistego sekretarza, który uczy się od mistrza i zarazem korzysta z jego protekcji; taką zależność można znaleźć między Deng Xiaopingiem a Zhao Ziyangiem; Zhao pracujący na prowincji został wezwany do Pekinu w 1980 roku i mógł liczyć tylko na poparcie Denga; według niektórych badaczy faktycznie to Zhao Ziyang był autorem większości reform przypisywanych obecnie Dengowi (Bayer, Dziak, 2016, s. 271); w 1987 roku Zhao został sekretarzem generalnym KC po usunięciu Hu Yaobanga za liberalizm w polityce wewnętrznej (Bayer, Dziak, 2016, s. 300).

Wzór kulturowy *guanxi* to przede wszystkim struktury nieformalne i często niejawne, a one w dużym stopniu są przeciwieństwem demokracji w ujęciu zachodnim. Im więcej niesformalizowanych grup, tym bardziej one popierają silną władzę o charakterze autorytarnym.

Po piąte: biurokracja państwa. Partia dziś odwołuje się także do swojej rodzimej tradycji sprawowania władzy. Następuje renesans popularności Konfucjusza i innych zasad kulturowych związanych z tradycją chińską. Daje to dzisiejszej władzy politycznej legitymizację jako partii, która w sposób naturalny kontynuuje najwspanialsze tradycje oświeconych epok w dziejach cesarstwa. Autorytarna dzisiejsza biurokracja partyjna to przecież autorytarna centralna biurokracja cesarstwa.

Chiny są przykładem rozbudowanego systemu biurokratycznego, który ma istotny wpływ na politykę i władzę polityczną. „Cesarz, spętany pisaną i niepisaną tradycją i zobowiązany do respektowania rad i petycji doradców, miał ograniczone pole swobody politycznej. Jedynie wybitne jednostki były w stanie narzucić swoją wolę podległemu aparatowi administracyjnemu. Osoba cesarza była *conditio sine qua non* istnienia państwa, podczas gdy rzeczywiste prerogatywy stopniowo przechodziły w ręce urzędników” (Sarek, 2011, s. 40).

Konfucjańska kultura przeniknęła Chiny i Azję Wschodnią. Zrozumienie ich zasad moralnych i działań jest związane z kulturą Konfucjusza. Wykształceni Chińczycy stanowili oddzielną i uprzywilejowaną warstwę zwaną przez Portugalczyków – mandarynami. Byli przede wszystkim administratorami. Urzędnicy, którzy zdobyli urząd w wyniku egzaminu, tworzyli chińską merytokratyczną elitę, którą można nazwać chińską gentry. W porównaniu do angielskiej gentry warstwa ta nie dziedziczyła stanowisk, lecz zdobywała w każdym pokoleniu od nowa drogą egzaminów. „Celem konfucjańskiego wy-

chowania było ćwiczenie społeczeństwa w posłuszeństwie oraz wykształcenie członków elit na osobowości »wewnątrzsterowne«, które wykonują powierzone zadania kierownicze w sposób odpowiedzialny i dla dobra narodu. Władanie na sposób konfucjański sprowadzało się do sprawowania moralnej kontroli nad samosterującym się społeczeństwem. Decydującą warstwą społeczną dla zapewnienia owej samosterowności była niższa gentry z prowincji, na której żyło ponad osiemdziesiąt procent ludności. Wiejska, przesiąknięta konfucjanizmem, gentry plasowała się pomiędzy górą liczącą 20 000 urzędników mandarynatu a dołem złożonym z setek milionów chłopów. To ona tworzyła średnią klasę, na której bazowało konfucjańskie państwo. Z tego powodu socjologowie nazywają go »państwem gentry« (Seitz, 2008, s. 57). System ten przetrwał do 1911 roku.

Współcześnie mamy biurokrację partyjną, która stara się kontrolować aparat państwowy, społeczeństwo oraz własnych członków. Lokalna elita partyjna postrzegana jest tak jak dawniej jako tyrani, władze centralne jako ci, którzy opiekują się ludem – interwencjonizm państwowy.

W czasach, gdy myśl konfucjańska opanowała Chiny, prestiż związany był z wykształceniem. To urzędnicy, którzy zdobyli stanowisko w administracji centralnej czy lokalnej, mieli prestiż, przywileje (cała rodzina), a także bogactwo. Gdy cesarstwo znikło, nastał czas chaosu, ale od powstania ChRL przez długi czas przynależność do partii (nomenklatura partyjna) dawała prestiż i bogactwo. Dziś bogactwo materialne można uzyskać legalnie bez przynależności do partii, ale nie wolno jej się narażać. Prestiż w dalszym ciągu związany jest z partią komunistyczną.

Niekiedy badacze przedstawiają KPCh jako „cesarza zbiorowego”, Stały Komitet BP zaś – do „cesarza kolektywnego”. Uważam, że szczególnie KPCh porównanie do „cesarza zbiorowego” nie jest trafne. Nigdy nie porównywano biurokracji cesarskiej do „cesarza” i zarazem biurokracji partyjnej do sekretarza generalnego. Bardziej trafne jest porównanie Stałego Komitetu BP do „cesarza kolektywnego” w okresie dwóch sekretarzy generalnych Hu i Jiang, gdyż wtedy była przewaga partii na czele z „kolektywnym kierownictwem”.

W okresie cesarstwa biurokracja była podzielona na administrację państwową i ludową (Gawlikowski, 2009). Ta ostatnia miała siłę i żywotność, przeto gwarantowała stabilność państwa, gdy ono przechodziło kryzys. Przeciętna jednostka z nizin społecznych miała do czynienia z państwem rzadko, przede wszystkim był to kontakt z administracją ludową, czyli z organami rodowymi i gminnymi, a one zarządzały ludnością. Dlatego też „James C. Hsiung twierdzi, że w Azji Wschodniej nie mogła się zrodzić idea praw człowieka, ponieważ obywatel rzadko miał tam do czynienia z państwem. Podlegał on władzą naturalnym wspólnot klanowych i lokalnych, do których przynależał, od nich też, przede wszystkim, a nie od państwa doznawał uciski” (Hsiung, 1986, s. 22; cyt. za: Gawlikowski, 2009, s. 109).

Zakończenie

Konfucjańska kultura przeniknęła Chiny i Azję Wschodnią. Zrozumienie ich zasad moralnych i działań jest związane z kulturą Konfucjusza i jako takie stało się głównym korzeniem omawianych tu problemów. Niemniej jednak inne czynniki wpłynęły prymarnie na decyzje o utrzymaniu demokracji nieoliberalnej związanej z myślą konfucjańską. Przywołane w opracowaniu okoliczności, jak: praktyczność Denga w podejmowaniu decyzji związanej z demokracją nieliberalną czy też wzory władzy autorytarnej u sąsiadów w pierwszym okresie budowy gospodarki rynkowej, spowodowały duży wzrost gospodarczy. Myślę, że te wzory władzy autorytarnej miały największy wpływ na wybór systemu autorytarnego w systemie politycznym. W dużym stopniu także trauma po upadku Związku Radzieckiego oraz trauma związana demokracją ludową (rewolucja kulturalna) tym bardziej umocniły władzę pekińską w utrzymaniu władzy autorytarnej. Na końcu zaś problem mniejszości narodowych i etnicznych miał także istotne znaczenie w odniesieniu do decyzji o autorytaryzmie swojej władzy.

Wszystkie zasygnalizowane czynniki były istotne, ale zostały one podbudowane konfucjańskimi wzorami kulturowymi, które dziś przeniknęły do wzorów kulturowych współczesnego społeczeństwa i władzy politycznej w Chinach. To widać dziś w renesansie myśli Konfucjusza, który nauczał, że należy słuchać władzy politycznej. Dlatego obecnie w sposób naturalny władza kontynuuje najwspanialsze tradycje oświeconych epok w dziejach cesarstwa. Autorytarna dzisiejsza biurokracja partyjna to przecież autorytarna centralna biurokracja cesarstwa, to partia wybiera przywódcę, a później to on staje na czele partii i państwa.

Na koniec warto przytoczyć częsty argument, jakim Chińczycy posługują się w obronie swojej wersji demokracji. Ponieważ argumentują, że demokracja liberalna kładzie nacisk na wolność zewnętrzną, demokracja nieoliberalna w wersji konfucjańskiej uwypukla wolność wewnętrzną. Celem jest doskonalenie siebie przez edukację – samodoskonalenie przez rozwijanie w sobie umiejętności, jak stać się lepszym człowiekiem wspólnoty rodzinnej i społecznej. Tutaj Chińczycy mówią o „etyce odpowiedzialności” wobec swoich obowiązków w stosunku do rodziny, społeczeństwa i państwa (Xinzhong Yao, 2009, s. 279). W dzisiejszych naukach społecznych określa się to jako budowanie kapitału społecznego. „Edukacja konfucjańska ma za zadanie przenikania do wewnętrznego świata uczącego się, opierając się na przekonaniu, że doskonalenie wewnętrznych cnót jest ważniejsze od regulowania zachowania zewnętrznego” (Xinzhong Yao, 2009, s. 281–282).

„Konfucjańskie dążenie do ustanowienia etyki odpowiedzialności zbiega się w czasie ze wzrostem świadomości globalnej i stało się częścią wspólnego, międzynarodowego poszukiwania etyki uniwersalnej, która służyłaby za

drogowskaz światowym społecznościom XXI wieku” (Xinzhong Yao, 2009, s. 280). Dziś, należy dodać bardzo ważny czynnik, który wzmacnia autorytarne podejście władzy politycznej Chin do rządzenia państwem – nowe technologie informacyjne. Dają one władzy politycznej szerokie możliwości kontroli i manipulacji. Z tego też powodu pisze się dziś o tworzeniu przez władzę chińską – dyktatury cyfrowej (Strittmatter, 2020). Jednocześnie silną pozycję Chin na scenie międzynarodowej wzmacnia idea Nowego Jedwabnego Szlaku („jeden pas i jedna droga”), która jest globalnym projektem infrastrukturalnym i inwestycyjnym, a także planem nowego porządku międzynarodowego według pomysłu chińskiej partii (Hübner, 2020, s. 333).

Bibliografia

- Bayer, J., Dziak, W.J. (2016). *Historia polityczna Chin 1839–2014. Konspekt analityczny*. Warszawa: Instytut Studiów Politycznych PAN.
- Benedict, R. (1999). *Chryzantema i miecz. Wzory kultury japońskiej*. Przeł. E. Klekot. Warszawa: PIW.
- Bolesta, A. (2006). *Chiny w okresie transformacji*. Warszawa: Dialog.
- Chodubski, A.J. (2004). *Wstęp do badań politologicznych*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Chołaj, H. (2014). *Kapitalizm konfucjański*. Warszawa: Poltekst.
- Dikötter, F. (2013). *Wielki głód. Tragiczne skutki polityki Mao 1958–1962*. Przeł. B. Gadomska. Wołowiec: Wydawnictwo Czarne.
- Excerpts from Talks in Wuchan, Shenthen, Zhuhai, and Shanghai (January 18–February 21, 1992) in Selected Works of Deng Xiaoping*, Vol. 3. Pobrano z: *Excerpts from Talks in Wuchan, Shenthen, Zhuhai, and Shanghai (January 18–February 21, 1992) in Selected Works of Deng Xiaoping* (data dostępu: 12.05.2021).
- Fallaci, O. (2012). *Wywiad z władzą*. Przeł. H. Borkowska. Warszawa: Świat Książki.
- Gawlikowski, K. (2009). *Konfucjański model państwa w Chinach*. Warszawa: Instytut Nauk Politycznych PAN.
- Gruszka, A. (2009). Fenomen *guanxi* w kulturze Chin. W: M. Pietrasiak, D. Mierzajewski (red.), *Chiny i Japonia. Dylematy mocarstw w Azji Wschodniej*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Gulczyński, M. (2004). *Panorama systemów politycznych świata*. Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe.
- Hsiung, C.J. (1986). Human Rights In an Asian Perspective. In: J.C. Hsiung (ed.), *Human Rights in East Asia: A Cultural Perspective*. New York: Paragon House.
- Hübner, W. (2020). Procesy globalizacji a chińska Inicjatywa Pasa Drogi: perspektywa historyczna i wyzwania współczesne. W: J. Kornaś, Ł. Danel, R. Lisia-

- kiewicz (red.), *Dylematy rozwoju systemów politycznych Europy i Azji*. Toruń: Adam Marszałek.
- Leonard, M. (2009). *Zrozumieć Chiny*. Przeł. W. Falkowski. Warszawa: Nadir/Media Lazar.
- Liu Houbin (2009). *Korzenie historyczne i wkład kulturowy odrodzenia narodu chińskiego*. Przeł. A. Kowalska. Toruń: Time Marszałek Group.
- McGregor, R. (2013). *Partia. Sekretny świat komunistycznych władców Chin*. Przeł. M. Król. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Nakamura, H. (2005). *Systemy myślenia ludów Wschodu. Indie, Chiny, Tybet i Japonia*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Ostatni cesarz (2014). *Forum* 24.
- Nathan, J.A. (1973). A Factionalism Model for CCP Politics. *The China Quarterly*, 53.
- Peyrefitte, A. (1989). *L'empire im mobile o ule choc des mon des*. Paris: Fayard.
- Pieliński, B. (2008). Technokratyczne przywództwo. Władza w Azji Wschodniej. W: B. Szklarski (red.), *Gra w przywództwo – jak zdobyć i utrzymać władzę*. Warszawa: Collegium Civitas.
- Pimpaneanu, J. (2001). *Chiny. Kultura i tradycje*. Przeł. I. Kałużńska. Warszawa: Dialog.
- Pye, L.W. (1986). On Chinese Pragmatism in the 1980s. *The China Quarterly*, 106.
- Rowiński, J., Jakóbiec, W. (2006). *System konstytucyjny Chińskiej Republiki Ludowej*. Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe.
- Rowiński, J., Pawłowski, J. (2011). Wizja „państwa” w Chinach. Tradycja a współczesność. W: E. Zajdler (red.), *Zrozumieć Chińczyków. Kulturowe kody społeczności chińskich*. Warszawa: Dialog.
- Saich, T. (2015). *Governance and Politics of China*. London: Palgrave.
- Sarek, K. (2011). Z mandatu nieba. Podstawy sprawowania władzy politycznej w dawnych i współczesnych Chinach. W: E. Zajdler (red.), *Zrozumieć Chińczyków. Kulturowe kody społeczności chińskich*. Warszawa: Dialog.
- Seitz, K. (2008). *Chiny. Powrót olbrzyma*. Przeł. T. Mazur. Warszawa: Dialog.
- Shih, Ch. (1999). *Collective Democracy: Political and Legal Reform in China*. Hong Kong: Chinese University of Hong Kong Press.
- Sielski, J. (2017). Czynnikiowa koncepcja przywództwa na tle innych teorii. W: J. Nocoń (red.), *Zagadnienia teorii polityki*. Gdańsk: Instytut Politologii Uniwersytetu Gdańskiego.
- Sielski, J. (2015). Polityczne wzory osobowościowe przywódców politycznych w Chinach. W: J. Marszałek-Kawa, K.J. Helnarska (red.), *Polityka państw azjatyckich. Wyzwania i dylematy*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Smolik, B. (2012). Elita polityczna Chińskiej Republiki Ludowej w dobie dominacji czwartej generacji chińskich przywódców – przykład na przyszłość? W: W.J. Dziak, K. Gawlikowski, M. Ławacz (red.), *Chiny w XXI wieku. Perspektywy rozwoju*. Warszawa: Instytut Studiów Politycznych PAN.
- Strittmatter, K. (2020). *Chiny 5.0. Jak powstaje cyfrowa dyktatura*. Przeł. A. Gadzała. Warszawa: Grupa Wydawnicza Foksal.

- Xinzhong Yao (2009). *Konfucjanizm. Wprowadzenie*. Przeł. J. Hunia. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Zajdler, E. (red.) (2011). *Zrozumieć Chińczyków. Kulturowe kody społeczności chińskich*. Warszawa: Dialog.
- Zhao Ch. (2018). Rational Authoritarianism and Chinese Economic Reform. In: W.P. Preston, J. Haacke (eds.), *Contemporary China: The Dynamics of Change at the Start of New Millennium*. New York: Routledge.
- Zhisui Li (1996). *Prywatne życie przewodniczącego Mao*. Przeł. Z. Zaczyn. Warszawa: Philip Wilson.
- Żukiewicz, P. (2011). *Przywódstwo polityczne. Teoria i praktyka*. Warszawa: Difin.



Kultura pracy w zawodzie specjalisty PR w telewizji

Working Culture in the Profession of PR Specialist in Television


Sylwia Szostak*

Abstrakt

Kampanie promocyjne seriali wzbudzają zainteresowanie swoim rozmachem, kreatywnością i oryginalnością. Jednak bardzo mało wiemy o ludziach, którzy te działania promocyjne planują, i o instytucjonalnym kontekście ich pracy. Niniejszy artykuł zatem sprzyja namysłowi na temat społeczno-kulturowego wymiaru procesu tworzenia materiałów promocyjnych oraz na temat kultury pracy w dziale marketingu stacji telewizyjnych. Celem artykułu jest rozwijanie wiedzy i zrozumienia na temat promocji telewizyjnej jako dyscypliny zawodowej i praktyki kulturowej w obszarze produkcji mediów. Aby zbadać obszar dotychczas pomijany w rodzimych studiach medjoznawczych, autorka artykułu opiera się na wywiadach pogłębionych z pracownikami marketingu w stacjach telewizyjnych, a dokładniej specjalistami ds. *public relations*. Refleksje praktyków PR w telewizji na temat ich własnej pracy i kon-

Abstract

Promotional campaigns of TV shows often generate a lot of interest and media attention because of their originality and panache. Yet, we know very little about the people who actually plan and execute the promotional activities for television programmes and the institutional context within which they work. This article promotes a reflection on the work culture of practitioners in the marketing departments of Polish TV stations. The aim of the article is to develop knowledge and understanding of TV promotion as a professional discipline and cultural practice in media production. In order to examine the area that has been so far absent from Polish media studies, the article relies on in-depth interviews with TV practitioners, more specifically PR experts responsible for promoting Polish television programming. Reflections of PR practitioners about their own work and their institutional

* Uniwersytet Śląski w Katowicach (sylwia.szostak@us.edu.pl);  <https://orcid.org/0000-0001-9119-1874>

tekstu, w jakim się znajdują, dostarczają empirycznych materiałów umożliwiających wyjście poza klasyczne postrzeganie działań promocyjnych, czyli ich analizę jedynie przez pryzmat efektów i skuteczności. Badania etnograficzne sektora produkcji materiałów promocyjnych oferują pełniejszy opis i zrozumienie działań sektora kreatywnego branży telewizyjnej.

Słowa kluczowe: PR, telewizja, seriale, promocja, marketing

context provide empirical evidence that allows us to look at the promotion of television programming in ways other than through their effectiveness. The ethnographic research into the marketing departments of Poland's broadcasters offers a fuller understanding of the creative sector and media production in the television industry.

Keywords: PR, television, TV shows, promotion, marketing

Działania promocyjne jako nowy obszar zainteresowań badawczych

Specjaliści z zakresu marketingu i promocji oraz osoby zainteresowane rynkiem mediów i telewizją często z podziwem, i niekiedy zazdrością, przyglądają się zagranicznym, głównie angloamerykańskim rynkom, gdzie kampanie marketingowe programów telewizyjnych zachwycają rozmachem, pomysłowością, ale przede wszystkim skutecznością w napędzaniu rozgłosu konkretnych pozycji programowych. Wystarczy przytoczyć przykład serialu HBO *True Blood* czy *Gra o tron*, których kampanie marketingowe opisywane były w większości amerykańskich czasopism branżowych². Promocja seriali na rynkach angloamerykańskich wzbudza zainteresowanie nie tylko samych specjalistów od reklamy, marketingu, dziennikarzy magazynów branżowych, ale też badaczy naukowych. Badacze z angloamerykańskiej areny naukowej coraz częściej analizują działania promocyjne oraz strategie marketingowe, które towarzyszą premierom nowych seriali i powrotom na ekrany kolejnych sezonów tych będących już w emisji. Do tego rosnącego zainteresowania badaczy szeroko pojętymi działaniami marketingowymi promującymi programy telewizyjne przyczyniło się kilka czynników. Głównym z nich jest wyłonienie się nowego sektora kreatywnego, specjalizującego się w komunikacji, promocji i brandingowej stacji telewizyjnych, a także samych programów, w które inwestuje się nie tylko ogromne pokłady kreatywności, ale i odpowiednio duże budżety. Kampanie promocyjne i strategie marketingowe, coraz częściej niestandardowe, oryginalne i przełamujące dotychczas obowiązujące wzorce, generują niekiedy równie dużo buzzu, co same seriale czy programy

² Mam tutaj na myśli magazyny takie jak „Wired”, „Entertainment Weekly”, „Hollywood Reporter”.

telewizyjne, stając się tym samym niezwykle ciekawymi artefaktami kultury audiowizualnej.

Wzrost rangi marketingu programów telewizyjnych i rozwój tego sektora, pod względem liczby zarówno produkowanych materiałów promocyjnych, jak i zatrudnianych specjalistów branżowych, sprawił, że dla badaczy kultury audiowizualnej, promocja produktów telewizyjnych stała się nowym i ekscytującym obszarem zainteresowań badawczych. Drugim czynnikiem, który otworzył akademię na analizę działań promocyjnych w obrębie rynku telewizyjnego, było pojawienie się konkretnych metodologii umożliwiających interwencje badawcze. Ogromny wkład w dziedzinę badań nad działaniami marketingowymi telewizji mieli Paul Grainge i Cathy Johnson. Ci naukowcy z University of Nottingham stali się niejako pionierami badań promocji programów telewizyjnych³. Ich praca badawcza pomogła stworzyć nowe sposoby myślenia o roli promocji w telewizji i zmieniła niekiedy lekceważące podejście do marketingu produktów audiowizualnych w dyskursie akademickim i branżowym. Brytyjscy badacze podnieśli status promocji seriali, pokazując ją jako dyscyplinę twórczej i kreatywnej pracy zawodowej. Ich książka z 2015 roku *Promotional Screen Industries* daje wgląd w społeczność praktyków tworzących materiały promocyjne, które krążą w środowisku medialnym. Do tej do niedawna niewidocznej społeczności zawodowej zaliczają oni pracowników działu marketingu filmowego i telewizyjnego, specjalistów ds. promocji programów, twórców trailerów filmowych i spotów autopromocyjnych, twórców kontentu w agencjach reklamowych i domach mediowych. Pracę tych specjalistów Grainge i Johnson widzą jako odrębny sektor, dla którego proponują nazwę *promotional screen industries*. Postulują oni, że jeśli chcemy zrozumieć zmiany w kulturze audiowizualnej i branży medialnej, powinniśmy większą wagę przywiązywać do nie tylko kontekstu produkcji samych seriali czy filmów, ale i codziennych praktyk zawodowych i efektów pracy profesjonalistów z dziedziny reklamy, marketingu, brandingu i *public relations* oraz starać się zrozumieć społeczno-zawodowy kontekst ich funkcjonowania. Do tak zakreślonych celów badawczych wykorzystują wywiady pogłębione ze specjalistami z tej branży (*practitioner interviews*) i obserwacje terenowe (*fieldwork observation*) wraz z badaniem struktur instytucjonalnych i analizą materiałów promocyjnych. W tym kontekście opierają się oni na podejściu proponowanym przez Johna Thorntona Caldwell, czyli *integrated cultural-industrial approach* (Caldwell, 2009a). Takie etnograficzne podejście do badań nad promocją produktów audiowizualnych, które jako przedmiot analizy obiera kulturę pracy w branży promocyjnej, a nie jedynie jej efekty, ma dużo wspólnego z nurtem badań naukowych określanym przez Caldwell jako *production studies*. Ten nurt otworzył naukę w obszarach związanych z produkcją audiowizualną na nowe kierunki, oferując analityczne metody badań praktyk zawodowych pra-

³ Inne pozycje, które warto tutaj przytoczyć, to Gray (2010) oraz Wyatt (1994).

owników branży kreatywnej i ich instytucjonalnym kontekstem. Podobnie jak Caldwell, tak samo Grainge i Johnson oparli swoje badania na pracy terenowej, czyli na wywiadach z przedstawicielami firm oraz z praktykami z branży, koncentrując się na sektorze promocji w Wielkiej Brytanii, Stanach Zjednoczonych i Chinach.

Na gruncie polskim brakuje prac badawczych w nurcie *production studies* zarówno w obrębie nauki o telewizji, jak i promocji programów telewizyjnych. Nie oznacza to, że marketing programów telewizyjnych jest całkowicie pominięty w polskich badaniach naukowych. Temat ten jest obszernie opracowany przez Annę Jupowicz-Ginalską, jedną z nielicznych badaczek w Polsce, specjalizującą się w tematyce marketingu środków przekazu, która nadała ramy definicyjne i klasyfikujące marketingowi kontentu telewizyjnego, opisując go terminem *marketing medialny*. Wyjaśniając pojęcie marketingu medialnego, badaczka sięga po dziesiątki przykładów z polskiego rynku mediów, co czyni jej pracę niezwykle wartościową, gdyż osadzoną w naszym lokalnym kontekście. Badaczka analizuje efekty działań marketingowych, kategoryzuje je i objaśnia ich funkcjonowanie. Instytucjonalny wymiar kultury pracy osób zatrudnionych w dziale marketingu jest natomiast poza obszarem jej zainteresowań. Działania promocyjne nie są zatem rozpatrywane w kontekście nurtu badań *production studies*⁴.

Z uwagi na brak kompleksowego opracowania problemu promocji telewizyjnej w ujęciu proponowanym przez Grainge i Johnson, niniejszy artykuł sprzyja refleksji na temat czynników warunkujących pracę ludzi w dziale marketingu stacji telewizyjnych, ich własne rozumienie instytucjonalnego kontekstu, w którym pracują, codziennie napotykanym wyzwaniom, jak również stosowanych w praktyce rozwiązań. Jego celem jest rozwijanie wiedzy i zrozumienia na temat promocji telewizyjnej jako dyscypliny zawodowej i praktyki kulturowej w obszarze produkcji mediów. Są to kwestie, których nie sposób zbadać, jeśli działania marketingowe rozpatruje się tylko w kategoriach instytucjonalnych lub bada się jedynie ich efekty. A to właśnie pracownicy działów marketingu i promocji są kreatorami działań promocyjnych, to oni szukają najlepszych sposobów na zapewnienie swoim programom publiczności, wygenerowanie buzzu i utrzymanie *statusu quo* podziału władzy na rynku telewizyjnym. To właśnie oni w swojej pracy podejmują próbę skompensowania znacznego ryzyka będącego integralną częścią produkcji programów telewizyjnych. To, jakie czynniki mają znaczący wpływ na ich pracę i instytucjonalne ograniczenia ich kreatywności, znajduje odzwierciedlenie w jakości i kształcie materiałów promocyjnych.

⁴ Szczegółnej uwadze polecam następujące publikacje tej autorki: Jupowicz-Ginalska 2010a; 2010b; 2013; 2015.

Promocja jest kluczowym elementem obiegu produktów kultury audiowizualnej, to nie ulega wątpliwości. Może zatem czas przyjrzeć się bliżej instytucjonalnym praktykom zawodowym i realiom pracy ludzi, którzy tę promocję tworzą. Intencjonalnie używam tutaj słowa tworzą, ponieważ, podobnie jak Grainge i Johnson, jestem za tym, aby zaliczać pracowników zajmujących się promocją do szeroko rozumianego przemysłu kreatywnego. Nawet Departament Rynku Pracy w ministerialnym opisie zawodu specjalisty do spraw *public relations* określa jego pracę jako kreatywną (Okoński, Wójcik, Szpiliska, s. 4). Telewizja to miejsce pracy nie tylko personelu kreatywnego, takiego jak scenarzyści, producenci czy aktorzy, ale też twórców kampanii marketingowych, spotów autopromocyjnych, producentów sesji zdjęciowych czy PR-owców odpowiedzialnych za komunikację i relacje z mediami.

Prezentowany artykuł opiera się na wywiadach pogłębionych z pracownikami promocji w produkcji telewizyjnej. Opisują oni ich własne rozumienie kontekstu organizacyjnego i kulturowego, w którym funkcjonują, i który zarazem wpływa na ich działalność. Artykuł opiera się zatem na tym, co Caldwell, w swojej znakomitej książce o kulturze produkcji, nazywa *industrial reflexivity* (Caldwell, 2008). Tenże dyskurs autorefleksyjny pokazuje, jak przedstawiciele branży marketingu telewizyjnego w Polsce negocjują różne czynniki mające wpływ na ich prace, takie jak struktura organizacyjna branży, zakres obowiązków, ich status w szerszym ujęciu instytucjonalnym oraz relacje w branży, czyli aspekty, które zwyczajowo znajdują się poza obszarem badań medioznawczych w Polsce. Autorefleksyjne narracje praktyków telewizyjnych traktują podobnie, jak Denise Mann, czyli jako kulturowe artefakty zawierające dowody zawilego, ząbębiającego się systemu silnie skodyfikowanej, dyskursywnej wiedzy (Mann, 2009, s. 104–105). O ile relacje pracowników danego sektora kreatywnego pozwalają lepiej zrozumieć współczesną kulturę produkcyjną i zmiany w branży medialnej, o tyle sam taki materiał nie wystarczy do gruntownej naukowej dyskusji. Materiał pochodzący z rozmów może być postrzegany jako „skażony” dyskurs, jak opisuje to Caldwell (2009b, s. 70) w rozdziale *How Producers Theorize*, twierdząc, że pracownicy mogą formułować informacje zgodnie z pewnym ustalonym wcześniej zamiarem i interesem, legitymizując tym samym długotrwałe, mocno zakorzenione mity i nie ujawniając faktycznych kulis produkcji. Dlatego też, jak nalega Mann, na badaczu szeroko pojmowanej kultury produkcji spoczywa obowiązek, by na podstawie zachowania i komentarzy przedstawicieli branży wyczuć, czy poddają się oni którymś z tych narzuconych sobie dyscyplinujących działań, czy dokonują autocenzury pewnych informacji, mogących potencjalnie zapewnić badaczowi znaczący wgląd w to, jak faktycznie działa branża (Mann, 2009). Zważywszy na wyzwania stojące przed badaczem materiałów źródłowych tego typu, warunkami powodzenia badań nad kulturą produkcji jest „współpraca z ekspertami branżowymi i tworzenie

zespołów złożonych z badaczy posiadających różnorodne kompetencje wynikające zarówno z doświadczeń akademickich, jak i praktycznych” (Wróblewska, 2016, s.14).

Autorka niniejszego tekstu posiada nie tylko akademickie kompetencje pozwalające na podjęcie badań z nurtu production studies, ale też uczestniczyła w instytucjonalnej organizacji produkcji telewizyjnej, pracując dla stacji TVN od 2015 do 2020 roku. Praktyczne doświadczenie autorki tekstu przekłada się na lepszy wgląd w omawianą tematykę. Posiadane przez autorkę kompetencje, zarówno te praktyczne, jak i akademickie, pozwalają na eksplorację obszaru dotychczas niedostatecznie obecnego w literaturze i na usytuowanie autorefleksyjnej narracji pracowników tego sektora kreatywnego w szerszym kontekście instytucjonalnym.

Badanie środowiska pracy personelu działów marketingu i analiza zakulisowych historii ludzi pracujących w branży umożliwia zbadanie unikatowej kulturowej praktyki produkcji mediów i zaoferowanie czegoś więcej niż zmitologizowane opowieści umieszczane w oficjalnym dyskursie, takim jak materiały prasowe lub artykuły w prasie branżowej. Ten artykuł zatem może stanowić wkład w debatę na temat społeczno-kulturowego wymiaru procesu tworzenia materiałów promocyjnych, uzupełnionego o naukową refleksję. Zdaję sobie sprawę, że artykuł ten przedstawia jedynie wycinek tej rzeczywistości. Ze względu na oczywiste ograniczenia, które wymusza niejako kształt niniejszego artykułu, w pracy tej skupiam się na części branży marketingowej, tej najbliższej i najlepiej mi znanej, a często niedocenianej, której efekty pracy rzadko są w pełni zauważane. Mam tutaj na myśli obszar PR-u telewizyjnego. Zawód PR-owca jest ciekawym przypadkiem do analizy, ponieważ wokół pojęcia narosło w Polsce wiele krzywdzących stereotypów, takich jak chociażby utożsamianie działań z zakresu public relations z czarnym PR-em, który w praktyce ma mało wspólnego z podstawowymi założeniami tej dziedziny i jest jedynie jej wypaczeniem autorstwa politycznych spin doktorów. Naginanie założeń PR-u do celów walki politycznej ma szerokie i szkodliwe społecznie reperkusje dla całej branży PR i jej praktyków. W badaniu zaprezentowanym na konferencji VideoWars by ScreenLovers w 2019 roku, gdzie agencja SW Research sięgnęła po opinie „zwykłych” Polaków na temat postrzegania rozmaitych profesji, w tym – marketingowych, widoczne jest negatywne postrzeganie zawodu PR-owca w opinii społecznej⁵. PR-owiec plasuje się na końcu listy wymarzonych zawodów dla dziecka, a także cieszy się najmniejszym zaufaniem społecznym. Przeciętny Polak niechętnie pożyczycyby pieniądze nieznamomej osobie, która przyznałaby się, że pracuje w branży PR.

⁵ Badanie przeprowadzone przez ScreenLovers, IAB Polska oraz SW Research. Całe badanie dostępne jest pod poniższym linkiem: <https://screenlovers.pl/rynek-pracy-w-mediach-i-reklamie-badanie-screenlovers-i-iab-polska-appendix-od-sw-research/> [data dostępu: 4.12.2021].

Wymarzony zawód dla dziecka



Badanie ogólnopolskie

Wyobraź sobie, że Twój syn lub córka wybierają drogę zawodową.
Jaki byłby wymarzony przez Ciebie fach Twojego dziecka?



Źródło: badanie rynku pracy ScreenLovers, badanie ogólnopolskie, internauci w wieku 18+, 10.2019, n = 1023

Grafiki umieszczone za zgodą właściciela bloga ScreenLovers.



Komu ludzie pożyczą pieniądze?

Wybór wielokrotny (maksymalnie 3 odpowiedzi)



Badanie ogólnopolskie

Gdybyś nie znając wcześniej żadnej z tych osób, miał zdecydować której z nich pożyczysz większą sumę (licząc na ich zwrot), co byś zrobił? Wskaż proszę, przedstawicielom których z poniższych profesji pożycząbyś pieniądze. Zaznacz max. 3 zawody.



Źródło: badanie rynku pracy ScreenLovers, badanie ogólnopolskie, internauci w wieku 18+, 10.2019, n = 1023

Grafiki umieszczone za zgodą właściciela bloga ScreenLovers.



W obliczu tej społecznej niechęci do zawodu PR-owca płodnym badawczo pytaniem jest: Czy negatywny społecznie stereotyp PR-owca ma wpływ na pracę praktyka tej branży w telewizji?

Próba definicji roli PR-owca w telewizji

Public relations jest w Polsce dziedziną relatywnie młodą; rozwija się dopiero od ok. 30 lat. Pierwsza polska firma zajmująca się public relations powstała w 1990 roku. Była to agencja First Public Relations. Dziś na polskim rynku funkcjonuje ich kilkaset, nie zmienia to jednak faktu, że historia *public relations* w Polsce jest bardzo krótka (Czarnowski, 1997). Rokiem przełomowym dla rozwoju polskiego *public relations* był rok 1994 – to właśnie w tym roku rozpoczęto uruchamianie na poszczególnych uczelniach kierunków o tejże specjalności. Definicja PR-u zależna jest od uwarunkowań środowiska funkcjonowania danej organizacji, tak więc istnieje różnorodność w rozumieniu obowiązków i działań wchodzących w jej zakres. Mimo to można wyodrębnić pewne aspekty, które są kluczowe dla rozumienia *public relations* jako praktyki zawodowej. W *Leksykonie Public Relations* zawarto dość obszerną definicję terminu *public relations*: jako nazwę wszystkich działań zmierzających do osiągnięcia pozytywnych relacji z otoczeniem, jako sposób i styl przekazywania komunikatów i informacji czy organizowania wydarzeń lub jako nazwę dziedziny wiedzy o umiejętnościach zawodowych i sztuce kształtowania wizerunku i marki instytucji, organizacji społecznych i firm gospodarczych w budowaniu reputacji i umacnianiu relacji z otoczeniem. Jerzy Olędzki zauważa, iż światowe organizacje zawodowe definiują *public relations* jako zarządzanie poprzez komunikację postawami i strategicznymi relacjami pomiędzy organizacją a jej wewnętrznymi i zewnętrznymi akcjonariuszami w celu uzyskania wzajemnych korzyści i większego ładu społecznego (Olędzki, Tworzydło, 2009, s. 141). Podobnie Barbara Rozwadowska określa *public relations* jako funkcję zarządzania komunikacją między organizacją a jej otoczeniem, gdzie zadaniem *public relations* jest zarządzanie informacjami dotyczącymi organizacji w taki sposób, aby pozyskać jak najwięcej osób przychylnie nastawionych (Rozwadowska, 2009, s. 8). W takim ujęciu *public relations* definiuje się jako długotrwałą, świadomie zaplanowaną działalność informacyjną nastawioną na tworzenie i rozwijanie we własnym interesie przyjaznych relacji z otoczeniem. W literaturze przedmiotu *public relations* analizuje się również w ramach komunikacji marketingowej i wtedy PR postrzegany jest jako jedno z narzędzi promocji, na równi z reklamą, służące kreowaniu wizerunku i reputacji w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym przedsiębiorstwa. Już Philip Kotler w swoich pionierskich opracowaniach uwzględniał *public relations* jako element marketing-mixu, obok działań reklamowych, promocji sprzedaży i innych obszarów promocyjnych.

Przedstawiona definicja PR-u jako zarządzania komunikacją lub jako narzędzia marketingowego jest w takim stopniu elastyczna, że pozwala na różnorodne interpretacje w praktyce w zależności od branży, która próbuje ją określić.

Jeśli chodzi o branżę audiowizualną, działania z zakresu PR w odniesieniu do filmów i programów telewizyjnych mają na celu stworzenie pozytywnego odbioru wśród potencjalnych widzów i użytkowników zachęcającego do obejrzenia danej produkcji. Obowiązki specjalisty PR mogą obejmować różne działania w zależności od tego, czy jest to agencja PR-owa, firma produkcyjna, czy stacja telewizyjna. Można jednak sprowadzić je do kilku podstawowych kompetencji. Według Departamentu Rynku Pracy praca specjalisty do spraw PR polega na: planowaniu działań z zakresu *media relations*, prowadzeniu profili w mediach społecznościowych, współpracy z agencjami kreatywnymi i domami mediowymi, przygotowywaniu komunikatów prasowych, tworzeniu i aktualizowaniu baz danych mediów, budowaniu i utrzymywaniu stałych relacji z dziennikarzami, analizowaniu danych i opinii pod kątem szans lub zagrożeń dla organizacji, przygotowywaniu materiałów promocyjno-komunikacyjnych, organizowaniu konferencji prasowych i innych wydarzeń prezentujących organizację, organizowaniu wydarzeń dla klientów oraz pracowników (Okoński, Wójcik, Szpilska, 2018, s. 4). Przytoczony opis obowiązków praktyka PR jest tak modyfikowalny, że pozwala na adaptację do konkretnego kontekstu, branży czy grupy zawodowej. Ten aspekt dosyć płynnego i pojemnego zakresu obowiązków stanowiska wybrzmiewa mocno w relacjach pracowników tejże branży. Paulina Sztych zawodowo związana z PR-em od 11 lat, z czego 4 lata opiekowała się PR-owo serialami i programami rozrywkowymi stacji TVN, w następujący sposób opisuje swoje rozumienie instytucjonalnego charakteru pracy eksperta PR w branży telewizyjnej:

Dla mnie największym wyzwaniem, patrząc jakby z lotu ptaka, jest to, że w pracy PR-owca zakres obowiązków jest płynny. Zdefiniowany jest cel i strategia, natomiast środki do niego prowadzące mogą być przeróżne. Co więcej, w każdej branży, firmie PR może być całkowicie odmiennie rozumiany i zupełnie inne kompetencje czy umiejętności mogą być najistotniejsze. Z jednej strony jest to siła i niezwykłość PR-u, który cały czas się zmienia i ewoluuje. Z drugiej strony jest to branża, która wymaga pewnej elastyczności i otwartości na naukę (Sztych, 2021).

Z relacji byłego pracownika stacji TVN wyłania się podobny obraz:

W pracy PR-owca dużym wyzwaniem jest fakt, że jest to praca w dużej mierze zadaniowa, ale te zadania trzeba często wyznaczać sobie samemu i samemu pilnować ich wykonania. Z jednej strony jest to dobre, bo pozwala na dużą kreatywność, niezależność i kontrolę nad wykonywaną pracą. W TVN ogromnym plusem jest specjalizacja zadań, czyli jest zespół od organizacji eventów, osobny

zespół od produkcji materiałów promocyjnych, jest grafik od składu materiałów. W mniejszych firmach takie działania często zrzucane są na jedną, dwie osoby i to właśnie z reguły jest PR-owiec. W TVN, PR-owiec akurat nie musi martwić się o znalezienie miejsca do eventu promocyjnego czy zlecać wydruku potrzebnych materiałów (Anonim, 2021).

Podobnie Róża Adamcio uważa, że praca na stanowisku specjalisty PR w stacji Polsat odbiega znacząco w swoim charakterze od jej wcześniejszych doświadczeń w tym zawodzie w innych instytucjach związanych z produkcją i mediami:

W Polsce pracuję od półtora roku. W mediach, w PR związanym z mediami od wielu, wielu lat. Zaczynałam od Rodzinki.pl i pracy z ramienia agencji filmowej w TVP. Potem pracowałam w Akson Studio, czyli firmie produkującej filmy i seriale dla telewizji. Następnie przyszedł czas na radio. Potem pracowałam w Multikinie, no i teraz jestem zatrudniona w Telewizji Polsat. Rola PR-owca w różnych miejscach, gdzie pracowałam, czy to właśnie w radiu, telewizji, czy kinie, nie zawsze jest taka sama. Definicja PR jest bardzo płynna. W zależności od miejsca pracy PR był specyficzny. Nie mogę powiedzieć, żebym przez te kilkanaście lat mojej kariery w zawodzie ciągle robiła jedno i to samo, mimo że byłam zatrudniona na tym samym stanowisku – specjalisty ds. PR. Ten aspekt jest akurat super, bo miałam okazję nabyć różnych kompetencji. Pracując w Aksonie, musiałam przykładowo też zajmować się też platformami *social media*, a pracując w radiu, pełniłam rolę przypominającą rzecznika prasowego. W Multikinie też musiałam wypowiadać się w imieniu firmy, więc to też była trochę inna rola, mimo że formalnie byłam specjalistą PR (Adamcio, 2021).

Z przytoczonych relacji wynika, że działania PR leżące w zakresie obowiązków specjalisty PR w różnych instytucjach związanych z branżą audiowizualną mogą się znacząco od siebie różnić. W związku z tym proponuję, aby do opisu pracy specjalisty PR, którego działania obejmują promocję i komunikację w ramach programów telewizyjnych z ramienia producenta lub stacji telewizyjnej, używać terminu PR telewizyjny. Nie jest to pojęcie, które występuje w literaturze przedmiotu. Jednak uważam, że zakres działań PR w promocji contentu telewizyjnego zasługuje na odrębną kategorię poznawczą. Taka nazwa z resztą funkcjonuje w kuluarach branżowych i jest bliska osobom pracującym w tym zawodzie.

Pojęcie PR telewizyjny jest mi bliskie i myślę, że dobrze oddaje charakter pracy. Jak się nad tym zastanowię, to faktycznie jest to przydatne sformułowanie, dzięki któremu mogę odróżnić moją obecną pracę w Telewizji Polsat od tego, co wcześniej robiłam. Moje poprzednie doświadczenia zawodowe obejmowały inne obowiązki mimo, że cały czas pracuję w mediach. PR telewizyjny myślę że tak bym określiła to, co teraz robię (Adamcio, 2021).

PR telewizyjny jako odrębna dziedzina działań promocyjnych obejmuje czynności takie, jak przygotowanie i dostarczanie do mediów zestawów informacji na temat programów i stacji (*press kits*), regularne dosyłanie dziennikarzom informacji wraz z drobnymi upominkami związanymi z konkretnymi propozycjami programowymi, umożliwianie przeprowadzania wywiadów z twórcami i aktorami, organizowanie konferencji oraz innych eventów prasowych, wizyt na planie z dziennikarzami i fotoreporterami, organizację sesji zdjęciowych. Działania te mają na celu osiągnięcie satysfakcjonujących wyników oglądalności, których oczekuje zarówno producent, jak i nadawca.

Działania z zakresu PR mogą być dobrze realizowane jedynie wtedy, kiedy relacje mediowe prowadzone są efektywnie. Podstawowym zadaniem *public relations* jest zatem nawiązać, wzmocnić i utrzymywać dialog stacji z docelową grupą odbiorców. Dzieje się to za pomocą pośredników, jakimi są liderzy opinii, dziennikarze, aktorzy. Dzięki nim specjaliści PR mogą w imieniu stacji telewizyjnej przekazywać potencjalnym widzom informacje na temat swojej oferty programowej, licząc na wyróżnienie się na tle konkurencji i wygenerowanie zainteresowania, nieustannie dbając o swój wizerunek. Dlatego też podtrzymywanie relacji branżowych jest dla PR kluczowe. Dla stacji telewizyjnej jednym z najważniejszych aspektów działań PR jest owocna współpraca z tygodnikami telewizyjnymi. Bardzo dużo uwagi poświęca się budowaniu i pielęgnowaniu relacji z dziennikarzami z tego segmentu rynku prasowego. Z punktu widzenia stacji telewizyjnej istotne jest, aby pojawiać się ze swoją ofertą programową również w mniej sprofilowanych magazynach konsumenckich i prasie codziennej. Takie działania przekładają się na wiarygodność stacji oraz utrzymują jej pozytywny wizerunek oraz zainteresowanie szerszej widowni. Zamieszczona tu prezentacja obowiązków praktyków ds. *public relations* pracujących w telewizji daje mocne podstawy do tego, aby wyodrębnić ich pracę jako oddzielny segment branży PR, dla którego autorka proponuje nazwę *PR telewizyjny*.

Rola i status PR w branży telewizyjnej

Bezpośrednio w wyniku powstania sektora komercyjnego pod koniec lat 90. XX wieku konkurencja o pozyskanie widzów stała się kluczowa do zabezpieczenia bytu nadawców komercyjnych i równie ważna dla nadawcy publicznego częściowo finansowanego z reklam. Wraz z dojrzewaniem sektora prywatnego w pierwszej dekadzie XXI wieku trzech główni nadawcy naziemni (publiczna TVP i jej dwaj komercyjni konkurenci – TVN i Polsat) zaczęli rywalizować nie tylko z sobą, ale w coraz większym stopniu także z nowo powstałymi tematycznymi kanałami kablowymi i satelitarnymi, takimi jak AXN, FOX, Universal Channel. Sektor telewizji kablowej i satelitarnej, w tym kanały tematyczne przeznaczone głównie dla amerykańskich seriali, stopniowo odciągały polską widownię od nadawców naziemnych. W 2007 roku łączny udział płatnych kanałów telewizyjnych stanowił 20% udziału w oglądalności osób w wieku 16–49 lat i od tego czasu stale dynamicznie wzrastał: do 24% w 2008 roku, 29% w 2009 roku i 32% w 2010 roku. W 2010 roku, na 38 mln Polaków, którzy korzystali z usług telewizyjnych, 26,6 mln miało dostęp do oferty płatnej telewizji (Szewczyk, 2011). Udział w oglądalności kanałów „Wielkiej Czwórki” (TVN, Polsat, TVP1, TVP2) malał w kolejnych latach z 43% w 2015 roku do 36% w 2019 (TeleKabel, 2020). W 2020 roku sumaryczny rynkowy udział wszystkich kanałów filmowo-serialowych wzrósł o 9% (Wirtualne Media, 2021a), a w pierwszym kwartale 2021 roku ten wzrost wyniósł 15% (Wirtualne Media, 2021b). W roku 2020 TVN zanotował spadek w oglądalności o 11,4% do 7,49%, jeszcze więcej stracił Polsat (o 15,1% do 8,36%) (Wirtualne Media, 2021c). Nadawcy naziemni, tacy jak Polsat czy TVN, mają zatem bardzo trudne zadanie, ponieważ nie konkurują jedynie z sobą, ale ze wszystkimi graczami na rynku, tracąc widownię z powodu odpływu widza do stacji tematycznych. Ponadto inne niż linearny sposoby konsumpcji telewizji to dodatkowy czynnik wpływający na spadającą oglądalność głównych stacji. W takiej sytuacji działania marketingowe wydają się bardzo istotne i to one mogą odegrać decydującą rolę w sukcesie danego programu lub przeciwnie – jego braku (Eastman, 2000, s. 5).

W dążeniu do przyciągnięcia uwagi widza i zarządzania nią w konkurencyjnym środowisku medialnym, gdzie mamy do czynienia z ograniczoną różnorodnością i nadprodukcją tekstów audiowizualnych oraz wysokim stopniem ryzyka niepowodzenia (Lotz, 2007), promocja jest obecnie ważnym i nieodzownym elementem procesu produkcji i myślenia o programach telewizyjnych. Określenie, które propozycje programowe odnoszą dzisiaj sukces i stają się popularnymi tekstami kulturowymi w porównaniu z tymi, które znikają po kilku odcinkach, często ma dużo więcej wspólnego z samą promocją niż jedynie charakterem programu lub jego walorami estetycznymi czy *production value*, co dodatkowo podkreśla znaczenie promocji w procesie tworzenia i cyrkulacji produktów au-

diowizualnych (Baumann, 2007). Działania marketingowe są zatem niezbędne, aby umożliwić sukces nawet najlepszemu serialowi telewizyjnemu (Piątkowski, 2011, s. 220).

W okresie pandemii sytuacja rynkowa uległa znacznemu pogorszeniu. Kryzys wywołany pandemią koronawirusa mocno dotknął działalności w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej, spowodował deteriorację sytuacji finansowej nadawców. W naturalny sposób pandemia zintensyfikowała tendencje, z którymi nadawcy borykali się przed jej wybuchem, przyspieszając długoterminowe procesy, takie jak m.in. migracja widzów od tradycyjnych mediów do platform streamingowych. Również rynek reklamowy bardzo szybko zareagował na zmiany sytuacji makroekonomicznej i na spowolnienie gospodarcze w kraju. Cały polski rynek reklamy i sponsoringu telewizyjnego w drugim kwartale 2020 roku zanotował spadek wartości o 35,4%. Przychody Telewizji Polsat z reklam i sponsoringu zmniejszyły się w roku 2020 o 34,5% (Wirtualne Media, 2020a). Polsat i TVN zareagowały na sytuację rynkową redukcją średniej ceny cennikowej, a i tak firmy mniej chętnie wydawały pieniądze na reklamę telewizyjną. Mimo szybkiej reakcji na sytuację gospodarczą w kraju oba kanały komercyjne w okresie pandemii sprzedały mniej reklam, a dodatkowo – sprzedany czas reklamowy miał niższą cennikową wartość niż w analogicznym okresie w latach wcześniejszych (Wirtualne Media, 2020b). Dodatkowo TVN czy Polsat są w trudniejszej sytuacji niż TVP, gdyż nie mogą liczyć na wsparcie państwa. Obecnie media publiczne otrzymują z budżetu ok. 2 mld zł. Taka dotacja będzie przekazywana rok w rok przez najbliższe 5 lat. Jeśli spojrzeć dzisiaj na rynek, to poza telewizją do niedawna publiczną, która otrzymuje potężną „finansową kroplówkę” od państwa, wszyscy nadawcy konfrontują się z dużymi kłopotami budżetowymi, zagrażającymi ich dotychczasowej strukturze i działaniu (Wirtualne Media, 2021d).

Ostatnie redukcje personalne w TVN Grupa Discovery to konsekwencja pandemicznego spowolnienia na rynku reklamowym, które zmusza nadawców naziemnych do redukcji kosztów operacyjnych. TVN24 co prawda notuje rekordową oglądalność, ale nie zrekompensuje to spadku wyników głównego kanału TVN (Wirtualne Media, 2021d). Widoczne oszczędności w TVN Grupie Discovery zaczęły się jesienią 2020 roku od znaczącego zmniejszenia zespołu zarządzającego, który od przejęcia Grupy TVN przez Discovery liczył nawet kilkanaście osób. Z końcem października 2020 roku z zarządem spółki rozstał się szef marketingu, a w połowie lutego 2021 roku z firmy odszedł dyrektor komunikacji korporacyjnej. Po wielu latach pracy z TVN pożegnali się dyrektor działu promocji oraz szef sekcji patronatów. W wyniku redukcji w TVN Grupa Discovery od stycznia 2021 z departamentem marketingu rozstało się ponad 10 osób (Wirtualne Media 2021d). Redukcje etatów w TVN to nie jedyny sposób na zmniejszenie kosztów operacyjnych. Oszczędności spowodowały również ograniczania budżetów marketingowych. Marketing jest często postrzegany

jako wydatek uznaniowy, a zatem jest jednym z pierwszych obszarów, w których firmy gotowe są wprowadzić cięcia.

W sytuacji intensywnej konkurencji na rynku marketing danego programu czy serialu telewizyjnego zwiększa jego szansę na sukces. W momencie, kiedy zasoby działu marketingu są uszczuplane, w naturalny sposób ciężar odpowiedzialności za działania promocyjne spada na zespół PR. Aleksandra Skwarek, Head of PR Constantin Entertainment Polska, twierdzi, że:

Stacje coraz częściej oszczędzają na kampaniach marketingowych, na reklamie, outdoorze, sesjach wizerunkowych. Nawet jeśli autopromocja na antenie jest silna, to brakuje przebicia na zewnątrz. Wtedy zostaje tylko PR oparty na działaniach bezkosztowych. Gra jest warta świeczki. Dobre wyniki pozwalają nam walczyć o kolejne sezony, a to dla produkcji jest najważniejsze, aby mieć kontynuację danego programu. Każdy kolejny sezon jest łatwiejszy do zrealizowania pod kątem budżetowym, więc dla producenta najlepszym rozwiązaniem jest kontynuować dany tytuł, a nie ciągle inwestować w nowości. Dlatego tak ważne jest odpowiednie przygotowanie PR-owe (Skwarek, 2021).

W sytuacji znaczących redukcji budżetów na marketing i płatne działania promocyjne dramatycznie rośnie wartość działań w zakresie *public relations*, które prowadzone są bez dodatkowych nakładów finansowych ze strony producenta lub nadawcy. Pracodawca nie ponosi żadnych kosztów oprócz tych związanych z zatrudnieniem pracowników na stanowisku specjalistów PR. Specjaliści PR w stacjach telewizyjnych nie dysponując budżetem, korzystają z zasobów niematerialnych i własnych zasobów intelektualnych. Wśród nich wyróżnić można m.in. zasoby organizacyjne, czyli system zarządzania swoją pracą, kulturę organizacyjną, wiedzę, własność intelektualną oraz relacje z otoczeniem i własną reputację (Pluszyńska, 2015, s. 46). Gdyby spróbować przyjrzeć się poszczególnym formom działań z zakresu PR, można by zauważyć, że wszystkie mają charakter bezkosztowy, gdyż oparte są na kontaktach bezpośrednich wypracowanych indywidualnie w dłuższej perspektywie przez praktyka PR. Kontakt mailowy, stały kontakt telefoniczny, nieformalne rozmowy, różnego typu imprezy branżowe (uroczyste premiery, konferencje prasowe, pokazy dla dziennikarzy) czy prezentacje aktualnej i przyszłej oferty odgrywają kluczową rolę w działaniach PR programów telewizyjnych i stanowią jedyne kanały dotarcia służące przekonaniu dziennikarzy i liderów opinii takich, jak krytycy filmowi i telewizyjni, lokalni trendsetterzy z poszczególnych sektorów rynku mediów do współpracy z danym nadawcą czy producentem. Utrzymywane przez wiele lat relacje międzyludzkie i kontakty branżowe są kluczowymi narzędziami PR-owymi i wpisują się współcześnie w zakres działań *public relations*. To dzięki

nim specjalista PR jest w stanie wygenerować wartość dla nadawcy, zapewniając publikacje na temat aktualnej oferty programowej w prasie i w Internecie bez ponoszenia przez niego kosztów.

Docenienie działań *public relations* i dostrzeżenie wartości, jaką mogą wygenerować dla stacji telewizyjnej specjaliści PR, nie powinno być motywowane jedynie brakiem budżetów marketingowych na płatne formy promocji, ale przede wszystkim mającą obiektywne uzasadnienie słabością marketingu i reklamy. Konsumenty stają się o wiele mniej podatni nawet na coraz bardziej wymyślne działania marketingowe, a skuteczność przekazu reklamowego maleje czasami wprost proporcjonalnie do wzrostu jej kosztów. W zasadzie, gdyby nie ugruntowane w świadomości decydentów z rad nadzorczych i zarządów wielkich korporacji przekonanie, że określony procent należy bezwzględnie wydać na marketing i reklamę, to ich znaczenie już dzisiaj byłoby zdecydowanie mniejsze. Niejednokrotnie głównym beneficjentem wydatków na marketing i reklamę firm są agencje marketingowe i reklamowe (Ries, Ries, 2004). Działania *public relations* z kolei coraz częściej zalicza się do najpotężniejszych i uznawanych przez odbiorców za najbardziej autentyczne i wiarygodne kanały komunikacji. Praktycy i teoretycy marketingu dość często uznają *public relations* za dziedzinę, która będzie przynosiła lepsze rezultaty niż reklama, ponieważ, jak twierdzą, rynek został przesycony tradycyjną reklamą (Bobińska, 2000, s.192). Zatem, działania takie, jak publikacje prasowe lub newsy na portalach internetowych, są o wiele bardziej wiarygodne niż płatna reklama czy jakakolwiek inna płatna forma marketingowa. Jeśli zaś chodzi konkretnie o telewizję, to w tym sektorze działania *public relations* są zaraz po autopromocji najbardziej efektywnym sposobem komunikacji między stacją telewizyjną a jej widownią (Baumann, 2007, s. 57–58).

Status zawodu specjalisty PR w autorefleksyjnej narracji praktyków branżowych

Wydawać by się mogło, że działania prowadzone przez specjalistów PR będą coraz bardziej cenione w branży telewizyjnej, która jest rynkiem nie tylko bardzo kompetytywnym, ale też mocno dotkniętym przez pandemię koronawirusa. Specjaliści *public relations* pracujący w telewizji w swojej autorefleksyjnej narracji pokazują jednak, że ich praca nie cieszy się szacunkiem współpracowników. Wręcz przeciwnie, mówią oni zgodnym głosem, że w swoich codziennych działaniach konfrontują się z licznymi instytucjonalnymi trudnościami, które utrudniają im pracę oraz stanowią poważne ograniczenie dla ich kreatywności. Róża Adamcio z Telewizji Polsat w następujący spo-

sób opisuje instytucjonalne przeszkody, które napotyka w swojej działalności zawodowej:

Mam poczucie, że nie jestem traktowana poważnie i że moja praca nie jest traktowana poważnie. To troszeczkę się poprawiło na przestrzeni ostatnich lat. Dziesięć lat temu, na początku mojej kariery w *public relations* to był dramat. Panowała wtedy opinia w branży, że PR-owiec to jakaś młoda dziewczyna, która tylko przychodzi i przeszkadza. Spotkałam się z taką opinią osobiście i nie raz. Uważam to za pewnego rodzaju uprzedzenie do tego zawodu, ale też brak szacunku do roli PR-owca. Wielokrotnie spotykałam się z opinią, że PR jest niepotrzebny; że ja tylko mnożę koszty, a w żaden sposób nie przyczyniam się do generowania zysku dla firmy. Panuje również takie przekonanie w branży medialnej, że każdy może robić PR. Co to za problem napisać informację prasową i wysłać do dziennikarzy. Często odczuwam niechęć wobec mojej roli. Przykładowo, dzwonię z jakimś tematem do innych działów mojej firmy, aby otrzymać potrzebne mi materiały, a jestem traktowana jakbym przeszkadzała. Nie ma w Polsce zrozumienia, że ja jako PR-owiec też jestem ważnym elementem całej tej układanki (Adamcio, 2021).

Karolina Kurek, specjalistka PR z doświadczeniem agencyjnym, zawodowo związana z TVN 6 lat, obecnie Brand Manager w Kino Polska, doświadczyła analogicznych wyzwań:

Spotkałam się osobiście z różnymi podejściami do PR. Jednym z popularniejszych jest przeświadczenie, że każdy zna się na PR, co moim zdaniem wpływa na umniejszanie roli osób, które zajmują się PR-em. W przypadku powodzenia programu telewizyjnego, serialu czy filmu sukces ma wielu ojców, a porażka jest zazwyczaj przypisywana niewystarczającym działaniom komunikacyjnym, co moim zdaniem dobrze ilustruje, jaki jest szacunek do pracy PR-owca. Widzę, że producenci coraz częściej dostrzegają, że osoby z marketingu czy PR „grają do tej samej bramki”, czyli że sukces danej produkcji jest ich wspólnym celem. Producenci coraz częściej pomagają PR-owcom, współpracują, nie traktują ich wizyty na planie jako zła koniecznego. Myślę, że naszej pracy pomogłoby traktowanie PR-owców jako specjalistów w swoim fachu i zaufanie do naszej pracy (Kurek, 2021).

Były pracownik stacji TVN w podobnym tonie opisuje swoje doświadczenia jako praktyka PR-u telewizyjnego:

Praca w zawodzie PR-owca nie jest według mnie społecznie postrzegana jako prestiżowa. Bywa to dosyć niewdzięcznym zajęciem. Trzeba wychodzić z inicjatywą, proponować dużo pomysłów na publikacje, niekiedy o nie aktywnie zabiegać. Bywa, że czasem jesteśmy traktowani jak chłopiec na posyłki. W sytuacjach kryzysowych to właśnie PR-owiec musi gasić przysłowiowe pożary. Może to oznaczać zszycie pękniętej sukienki na ewencie, znalezienie miejsca parkingowego dla gwiazdy, zrobienie kawy, przyniesienie szklanki wody, a czasem nawet zażegnanie konfliktu lub pacyfikację czyjejś agresji werbalnej. Taki zakres nieformalnych obowiązków wynika z faktu, że PR-owiec operuje w dość trudnym kontekście instytucjonalnym. Jest pracownikiem korporacyjnych struktur, jego szefem jest więc dyrektor marketingu lub bezpośredni menadżer, ale też musi zadowolić potrzeby i oczekiwania producentów. Jest też takie poczucie, że aktorzy czy gwiazdy programów rozrywkowych muszą również być zadowoleni z pracy PR-owca. Jeśli chodzi o dziennikarzy, to w obecnym klimacie to raczej PR-owiec musi zabiegać o względy i uwagę dziennikarzy. PR-owiec jest zatem osobą raczej podrzędną względem osób, z którymi współpracuje (Anonim, 2021).

Kotler, uznany na całym świecie autorytet w dziedzinie marketingu, uważa *public relations* za dodatek do działań marketingowych prowadzonych w organizacji. Traktuje on PR „jako przybrane dziecko marketingu”, swego rodzaju uzupełnienie poważniejszych działań promocyjnych (Cenker, 2000, s. 4). Według niego marketing jest pojęciem nadrzędnym, dużo bardziej istotnym z perspektywy działań promocyjnych. W przedstawionych relacjach znajdujemy potwierdzenie, że takie podejście nadal jest aktualne: współpracownicy często widzą w *public relations* podrzędną funkcję marketingową. W rezultacie praca w sferze *public relations* wywołuje nieuzasadniony kompleks nawet u tych, którzy mają w tej dziedzinie znaczące osiągnięcia.

Istotny wydaje się aspekt, że PR w potocznym postrzeganiu sprowadzany jest do tak trywialnych działań, jak „wysyłka informacji prasowych”, działań, które faktycznie mógłby wykonywać każdy. Na porządku dziennym jest – jak się wydaje – dostrzeganie jedynie części instrumentów PR, podczas gdy wiele narzędzi PR-owych nie jest powszechnie znanych. Owszem, PR zajmuje się zarządzaniem informacjami, obejmuje jednak dużo więcej niż tylko redagowanie i kolportowanie notatek prasowych. Są to bowiem środki techniczne, jedne spośród wielu stosowanych przez PR. Domeną PR-u jest odpowiednie administrowanie informacjami – czynność, którą cechuje duża precyzja. Panowanie nad wieloma strumieniami wychodzących i napływających informacji wymaga m.in. zdolności precyzyjnego działania w tym obszarze, nie mówiąc już o nie-

zbędnej umiejętności szerokiego oglądu aktualnej sytuacji przez pryzmat sytuacji pożądanej w dłuższej perspektywie.

Bardzo mylne jest myślenie, że efekty pracy komórki *public relations*, pracującej na rzecz wizerunku organizacji, polegają jedynie na wysyłce i publikacji materiałów prasowych. Sama wysyłka nie gwarantuje publikacji tychże materiałów. Takie przeświadczenie wynika z niezrozumienia oczywistego faktu, że reklama i PR to dwie różniące się zasadniczo dziedziny. Wydaje się to specjalistom innych dziedzin trudne do zrozumienia. PR i marketing to dwie odmienne sfery zarządzania treścią. Działania PR różnią się tym od reklamy, iż reklamodawca bezpośrednio płaci za ekspozycję przekazu w danym nośniku, kontroluje, w jakim nośniku się on pojawi i jak często będzie emitowany, oraz wie dokładnie, jak będzie wyglądał ten przekaz. Natomiast PR nie ma całkowitej kontroli nad dalszym przekazem komunikatów przesłanych do mediów, nie ma też wpływu na ich skuteczność (Domański, Kowalski, 2000, s. 263–268). Nie oznacza to natomiast, że w przypadku kontaktów z mediami niewielka jest kontrola nad tym, co, komu i kiedy jest przekazywane. PR stosuje po prostu bardziej subtelne niż reklama techniki wpływania na obraz organizacji (i jej produktów) w mediach. Z tego m.in. wynika konieczność prowadzenia działań PR w długiej perspektywie czasowej oraz konieczność zdobywania wiarygodności w środowisku dziennikarskim. Niezrozumienie dynamiki działań PR sprawia, że błędnie traktuje się je jako działania względnie doraźne, mające na celu uzyskanie maksymalnego efektu w możliwie krótkim czasie. Dlatego też nie jest możliwe uzyskanie efektów PR-owych jedynie poprzez wysyłkę materiałów prasowych. Techniki budowania własnego lobby w tym środowisku, tworzenie nieformalnych kręgów kontaktów zawodowych, różnego rodzaju techniki wzmacniania zainteresowania dziennikarzy daną stacją telewizyjną i jej produktami to właściwa, i w sumie jedyna skuteczna, droga do tworzenia warunków efektywnego komunikowania się z mediami, a więc i z widznią. Trzeba również pamiętać, że miarą sukcesów praktyka PR jest nie tylko to, co ukazało się w mass mediach, ale również – a w niektórych przypadkach przede wszystkim – to, co się w mediach nie ukazało, choć ukazać się mogło. Niezbędnymi warunkami do osiągnięcia sukcesu w kontaktach z mediami jest również znajomość specyfiki zawodu dziennikarza i pracy poszczególnych redakcji oraz dobre rozumienie aktualnej dynamiki rynku prasowego. *Public relations* jest dziedziną wiedzy, a nawet swego rodzaju sztuką prowadzenia określonych działań, czego zdają się nie wiedzieć pracownicy bez kompetencji PR-owych.

Tutaj warto również wspomnieć, że przy tak dobrze prosperującej produkcji dla telewizji mamy obecnie na rynku do czynienia z bardzo dużą konkurencją nie tylko o widza, ale także o uwagę dziennikarza. Publikację materiałów prasowych o danej pozycji programowej w tygodnikach telewizyjnych utrudnia ogromna liczba dostępnych programów. Z kolei inne segmenty rynku prasowe-

go niekoniecznie mogą być zainteresowane współpracą ze względu na ich inny niż telewizyjny profil. Do zadań specjalisty PR należy zatem pielęgnowanie kontaktów, dzięki którym przebiec się z informacją i zaistnienie we wszystkich segmentach prasy będzie możliwe. Budowanie takich relacji z mediami, a także zarządzanie nimi w efektywny sposób możliwe jest dzięki utrwalaniu i wzmacnianiu relacji z dziennikarzami. Sami PR-owcy doskonale wiedzą, że dobrze realizowany PR opiera się na dobrej ocenie w środowisku zawodowym, na wiarygodnych referencjach, na umiejętności dbania o relacje międzyludzkie, komunikacji interpersonalnej, empatii i profesjonalizmie w działaniu. Dodatkowo, PR-owiec musi doskonale znać potrzeby rynku mediów i mieć kreatywne propozycje na ich realizację. Dzięki temu już na etapie przygotowywania programu może wprowadzić konkretne, atrakcyjne dla dziennikarzy działania, takie jak spotkania prasowe na planie czy udział fotosisty w wybranych dniach zdjęciowych. Jednocześnie praktyk ds. *public relations* musi potrafić zrozumieć strategię marketingową stacji oraz potrzeby produkcji.

Trudności z przebieciem się do prasy są również następstwem wyzwań, z jakimi zmagają się w ostatnich latach cała branża wydawnicza. Spadek sprzedaży drukowanych czasopism zmusza niektóre wydawnictwa do zerwania z tradycyjną częścią biznesu. Przykładowo, jesienią 2018 roku wydawca Marquard Media wycofał z rynku magazyn „Shape”. W grudniu 2019 roku zniknęły z rynku prasowego takie tytuły jak „CKM”, „Cosmopolitan”, „Esquire”, „Harper’s Bazaar”, „Joy” i „Playboy”. W grudniu 2020 roku wydawnictwo Edipresse wycofało z rynku „Flesz. Gwiazdy & Styl”, po czterdziestoprocentowym spadku sprzedaży. Najważniejsze dwutygodniki z segmentu people należące do Edipresse notują znaczące spadki: „Party. Życie Gwiazd” w listopadzie 2020 roku zanotował spadek sprzedaży aż 30% względem analogicznego okresu roku wcześniejszego. „Viva” zanotowała w tym samym okresie najmniejszy, ale jednak znaczący spadek o 20%. Wynik magazynu „Show” (Wydawnictwo Bauer) w listopadzie 2020 roku zmalał o 26%. „Gala” (Burda International Polska) zanotowała spadek o 33% (Wirtualne Media, 2021e). Podobny trend widoczny jest w segmencie tygodników telewizyjnych. Tytuły takie jak „To & Owo”, „Tele Świat”, „TV 14”, „Telemax”, wszystkie zanotowały spadek sprzedaży na poziomie między 5 a 10%. Program TV zanotował największy spadek sprzedaży w tamtym okresie, o aż 11,4%. „Tele-Tydzień” (Wydawnictwo Bauer), lider sprzedaży w tym segmencie, zanotował w 2019 roku spadek względem roku poprzedniego o 7%. W efekcie tak znaczących spadków sprzedaży wydawnictwa redukują koszty operacyjne i przenoszą działalność do sektora online, powodując dramatyczny spadek liczby zatrudnionych w redakcjach dziennikarzy. Mniejsza liczba tytułów prasowych oraz mniejsza liczba dziennikarzy powoduje, że coraz trudniej jest przebiec się z daną informacją prasową, gdyż po pierwsze, istnieje mniej platform do ich ulokowania, ale też dziennikarze nie są w stanie opracować wszystkich przysyłanych do nich informacji. Ze względu na finansowe trudności branży

prasowej i mediów ogólnie dziennikarze są mniej skłonni współpracować ze stacjami telewizyjnymi w ramach współpracy barterowej, wybierając płatne formy współpracy, takie jak artykuły sponsorowane lub działania P&A (*print and advertising*). Ola Skwarek z Constantin Entertainment odczuwa te zmiany w swoich relacjach z dziennikarzami:

Dziennikarze już inaczej współpracują z PR-owcami niż jeszcze kilka lat temu. Bartery, bezkosztowe publikacje, patronaty redakcyjne, newsy na wyłączność – zdobycie tego jest coraz trudniejsze. Dziennikarze mocno selekcionują kontent i niestety polegają coraz częściej na płatnych współpracach. PR-owiec musi być elastyczny i dzięki wypracowanym relacjom i kreatywności proponować rozwiązania przynoszące korzyści obu stronom – stacji czy producentowi i jednocześnie redakcji (Skwarek, 2021).

Ten brak szacunku, który odczuwają specjaliści branży PR, można wywnioskować z faktu, iż PR-owcy czują, że ich współpracownicy nie rozumieją dokładnie, czym w ogóle zajmuje się PR.

Pracownicy innych działów marketingu mają raczej mgliste wyobrażenie o tym, czym zajmuje się PR. Natomiast wszystkie dalsze działy nie rozumieją specyfiki tej pracy, więc mylenie na przykład PR-u z marketingiem płatnym jest na porządku dziennym. Dostaję często zapytania o reklamy outdoorowe lub zwiastuny antenowe. Nawet zdarzyło mi się usłyszeć takie pytania od produkcji. Jest to poniekąd zrozumiałe, bo oni są dosyć daleko strukturalnie od działów komunikacyjnych, więc nie mają w pionie produkcyjnym znajomości specyfiki tej pracy. W rezultacie bardzo często dochodzi do nieporozumień i nawet konfliktów, które biorą się z nierealnych oczekiwań wobec PR-u, wynikających z niezrozumienia, czym są działania z zakresu *public relations*. Gdyby zadać producentom lub pracownikom innych działów pytanie, co taki PR-owiec robi i co on realnie może wypracować dla programu, to myślę, że mało kto umiałby odpowiedzieć, nie myląc przy tym właśnie marketingu płatnego czy patronatów. To się zlewa ludziom w jedno. Myślę, że również tak szerzej społecznie, praca PR-owca nie jest dobrze rozumiana. Ludzie nie wiedzą dokładnie czym jest PR i jakie są obowiązki PR-owca. Ja do dziś nie byłam w stanie wytłumaczyć rodzinie, co to dokładnie znaczy i czym się zajmuję. Ma to związek z tym, że efektów pracy PR-owca nie widać i trudno je zmierzyć. Ja też czasami patrzę na siebie i swoje koleżanki podczas eventów i myślę, że z zewnątrz to może wyglądać, że my tylko biegamy w jakimś amoku. W konsekwencji

PR jest traktowany trochę po macoszemu, a PR-owcy spotykają się z mało entuzjastycznym przyjęciem (Szytych, 2021).

Jeżeli poczynione obserwacje dotyczące mylnego zrównania funkcji komórek *public relations* ze świadczeniem usług na rzecz marketingu są reprezentatywne i jest to rzeczywiście zjawisko powszechne, należałoby się zastanowić nad przyczynami takiego stanu rzeczy. Następuje tutaj po raz kolejny pomieszanie warsztatu i etyki zawodowej dwóch odmiennych dziedzin. Można zaryzykować stwierdzenie, że koncepcje przyjęte przez wspomnianego już Kotlera przyczyniły się do tego, że nadal jest wiele osób, które postrzegają PR jako element działań marketingowych, zawężając tym samym definicję i upraszczając cały proces rozumienia *public relations*. Ujmując problem definicyjnie, PR nie jest reklamą. Takie pojmowanie PR wydaje się dość reprezentatywne dla sposobu rozumowania wielu z tych, którzy umieszczają *public relations* w obszarze marketingu. Techniki marketingowe różnią się ogromnie od instrumentarium stosowanego w PR. Marketing, reklama i *public relations* mają wiele elementów wspólnych, ale nie tłumaczy to prób uprawiania kłusownictwa przez jedną z tych dziedzin na terenie innej. Duża firma zazwyczaj ma działy zarówno marketingu, jak i *public relations*. PR jest elementem zarządzania informacją, zatem można go wykorzystywać spójnie z szeroko zakrojonymi działaniami marketingowymi, które prowadzą do celów założonych przez właścicieli podmiotów rynkowych. Ich funkcje będą się czasem stykały, ale w pewnych sytuacjach będą zupełnie oddzielne. Nie będąc specjalistami PR, pracownicy branży telewizyjnej mają wyraźne problemy z nazwaniem poszczególnych narzędzi marketingowych oraz PR-owych. Współpracownicy niestety rzadko stawiają pytania, które pomogłyby rozwiązać definicyjne różnice pomiędzy marketingiem a PR-em. Często nie rozumieją też istoty problemu. PR często definiuje się zatem jako domenę marketingu. Traktowanie *public relations* jako części składowej marketingu mocno ugruntowało się na polskim rynku. Takie podejście ma swoje obiektywne uzasadnienie. W Polsce bowiem najpierw pojawił się marketing, a dopiero później – zarówno w programach studiów, jak i w praktyce życia gospodarczego – profesjonalny *public relations*. Powodem niezrozumienia działań *public relations* może być jednoczesny rozwój tego rynku i rynku reklamowego, przez co stało się prawie niemożliwe rozdzielenie w umysłach konsumentów tych dwóch obszarów (Stopczyńska, 2001). Stąd też chaos w widzeniu *public relations* przez pracowników wielu firm.

Co więcej, działania z zakresu *public relations* z założenia powinny być tak subtelne, aby konsument nie odczuwał ich celowej obecności (Piątkowski, 2011). Dlatego też dyscyplina PR jest mniej konkretna niż bardziej mierzalne narzędzia marketingowe. Oczywiście, istnieją narzędzia pomiarowe do głębszych analiz działań z zakresu *public relations*, takie jak chociażby sondaże, pomiary porównawcze przed i po oraz w trakcie kampanii PR oraz metody ilościowe

i ekwiwalent reklamowy. Jednak stacje telewizyjne nie udostępniają swoim szeregowym pracownikom żadnych innych narzędzi pomiarowych niż monitoring mediów oraz pomiar ekwiwalentu reklamowego. Dodatkowo trudno też dowiedzieć, jaki udział w sukcesie serialu telewizyjnego mają działania z zakresu PR. Eksperci podkreślają, że sukces programu telewizyjnego to wypadkowa wielu czynników, takich jak sam pomysł, kreatywność twórców, warsztat i budżet realizatorów, wizerunek i popularność stacji telewizyjnej, ale także działania marketingowe, w tym te o charakterze promocyjnym (Eastman et al., 2006, s. 25). Joanna Karawaj z agencji mediowej Wavemaker w następujący sposób wypowiada się o mierzalności efektów działań PR w kontekście telewizji:

Dziś działania komunikacyjne muszą być mierzalne. I nie mam na myśli tylko analizy oglądalności czy zasięgu kampanii reklamowej. Dziś marki chcą i dzięki zaawansowanym narzędziom mogą wiedzieć, jak poszczególne aktywności mediowe kontrybuują w procesie zakupowym, który element media planu odpowiada za sprzedaż. Jak zestawimy to z możliwościami pomiaru działań PR, gdzie poza liczbą publikacji czy wskazań lub wejść na stronę www niewiele więcej się mierzy, widać przepaść i to może być jedną z przyczyn (albo i rezultatów) trudnej sytuacji PR-u w polskim krajobrazie mediowym. To dlatego *public relations* jest tym obszarem, który trudno jest precyzyjnie zdefiniować z punktu widzenia marketingu (Karawaj, 2021).

Ze względu na charakter działań PR-owych, o którym mówi Karawaj, dyscyplina PR może być trudna do zrozumienia, gdyż nie widać jej mierzalnych efektów, trudno ją opisać i zrozumieć jej realną wartość⁶. Ta efemeryczna właściwość PR-u sprawia, że bardzo łatwo i niekiedy chętnie zrzuca się winę za brak sukcesu komercyjnego danego programu właśnie na działania komunikacyjne. Jednak dobra znajomość dynamiki działań *public relations* podpowiada, że reklamą płatną czy działaniami PR można przyciągnąć widownię na trzy pierwsze odcinki, później контент telewizyjny musi obronić się sam. Mamy tutaj do czynienia zatem z takim mechanizmem, wedle którego na pewnym etapie o osiągnięciu sukcesu decyduje już tylko sam produkt i jego jakość.

⁶ O aspekcie mierzalności można przeczytać w następujących źródłach: Weiner (2006 oraz Smith (2021). Na gruncie polskim o mierzalności działań PR pisze dr Anna Miotk z Katedry Komunikacji Społecznej i Public Relations na Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego.

Komunikacja w strukturach instytucjonalnych

Piotr Bielawski, znany polski specjalista w dziedzinie public relations, używa ciekawej definicji PR-u i brzmi ona następująco: jest to umiejętność przekazania właściwym osobom właściwej informacji we właściwym momencie, w celu wywołania pożądanego efektu (Bielawski, 2006). Warto w tym miejscu podkreślić, jak wiele zależy od specjalisty PR i jego umiejętności odbierania informacji od właściwych osób, we właściwym czasie, by uzyskać możliwość wywołania pożądanego efektu. Rozrost stacji telewizyjnych powoduje, że strukturalnie przekształcają się one w korporacje składające się z wysoce wyspecjalizowanych działów. Widać to dobrze na przykładzie Polsatu i stacji TVN, gdzie w skład działu marketingu wchodzi także zespół PR, zespół promocji i zespół produkcji eventów. Produkcją autopromocyjnych materiałów antenowych zajmuje się osobny dział, mediami społecznościowymi zajmuje się dział promocji online, a promocją Playera jeszcze inny. Problemem w tak rozbudowanej strukturze okazuje się komunikacja i przepływ informacji między działami. W praktyce oznacza to, że mamy do czynienia z bardzo wąskimi specjalizacjami, często bez kontaktu z realiami produkcyjnymi, kosztem wzajemnej współpracy i komunikacji, mimo że wszyscy działają dla dobra tego samego programu. Według Adamcio takie strukturalne wyzwania bardzo utrudniają jej pracę:

Komunikacja w strukturze Polsatu jest wyzwaniem. Trudno mi czasami wyegzekwować informacje, które potrzebne mi są do wykonywania moich obowiązków. Mam zająć się danym projektem, a ciężko mi się o pewne materiały doprosić. Zdarzyło się kiedyś, że w ogóle nie dostałam do promocji jednego programu zdjęć. Nie ma zrozumienia dla faktu, że nie mam narzędzi do wykonywania swojej pracy. Mam promować program, ale nawet nie wiem czasami, kiedy będzie jego premiera. Mamy dział social mediów, mamy marketing, mamy autopromocję, jest PR, no i tu nie ma za bardzo dialogu. Każdy gra do osobnej bramki, mimo że powinniśmy działać w teamie. Kiedy borykasz się z brakiem podstawowych narzędzi i materiałów, powoduje to frustrację. Potrzebuję obejrzeć odcinek, żeby móc wyciągnąć z niego fajne rzeczy i zaplanować promocję, a ja czasem proszę o ten odcinek i nikt nie jest w stanie mi pomóc. Jeśli nie dostanę zdjęć to sama muszę robić screeny. A screen, rzecz jasna, jest bardzo słabej jakości, i nie będzie z tego publikacji w prasie drukowanej. Podstawą jest dla mnie informacja i dobre zdjęcie (Adamcio, 2021).

Warto tutaj przypomnieć, że liczba działów firmy, z którymi powinien współpracować PR, jest bardzo duża. Komunikacja PR-owa powinna być reali-

zowana w ścisłej współpracy z pionem produkcyjnym, ze scenarzystami, z departamentem odpowiedzialnym za promocję online, jeśli firma taki posiada. PR musi widzieć całą organizację i to w dalekiej perspektywie czasowej. W sytuacji, kiedy w organizacji nie ma współpracy pomiędzy poszczególnymi komórkami (m.in. wzajemnych uzgodnień dotyczących sposobu realizowania strategii firmy) lub kiedy ta współpraca jest zakłócona, należy rozważyć, czy nie jest to w istocie pochodną sporu kompetencyjnego, do którego w sprawnie zarządzanej organizacji nie powinno dochodzić. Taki stan rzeczy, jak zaniedbania w jakiegokolwiek dziedzinie komunikacji, również wynikające z braku współpracy pomiędzy poszczególnymi komórkami firmy, nie może być z profesjonalnego punktu widzenia zaakceptowany (Szemborska, 1998). Niedopuszczalna jest alienacja komórki PR w ramach firmy, sytuacja, w której każdy departament żyje własnym życiem. Tak nie powinna wyglądać zintegrowana komunikacja organizacji z otoczeniem. Dobrą współpracę komórek marketingu, reklamy i *public relations* może zapewnić przede wszystkim właściwe umieszczenie tych działów w strukturze organizacji oraz sprawne zarządzanie przez szefa firmy. Być może zwiastunem zmian na lepsze jest fakt, że zarówno Polsat, jak i TVN w swoich strukturach mają osobę, której zadaniem jest usprawnić przepływ informacji między działami na rzecz skutecznej i funkcjonalnej komunikacji. Mam tutaj na myśli stanowisko brand managera produktu.

PR w relacji z aktorem i jego agentem

Motyw niezrozumienia pracy PR-owca wybrzmiewa nie tylko w opisach relacji między PR-em a produkcją, ale również między PR-owcem danego serialu a aktorem bądź agentem go reprezentującym. Adamcio z Polsatu ma takie spostrzeżenia na temat współpracy z agentami:

W relacji z agentami gwiazd rozumienie mojej roli jest trochę lepsze, ale to nie znaczy, że zrozumienie to jest takie, jakiego bym oczekiwała. Brakuje mi w relacjach zawodowych z agentami takiej równorzędnej współpracy, pogadania, spotkania się. Wspólnego zastanowienia się co ja, jako osoba z Polsatu mogę zrobić, jak ja to widzę, oraz dowiedzieć się, co robi ten agent, jakie oni mają pomysły na promocję danego programu. Czyli zasadniczo jak możemy sobie wzajemnie pomóc. Tego niestety nie ma. Taka równorzędna i owocna współpraca ma miejsce bardzo rzadko. Są to przypadki, które mogę policzyć na palcach jednej ręki. Trudno mi nawiązać dobre relacje z agentami i szybko otrzymać informacje, których potrzebuję do

mojej pracy. Czasami łatwiej mi się porozumieć z samym aktorem niż przez jego agenta, który jest bardzo często taką barierą w komunikacji hamującą moje działania. Moim zdaniem, taka postawa ze strony agenta nie jest dobra i często po prostu utrudnia mi pracę. Agenci są takimi menadżerami: my wysyłamy im emaile, oni to przekazują dalej do aktora i tyle. Nie ma czegoś takiego, że mogą liczyć na ich wsparcie; że mi pomogą. Oni tylko przekazują informacje i albo aktor odpowie, albo nie. To ja muszę o wszystko zabiegać, prosić, pamiętać, dopytywać. Jest to dla mnie trudne do zaakceptowania, że przy znanych nazwiskach pracują osoby o takiej etyce pracy, którzy w tak lekceważący sposób podchodzą do działań PR (Adamcio, 2021).

Agenci współpracujący z aktorami często nie priorytetyzują działań komunikacyjnych, ponieważ nie należą one do ich głównych obowiązków, które obejmują kontrakty, castingi, umowy i współpracę komercyjną. Agenci opiekują się z reguły dużą liczbą aktorów i z racji takiego obciążenia nie są w stanie otoczyć aktora indywidualną opieką również w sferze działań wizerunkowych, które z racji innych obowiązków agenta spychane są na sam dół ich listy priorytetów. Często też agenci zupełnie nie znają realiów prowadzenia działań komunikacyjnych, gdyż po prostu są ekspertami w zupełnie innej dziedzinie. Jednak te braki w ich rozumieniu działań PR-owych i znajomości podstaw działania rynku mediowego utrudniają pracę praktyka PR-u telewizyjnego. Odczuła to w swojej pracy również Szytch:

Z pewnością wyzwaniem w pracy PR-owca jest dbałość o interesy wielu różnych grup. Dziennikarz chce zrobić ciekawy materiał, aktor chce opowiedzieć o swojej roli w kluczowych dla swojej kariery mediach, producent nie chce zdradzić wszystkich ciekawostek serialu czy filmu. Połączenie tych potrzeb, bez szwanku dla kogokolwiek, wymaga zbudowania dobrych relacji i dużych umiejętności interpersonalnych. Czasem agenci gwiazd nie widzą korzyści ze współpracy z PR-owcem filmu czy serialu. Parokrotnie miałam sytuację pracy ręką w rękę z agentem aktora i wtedy efekt naszej pracy był dużo większy, bardzo korzystny zarówno dla gwiazdy, jak i stacji (Szytch, 2021).

Podobne odczucia ma były pracownik stacji TVN:

Agenci aktorscy często nie znają specyfiki działań promocyjnych. Miałam w swojej karierze takie sytuacje, że dosłownie godzinę przed drukiem wywiadu z aktorem, jego agent poprosił nagle o autoryza-

cję layoutu. Taka sytuacja stawia PR-owca w bardzo trudnym położeniu. Może on wstrzymać publikację, ale tym samym naraża się wydawcy jednemu z największych czasopism kobiecych. Innym rozwiązaniem byłoby nie zgodzić się na akcept layoutu i w efekcie podpaść głównej aktorce serialu. Cokolwiek w takiej sytuacji PR-owiec zrobi, naraża się na nieprzyjemności albo ze strony redakcji, albo aktora, ryzykując tym samym swoją reputację. Jest to krzywdzące dla PR-owca, bo on swoich obowiązków dopełnił. W takim wypadku jest to brak kompetencji ze strony agenta, który nie zna dynamiki rynku wydawniczego i nie wie, że, po pierwsze, redakcja nie ma obowiązku podsyłać aktorom layoutu do akceptacji, a po drugie – redakcja musi trzymać się konkretnych terminów wydawniczych i zmiany nie mogą być dokonane po ustalonym terminie na autoryzację. Agenci mają niekiedy nierealne oczekiwania od PR-owca stacji, co tylko świadczy o ich braku kompetencji w zakresie działań promocyjnych. Często nie są oni świadomi, jaki jest cykl wydawniczy konkretnych tytułów prasowych. Co więcej, agenci nie dostają prowizji od działań promocyjnych i z ich perspektywy nie są one warte zachodu. Są też bardziej zachowawczy, nie chcą ryzykować, podejmując działania promocyjne. Oni pracują z aktorem w bliskiej relacji, więc muszą pilnować interesu aktora, a nie stacji, bo inaczej aktor może sobie w każdej chwili zmienić agenta. Więc często PR-owiec stacji telewizyjnej i agent gwiazdy mają rozbieżne interesy (Anonim, 2021).

Jeśli aktor współpracuje nie tylko z agentem agencyjnym, ale również z agencją lub osobą zajmującą się komunikacją i działaniami z zakresu PR, to ta współpraca z ekspertem PR z ramienia stacji telewizyjnej układa się znacznie lepiej. Wygląda na to, że model pracy wypracowany na rynku amerykańskim – gdzie standardem jest, że aktorzy oprócz agencji współpracują również z tzw. *publicist* (a potocznie określanym słowem *flack*), co możemy śmiało tłumaczyć jako specjalistę od komunikacji – jest bardzo funkcjonalny. Jednak nie jest to na razie powszechne w naszym rodzimym show-biznesie⁷.

W bezpośredniej relacji z aktorem specjalista PR z ramienia stacji telewizyjnej zmagają się ze stosunkowo małą możliwością egzekucji udziału aktorów w działaniach promocyjnych, które standardowo są wpisywane do załączników PR-owych umów przy danej produkcji. Adamcio zauważa, że jako PR-owiec nie znajduje się w dobrej pozycji do negocjacji:

⁷ Na temat *public relations* i show-biznesu polecam następujące źródła: Fitch (2017), Ziek (2016).

Spotykałam się z niechęcią do współpracy ze strony nie tylko agentów, ale samych aktorów czy gwiazd. Zdarzają się sytuacje, że w ogóle nie mam jak prowadzić działań promocyjnych. Teraz zmagam się z taką trudną sytuacją przy serialu komediowym, gdzie dwójka aktorów grających główne role przebywa w Stanach Zjednoczonych. Kompletnie nie ma z nimi kontaktu, nie odpowiadają na maile i będą tam przez cały okres, w którym ja powinnam promować daną pozycję programową. Trzeci ważny aktor z głównej obsady nie udziela się, bo nie lubi i nie chce. Na koniec dnia naprawdę wszyscy chcemy dobrze i absolutnie nikt ze strony stacji nie chce działać na szkodę danego aktora. Jak aktor nie chce z kimś rozmawiać, to ja to rozumiem i nikogo nie chce do niczego zmuszać. Zawsze możemy wypromować program w sposób, który będzie pasował danemu aktorowi. Ale jakoś ten program trzeba wypromować, a do tego potrzebni są aktorzy. To produkcja podpisuje umowy z aktorami. Jako PR-owiec nie mam do tego wglądu, nie wiem jak konstruowane są umowy z aktorami i jak wyglądają zapisy dotyczące działań promocyjnych. W efekcie mam bardzo małe przełożenie na aktorów (Adamcio, 2021).

Brak chęci ze strony aktorów do współpracy w działaniach promocyjnych często wynika z braku zrozumienia charakteru, założeń i celowości takich działań. Aktorzy nie wiedzą np., że to, co przynosi serialom zasięg, to niekiedy siermiężnie wyglądające tygodniki telewizyjne. Nie znając dynamiki rynku prasowego, nie rozumieją oni, jakimi pobudkami kierują się PR-owcy, wybierając do współpracy konkretne pozycje prasowe. Motywowani chęcią współpracy jedynie z kolorowymi prestiżowymi magazynami, takimi jak „Twój Styl” czy „Vogue”, aktorzy nie zdają sobie sprawy z tego, że takie tytuły mają realnie bardzo mały wpływ na zbudowanie zasięgu dla serialu. Często zatem aktorzy nie są zadowoleni z proponowanych im działań promocyjnych, co wynika z ich braku znajomości rynku telewizyjnego i prasowego. Szytych swoje doświadczenia w pracy z aktorami opisuje następująco:

Nie od razu i nie zawsze PR-owiec traktowany jest jako dodatkowa osoba do wsparcia, która za priorytet ma dobro serialu czy filmu, co jest równoznaczne z dobrem aktora. Myślę, że pokutuje taka obawa, że PR-owiec będzie chciał, na potrzeby promocji, zrobić z aktora kogoś innego, przebrać w „inną skórę”. Natomiast w pracy PR-owca nie ma mowy o działaniach wbrew woli aktora. Są sytuacje, gdzie cele aktora i produkcji są rozbieżne, natomiast zadaniem PR-owca jest zrozumienie tego i skupienie się na tym, co wspólne: promocja serialu, przedstawienie go widzom, zaciekawienie publiczności, opo-

wiedzenie o postaciach. Myślę, że kluczowe w pracy z aktorem, ale z mojej perspektywy z każdym człowiekiem, jest dokładne poinformowanie, co będziemy robić, jakie pojawią się pytania, dlaczego te media a nie inne, jakich zdjęć użyjemy, jaki efekt chcemy uzyskać i na co będziemy mieć wpływ przed publikacją, a na co nie. To są kluczowe informacje, które pozwalają zrozumieć czasem nieoczywiste wybory PR-owca lub rozwiać obawy dotyczące tematu rozmowy lub medium (Sztych, 2021).

Były pracownik TVN podaje ciekawe przykłady ze swojej praktyki:

Aktorzy często widzą w osobie odpowiedzialnej za PR, kogoś, kto zmusza ich do rzeczy, których nie chcą robić. Wydaje mi się, że taka postawa wypływa, w dużej mierze, z niewiedzy i niepewności. Aktor nie wie, co go czeka, ani co z tego materiału wyjdzie. Odnoszą się do PR-u z rezerwą i boją się, że efekty nie będą satysfakcjonujące. Aktorzy często nie rozumieją też specyfiki rynku prasowego. Nie zdają sobie sprawy, że do promocji potrzebne są zdjęcia z uśmiechem, bo innych tygodniki telewizyjne nie zaakceptują na okładkę. Albo, że strój musi być w konkretnym kolorze, bo materiał będzie opublikowany na wiosnę, a to wymaga konkretnej oprawy kolorystycznej. Gazety preferują neutralne, gładkie stylizacje na okładkę, co często nie jest zgodne z wizją aktora na temat jego stylizacji do sesji zdjęciowej. Myślę sobie, że w decyzjach dotyczących przykładowo zdjęć wizerunkowych nie ma zaufania do specjalisty PR i zrozumienia, co stoi za jego decyzjami. Wspólnym interesem jest, żeby serial dobrze się obejrzał, miał wysoką oglądalność i aby komunikacja PR na temat danego serialu miała pozytywny oddźwięk w Internecie. Jednak nie zawsze aktor widzi to w takich barwach (Anonim, 2021).

Powszechnie i dobrze znane specjalistom PR jest fałszywe wyobrażenie, wedle którego PR zajmuje się zakłamywaniem rzeczywistości. Jeśli chodzi o PR telewizyjny, aspekt ten mocno wybrzmiewa w relacjach z aktorami, gdzie PR-owcy są postrzegani jako manipulatorzy, osoby zajmujące się ukrywaniem prawdy, szkodzące interesom aktora poprzez nagłaśnianie kompromitujących dla niego faktów, a nie fachowcy i eksperci zajmujący się kompleksowym budowaniem wizerunku. W refleksjach praktyków PR-u telewizyjnego widać, że ocenia się ich jako osoby, które próbują podstępnie nakłonić aktorów do robienia rzeczy, których tamci nie chcą. Bardzo trudno jest przełamać ten krzywdzący dla fachu stereotyp PR-owca, który nie powinien mieć nic wspólnego z rzeczywistością. Według Olędzkiego, zarówno definicja *public relations*, jak i dorobek naukowy

tej dyscypliny określają następujące wartości podstawowe dla *public relations*: szacunek i godność człowieka, uczciwość i rzetelność, prawda, wiarygodność, niezależność, szczerowość i lojalność. *Public relations* powinno zatem pozostawać w zgodzie z normami etycznymi i zajmować się przekazywaniem jasnych i, przede wszystkim, rzetelnych informacji ze świadomością konsekwencji dokonywanych wyborów dla organizacji i środowiska społecznego (Olędzki, 2020, s. 21–24). Należy to rozumieć jako bezwzględnie obowiązujące założenie w prowadzeniu działalności PR, czyli zarządzaniu informacjami. Uczciwość, która jest niezbędnym technicznym warunkiem powodzenia przedsięwzięć PR, wynika przede wszystkim z ich specyfiki, którą wyznacza konieczność działania w długiej perspektywie. W szeroko zakrojonych i z natury rzeczy skomplikowanych poczynaniach komórki PR kłamstwo czy najogólniej mówiąc nierzetelność prędzej czy później ujrzą światło dzienne i przyniosą negatywne rezultaty. PR-owiec musi nieustannie czuwać nad tym, aby nie znaleźć się poza marginesem pozytywnego postrzegania ze strony opinii publicznej lub współpracowników, w tym przypadku dziennikarzy i aktorów. Zwykła ludzka uczciwość jest profesjonalnym wymogiem dla wszystkich działań PR.

Dla specjalisty PR z branży medialnej i biznesu rozrywkowego oczywiste jest, że przekłamania pojawiające się w mediach są częścią kultury pracy w tym sektorze. Pierwszą przyczyną takiego stanu rzeczy jest niewłaściwe (niekompetentne) komunikowanie się organizacji z dziennikarzami, drugą – to zdarzająca się wcale nierzadko, niekompetencja dziennikarza, oraz poszukiwanie sensacyjnych materiałów przez dziennikarzy sektora plotkarskiego. Dobry specjalista PR zlikwiduje skutki wynikające z większości negatywnych i możliwych do wystąpienia okoliczności, ale z reguły kosztem czasu, relacji i zasobów. Z tej cechy PR-u wynika, że kłamstwo jest w tej dziedzinie błędem profesjonalnym, a posługiwanie się półprawdami okazuje się zgubne w skutkach i w dłuższej perspektywie musi się również odbić negatywnie na wizerunku danego PR-owca, a także organizacji, dla której pracuje. Zachowania nieetyczne są po prostu nieopłacalne dla eksperta PR. Aktorzy zatem dość często niewłaściwie definiują lub wręcz deprecjonują *public relations* – ugruntowując negatywny *image* PR wśród tej grupy zawodowej.

Zarówno błędne rozumienie pracy PR-owca, jak i stosunkowo znaczący brak zaufania do tego zawodu wynika z braku edukacji. Przyczyny takiego stanu rzeczy upatruję w braku zajęć na kierunkach aktorskich przygotowujących aktorów do realiów rynku komercyjnego, w tym współpracy komercyjnej ze stacją telewizyjną lub producentem podczas promocji kontentu telewizyjnego. Na Wydziale Aktorskim Państwowej Wyższej Szkole Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. Leona Schillera w Łodzi, specjalizującej się w sztukach filmowych, nie prowadzi się zajęć z marketingu ani *public relations* w ramach przygotowania do zawodu (Tabowska, 2021). Podobna sytuacja ma miejsce w Aka-

demii Sztuk Teatralnych im. S. Wyspiańskiego w Krakowie (Głowacka, 2021). W Akademii Teatralnej w Warszawie od 2017 roku oferuje się studentom zajęcia Rynek Pracy Aktora, ale w jego ramach porusza się jedynie zagadnienia takie, jak nagrywanie wizytówek; przygotowanie materiałów wideo (*showreels*), przebieg procesu castingowego, zasady tworzenia materiałów castingowych, czyli self tapes (Kurowski, 2021). Takie braki w kształceniu wybrzmiewają w relacji aktora Sebastiana Dudały, który ukończył Wydział Aktorski Akademii Teatralnej w Warszawie w 2014 roku:

Kiedyś kształcono aktorów z przeświadczeniem, że na pewno będą mieli pracę w teatrze. I takie przekonanie mieli też studenci z mojego roku, że wszyscy bez problemu znajdziemy pracę. Ale to były realia jeszcze z czasów teatru zespołowego. Akademia Teatralna, moim zdaniem, nie zauważyła zmian w branży. Teraz aktor wychodzi na rynek, który się kompletnie zmienił – jest agresywny, istnieje duża konkurencja, a na dodatek jest pełen amatorów. Ta szkoła wychowała nas pod kątem fachu aktorskiego, ale jak wyszliśmy na rynek, to większość osób z mojego rocznika zadała sobie pytanie, co teraz? Nie mieliśmy zupełnie żadnego przygotowania do aktorstwa jako biznesu, realiów branżowych. Niektórzy oczywiście dostają pracę od razu, bo rynek ich zasysa, ale co z innymi? Nikt mi nie wytłumaczył mechanizmów, które rządzą rynkiem. Rola PR-owca jest mi osobiście nieznana. Nie mam zbyt dużej świadomości tej funkcji. Mi PR kojarzy się przede wszystkim z polityką (Dudała, 2021).

Public relations to używany coraz częściej termin, którego interpretacja i rozumienie są równie często błędne, jak poprawne. Wypaczenia w użyciu pojęcia *public relations*, aby ukryć w nim działania nieetyczne, nieuczciwe i manipulację, w konsekwencji prowadzą do negatywnego postrzegania nie tylko terminu, ale i wartości, jakie on niesie. W efekcie, pracownicy PR w telewizji zmagają się z pejoratywnym obrazem swojego zawodu, który przez laików kojarzony jest z działalnością potocznie nazywaną czarnym PR-em, często właśnie kojarzonym z polityką. Działania tzw. czarnego PR-u są najczęściej inspirowane pobudkami politycznymi, co oznacza, że stoją za nimi osoby uczestniczące w kampaniach wyborczych lub sztaby wyborcze. Mamy zatem do czynienia z ukrytą działalnością dyfamacyjną nazywaną popularnie czarnym PR-em. Nasuwa się tu oczywisty wniosek: to właśnie najczęściej barbarzyńskie metody walki politycznej kojarzone są z zawodem PR-owca i dlatego psują reputację pracowników PR z innych branż.

Wnioski

Zjawiska przedstawione w artykule zaczerpnięto wywiadów ze specjalistami PR ze stacji TVN i Polsat przeprowadzonych w 2021 roku. Materiały źródłowe, czyli wypowiedzi pracowników PR-u telewizyjnego, cytowane w tym artykule z pewnością dostarczają ciekawych i unikatowych informacji na temat branży telewizyjnej. Jednak nie powinny być one traktowane jedynie jako anegdoty branżowe. Chciałabym bowiem rozważyć wartość, jaką ma autorefleksyjny dyskurs praktyków branżowych dla badaczy studiów medioznawczych. Refleksje praktyków PR w telewizji na temat ich własnej pracy i kontekstu, w jakim się znajdują, dostarczają empirycznych materiałów umożliwiających wyjście poza klasyczne postrzeganie działań promocyjnych, czyli ich analizę jedynie przez pryzmat efektów i skuteczności. Dzięki spojrzeniu na działania PR w telewizji z punktu widzenia praktyków badacze mają szansę poznać kulturę pracy tego zawodu, jego instytucjonalne usytuowanie, co z kolei pozwala na zaznajomienie się z panującymi w branży rozrywkowej relacjami i zależnościami.

Opisane przypadki są jedynie wycinkiem realiów pracy w telewizji, jednak przedstawione procesy są wystarczające, aby wyciągnąć pewne uogólnione wnioski. Z autorefleksyjnej narracji dowiadujemy się, że PR-owcy w telewizji mają złe samopoczucie z powodu niezrozumienia ich roli przez inne zawody w środowisku medialnym. Wbrew logice, środowisko branżowe często postrzega PR jako podrzędną funkcję marketingu. To spór pozbawiony sensu, ale będący faktem i brzemienny w negatywne skutki. Specjaliści PR w telewizji kojarzeni są też z działaniami takimi, jak manipulacja, wykorzystywanie wiedzy i narzędzi PR na niekorzyść osób zainteresowanych. Kojarzenie nieetycznych zachowań i ukrywanie ich pod płaszczykiem PR dokonało się za sprawą polityków, których działania utrwaliły negatywny stereotyp PR-owca. Niestety, stereotypy te są nadal obecne w powszechnej świadomości, odnosząc się również do PR-u telewizyjnego, który nie ma nic wspólnego z nieuczciwymi praktykami znanymi z przepychanek politycznych.

Wniosek nasuwający się po analizie autorefleksyjnej narracji specjalistów PR pracujących w strukturach telewizji naziemnej to potrzeba edukowania otoczenia, w tym przypadku branży telewizyjnej i związanych z nią zawodów, czym jest PR. Lepsze zrozumienie działań PR wśród producentów, aktorów, ich agentów, ale też dziennikarzy może jedynie usprawnić relacje w branży i przyczynić się do bardziej płynnej komunikacji pomiędzy przedstawicielami różnych zawodów. Edukacja w zakresie roli PR w szeroko pojętym show-biznesie powinna obejmować nauczanie na studiach kierunkowych, tematyczne warsztaty lub szkolenia w ramach przyuczania do zawodu młodych profesjonalistów, takich jak chociażby dziennikarze czy aktorzy. Równie dużo pracy, co szerzenie wiedzy o znaczeniu *public relations*, trzeba jeszcze wykonać nad postrzeganiem

środowiska PR i jego odbiorem w branży telewizyjnej. Dominujące dotychczas stereotypy działają na niekorzyść praktyków PR, co z kolei szkodzi całej branży. Starania praktyków PR mogą zostać w pełni doceniane, a potencjał działań z zakresu komunikacji w pełni wykorzystany jedynie w momencie, kiedy negatywny obraz tego fachu przestanie być powszechnie obowiązującym.

Zarysowany przeze mnie i proponowany kierunek badań nad telewizją musi być rozwijany i uzupełniany przez kolejne, empirycznie osadzone analizy poszczególnych przypadków i wynikające z nich, odpowiednio zebrane, wnioski. Badania przedstawione w niniejszym artykule stanowią w mojej ocenie asumpt dla nowych perspektyw badawczych w obrębie studiów medioznawczych. Badania sektora produkcji materiałów promocyjnych, dotychczas pomijane w rodzimych studiach medioznawczych, oferują lepszy, pełniejszy opis i pomoc w zrozumieniu działań sektora kreatywnego branży telewizyjnej. W tym właśnie widzę sens prowadzenia badań etnograficznych jako uzupełnienie dotychczasowych perspektyw i wzbogacenie naszej wiedzy na temat kultury audiowizualnej, socjologii twórczości oraz kultury pracy w sektorze kreatywnym. Do osiągnięcia tych celów, zgromadzenia niezbędnej wiedzy posłużyć mogą pogłębione wywiady z praktykami z branży. Nie sposób znaleźć tej wiedzy w innych źródłach.

Bibliografia

- Adamcio, R. (2021, kwiecień 21). Wywiad osobisty.
- Baumann, J. (2007). *Television Marketing – Characteristics, Instruments and Impact*. VDM Verlag Dr. Mueller E.K.
- Bobińska, A. (2000). Promocja jako element marketingu mix. W: J. Pindakiewicz, (red.), *Podstawy marketingu*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej.
- Caldwell, J.T. (2009a). Cultures of Production: Studying Industry's Deep Texts, Reflective Rituals and Managed Self-Disclosures. In: J. Holt, A. Perren, (eds.), *Media Industries: History, Theory, and Method*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Caldwell, J.T. (2008). *Production Culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*. Durham: Duke University Press.
- Caldwell, J.T. (2009b). How Producers 'Theorize': Shoot-outs, Bake-offs and Speed-Dating. In: R. Hammer, D. Kellner, (eds.), *Media/Cultural Studies: Critical Approaches*. New York: Peter Lang.
- Czarnowski, P. (1997). Dzisiaj i za kilka lat w public relations, dodatek do *Gazety Wyborczej*, z dn. 21.04.1997.
- Canter, E.M., (2000). *Public Relations*. Poznań: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej.

- Domański, T., Kowalski, P. (2000). *Marketing dla menedżerów*. Warszawa–Łódź: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dudała, S. (2021, kwiecień 16). Wywiad osobisty.
- Eastman, S.T. (2000). Orientation to Promotion and Research. In: S.T. Eastman, *Research in Media Promotion*. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Eastman, S.T., Ferguson, D.A., Klein, R. (2006). *Media Promotion & Marketing for Broadcasting, Cable & the Internet*. New York: Routledge.
- Fitch, K. (2017). „Seeing ‘the unseen hand’: Celebrity, promotion and public relations.” *Public Relations Inquiry*, 6 (2), s. 157–169.
- Głowacka, K. (2021, kwiecień 15). Wiadomość prywatna.
- Grainge, P., Johnson, C. (2015). *Promotional Screen Industries*. New York: Routledge.
- Gray, J. (2010). *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York–London: New York University Press.
- Jupowicz-Ginalska, A. (2010a). *Marketing medialny*. Warszawa: Difin.
- Jupowicz-Ginalska, A. (2010b). Syndrom „wirującego bąka”, czyli rzecz o autopromocji medialnej. *Studia Medioznawcze*, 3 (42), s. 37–52.
- Jupowicz-Ginalska, A. (2013). Efektywna promocja własna jako źródło wizerunkowego sukcesu organizacji medialnej – na przykładzie TVN S.A. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach*, 25 (98), s. 383–402.
- Jupowicz-Ginalska, A. (2015). Serwisy informacyjne a autopromocja środków przekazu – na przykładzie „Faktów” TVN. *Zeszyty Prasoznawcze*, 3 (223), s. 688–703.
- Kurek, K. (2021, kwiecień 14). Wywiad osobisty.
- Kurowski, K. (2021, kwiecień 16). Wiadomość prywatna.
- Lotz, A. D. (2007). The Promotional Role of the Network Upfront Presentations in the Production of Culture. *Television & New Media*, 8 (1), s. 3–24.
- Mann, D. (2009). It’s Not TV, It’s Brand Management TV. The Collective Author(s) of the Lost Franchise. In: V. Mayer, M.J. Banks, J.T. Caldwell, (eds.), *Production Studies: Cultural Studies of Media Industries*. New York–London: Routledge.
- Okoński, G., Wójcik., Ł., Szpilska, M. (2018). *Informacja o Zawodzie. Specjalista do Spraw Public Relations (243203)*. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Departament Rynku Pracy. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB
- Olędzki, J., Tworzydło, D. (red.) (2009), *Leksykon Public Relations*. Rzeszów: Wydawnictwo Newline.
- Olędzki, J. (red.) (2020). *Standardy profesjonalnego public relations*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe UKSW.
- Piątkowski, W. (2011). Marketing Telewizji, czyli dlaczego tylko niektóre serie odnoszą sukces. W: *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Pluszyńska, A. (2015). Zarządzanie własnością intelektualną w agencji reklamowej – wstęp do zagadnienia, *Zarządzanie Mediami*, 3 (1), s. 45–57.
- Ries, A., Ries, L. (2004). *Upadek reklamy i wzlot public relations*. Warszawa: PWE Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

- Rozwadowska, B., (2009). *Public relations. Teoria, praktyka, perspektywy*. Warszawa: Wydawnictwo Studio EMKA.
- Skwarek, O. (2021, kwiecień 16). Wywiad osobisty.
- Smith, R.D. (2021). *Strategic Planning for Public Relations*. Routledge.
- Szemborska, E. (1998). Komunikacja przedsiębiorstwa z otoczeniem. W: Bielawski, P. *Materiały z Seminarium Komunikacja Społeczna w Zarządzaniu (Public Relations) dla prezesów spółek Grupy Kapitałowej KGHM Polska Miedź S.A., Lubin–Kudowa Zdrój*.
- Szewczyk, Ł. (2011). *Polska: 26,6 mln widzów płatnej TV*. Pobrano z: <http://media2.pl/media/73956-Polska-26,6-mln-widzow-płatnej-TV.html> (data dostępu: 10.05.2021).
- Stopczyńska, K. (2001). Public relations jako narzędzie komunikowania się firmy z otoczeniem. W: Ślusarczyk, S., Świda, J., Tworzydło, D. (red.). *Public relations w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej organizacji*. Rzeszów: Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie.
- Sztuch, P. (2021, kwiecień 6). Wywiad osobisty.
- Tabowska, M. (2021, kwiecień 15). Wiadomość prywatna.
- TeleKabel kwiecień 2020, s. 27.
- Weiner, M. (2006). *Unleashing the Power of PR: A Contrarian's Guide to Marketing and Communication*. Chichester: Wiley.
- Wirtualne Media, (2020a). *Przez epidemię wpływy reklamowe Polsatu zmalały o 34 proc. „Poprawa nastrojów rynkowych w czerwcu i lipcu”*. Pobrano z: <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/polsat-telewizja-wplywy-zmalaly-o-34-proc-poprawa-nastrojow-rynkowych-w-czerwcu-i-lipcu> (data dostępu: 10.05.2021).
- Wirtualne Media, (2020b). *Reklamodawcy ograniczają wydatki w telewizji. Budżety na początek kwietnia spadły o 25 proc.* Pobrano z: <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/wplywy-reklamowe-w-telewizji-spadly-o-25-proc-analiza> (data dostępu: 10.05.2021).
- Wirtualne Media, (2021a). *Rynek kanałów filmowo-serialowych w 2020 roku wzrósł o 9 proc. Liderem TVP Seriele*, Pobrano z: <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/ogladalnosc-kanaly-filmowe-i-serialowe-2020> (data dostępu: 10.05.2021).
- Wirtualne Media, (2021b). *Rynek kanałów filmowo-serialowych w I kwartale wzrósł o 15 proc., Stopklatka wyprzedziła TVP Seriele*. Pobrano z: <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/ogladalnosc-kanaly-filmowe-i-serialowe-i-kwartal-2021-stopklatka> (data dostępu: 10.05.2021).
- Wirtualne Media, (2021c). *TVN zwalnia, bo Discovery ucierpiało w epidemii. Oszczędności w TVN24 ze stratą dla dziennikarstwa*. Pobrano z: <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tvn-zwolnienia-dziennikarze-praca> (data dostępu: 10.05.2021).
- Wirtualne Media, (2021d). *Sławomir Gołębiowski po 20 latach odchodzi z TVN. Redukcje w marketingu*. Pobrano z: <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/slawomir-golebiowski-po-20-latach-odchodzi-z-tvn-redukcje-w-departamencie-marketingu> (data dostępu: 10.05.2021).
- Wirtualne Media, (2021e). *Dwutygodniki people straciły 28 proc. „Flesz” i „Gala” z największymi spadkami*. Pobrano z: <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/>

- dwutygodniki-people-stracily-28-proc-flesz-i-gala-z-najwiekszymi-spadkami (data dostępu: 10.05.2021).
- Wróblewska, A., (2016). Production Studies w Polsce – stan badań. *Panoptikum. Film / Nowe Media / Sztuki Wizualne*, (16).
- Wyatt, J. (1994). *High Concept: Movies and Marketing in Hollywood*. Austin: University of Texas Press.
- Ziek, P. (2016). Cultivating Celebrity Public Relations. *Celebrity Studies*, 7 (1), s. 122–124.



The Nigerian Political Elites and Covid-19 Pandemic's Management Deficits: Implications for Nigeria's Sustainable Development Goals

Nigeryjskie elity polityczne i problemy w zarządzaniu
pandemią Covid-19:
implikacje dla celów zrównoważonego rozwoju Nigerii


Olawale Olufemi Akinrinde, PhD*
Professor Bolaji Omitola, PhD**
Professor Usman Tar, PhD***


Abstract


The impact of the novel Covid-19, otherwise known as the coronavirus on the entire spectrum of Nigeria's national life, as elsewhere, remains yet indelibly unquantifiable at present. Thanks to the Elite culpability in the management of the corona-virus epidemic that has now rendered the entire Nigeria's national life halted and, on the brinks of spontaneous discontinuity. Con-

Abstrakt

Wpływ Covid-19 na całe życie społeczne Nigerii, podobnie jak w innych państwach, jest olbrzymi a jego pełne następstwa nie są jeszcze możliwe do określenia. Działania elit politycznych Nigerii w walce z pandemią Covid-19 sprawiły, że całe życie społeczne Nigerii zostało zatrzymane. Przedmiotem badań opisanych w niniejszym artykule jest problem zarządzania

* Department of Political Sciences, Osun State University, Nigeria (olawale.akinrinde@uniosun.edu.ng);  <https://orcid.org/0000-0001-7350-2376>

** Department of Political Sciences, Osun State University, Nigeria (bolaji.omitola@uniosun.edu.ng);  <https://orcid.org/0000-0001-8114-5516>

*** Department of Defence and Security Studies, Nigerian Defence Academy, Nigeria (uatar@nda.edu.ng);  <https://orcid.org/0000-0001-8471-1034>

ceptualized in this study to mean negligence of duty, this study unpacks how the Nigerian political Elites and leadership's inefficiency has contributed inversely to the eventual outbreak, sporadic rise and the negative consequences of Covid-19 on the entire populations' Nigeria's economic and sustainable development goals. Drawing from David Hume's theory of causation, this study discovers that leadership and Nigerian political elites' failure in the management of the Covid-19 pandemic, before and during its eventual outbreak and manifestation in Nigeria triggered the incident Covid-19 case in Nigeria, and its manifold effects on Nigeria's prospects for the actualization of her economic and sustainable development pursuits.

Keywords: Covid-19, Nigerian Political Elites, Economic Development, Sustainable Developments Goals, Nigeria.

walką z pandemią Covid-19 oraz to, jakie następstwa miały działania władz Nigerii dla wzrostu gospodarczego i możliwości osiągnięcia celów zrównoważonego rozwoju społeczeństwa Nigerii. Wychodząc od teorii związku przyczynowego Davida Hume'a, badanie pokazuje, że nieskuteczność nigeryjskich elit politycznych w walce z pandemią Covid-19 miała znaczący, negatywny wpływ na rozwój gospodarczy oraz na zrównoważony rozwój Nigerii.

Słowa kluczowe: Covid-19, elity polityczne Nigerii, rozwój gospodarczy, cele zrównoważonego rozwoju, Nigeria

Introduction

The outbreak of the 2019 novel coronavirus disease (Covid-19) has, no doubts, caused more than 17.3 million people to be infected with more than 449,000 death fatalities (Medical News Today, 2020). The Covid-19 pandemic in Nigeria is part of the worldwide pandemic of coronavirus disease 2019 (Covid-19) caused by severe acute respiratory syndrome corona-virus (SARS-CoV-2). Currently, the number of infections and deaths is still increasing rapidly. Covid-19 seriously threatens human health, production, life, social functioning and international relations, and has caused widespread concern around the globe. The outbreak of 2019 novel coronavirus disease (Covid-19) is a public health emergency of international concern (WHO, 2020) that had spread to more than 100 countries by March 8, with more than 100,000 infections and 3,830 deaths (NHC, 2020; WHO, 2020), seriously affecting economic and social development. On February 28, UN Secretary-General Guterres called on governments to take action to do everything possible to control Covid-19 pneumonia (New.cn, 2020). Whilst the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) aim to address social, economic, and environmental issues from 2015 to 2030 and move towards sustainable development (SDG, 2015), the world

was taken by storm with the rude manifestation of the Corona Virus which has grown in bounds and leaps since late 2019.

Whilst it was almost impossible to have prevented its first outbreak since little or nothing has been authoritatively given as the source of emergence by medical practitioners and even the World Health Organization, the fact was a confirmed that there were countries that had yet to record cases of the Covid-19 even when the pandemic had already peaked in a couple of countries such as China – the epicenter of the pandemic, Italy, the United States and others (Turini, Cristofoli and Valotti, 2020: 1). Amongst countries that had no incident cases at the peak of infection rates was Nigeria whom as at early February, 2020 had no incident case of Covid-19 infection. To prevent the incursion of foreign travelers or visitors and perhaps citizens who might have contacted the virus into their respective countries, the leaderships and governments of countries across the globe announced the closure of their borders against visitors in February, 2020. However, it was not until mid-March of the current year the leadership of the Nigerian state decided to close down the airport. This colossal negligence became the whirl that stirred the hornet's nest as far as the rise of Covid-19 is concerned in Nigeria. The first set of Covid-19 cases recorded in Nigeria in March was therefore linked to foreign visitors or passengers that came into Nigeria in March 2020.

For instance, the first confirmed case in Nigeria was announced on 27 February 2020, when an Italian citizen in Lagos tested positive for the virus. And, on 9th of March 2020, a second case of the virus was reported in Ewekoro area of Ogun State, a Nigerian citizen who had had contacts with the Italian citizen (National Center for Disease Control, 2020). Despite recording these cases, the Nigerian leadership left the Nigerian borders (Airports) opened till 24th of March. The implication of this negligence was the level of spike that was recorded in the aftermath of the eventual closure of the airports on the 24th of March. This brings into the quality of the leadership of the Nigerian state as revealed by the Covid-19 pandemic. This is the point, among others that would be unpacked in sections below, in which the Nigerian leadership has failed. Whilst there are no empirical evidences that suggest that Nigeria would have been free from Covid-19 even if the Nigerian government had closed its borders, airports much earlier before the first case on the 27th of February, 2020, through an Italian that visited the country in February 24th, notwithstanding this, it would have been easier for the Nigerian authorities to manage the pandemic with the local populace. The influx of foreign visitors that had already contacted into Nigeria complicated the efforts and capacity to fully address the outbreak of the pandemic in the country. Rather than focus on citizens and residents with regards to prevention and testing measures, the influx of foreign visitors into Nigeria in the middle of growing spike in the Covid-19 infections across the globe as a result of the negligence of duty of the Nigerian leadership to close down the air-

ports as early as late January or early February of the year, the challenge posed by the transmission of the virus from foreign visitors to the Nigerian populace further inhibited Nigeria's capacity to contain the Covid-19 pandemic across the globe.

1. Covid-19 as a Concept, Phenomenon and a Pandemic

1.1. Covid-19 as a Concept

Charles Eisenstein (2020) has, specifically, described the Covid-19 as being "like a rehab intervention that, among other things, breaks the addictive hold of normality." Contrastingly, in one of his regular addresses to the nation during the period of lockdown, the United Kingdom Prime Minister – Boris Johnson, euphemistically, talked of Covid-19 as being "a mugger that we are collectively just beginning to wrestle to the ground." These metaphors clearer and more evocative ways of characterizing the virus less than it deserved. And, in doing so, these metaphorical descriptions do a lot more than act as simple "poetic embellishments" (Grant & Oswick, 1996).

1.2. Covid-19 as a Phenomenon

As a phenomenon, the Covid-19 has become a new normal in the social existence of humanity. A pandemic outbreak that reportedly erupted in Wuhan, China, has now become a new existential reality and phenomenon that humanity must, at least until a cure and not necessarily a vaccine is discovered, live. In fact, it is unlikely that a cure would ever going to mark its end, if ever discovered. Viruses are hardly curable. People have always lived with viruses. And, when they found their way into the human body systems, they have always been neutralized, rendered impotent and bolted out by superior human herd immunities. This is why Covid-19 has become a new social phenomenon, humans must have to live with. Socially, Covid-19 has redefined how humans socialize, interact and coexistence. With perpetual social distancing, self-isolation and lack of face to face communing, education and others, Covid-19 has created a new normal that must be embraced for living. Ideally, we might expect that the lockdowns, self-isolation, and social distancing occasioned by the new phenomenon would result in less social connectedness and less community-based activity (Tannen, 2020; Turrini, Cristofoli and Valotti, 2020: 1), we could, on the long run, be witnessing a more interconnected and community-based world the

phenomenon of Covid-19 might have created. There will, of course, be less direct personal contacts and interactions, the boundless opportunities that accompany a technologized Covid-19 era promises to be amazing. What we are therefore witnessing from this phenomenon is a significant perceptual and philosophical shift and social reordering, which involves a figurative reframing of the new normal, and the metaphorical re-categorization, earlier social phenomena of social connectedness and communitarian life. We are experiencing a phenomenon that moves beyond “literal” physical or social distancing to the more real and normal idea of an explicit, “collective connectedness and global community”. This is thus the new normal and the new sense of social connectedness that can be attributed to the uniqueness and unprecedented character and posture of the Covid-19 phenomenon, making it a worldwide shared experience, reality and a new normal (Turrini, Cristofoli and Valotti, 2020: 1).

How the “new-normal” would peak or transition itself is difficult to accurately predict. One thing is certain, amid the predictions of some scholar such as Iswatuk (2020), the phenomenon is here to stay even should a vaccine be developed in the nearest future. People would characteristically be reluctant to completely revert back to the pre-normal times. This is why Iswatuk (2020) believes we will witness a new kind of patriotism where rather being true to one’s ephemeral ambitions and self, people would begin to take responsibility and work not only for themselves but also for others in their actions.

1.3. Covid-19 as a Pandemic

As a pandemic, Covid-19 is predominantly a public health crisis that has severe health, social, political and economic implications. It has accounted and continues to account for scores of health fatalities. In fact, it is severe and deadly enough to have significantly altered and created a new normal in all aspects of human life. It is already threatening the livelihoods of millions of people in Africa, with a disproportionate impact on poor households and informal businesses. It is also redefining the way people interact and engage in the modern world. The World Health Organization (WHO) and national governments have put forward several measures aimed at “flattening the curve” and minimizing the spread of the virus; from simple hygiene practices like washing your hands to behavioral ones like social distancing and more draconian measures like lockdowns of entire cities (Turrini, Cristofoli and Valotti, 2020: 1). While many have found it easy to comply with some of these new normal and phenomenon, global calls to stay-home and maintain social distancing have amplified the stark inequality that exists in most countries across the world. This is even more evident in developing regions in East Asia and Sub-Saharan Africa where the population is booming, poverty is rife and the economies are largely defective and informal.

2. David Hume's Cause and Effect: Theorizing the Intersection between the Nigerian Political Elites' Culpability in the Management of the Covid-19 Pandemic and Covid-19's Effect on Nigeria's Economic and Sustainable Development

As a British Empiricist of the Early Modern period, David Hume began his thesis on cause and effect by theorizing that all reasoning concerning matters of fact seem to be founded on the relation of Cause and Effect (Norton and Norton, 2007). In his attempt to make sense of the ontological and the epistemological premises of cause and effect of realities, Hume espoused the two definitions to understanding the law of cause and effect of all realities. For Hume, cause and effect can be defined as:

1. That we may define a cause to be "An object precedent and contiguous to another, and where all the objects resembling the former are placed in likerelations of precedency and contiguity to those objects, that resemble the latter"
2. That a cause is an object precedent and contiguous to another, and is so united with it, that the idea of the one determines the mind to form the idea of the other, and the impressions of the one to form a livelier idea of the other (Norton and Norton, 2007).

Hume shows that experience does not tell us much in the understanding of the realities of cause and effect. Of two definitions, we say that 'A' causes 'B' when the two always occur together, that is, are constantly conjoined. Whenever we find A, we also find B, and we have a certainty that this conjunction will continue to happen. Once we realize that 'A must bring about B', it becomes certain that, due their constant conjunction, we are psychologically certain that B will follow A. Thus, instead of taking the notion of causation for granted, Hume challenges us to consider what experience allows us to know about cause and effect (Norton and Norton, 2007).

Although, Hume was nonetheless skeptical about the perfection of his cause and effect explanation, especially as to why we cannot rationally make absolute connections between two events, and predicts future events based on past experience, the ontological basis of the cause and effect thesis makes it appropriate in trying to understand the intersection between a cause and an effect. Going forward, Hume further admits that, if we observe that one event repeatedly follows another, it is natural that we also assume the two events will always occur together in this same pattern. Thus, for Hume, we must continually make such assumptions to live our lives given the prevailing uncertainty of life. Such assumptions must however be practical and useful but not completely reliable or passable as a proof.

Juxtaposing Hume's thesis to how Covid-19 has impacted adversely on the entire spectrum of Nigeria's economic and sustainable developments makes it imperative to unpack the inherent intersection in the way the Nigerian political elites' management of the Covid-19 pandemic has further impacted Nigeria's quest for economic and sustainable developments. The negligent and deficient handling and management of the Covid-19 pandemic by the Nigerian political elites was exemplified by the preventable but unfortunate outbreak of the coronavirus in the country in February, 2020. The Federal Ministry of Health of Nigeria confirmed the incident coronavirus disease Covid-19 case in Lagos State, Nigeria. The case was confirmed on the 27th of February 2020, and happened to be the first case to be reported in Nigeria since the beginning of the outbreak in China in January 2020 (National Centre for Disease Control, 2020). Despite recording her first case in late February from a foreign Italian visitor who had flown in from Italy, Nigerian leadership decided to not shut all incomings international flights, as some other proactive countries had done, until the latter part of March, 2020 when the contraction of the virus had already peaked. The implication of this negligence is the astronomical spread and rate of contraction of the virus. The preventable failure and negligence of the Nigerian leadership and her political elites to effect the immediate closure of the country's airwave against international flights when some other countries had done so even as early as January, 2020 eventually caused a great deal of adverse effects on all spectrums of the country's national life, most especially, the economic and sustainable developments of the country, among other things.

Again, the relaxation of the national lockdown that allowed for gradual reopening of the economy has yielded little or no positive results as many business and organizations remain largely shut down at home, apparently not as a result of the ravaging Covid-19 but as a result of the prevailing precarious situation of insecurity across the length and breadth of the country. This is the sad reality in most parts of the North-Eastern geopolitical zone and other parts of the country. One would of thought and expected the Nigerian political elites and leadership to take advantage of the time and space afforded by the national lockdown to declare a state of emergency in the security of the country and launch "do or die" final military offensives against the BokoHaram insurgents and the deadly bandits that have taken over the entire forests of the Northwestern parts of the country. In this stead, the BokoHaram insurgents, the Bandits and other merchants of insecurity have grown in leaps and bounds in the Covid-19 times. Apparently, should the Nigerian political elites and leadership had acted pragmatically, proactively and quite timely in living up to their statutory responsibilities of effective governance as it concerns the management of the Covid-19 pandemic, the eventual outbreak of the incident case of the Covid-19 and its effects on Nigeria's economic and sustainable developments would certainly had been lessened or prevented.

3. Of Covid-19, Nigerian Political Elite, and Nigeria's Economic Development: Wherewithal?

From her independence, Nigeria's economy and population have depended on the informal sector for their survival. This is because as the informal economy accounts for 65% of GDP according to International Monetary Fund's estimates (IMF, 2020). The sector contributes to production, income generation and 80% of total employment in Sub-Saharan Africa, according to the International Labour Organization. Informal workers are not just your roadside sellers, they include the roadside vulcanisers, hairdressers, garbage collectors, low-skilled workers and also all other small and medium sized enterprises that are not registered and do not declare their income or pay taxes.

Like most African economies, the informal economy is the most crucial source of livelihood for many African people. It was not surprising to know therefore the informal strand of most African economies have been contributing to the reduction of unemployment rates and poverty in Africa. The Nigerian economy has not been an exception. Even though not all informal workers are poor and not all working poor are engaged in the informal economy, the sector is undoubtedly pervaded by low economic productivity and low wages. Lack of Labour legislation, lack of social protection to cushion workers and the fact that informal workers earn significantly less than workers in the formal sector means that more informal workers in Nigeria are poorly treated and subjected to more devastating consequences in times of economic uncertainty as this period. Because of scale of operations and limited access to a small group of customers, the nature of income in the informal sector is mainly subsistence. This means that workers are unable to save and during periods of uncertainty their earnings become extremely volatile, increasing their vulnerability to economic hardship. The situation is neither different nor palatable in the formal sector. Many employed workers in the formal sector have been laid off due to the inability of business organization to stay economically afloat because of the harsh realities of Covid-19. This is the reality of most Nigerians in both the informal and formal sectors of the economy. Unarguably, the poor have been hardest-hit by the Covid-19 pandemic. Without access to social security, employment benefits or insurance, workers and small business traders have become the victims of circumstances. The question is, is the situation beyond control?

The Covid-19 pandemic is now revealing itself to be a phenomenon of two sides, the good and the bad. The job of governments, international governmental organizations and other stakeholders is to maximize the gains and inherent opportunities embedded in Covid-19 as a phenomenon and not necessarily as a pandemic.

Again, where does the question of leadership deficit creep in here? For instance, the nationwide lockdowns and quarantine measures implemented by many countries on the continent without provision of alternative means of economic sustenance and livelihoods for the people have had a significant impact on not only the economy but also on local production and the lives of most people in Nigeria, as in other African countries. For instance, in the city of Lagos, which is best known for its dense population, chaotic traffic, frenetic commercial activities, bustling streets and nightlife, life is unusually quiet for its twenty-one million residents. On the supply front, lockdown measures have also led to the shutdown of businesses, shops, malls and restaurants and disrupted supply chains that has prevented a lot of informal workers and the economic downtrodden in the society from surviving and living. This is because a human is only able to live, all things being equal, when he has the economic resources to cater for his needs, especially food, water and shelter. On the demand front, people have spent lesser than what they would ordinarily had spent in pre-Covid-19 times, and continues to spend less as they are stuck at home with millions of the poor and workers watching their means of livelihoods vanish in front of their eyes. The basic economic necessity has become an economic hallucination and a limited luxury only for the political upper class who sustain themselves through states' resources. Stockpiling of food has equally become one of the new normal and behavioural responses to the Covid-19 phenomenon. Supermarkets and groceries stores are currently being overwhelmed and crowded with those, especially the few that can afford the luxuries. However, poor households cannot afford to stockpile even if they wanted to because of their limited disposable income, low savings and restricted access to online commerce. This means that they still have to make frequent trips to their local market to feed their households, making them susceptible to being infected. Dishearteningly, the surge in demand due to panic buying has also led to higher prices for basic food items. Apparently, should the people want to stockpile, the fear of being exposed to the virus and the higher costs of food items would discourage them from doing so. Ironically, even for the few who are able to buy food items in bulk, there is the challenge of storage in the face of the persistent power outage in most African countries, like Nigeria.

3.1. Covid-19 and Depleting Nigeria's External Reserves

The second quarter of 2019 was the last quarter Nigeria witnessed some growth in external reserves. Subsequently, Nigeria had no external reserves to fall back to ameliorate the shortfalls recorded in her year 2020 national budget as occasioned by the Covid-19 pandemic. Characteristically of the Nigerian leadership, the Nigerian leadership would rather prioritize securing more inter-

national loans than contributing to the external reserve of the nation. Of course, no country has ever survived economically and developmentally without loans but not as most African countries like Nigeria have permanently and consistently embraced it. More so, the ever-reliable last economic resort cum sales and exportation of fossil fuel the Nigerian government always resort to in cases of dire economic situations as one brought about by Covid-19 has been largely mutilated by the fall in oil prices. No state was willing to take delivery of shipments of fossil fuel from their partners due to corona fears and precautionary measures. And, as such many of Nigerian loaded oil ships readied for delivery got stranded in the middle of the sea. The implication is that against the backdrop of the international oil price upon which the making of the Nigerian 2020 national budget was based before the outbreak of the Covid-19 pandemic in mid-2019, the drastic fall in international oil price brought about by Covid-19 meant the initial prognostic economic forecast for the implementation of the Nigerian national budget was no longer feasible. Being a monolithic economy that so much relies on the exploration and international sales of crude oil, the economic manifestation of economic recession in Covid-19 times is only a matter of time. This was expected especially when one considers the lack of leadership foresight and deficit that has culminated into disjointed and disarticulated economic policies over the years. This is the sad reality of leadership culpability in Nigeria's management in the pre-Covid-19 times that has not changed a bit even in the Covid-19 times, and of course, that has also contributed to the harsh consequences of Covid-19 in Nigeria.

3.2. Covid-19 and Nigerian Stock Exchange Woes

No doubt, the stock exchange is a yardstick for the financial health of any country because it shows the efficiency of its capital markets. A boisterous stock exchange comprises very well, valued securities with intrinsic values that are directly proportionate or close to their market values. Viewed from this lens, Nigeria has been largely a weak form of security market, with stock prices moving independently of events happening within the market. For instance, following MTN and Airtel Nigeria's listings on the Nigerian Stock Exchange, the average daily volume on Nigerian Stock Exchange in 2019 increased by N72 million, that is, from N3.19 to N3.93Bn (Nairametric, 2020). In the 2nd quarter of 2019, N5.6Bn was traded daily as an immediate effect of MTN's listing. But in the 3rd and 4th quarters, as a result of the general elections, earnings announced fell below investors' expectations. Overall, the market closed the year at a 14.4% drop (Nairametric, 2020), thus, the second year of decline in a row. The revelation here is that the Nigerian Stock Exchange is susceptible to many internal contradictions in Nigeria. This is because the security needed to ensure

stability of transactions, exchanges and of course, keep the Market running has been largely elusive over time. This is now being worsened by the coronavirus pandemic. The relaxation of the national lockdown that allowed phased reopening of the economy has really yielded no positive results as many business and organizations remain largely quarantined at home, not necessarily as a result of the ravaging Covid-19 but as a result of insecurity. This is the sad reality in Nigeria, especially most parts of the North-Eastern geopolitical zone in the country. Terrorist group such as the BokoHaram sect has relentlessly upped the sequence of their terrors in the country. One would have expected the Nigerian leadership to have used the opportunity presented by the Covid-19 phenomenon to finally nail such an aberration into the coffin, unsurprisingly the reverse is the case. The BokoHaram terrorist sect grew in their terroristic activities and killings in the Covid-19 times. This is apparently a failure of leadership. This is of course coupled with the peaked activities of bandits across the country, and most especially states within Nigeria such as Katsina, Kaduna, Niger, Yobe, Maiduguri, Nasarawa and others. The banditry continues till date even in these times of Covid-19 despite the countless numbers of security meetings between the Nigerian service chiefs and the president over time and of recent.

3.3. Covid-19 and Nigerian Foreign Exchange Pressures

Nigeria is predominantly an import-dependent economy that imports virtually everything; clothing, cars, canned fruits and foods, electronics and others. Relying on other countries to manufacture most products needed for the country's consumption is the entrenched characteristic of the Nigerian economy. Capital inflows into the country between January and February 2020 only were N42.7Bn, against an outflow of N98.8bn (International Center for Investigating Reporting, 2020). This apparently the consequences of excessive reliance on importation and one of the various pressures on the external reserves which is equally reducing investors' confidence while increasing pressure on the foreign exchange rates.

3.4. Covid-19 and Nigeria's National Inflation and Liquidity

Inflation is a problem for every economy in different forms, from hyperinflation to disinflation, deflation and stagflation. All governments usually seek to reduce inflation to as low as possible while also avoiding negative inflation metrics. That is, inflation is the change in purchasing power of the consumers attributed to holding a specific currency over a period of time. It is comparing the volume of goods that can be bought with a specific amount of money in one

period with the volume that can be purchased with the same amount of money in another period. Inflation has been one of Nigeria's concerns, fluctuating between the tens and twenties, closing in December 2020 with headline inflation of 11.98%, as a result of combined efforts of monetary and fiscal policies, such as the border closure, Trade-bills restrictions, and of course, the Covid-19 pandemic (International Center for Investigating Reporting, 2020). As a result of the national lockdown imposed across the entire country in a bid to flatten the curves of Covid-19 that started in February 2020, most residents and citizens have not been able to expend the purchasing power cum resources as the entire economy was also placed on temporary quarantine with ball banks and financial institutions.

3.5. Covid-19 and the Fall in Oil Price

The Nigerian economy, as a petrocurrency, is tied to the global oil prices. This means Nigeria's revenue projections, external reserves, gross domestic product, and the exchange rates are chiefly contingent upon the international oil price. On the 8th of March 2020, the fallout of the OPEC meeting saw an ultimatum issued to Russia for a cut in production of the world supply by 1.5%. Russia rejected the demand, ending the three-year partnership between OPEC and major non-OPEC providers. This prevented the renewal of the production cut agreements as Saudi Arabia, who had suffered a huge effect of the cuts, notified her buyers of her plans to increase supply and discounts, flooding the global market with excess supply of crude. Global oil prices dipped, with the bonny light, Nigeria's oil, dropping to a low point of \$17/barrel (International Center for Investigating Reporting, 2020). A price not recorded since the 2008 global recession. This was coupled with the attendant effects of the Covid-19 pandemic that has halted the supply and sales of crude oil from oil-producing countries such as Nigeria, to consumers. The inability of the Nigerian leadership to have diversified in pre-Covid-19 times and also considered alternative sources of national economic income in the wake of the outbreak of the Covid-19 pandemic has further exposed the failings of the current Nigerian political leadership and elite in the management of the Covid-19 pandemic.

3.6. Covid-19 and Nigeria's Depleting Industrial Productivity

China accounts for a great deal of Nigeria's import bill. This is excluding her bilateral concessionaire agreements and construction projects with Chinese companies. As soon as Chinese factories stopped production due to the national lockdown in the wake of Covid-19, most of the Nigeria-China construction

projects were immediately halted, leading to the temporary loss of jobs for Nigerian site workers in the construction sites. This was the case with the entire industrial base of the country with all renowned companies such as Dangote Construction, Cement and others halting their operations. Similarly, China is also the world's largest importer of crude oil. Alongside India, China remains one of Nigeria's destinations for oil exports. The shutdown of their factories during this Covid-19 pandemic has contributed to under-demand of oil by Nigeria's oil customers including China. This under-demand has meant, amongst many, that the industrial capacity, productivity, demands and supplies have drastically been affected.

4. Covid-19 and Its Implications for Nigeria's Sustainable Development

Paraphrasing Iswatuk's Shakespearean words, "SDGs, SDGs, Wherefore Art Thou, SDGs?" (Iswatuk, 2020: 1). The Sustainable Development Goals were meant to act as a global roadmap to sustainable, equitable, efficient, and just forms of development by the year 2030. What the coronavirus pandemic shows us is that we are more likely to end up solving a problem (Covid-19) by creating a bigger problem (Failed Sustainable Development Goals) through neglect and negligence (Iswatuk, 2020).

In various attempts to flatten the curve, countries around the world adopted different measures such as enforcing full lockdowns, imposing travel restrictions and completely sealing their borders. As a result of these measures, public and private businesses have gone out of operations whilst stock exchanges have been grounded with millions of people went out of jobs. Ultimately, recession is looming. Covid-19 has disrupted a lot of world's policies and arrangements; chief among them is the Sustainable Development Goals. In 2015, the United Nations followed up the Millennium Development Goals with the Sustainable Development Goals (SDGs) and initiated a 17-goal agenda; a fresh global call to action to end poverty, protect the planet and ensure that all people enjoy peace and prosperity by 2030. These goals are interwoven so much that an action or inaction in one will affect the outcome of the others. Since inception, efforts have been made such as: series of collaborations among different local and international NGOs, governments, businesses and individuals to ensure the timely success of SDGs. The advent of the present global pandemic has made the prospect of achieving the SDGs by the said time an uncertainty. The possibility of actualizing the SDGs is getting overwhelmed by the persistent spike in the number of cases of the novel coronavirus. Perhaps

the most telling failure aside from unemployment is the failure of the global food system.

SDG 2 speaks to achieving no hunger, yet, globally, there is no enough food produced around the world to feed everyone. Some 40 million Americans, arguably the richest economy in the world, are forced to use food stamps to stave off household hunger. Elsewhere around the world, people are playing a sort of roulette: starve and stay at home, eat and risk contracting Covid-19.

Following on from SDG 2, is SDG 3 which deals with health. On global health, corona-virus has exposed with shocking clarity the complex array of social factors that lead to some being relatively secure (with the U.S. President being tested daily and requiring anyone who comes in contact with him to wear a mask) to those who are compounding acute health problems (Covid-19) with chronic problems (most related to inadequate nutrition and poor diet in fact). The prospect of famine looms across the Global South while European and American farmers slaughter their animals unable to get to market in the millions. No doubt, the sustainable global health and wellbeing goal is another casualty of the Covid-19 pandemic in Nigeria, as elsewhere across the globe. Although, maternal and child mortality rates have been witnessing reduction in pre-Covid-19 periods whilst life expectancy improved globally and also in Nigeria, the sudden manifestation of Covid-19 has negatively impacted the quest for the actualization of this SDG goal. The global community is thus becoming overwhelmed whilst the pandemic is now undoing a few of the gains made in this SDG goal.

Furthermore, on Sustainable Development Goal-1 – zero poverty and Sustainable Development 8 (Decent Work and Economic Growth), the United Nations has hinted that over 195 million jobs will be lost across the globe with Nigeria not being an exception (United Nations News, 2020). In similar manner, the African Union also reported that about 20 million jobs are at risk of being obliterated in Africa with the continent's economy projected to shrink this year as a result of the impact of the pandemic (Reuters, 2020). With these projections, the rate of unemployment, poverty and hunger in sub-Saharan Africa will become more devastating. This would undoubtedly hamper the quest for the actualization of SDG-1 (Zero Poverty), SDG 2 (Zero Hunger and Food Security) and SDG 8 (Decent Work and Economic Growth). Whilst more than one third of working people in Sub-Saharan Africa had lived in extreme poverty with an earning below \$1.90 in the pre-Covid-19 times, the unfortunate emergence of the Covid-19 global health pandemic has worsened the precarious economic situation in Nigeria. Nigeria in particular has more than 96 million people of her population living in extreme poverty (International Center for Investigating Reporting, 2020). Corroborating this sad reality, the Food and Agriculture Organization of United Nation (FAO) in 2019 informs that Nigeria is one of the 34 African countries depending on external food aid which has now been worsened

by the precarity of the Covid-19 global pandemic (Global Network Against Food Crisis & Food Security Information Network, 2020: 144).

On Sustainable Development Goal 4 (Quality Education), which also inheres in SDG 5 (Gender Equality), the emergence of Covid-19 pandemic has stalled the pursuits of the Sustainable Development Goal on education. Formal education and learning process are yet restart having been stopped since the inception of the pandemic earlier in the year. In Nigeria, all schools at all levels have been closed since March, 2020. The statutory promotional examinations for many Nigerian students, such as the West African Senior School Certificate Examination, Common Entrance Examinations and others that students usually take in most schools which should have been conducted earlier in the year are yet to be organized nor taken by the students. The situation was worsened because in Nigeria formal education mostly requires physical contact with little or no adaptational efforts towards the use of educational technology like the use of Information and communications technology. Whilst countries like China, Italy and some other developed countries are beginning to fully transit into the realm of full online distance learning in recent times, Nigeria's precarious educational conjecture occasioned by poor internet connectivity, high costs and frequent power interruptions now pose serious to the actualization of educational sustainability in Nigeria.

Similarly, the outbreak of Covid-19 has negatively impacted the quest to build resilient and sustainable infrastructures, promotion of inclusive and sustainable industrialization as well as innovation that underscores the Sustainable Development Goal-9. Aside the fact that production was nearly grounded at the twilight of the outbreak of the Covid-19, many infrastructural projects such as the Lagos-Ibadan Railway construction and others have been pended since March, 2020 in Nigeria.

On Sustainable Development Goal-6, Water and sanitation for all, is seen a lofty goal, but when protection from the virus requires you to wash your hands frequently with warm or running water, it is clear that more than one billion people would be affected (Iswatuk, 2020). This would even be more worsened in Nigeria where most people in rural areas and peri-urban areas do not have access to pipe-borne or running water. On sanitation, most states like Nigeria have long ignored the sanitation side of water provision, and farmed out water provision to private sector and NGO actors in urban and rural areas. This abdication of the responsibility by the government to provide for citizens with equitable access to quality water, has heightened the pre-existing gross inequalities and other insecurities among citizens due to class, race, gender, caste, age and other cross-cutting variables in the pre-Covid-19 times (SDG 10). Matter-of-factly, the quests to actualize other Sustainable Development Goals aimed at achieving sustainable climate condition and healthy ecosystem such as Sustainable Development Goal-6 (Clean Water Sanitation), Sustainable Development

Goal-12 (Responsible Consumption and Production), Sustainable Development Goal-13 (Climate change), Sustainable Development Goal-14 (Life below Water), and Sustainable Development Goal-15 (Life on Land), have considerably been stalled by the Covid-19 pandemic (Iswatuk, 2020). Some resources that could have been used in the pursuits of the Sustainable Development Goals were circumstantially forced to be directed into emergency health care delivery and fight against the Covid-19 pandemic. Hence, the real cost and alternative forgone for concentrating more resources and efforts in the fights against the Covid-19 pandemic in lieu of pursuing the prospects of Sustainable Development Goals.

Conclusion

Amidst other adverse effects occasioned by the Covid-19 pandemic across the globe, and very precisely, Nigeria, the Covid-19 pandemic has affected, very considerably, the economic and sustainable development objectives of the country the most. More than ever, the pandemic has impacted Nigeria's prospects for economic and sustainable development. Poverty, hunger, unemployment, lack of water provision, depleting ecosystem, insecurity and many more that constitute the core of the Sustainable Development Goals have all been exacerbated by the emergence of the Covid-19 pandemic. As demonstrated in the preceding parts of this study, unemployment and poverty that had already been having excruciating bites on most of the people, especially the socially vulnerable people, became much more pronounced and felt as a result of several job losses and business liquidations. This is therefore not different with the security situation of the country. Insurgency and terrorism in the North-eastern parts of the country with banditry in the North-western parts of the country coupled with kidnapping, cultism and other forms of security threats across the whole country, have assumed greater dimensions and spate of manifestations during the current Covid-19 pandemic times. This is evident in the increased and sustained number and frequency of attacks the BokoHaram network has carried since the outbreak of the Covid-19 pandemic till date. This is in addition to the increased frequency and spate of banditry activities along the North-western parts of the country, most especially, Katsina, Kaduna, and Zamfara. Apparently, there exists a well-established intersection between the current Covid-19 pandemic and the level of retrogressions witnessed in Nigeria's quest towards achieving sustainable and economic developments since the Covid-19 pandemic broke out. The Nigerian political elites and leadership must therefore start rethinking their strategy to fighting the current Covid-19 pandemic by being pragmatic, and taking policy steps that would address the Covid-19 pandemic without neglecting their responsibilities in the pur-

suits of sustainable, economic developments and other critical areas of national development and citizens' welfare.

References

- Bavier, J., Paravicini, G. (2020). Africa could lose 20 Million Jobs due to pandemic: AU Study. Reuters: available <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-africa-economy/africa-could-lose-20-million-jobs-due-to-pandemic-au-study-idUSKBN21N0KX>.
- Charles Eisenstein (2020). The Coronation. Accessed 01/08/2020: <https://charleseisenstein.org/essays/the-coronation/>.
- Chenghu Zhou, FenzhenSu, Tao Pei, An Zhang, Yunyan Du1, Bin Luo, Zhidong Cao, Juanle Wang, Wen Yuan, Yunqiang Zhu, Ci Song, Jie Chen, Jun Xu, Fujia Li, Ting Ma, Lili, Jiang, Fengqin Yan, Jiawei Yi, Yunfeng Hu, Yilan Liao, Han Xiao. (2020). Covid-19: Challenges to GIS with Big Data.
- Cliff Oswick, David Grant, Rosie Oswick. Categories, Crossroads, Control, Connectedness, Continuity, and Change: A Metaphorical Exploration of Covid-19. *The Journal of Applied Behavioural Science*, 1-5. <https://doi.org/10.1177/0021886320936257>.
- Global Network Against Food Crisis & Food Security Information Network. (2020). Global Report on Food Crisis. Accessed: https://www.fsinplatform.org/sites/default/files/resources/files/GRFC_2020_ONLINE_200420_FINAL.pdf.
- Grant, D. and Oswick, C. (1996). *Metaphor and Organizations*. SAGE Publications
- International Centre for Investigating Reporting. (2020) How 96 million Nigerians living in extreme poverty will be affected by 7.5% VAT. February 06, accessed: <https://www.icirnigeria.org/how-96-million-nigerians-living-in-extreme-poverty-will-be-affected-by-7-5-vat/>.
- Iswatuk, L. (2020). The SDGs and the Global Pandemic. May 15, accessed: <https://lswatuk.blogspot.com/2020/05/the-sdgs-and-global-pandemic.html?m=1>.
- Medical News Today (2020). Covid-19 live updates: Total number of cases passes 17.3 million. August 1, accessed 01/08/2020 <https://www.medicalnewstoday.com/articles/live-updates-coronavirus-Covid-19#1>.
- Naira Metric. (2020). NSE Records Positive Growth in Market Turnover. June 19, accessed 01/08/2020: <https://nairametrics.com/2020/06/19/nse-records-positive-growth-in-market-turnover/>.
- News.cn. (2020). Covid-19 is urged by the UN Secretary General to do everything possible to contain the outbreak, http://www.xinhuanet.com/2020-02/29/c_1125642849.htm/, 2020 (accessed 29 February 2020).
- Nigerian Centre for Disease Control. (2020). First Case of Corona Virus Disease Confirmed in Nigeria. February 28, accessed: <https://ncdc.gov.ng/news/227/first-case-of-corona-virus-disease-confirmed-in-nigeria>.

- Norton, D. F. and Norton, M. J. (2007). *David Hume: A Treatise of Human Nature.*, (ed). Oxford: Clarendon Press.
- SDG: Sustainable Development Goals (2015). What are the Sustainable Development Goals? <https://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals.html/>. 2015.
- Tannen, D. (2020). How the Pandemic Has Changed the Way we Greet Each Other. *The Washington Post* June 21, accessed 01/08/2020: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2020/06/21/how-pandemic-has-changed-way-we-greet-each-other/>.
- Turrini, A., Cristofoli, D., and Valotti, G. (2020). Sense or Sensibility? Different Approaches to Cope With the Covid-19 Pandemic. *American Review of Public Administration*, 00: 0, <https://doi.org/10.1177%2F0275074020942427>
- United Nations News (2020). Covid-19: impact could see 195 million job losses, says ILO chief. April 08: accessed <https://news.un.org/en/story/2020/04/1061322>.
- World Health Organization (2020). Coronavirus disease (Covid-19) Situation Reports. January 21, accessed 01/08/2020: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports/>, 2020.



Evaluation of e-Government Information and Services among Students in the City of Wrocław

Jakość lokalnej e-administracji i poziom e-usług w ocenie wrocławskich studentów


Satine Abrahamyan*

Abstract

Undoubtedly, information and communication technologies (ICT) have brought tangible changes not only in the way people communicate on an interpersonal level but also with government offices. Hence, ICT are an enabling tool for the state government to rebuild its relations with citizens by providing better and easier access to the government-related information and services. The efficiency of ICT is acknowledged by almost all states and actions are taken to establish robust e-government system. Surveys, exploring benefits of the implementation of e-government, basically reach to positive conclusions about the consequences of implementation of e-government. It is argued that e-government influences reduction of administrative burden, decrease of repetition of the same administrative procedure, increase financial benefits for the state and citizens. Moreover, e-government increases satisfaction from

Abstrakt

Technologie informacyjno-komunikacyjne (ICT) przyniosły wyraźne zmiany nie tylko w sposobie komunikowania się ludzi na poziomie interpersonalnym, ale także w kontakcie z urzędami. ICT są więc instrumentem umożliwiającym władzom państwowym odbudowę relacji z obywatelami poprzez zapewnienie lepszego i łatwiejszego dostępu do informacji i usług związanych z zarządzaniem. Skuteczność ICT jest uznawana przez prawie wszystkie państwa, podejmują więc one działania mające na celu stworzenie solidnego systemu e-administracji. Badania ankietowe korzyści wynikających z wdrożenia e-administracji, zasadniczo prowadzą do wniosków potwierdzających pozytywne konsekwencje jej wykorzystania. Argumentuje się, że e-administracja wpływa na zmniejszenie obciążeń administracyjnych, ograniczenie powtarzalności tych samych procedur, zwiększenie korzyści finansowych dla państwa i obywateli.

* University of Wrocław (319287@uwr.edu.pl);  <https://orcid.org/0000-0002-9434-4909>

the government by providing less time-consuming, easy and cheap e-services. However, currently there is still scarcity of data to what extent citizens are satisfied with e-government information and services based on the above-mentioned criteria. With the purpose of assessing the quality of e-information and e-services and satisfaction with them among the students an online survey has been run. 100 participants, studying at the University of Wrocław, Wrocław Medical University, Wrocław University of Economics and Business evaluated their access to e-information and e-services used by them on e-government website. The survey shows that most of the respondents are somewhat satisfied with e-information found on the local government website. When it comes to evaluation of e-services by three criteria; time effectiveness, cost effectiveness and user-friendliness (easiness), most of the respondents are not sure that e-services are less time-consuming or cheap compared to offline ones, while most of them find e-services quite easy to get.

Key words: e-government, e-information, e-services, case of Wrocław

Ponadto e-administracja zwiększa satysfakcję władz poprzez dostarczanie mniej czasochłonnych, dogodniejszych i tańszych e-usług. Nadal jednak brakuje danych na temat tego, w jakim stopniu obywatele są zadowoleni z informacji i usług e-administracji opartych na wyżej wymienionych kryteriach. W celu oceny jakości e-informacji i e-usług oraz zadowolenia z nich studentów przeprowadzono ankietę internetową z udziałem 100 osób studiujących na Uniwersytecie Wrocławskim, Uniwersytecie Medycznym we Wrocławiu i Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu. Ocenili oni swój dostęp do e-informacji i e-usług, z których korzystali na portalu e-administracji. Z badania wynika, że większość respondentów jest częściowo zadowolona z informacji znalezionych na samorządowej stronie internetowej. Jeśli chodzi o ocenę e-usług według trzech kryteriów: efektywność czasowa, opłacalność ekonomiczna i przyjazność dla użytkownika (wygoda), większość respondentów nie jest przekonana, że e-usługi są mniej czasochłonne lub tańsze w porównaniu z usługami offline, uważają natomiast, że są one łatwiej dostępne.

Słowa kluczowe: e-administracja, informacja elektroniczna, e-usługi, Wrocław

Introduction

Over the last decade Information and communication technology (ICT) has become an integral part of citizens' everyday life and have brought fundamental changes in the whole society structure, values, culture, economic, and politics. Among numerous transformations ICT changed the way citizens and government interact by providing new technology-based platforms for communication which makes decision-making process more effective, transparent and inclusive. The widespread use of ICT by the governments, policy makers make digital democracy broadly discussed concept all over the world. The functional usage of ICT by the government and policy makers has the power to enhance democratic values "...by increasing the transparency, responsiveness, reliability, and integrity of public governance", moreover e-government supports and enhances

“the fundamental freedoms of people such as freedom of expression, privacy and right to the protection of personal data” (European Union 2017). Importance of e-government is acknowledged by influential international organizations such as UN (United Nations 2018), EU (EU 2016), OSCE and annual reports are prepared with the attempt to underline the overarching impact of ICT on democratic institutions, democratic decision-making processes and their power to improve government-related information and services, to increase civic participation by providing e-participation tools. The scientific interest towards e-government is progressed as well. More and more scientists and scholars become interested in e-government, e-services, e-participation as digital transformation considers one of the important aspects of modern society with the potential to increase transparency, openness and trust in government, effective service delivery which will lead to effective performance of state government and greater participation (Jansen and Ølnes 2016), (Bruno and Brussels 2015), (Hernandez and Roberts 2018). What refers to Poland so there are several studies referring to e-administration in Poland. One of the recent studies in the relevant field is directed to measure the level of digitalization of public administration and to provide data how many companies tend to use online form of public administration (Świątek 2019). In the research the author concludes that there is a high demand of e-services among entrepreneurs in Poland. Another recent research done by Ziemia E., Papaj E. and Descours D. (Ziemia, et al. 2014) assessed Polish e-government portals according to the following criteria: functional stability, performance efficiency, compatibility, usability, reliability, security, maintainability and portability. The research basically examined three portals carried out by municipal and district authorities; SEKAP (Silesian Voivodship, <https://www.sekap.pl/home.seam>), Digital Malopolska (Malopolska Voivodship, <https://www.malopolska.pl/aktualnosci/bez-kategorii/wrota-malopolski>), the gate of Podlasie (Podlaskie Voivodeship, <https://cu.wrotapodlasia.pl>). As authors claims currently Polish e-government portals are in the process of improvement. All the mentioned portals currently provide fewer e-services than the number of e-government services delivered by an individual government unit with less efficiency. The portals require reconstruction in functionality. In means that portals currently do not deliver complete list of e-services at different levels. On the other hand, research shows that portal provide high level of security (data protection). Although currently research on the topic of e-government in Poland is conducted, however the found research were not directed to evaluation of e-services from the angle of service consumers.

The creation of robust system of e-government is a priority policy for almost all countries, regions and cities. Socio-economic development is not possible without an effectively operating government (public administration) and especially an electronic government (e-government). Krzysztof Izdebski mentions that “governments are ‘naked’ without technology” (Izdebski 2020).

In other words nowadays technologies are another kind of power owned by governments.

Research objectives are:

- to explore importance and role of e-government information and services in modern societies,
- to assess the quality of e-government information and services for students studying at Wroclaw universities,
- to provide an empirical data on quality of e-government information and services.

Research Hypothesis:

- e-Government websites provide satisfactory information 24/7.
- implementation of e-government is cost-effective, easy and delivered on time for the students in Wroclaw.

Methodology: Existing literature on e-government in the context of political engagement and citizens empowerment is used to compare different theoretical arguments on effectiveness of e-government tools for the state and citizens. Quantitative research methods are included for understanding and evaluating effectiveness of e-services among students. An online questionnaire was conducted. Social media was used as a main channel to disseminate the survey.

1. The Concept of e-Government

E-government is referred as the use and application of ICTs in public administration for better management of data and information, better delivery of public services, as well as for new ways of citizens-government interactions and communication channels with the aim of enhancing engagement and people empowerment (UN 2014).

According to the World Bank report Implementation of e-government brings more benefits to states and citizens than merely providing a web portal of public services through the use of the Internet. E-government stands for involvement of all citizens in public decision-making process, leads to building more accountable government with less corruption and increased transparency, promotes sustainable development (World Bank 2002). The fundamental function of e-government is to create a mutually beneficial network between government bodies and their stakeholders in order to provide information and deliver public services at national, provincial and local levels through Government to citizen (G2C), Government to business (G2B) and Government to government (G2G) (UN 2003).

G2C provides online platform for government-citizens interaction which gives more access to information concerning government activity and help to deliver services to their customers/citizens, and to empower them to take part in decision-making process. G2B includes transactions and provision of online business-focused services between business sector and government (payments, purchase of goods and services). G2G facilitates interaction between government departments and allows them to share electronic data and information at national and local levels.

From political point of view the revolutionary and transformative role of the internet and ITCs are the democratization of politics and society. Electronic tools such as e-mails, e-forums, e-polls enable citizens to take their part in setting an agenda for democratic change. The internet is considered as an interactive and creative tool which enables to transform citizens from passive followers to active participants (UK Cabinet Office 2002). Moreover, the internet and ICT are seen as instruments which will provide equal platform and network to create collective products, processes and decisions and offer technological fix to problems of citizens' political activity and trust in the government initiatives (Van Dijk 2012). These changes which are contributions of e-government has changed the ways people perceive democracy and gives new opportunities to contribute to the process of decision-making which is important to them. Some scholars argues (Reddick and Aikins 2012) (Abu-shanab 2017), e-government increase effectiveness, efficiency and inclusiveness democratic processes and strengthen democracy by enabling citizens' access to more government-related information and services, promoting participation in political decision-making process, make governments more transparent, accountable, accessible, and responsible, thus reducing the level of corruption and leading to good governance.

E-government implementation is a complex and time-consuming process. It demands an elaborated and comprehensive policy to achieve successful digital transformation due to which citizens can save time and resources to get government-related services in an effective way. According to UN surveys (UN-DPEPA, 2002), (UN, 2003) governments go through the following stages.

Emerging: This is the primary stage of e-government implementation; represented information is limited and basic. An official government website, a national portal or an official home page is used to address the information or to make some documents (e.g., Constitution) available online. Links to ministries/different public departments, regional/local government and branches may exist.

Enhanced: At this stage, a greater variety of archived documents may be available such as strategies and policies, budgets, laws and regulations, reports, and online database. Still exists one-way interaction (G2C).

Interactive: Several downloadable forms (tax payment, license renewal etc.) are available, sites share updated information with greater regularity. Citizens can directly contact government officials via e-mail, fax, telephone and post.

Although at this stage there is no enhanced interaction between the government and citizens some form of input from the public is admitted through provision of e-mail and other contact information.

Transactional. At this stage two-way interaction emerges and a larger variety of e-enabled services are available. Users can pay taxes or for other public services, apply for personal documents and conduct other C2G interactions electronically.

Seamless / Networked. At the final stage e-government implies the existence all services online enables citizens to participate in decision making process, facilitating citizens' social inclusion and formulating two-way dialogue between citizens and public sector (UN 2002, UN 2003).

The level of implementation and performance of e-government depends on several factors. Obviously additional human resources, additional skills, higher level of e-Literacy among employees and citizens, new policies and plans are required for more effective and efficient performance of e-government. The foremost benefit from the e-government for the government and citizens is the potential to reduce administrative burden, to deliver quality public services with less cost in a short period. Based on these criteria "Tell Us Once" program only for sharing information regarding births and deaths adopted by the government of United Kingdom can be examined. The supposed advantages are – small scale of implementation, fewer numbers of transactions which are available mostly online and the opportunity to apply offline. This apparently will decrease administrative burden and deliver public services on time. The UK has a quite successful experience of implementation of digital government (according to UN e-government Survey 2018 the UK is among top 10 countries with the highest rates of e-government implementation and e-participation). In regards of cost-effectiveness, the UK Government Digital Efficiency Report assesses digital transactions 50 times cheaper than face-to-face ones (Government of the UK). The online Government allows citizens to receive services not only without visiting public offices, but also with lower cost (e.g. passport, first provisional license is about £9.50 cheaper than applying by paper form or by post).

As it can be assumed the implementation of e-government brings not only monetized benefits, but also non-monetized for users and governments. E-government is an effective tool to improve service delivery in an effective way. Consequently, the implementation of e-government enhances citizens' satisfaction, their involvement and equal opportunities for all.

2. e-Government Initiatives in Poland

Polish Government adopted the idea of e-governance in 1991 with the cooperation of Polish Information Processing Society¹. In 2000, based on resolution to develop information society in Poland, approved by Polish Parliament, Council of Ministers adopted the document “Goals and directions of the development of Information Society in Poland” defining strategies, objectives and arrangements for information society development. Later, following information society development strategy, the Ministry of Economy developed “e-Poland Strategy-Action plan for the development of information society in Poland for the years 2001–2006” adjusting e-Europe initiatives to the Polish society. Another strategic document “Information Technology Strategy of the Republic of Poland – ePoland” published in 2003 by Scientific Research Committee in accordance with Lisbon Strategy² and the e-Europe initiative³. In addition, in 2004 the Ministry of Science and Information Technology (was active from 2003 to 2005) as a continuation of information society development concept developed two documents; the “Action plan for the development of the electronic administration (eGovernment) in 2005–2006” and the “Report on proposed directions for the development of the information society in Poland by 2020” (Sztrop-Rutkowska, et.al 2019).

As in many countries, in Poland as well, apart from documents and adopted policies, institutional changes and adjustments have been undertaken to support the development of information society, to establish coordination and collabora-

¹ The Polish Information Processing Society (PIPS) is a professional organization representing people who work in the IT. From its beginning the PIPS fosters links between experts from industry, academia and business promoting education, knowledge sharing, codes of conduct and skills frameworks. PIPS is the largest professional association in Poland dedicated to advancing technological innovation by promoting the study and application of computing technologies. Available on: <https://pti.org.pl/about-us/> 02/ 03/ 2020

² The aim of the Lisbon Strategy, launched in March 2000 by the EU heads of state and government, was to make Europe decade “to become the most dynamic and competitive knowledge-based economy in the world, capable of sustainable economic growth with more and better jobs and greater social cohesion, and respect for the environment”.

Available on: <https://portal.cor.europa.eu/europe2020/Profiles/Pages/TheLisbonStrategyinshort.aspx> 02/03/2020

³ eEurope is a political initiative to ensure that the European Union fully benefits from the changes which the information society is bringing. The key objectives of the initiative are: to bring every citizen, home and school, every business and every administration into the digital age and online; to create a digitally literate Europe, supported by an entrepreneurial culture ready to finance and develop new ideas; to ensure that the whole process is socially inclusive, builds consumer trust and strengthens social cohesion.

Available on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3A12422102/03/2020>

tion between government agencies, to integrate different administrations' online services at all levels of governance, to lead e-government policy making and implementing process. In 2001 a new department of Informatization was created by the Government. In 2015, with the decision of the Council of Ministers the new Ministry of Digital Affairs was created. It was transformed from the Ministry of Administration and Digitalization (2011–2015) with the aim to facilitate interactions between state, citizens and entrepreneurs due to digitalization and innovation, to provide more citizen-centric, accountable, beneficial and empowering services to citizens.

In order to foster digitalization, to have digitally skilled society which can benefit from available e-services, e-government, e-justice, e-health, e-energy, e-transportation Ministry of Digital Affairs cooperates with international partners and brings its input into creating developed digital single market on EU level. Cooperation in the framework of digital single market helps EU countries to implement e-enabled opportunities in a most effective way and facing transformational changes. The aims of creation of digital single market are to ensure easy access to online activities, to provide fair competitive conditions, consumer and personal data protection wherever individuals and businesses are. Successfully established Digital Single Market will help European companies to develop globally and ensure Europe's leading position in digital economy (COM, 2015).

Currently, there are more than 500 e-services available in Poland including ID card applications, report on ID loss, checking penalty points on driving license, starting business. E-services make administrative processes more open and transparent for citizens, emphasizing the importance of citizens' personal data protection and security on the internet⁴.

According to UN e-government survey Poland is the 33rd on the list among leading countries in e-government development surpassing European countries such as Greece, Slovenia, Lithuania. Thus, Poland appears on the list of countries with very high level of e-government development index (EGDI), improving its online presence and services (UN, 2018).

The survey published by McKinsey & Company (McKinsey 2015) reports that for Poland digitalization can bring up to €64 billion economic benefit in additional gross domestic product (GDP) by 2025. This will have positive influence on country's economic competitiveness and residents' prosperity making Poland one of the digitally developed economies in Europe by providing 15% growth of digital economy. Currently, Digital Market of Poland stays behind in comparison with Digital Frontrunners (Belgium, Denmark, Estonia, Finland, Ireland, Luxembourg, the Netherlands, Norway, and Sweden) an EU Big five

⁴ Ministry of Digital Affairs of the Republic of Poland, <https://www.gov.pl/web/digitalization/what-we-doi> , 03/03/2020

(France, Germany, Italy, Spain, and United Kingdom). However, in the same report it is evaluated that due to economic growth strong foundations Poland has the potential to become one of the ten Digital Challenger markets in Central and Eastern Europe. Poland has higher rate of digital financial services, better digitalized transportation and warehousing than other Central and Eastern Europe countries, while in some other areas, such as participation rate in adults learning, effective usage of digital tools by companies for borderless e-commerce Poland still has to make efforts to provide better digitalized services.

Thus, due to the internet virtual space has been created and the amount of exchanged data and information are higher than ever before. The occurred processes and digital penetration into new spheres of everyday life and work bring about demands for new analysis and evaluation for digital society. New information infrastructures and technology-based services challenge societies to establish correspondent national and transnational regulations for information and services. The core question is how to combine effectively data protection and state surveillance on the one hand, and exercise of democratic rights and freedoms on the other.

3. e-Information and e-Services in the Opinion of Students at Wroclaw Universities

3.1. Methodology of Own Research

As it is discussed in this paper citizens' satisfaction with the performance of the government is very important indicator for democratic countries, little research conducted to evaluate citizens' satisfaction with available e-information and e-services. This paper is aiming at filling the mentioned gap and for that purposes an online survey was prepared. The survey was conducted among 100 participants, and it was directed to find out to what extent students, studying at University of Wroclaw, Wroclaw Medical University, Wroclaw University of Economics and Business, tend to use self-government website to get government-related information and service. Social media was served as a main channel to disseminate the survey. In order to reach a target group students groups of the mentioned universities were used throughout March in 2020. The aim of the research is to evaluate the satisfaction from e-information based on respondents' experience answering questions such as how useful the information was or to assess the quality of information found. Regarding e-services, three criteria were chosen: on time delivery, cost-effectiveness and easiness. Respond-

ents were asked to evaluate separately their own experience of using e-services according to the mentioned criteria.

3.2. e-Information – Analysis of the Research Results

E-information is a one-way relationship where governments provide and distribute citizens with public information and gives open access to information without or on their demand through websites and e-newsletters. This includes active attempts by governments to disseminate government-related information on issues, while citizens have passive role. E-information is critical because without access to publicly held information, participation cannot be reasoned, fully relevant, or significant. As online provision of government-related information is one of key factors of e-government a group of questions of the survey were formed in order to assess students' opinion on available information on the local government website. The results presented in the chart below.

1. Evaluation of the access to e-information among students at Wrocław universities

1. How many times did you use local government website last year to get information related to local government?				
Several times in a month	Several times in a year	1-2 times in a year	Never	Do not remember/ No answer
9%	59%	1%	18%	18%
2. Based on your experience of searching government-related information online to what extent the information was useful?				
Highly useful	Somehow useful	Not so useful	Not useful at all	Do not know/ No answer
11%	68%	6%	1%	14%
3. How would you rate the overall quality of information provided by the local government website				
Excellent	Good	Fair enough	Poor	Do not know/ No answer
2%	36%	34%	12%	16%
4. How would you rate your satisfaction with the content of information you have received from the local government website?				
Very satisfied	Somehow satisfied	Not very satisfied	Not at all satisfied	Do not know/ No answer
8%	60%	14%	1%	17%

Source: own elaboration based on the survey „E-information and e-services in Wrocław” conducted among students studying at the University of Wrocław, Wrocław Medical University, Wrocław University of Economics and Business, between February-March 2020, N= 100

Overall, participants evaluated their access to available e-information positively. Most of them (68%) found the information somehow useful and most of them were satisfied with it. Based on the findings, it can be assumed that there is noticeable relationship between the content usefulness and satisfaction. On the other hand, it is evident from the fact that the content quality still requires improvement. And the fact that the vast majority finds the information “somehow useful” and assess their satisfaction as “somehow satisfied”, gives ground to assume that available information is not complete, and it is not always possible to get government related accurate information 24/7.

3.3. e-Services in Poland

Citizens’ satisfaction from e-government is based on service and content quality, citizens’ trust in e-government transactions and belief that online services are easy-to-use. The level of citizens’ satisfaction depends on factors how ease government portals are for the use and to what extent online platforms are working without errors. Satisfaction is also directly connected with the opportunity to find complete, accurate, objective information on accessible platforms. (Yap and Ahmad, 2017), (Welch 2004).

Efficiency of e-government depends on e-services and many researchers attach a lot of importance to them emphasizing their role in the process of adoption and implementation of e-government. Davidson, et al., mention (Davidson, Wagner, and Ma 2005) “e-government should encourage digital loyalty” which means to provide e-services in a way that citizens give precedence to online forms over other forms. Some other researches underline the role of portals in providing integrated services and highlight that portals are key elements of e-government activities which help to provide single access to e-services promoting cooperation of different agencies (Daniel and Ward 2006).

In Poland, as in other European countries, providing user-centric online services for citizens and for business sector is pivotal part of the implementation e-government. User-friendly e-administration, access to online public services and easily reachable online information and digital services is priority point for the Ministry of Digital Affairs of Poland. The interaction between public administration offices and citizens most often occurs related to exchange of information, tax or business-related services, public health and environmental issues⁵.

Advantage and value of digitalized public administration is transparency and open operation of the government (Bertot, Jaeger, and Grimes 2010). To support

⁵ Ministry of Digital Affairs of the Republic of Poland, <https://www.gov.pl/web/digitalization/about-us1>, 03/03/2020

the development of Information Society and to make electronic services available to the public since 2008 by the Ministry of Interior and Administration designed and operated ePUAP (Electronic Platform of Public Administration) ePUAP is a single electronic channel of electronic services for citizens, businesses and institutions. The aim of the platform is to provide functional e-services and facilitate communication between customers to administration (C2A), business to administration (B2A), administration to administration (A2A). Main objectives of ePUAP are to ensure common platform of electronic services which are available in reduced time with lower costs. The project cost (32 million PLN) is financed by European Regional Development Fund (75% of all costs) and national co-financing (25%).⁶ The platform provides easy access to online services of different fields; health, education, social insurance, employment, etc. However, it worth mentioning that, despite large variety and number of the e-services provided by the mentioned platform all the services are available only in Polish. Thus, language barrier makes the website not user-friendly for foreigners, migrants, refugees who have no or low level of Polish language knowledge. When it comes to evaluation of the effectiveness of the portal there is no data available on how many people use online services through the platform annually or which services are the most required by Polish citizens. The effectiveness of the platform among citizens is not assessed yet.

It is also worth mentioning, that while it seems that in Poland e-services are not popular among Polish citizens or some portals are not-user friendly enough, e-banking system shows high efficiency. Most Polish banks card holders (about 33 million) have got a possibility to using e-banking in 2018. About 15 million were used e-banking at least once in a month. The provided data shows that the number of people having access to e-banking and number of people who use e-banking is growing.⁷ One reason can be trust among residents in Poland towards e-banking system and are interested in doing official matters on-line.

In Poland, based on the data provided by Eurostat, the number of individuals using the Internet to interact with public authorities, to get information, to download official forms to send filled forms is lower than EU average. In 2018 only 36% of Polish citizens used the internet to interact with public authorities. Although the number of those who use the Internet for interaction with public offices is twice as low as in other EU countries, compared with 2016 the number of users in Poland approximately doubled in 2018. Similarly, a progress is registered in the use of sending back filled forms to public authorities. Low increase is recorded also in regards with the use of download-

⁶ ePUAP, <https://epuap.gov.pl/wps/portal/english> 24/03/2020

⁷ Polska bankowość w liczbach. <https://prnews.pl/raport-prnews-pl-rynek-bankowosci-internetowej-kw-2018-435269> 25/03/2020

able forms from websites of public authorities. In the opposite, in 2018 only 20 percent of Polish residents used the Internet to get information from public authorities, while in 2015 in Poland 35 percent of people use the Internet for the same purpose and it was approximately equal to other EU countries (ISA 2, 2019).

Śledziewska, et al., (Śledziewska, Levai, and Zięba 2016) mention that in Europe citizens mostly use the Internet to get information, to download official forms, to submit completed forms. In Poland the number of citizens to rely on digital communication or digital services is on average twofold lower than in other EU member countries. The gap is especially significant compared with EU15 countries. In Poland every fifth citizen uses the Internet to interact with public offices, while in Denmark, for example, eight out of ten obtain government-related information visiting the government website. Moreover, in Poland there is a noticeable gap in usage of websites providing social security benefits (10 times lower) or to request personal documents (5 times less).

3.4. e-Services – Analysis of the Research Results

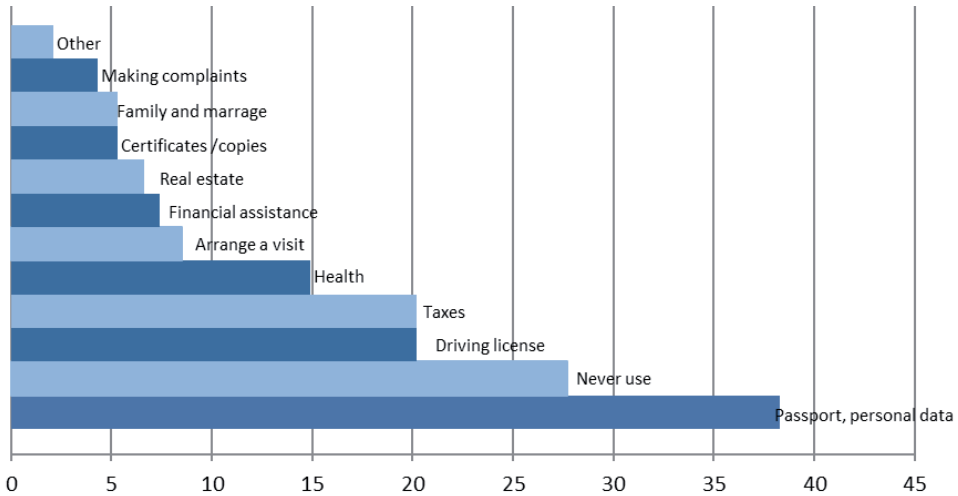
As it was discussed in this paper provision of e-services are the most important part of implementation of e-government. Hence, systematic research is needed to evaluate citizens' attitude towards e-services. Following this idea, group of questions of the survey, were directed to the evaluation of e-services. The survey showed that overall, only 36% used online services last year 34% out of which several times in a year and only 2% several times in a week.

It is worth mentioning, that local government of Wrocław offer a range of e-services, the website (Dolnośląski Urząd Wojewódzki (duw.pl) is quite user-friendly with the opportunity to choose language (Polish, English, German, French, Russian and Ukrainian) and to correspond it to the users with limited abilities.

The chart below shows which e-services are mostly used by respondents.

As it can be seen mostly used e-service relate to personal documents or data issues (37%). Second mostly used are driving licenses and taxes (21% each). Second biggest group of students never used e-services. Those could be users preferring offline form of public services.

Chart 2.2. E-services available on Wroclaw self-government website and their usage by respondents

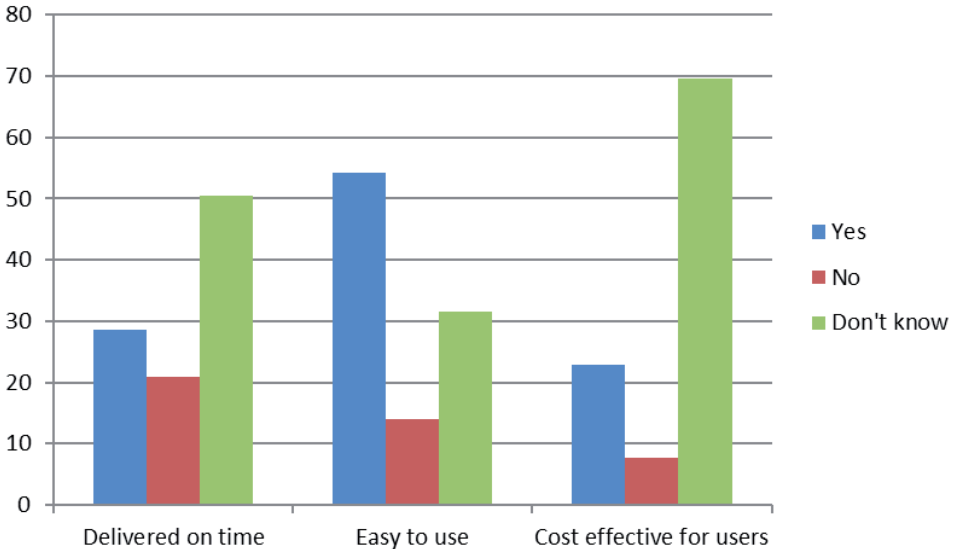


Source: own elaboration based on the survey „E-information and e-services in Wroclaw” conducted among students studying at the University of Wroclaw, Wroclaw Medical University, Wroclaw University of Economics and Business, between February-March 2020, N= 100

As it was discussed in chapter 1.1, the foremost benefits of e-government implementation for citizens are their cost effectiveness, on time delivery of government-related services and easiness. The survey was directed to evaluate e-services by the mentioned three criteria. Based on the data gathered through the online survey, it can be assumed that most of the respondents are not sure that the online services are delivered on time, or they are cost effective for them. What refers to easiness of e-services more than 50%, based on their own experience, assessed usage of e-services as ‘easy to use’. The attention should be paid to the fact that participants in the survey were student. They are so called ‘digital natives’ (Davies and Eynon 2018) and technologies are an integral part of their everyday life and there is no challenge to implement them effectively.

To the question, to what extent respondents are satisfied with the quality of delivered e-services more than 40% of respondents evaluated their satisfaction level as ‘somewhat satisfied’ and another 10% was ‘very satisfied’. To the same question 40% of respondents answered ‘don’t know’.

Finally, the largest group of respondents (46%) think that it is very important to have government related services online and the second largest group (29%) think that having access to e-services are important to some extent. This gives ground to assume that even if respondents do not use e-services often, most of them want to have access to e-services and the usage of e-services will increase in future.

Chart 2.3. Evaluation of e-services by students of Wrocław universities

Source: own elaboration based on the survey „E-information and e-services in Wrocław” conducted among students studying at the University of Wrocław, Wrocław Medical University, Wrocław University of Economics and Business, between February-March 2020, N= 100

To summarize, based on the respondents' answers it can be concluded, that most of the participants in survey prefer to use digital means to get information and services. However, while they are somehow satisfied with found information and they find e-services easy to use they are not sure that e-services are less time consuming or cost effective for them.

Conclusion

As it was discussed in this paper the implementation e-government is considered as a pathway to deliver citizens-centric services, to enhance democratic values making the performance of the government more open, transparent and accountable. E-government tools can bring economic (cost-effectiveness for citizens and for the government) and non-economic (decrease of administrative burden, easier and faster delivery of government related information and services) benefits. Adoption of e-government and the process of making e-services usual and common for most of the population should be taken place gradually and in accordance with the requirements of the society. An

increase in the usage e-services by the citizens occurs at a slow pace in Poland. There are number of initiatives aimed at providing, expending and improving e-services in Poland, however at the period that the survey was run it seems that offline administrative procedure preferable option to get public services. It is also important that this survey conducted before Covid-19 and in the whole world the situation was completely different. Due to the pandemic, services which were not available online or it was impossible to deal with online now exist in virtual reality. So, for the future another survey should be conducted to compare the situations and evaluate to what extent the pandemic has made e-services closer to the people. By examining the case of Poland, which is illustrated in the second chapter, currently Polish government undertakes corresponding initiatives to develop the concept of information society. Throughout about 30 years of adoption e-government Poland could improve its ranking, currently having better performance of e-government than some other European countries. The initiatives are supported by organizational changes and relevant documents. While Poland lags behind many EU countries with its performance of e-government system, the government annually increases the number of available e-services. Unfortunately, at present there are no data on measuring effectiveness of e-services among citizens, which makes it difficult to assess the outcome of those initiatives. However, 74% of participants in the survey discussed in the chapter 1.3.4., answered that it is important to have e-services. It allows conclude that at least among youth user-friendly e-services are on demand.

When it comes to the hypothesis, from this research follows that the first hypothesis can be considered justified partly, as the vast majority found it ,somewhat satisfactory, so they need additional information or clarification related to required information.

For the second hypothesis initially were chosen three criteria: cost-effectiveness, easiness and on time delivery for the students in Wroclaw. According to the respondents answer the hypothesis is justified only with regards to easiness. Users at the time of the survey did not consider cost-effectiveness and on time delivery as an advantage of e-services.

Bibliography

- Baharon, Y, A., Mohd H., (2017) "Citizen Satisfaction with E-government Portals in Malaysia", p. 9. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/323836240_Citizen_Satisfaction_with_E-government_Portals_in_Malaysia

- Bruno E., (2015) “Co-Deciding with Citizens: Towards Digital Democracy at EU Level”, ECAS publ., Retrieved from: <http://www.ecas.org/wp-content/uploads/2015/06/ECAS-Publication-online-version.pdf>
- CDT (2002), *The E-government Handbook for Developing Countries: A Project of InfoDev and The Center for Democracy and Technology*, Center for Democracy and Technology, Washington, DC (PDF) *The impact of electronic government on democracy: E-democracy through e-participation*. Available https://www.researchgate.net/publication/220082835_The_impact_of_electronic_government_on_democracy_E-democracy_through_e-participation
- Council of Europe (2009), “Electronic democracy”. Retrieved: https://www.coe.int/t/dgap/democracy/Activities/GGIS/CAHDE/2009/RecCM2009_1_and_Acomp_Docs/6647-0-ID8289-Recommendation%20on%20electronic%20
- Daniel E., Ward J., “Integrated service delivery: exploratory case studies of enterprise portal adoption in UK local government” *Business Process Management Journal*, vol. 12, no 1, pp. 113–123, 2006. Retrieved: https://www.researchgate.net/publication/42789442_Integrated_service_delivery_exploratory_case_studies_of_enterprise_portal_adoption_in_UK_local_government
- Davidson R.M., Wagner C., and Ma L.C.K. (2005) “From government to e-over-ment: a transition model” *Information technology and People*, vol 18, no.3, pp 280–299, Retrieved: https://www.researchgate.net/publication/220436922_From_government_to_e-government_A_transition_model
- Digital McKiency (2018) *The rise of digital challenges, How digitization can become the next growth engine for Central and Eastern Europe, Perspective on Poland*, p. 4 Retrieved: https://digitalchallengers.mckinsey.com/files/Rise_of_Digital_Challengers_Perspective_Poland.pdf
- Emad A. Abu-Shanab (2015) “E-democracy: The Fruit of E-government”, *Int. J. Technology and Globalization* vol 8, No 1, Available at: https://www.researchgate.net/publication/306167221_E-democracy_The_fruit_of_e-government
- EU e-government Action Plan 2016-2020”, COM(2016) 179 final, Brussels 2016. Retrieved: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/EN/1-2016-179-EN-F1-1.PDF>
- European Commission, (2014). Final report: “Study on eGovernment and the reduction of administrative burden”, p. V–VI, 16. Retrieved: <https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/finalreportstudyonegovernmentandthereductionofadministrativeburden.pdf>
- European Commission (2018). Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions, on Digital Education Action Plan, COM) 22 final. Brussels. Retrieved: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0022&from=EN>
- European Commission (2019), “Digital Government Factsheets – Poland”, Warsaw, p. 4 Retrieved: https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/inline-files/Digital_Government_Factsheets_Poland_2019_4.pdf
- Izdebski K. (2020) *Lessons on Trust, Democracy and Technology*” (online) Available at: <https://epf.org.pl/en/2020/03/26/lessons-on-trust-democracy-and-technology/1/04/2020>

- Hernandez K., Roberts T., “Leaving No One Behind in a Digital World” Institute of Development Studies, 2018. Retrieved: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5c178371ed915d0b8a31a404/Emerging_Issues_LNOBDW_final.pdf
- HM Government (2002) “E-government In the Service of Democracy”, Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/265348503_E-government_in_the_service_of_democracy
- Hoffman, J. (2014). Digitalisation and democracy: The challenges of shaping the digital society, (online). Assessed at: https://ec.europa.eu/archives/commission_2010-2014/kroes/en/content/digitisation-and-democracy-challenges-shaping-digital-society-jeanette-hofmann.html
- Jan A. G.M. van Dijk (2012) “Digital Democracy: Vision and Reality”, To be Published in: I. Snellen & W. van de Donk ‘Public Administration in the Information Age: Revisited’, IOS- Press, 2013, Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/287413539_Digital_democracy_Vision_and_reality
- Jansen and Ølnes (2016) „The nature of public e-services and their quality dimensions,, published *Government Information Quarterly*, Volume 33, Issue 4, 2016, pp. 647–657, ISSN 0740-624X, <https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.08.005>.
- Śledziwska K., Levai A., Zięba D., (2016), “Use Of E-Government In Poland In Comparison To Other European Union Member States” *Information Systems In Management* Vol. 5 (1) 119–130. Retrieved: <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmetal.element.baztech-b1333bef-934b-42b2-be7f-307427e6bf06/c/Sledziwska.pdf>
- Świątek W., (2019) „Development of E-administration Services in Poland”, published *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Finansów i Prawa w Bielsku-Białej*, pp. 72–83, DOI 10.5604/01.3001.0013.6545
- Sztop-Rutkowska, et.al., (2019) „E-Government Closer to the People”, pp. 9–10. Retrieved: <http://dilersur.com/wp-content/uploads/2019/04/e-book-final-28.04.2019-1.pdf>
- Tallinn Declaration on E-government, EU 2017, Retrieved from: <https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/document/2018-04/eGovernmentMinisterialDeclarationsignedinTallinnon6October2017.pdf>
- UN (2014), E-government Survey “E-government for the future we want” Retrieved from: <https://publicadministration.un.org/publications/content/PDFs/UN%20E-government%20Survey%202014.pdf>
- UN (2018), E-government survey, “Gearing e-government to support transformation towards sustainable and resilient societies”, Retrieved from: <https://www.unescap.org/resources/e-government-survey-2018-gearing-e-government-support-transformation-towards-sustainable>
- UN (2016) “E-government for Women’s Empowerment”, Retrieved from: <https://www.unescap.org/sites/default/files/E-Government-for-Women-in-Asia-Pacific.pdf>
- UN-DPEPA (2002, May) “Benchmarking E-government: A Global Perspective”, p. 16–19, Retrieved: https://publicadministration.un.org/publications/content/PDFs/ELibrary%20Archives/2002%20Benchmarking%20E-government_A%20Global%20Perspective%20-%20Assessing%2

- United Nations (2003). UN Global E-government Survey, p. 9, Retrieved from: <https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2003-Survey/Complete-Survey.pdf>
- World Bank (2012), Definition of e-government. <https://www.worldbank.org/en/webarchives/archive?url=http%3A%2F%2Fweb.worldbank.org%2F10/01/2020>
- World Bank (2002, July), New-Economy Sector Study: “Electronic Government and Governance: Lessons for Argentina” Washington DC , p. 2–3 Retrieved: <http://documents.worldbank.org/curated/en/527061468769894044/pdf/266390WP0E1G0v1gentinalFinal1Report.pdf>
- Ziemia E., Papaj E. and Descours D. (2014) “Assessing the Quality of E-government Portals-the Polish experience”, ACSIS, Vol 2, pp 1257–1267. Retrieved: https://annals-csis.org/Volume_2/pliks/121.pdf

Websites

- ePUAP, <https://epuap.gov.pl/wps/portal/english>. Accessed: 24/03/2020.
- GOV.UK <https://www.gov.uk/apply-renew-passport> 10/11/2019
- Government of the republic of Poland. e-dowód, <https://www.gov.pl/web/e-dowod> 01.04.2020
- Ministry of Digital Affairs of the Republic of Poland, <https://www.gov.pl/web/digitalization/about-us1> 03/03/2020
- Ministry of Digital Affairs of the Republic of Poland. The main e-services website, <https://obywatel.gov.pl/> 24/03/2020
- Polska bankowość w liczbach <https://prnews.pl/raport-prnews-pl-rynek-bankowosci-internetowej-kw-2018-435269> 25/03/2020
- Polish Information Processing Society (PIPS): <https://pti.org.pl/about-us/> Accessed: 24/03/2020

Noty o Autorach / Notes about the Authors

Magdalena Chybowska – doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauki o polityce i administracji, absolwentka licencjackich studiów: Kulturoznawstwa Europy Środkowej i Wschodniej oraz Europeistyki Wschodniosłowiańskiej na Uniwersytecie Warszawskim (Wydział Lingwistyki Stosowanej); magisterskich studiów: Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna oraz Kulturoznawstwo Ameryki Łacińskiej i Karaibów (Centrum Studiów Latinoamerykańskich) na Uniwersytecie Warszawskim.

Magdalena Chybowska – PhD in social sciences in the discipline of political science and administration, a BA in Cultural Studies of Central and Eastern Europe and in East Slavic European Studies at the University of Warsaw (Faculty of Applied Linguistics); an MA in Journalism and Social Communication and in Latin American and Caribbean Cultural Studies (Center for Latin American Studies) at the University of Warsaw.

Elżbieta Trafialek – profesor nauk społecznych, Wydział Prawa i Nauk Społecznych, Instytut Nauk o Bezpieczeństwie, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach.

Elżbieta Trafialek – professor of social sciences, Faculty of Law and Social Sciences, Institute of Security Sciences, Jan Kochanowski University in Kielce.

Paweł Grzywina – doktor nauk społecznych, profesor Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Jest członkiem Polskiego Towarzystwa Polityki Społecznej oraz Polskiego Towarzystwa Nauk Politycznych, gdzie pełni funkcję prezesa zarządu oddziału katowickiego. Jest również wiceprezesem w Towarzystwie Inicjatyw Naukowych. Koordynował program Uniwersytetu Najlepszych (inicjatywę edukacyjną Uniwersytetu Śląskiego skierowaną do uczniów szczególnie uzdolnionych). Współpracuje z Uniwersytetem Śląskim Młodzieży. W latach 2020–2021 był członkiem zespołu naukowego UŚ w ramach współpracy

z Górnśląsko-Zagłębiowską Metropolią podczas realizacji programu „Młodzi robią Metropolię”. W pracy naukowej zajmuje się zagadnieniami związanymi z polityką młodzieżową oraz polityką zdrowotną.

Paweł Grzywna – PhD in social sciences, professor at the University of Silesia in Katowice. He is a member of the Polish Society of Social Policy and the Polish Society of Political Sciences, where he is the president of the board of the Katowice branch. He is also a deputy-president at the Society for Scientific Initiatives. He coordinated the University of the Best program (an educational initiative of the University of Silesia addressed to particularly talented students). He cooperates with the University of Silesia for the Young. In the years 2020-2021, he was a member of the scientific team of the University of Silesia as part of cooperation with the Upper Silesian-Zagłębie Metropolis during the implementation of the “Young People Make the Metropolis” program. In his research, he is concerned with issues related to youth policy and to health policy.

Natalia Stępień-Lampa – doktor nauk społecznych, adiunkt w Instytucie Nauk Politycznych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Jest członkiem Polskiego Towarzystwa Polityki Społecznej oraz Polskiego Towarzystwa Nauk Politycznych, gdzie pełni funkcję wiceprezesa zarządu oddziału katowickiego. Jest również skarbnikiem w Towarzystwie Inicjatyw Naukowych. W 2010 roku ukończyła Szkołę Trenerów Biznesu, a w 2018 roku – Szkołę Tutorów Akademickich. Jest koordynatorem Uniwersytetu Śląskiego Młodzieży. Koordynowała program Uniwersytet Najlepszych (inicjatywę edukacyjną Uniwersytetu Śląskiego skierowaną do uczniów szczególnie uzdolnionych). Współpracuje z Uniwersytetem Śląskim Maturzystów i Uniwersytetem Śląskim dla Nauczycieli. W latach 2020–2021 pełniła funkcję kierownika zespołu naukowego UŚ w ramach współpracy z Górnśląsko-Zagłębiowską Metropolią podczas realizacji programu „Młodzi robią Metropolię”. W pracy naukowej zajmuje się zagadnieniami związanymi z polityką młodzieżową oraz polityką edukacyjną.

Natalia Stępień-Lampa – PhD in social sciences, assistant professor at the Institute of Political Science of the University of Silesia in Katowice. She is a member of the Polish Society of Social Policy and of the Polish Society of Political Science, where he is the vice-president of the board of the Katowice branch. She is also a treasurer at the Society for Scientific Initiatives. In 2010, she graduated from the School of Business Trainers, and in 2018 from the School of Academic Tutors. She is the coordinator of the University of Silesia for the Young. She coordinated the University of the Best program (an educational initiative of the University of Silesia addressed to particularly talented students). She cooperates with the University of Silesia for Secondary School Graduates and the University of Silesia for Teachers. In the years 2020-2021, she was the head of the scientific team of the University of Silesia as part of cooperation with the Upper Silesian-Zagłębie Metropolis during the implementation of the “Young People Make the

Metropolis” program. In her research she is concerned with issues related to youth policy and education policy.

Maciej Marmola – doktor nauk społecznych w dyscyplinie: nauki o polityce – na podstawie rozprawy pt. „Nowe partie w systemach partyjnych państw Grupy Wyszehradzkiej” (promotor: dr hab. Waldemar Wojtasik). Od listopada 2014 roku zatrudniony jako asystent w Zakładzie Badań nad Zachowaniami Politycznymi Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Autor publikacji naukowych z zakresu systemu partyjnego (szczególnie nowych partii politycznych), zachowań wyborczych i najnowszej historii politycznej Śląska. Oprócz działalności naukowo-dydaktycznej pełnił m.in. funkcje: rzecznika prasowego Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, przewodniczącego Wydziałowej Rady Samorządu Doktorantów oraz sekretarza redakcji czasopisma „Political Preferences” (9 pkt MNiSW). Współpracuje również z kilkoma stowarzyszeniami i organizacjami pozarządowymi. Prywatnie pasjonuje się historią, szczególnie dwudziestowiecznymi dziejami Śląska oraz filmem. W wolnych chwilach tworzy scenariusze i zajmuje się realizacją historycznych filmów dokumentalnych, m.in. serii dokumentalnej „Filmowa Encyklopedia Powstań Śląskich”.

Maciej Marmola – PhD in social sciences in the discipline of political science, based on the dissertation “New Parties in the Party Systems of the Visegrad Group Countries” (under the supervision of Professor Waldemar Wojtasik). Since November 2014, he has been employed as an assistant at the Department of Political Behavior Research at the University of Silesia in Katowice. Author of scientific publications on the party system (especially new political parties), electoral behavior and the recent political history of Silesia. In addition to his scientific and didactic activities, he has held a number of functions, including the following ones: spokesman of the Faculty of Social Sciences of the University of Silesia in Katowice, chairman of the Faculty Council of Doctoral Students’ Self-Government and secretary of the editorial board of the journal “Political Preferences” (9 points on the Ministry of Science and Higher Education list). He also cooperates with several associations and non-governmental organizations. Privately, he is passionate about history, especially the twentieth-century history of Silesia and film. In his free time, he writes film scripts and is involved in the production of historical documentary films, including the series “Film Encyclopedia of Silesian Uprisings”.

Karolina Kaczmarczyk – studentka II roku politologii (studia magisterskie), absolwentka kierunku doradztwo polityczne i publiczne (studia licencjackie) na Uniwersytecie Śląskim w Katowicach, przewodnicząca Koła Naukowego Doradztwa Politycznego UŚ. Jej zainteresowania badawcze obejmują samorząd

terytorialny i politykę lokalną (w szczególności pozycję komitetów lokalnych w samorządzie).

Karolina Kaczmarczyk – second-year student of political science (MA studies), graduate of political and public counseling (BA studies) at the University of Silesia in Katowice; chairwoman of the Scientific Club of Political Consulting at the University of Silesia. Her research interests include local government and local policy (in particular the position of local committees in local government).

Jerzy Sielski – profesor nauk społecznych, Katedra Prawa i Administracji, Wyższa Szkoła Finansów i Prawa w Bielsku-Białej. Zainteresowania: teoria polityki, decydowanie polityczne, systemy polityczne, przywództwo polityczne, Daleki Wschód. Ogółem – jako autor i redaktor – opublikował ponad 100 prac naukowych, m.in. *Pierwotne kategorie aksjologicznej analizy decyzyjnej* (Katowice 1997), *Teoretyczne aspekty przywództwa politycznego. Casus Polski* (Toruń 2013), *Partie polityczne – przywództwo partyjne* (red. J. Sielski i M. Czerwiński, Toruń 2008), *The Jews of Częstochowa. The Fate of Częstochowa Jews 1945–2009* (ed. J. Mizgalski, J. Sielski, Toruń 2012).

Jerzy Sielski – professor of social sciences, Department of Law and Administration, School of Finance and Law in Bielsko-Biała. His interests include: political theory, political decision-making, political systems, political leadership, and the Far East. In total – as author and editor – he has published over 100 scientific papers, including *Pierwotne kategorie aksjologicznej analizy decyzyjnej* [*Primary Categories of Axiological Decision-Making Analysis*, Katowice 1997], *Teoretyczne aspekty przywództwa politycznego. Casus Polski* [*Theoretical Aspects of Political Leadership. The Casus of Poland*, Toruń 2013], *Partie polityczne – przywództwo partyjne* [*Political Parties – Party Leadership*, ed. J. Sielski and M. Czerwiński, Toruń 2008], *The Jews of Częstochowa. The Fate of Częstochowa Jews 1945–2009* (ed. J. Mizgalski, J. Sielski, Toruń 2012).

Sylwia Szostak – doktor nauk humanistycznych, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach oraz wykładowca w Szkole Filmowej im. Krzysztofa Kieślowskiego. Tytuł doktora uzyskała na University of Nottingham w Wielkiej Brytanii w 2014 roku. Pracowała przy projekcie Screening Socialism (University of Loughborough) służącym badaniu roli telewizji w życiu codziennym w okresie socjalizmu. Publikowała w cenionych, międzynarodowych czasopismach akademickich m.in.: “European Journal of Cultural Studies”, “The Journal of Popular Television”, “Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies”. Przez kilka lat zawodowo związana była ze stacją TVN, gdzie zajmowała się m.in. działaniami z zakresu *public relations* seriali i programów rozrywkowych.

Prowadzi wykłady z zakresu telewizji, kultury audiowizualnej oraz marketingu i PR-u kontentu telewizyjnego. Interesuje się kulturą produkcji sektora telewizyjnego, organizacją branży telewizyjnej, marketingiem show-biznesu i przemysłem kreatywnym. Członkini Polskiego Stowarzyszenia Public Relations oraz Polskiego Towarzystwa Edukacji Medialnej.

Sylwia Szostak – PhD in the humanities, assistant professor at the Institute of Journalism and Media Communication of the University of Silesia in Katowice and lecturer at the Krzysztof Kiesłowski Film School. She received her PhD from the University of Nottingham in the UK in 2014. She has worked on the Screening Socialism project (University of Loughborough) to study the role of television in everyday life during the socialist period. She has published in high-ranking international academic journals, including: *European Journal of Cultural Studies*, *The Journal of Popular Television*, and *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*. For several years she was professionally associated with the TVN television station, dealing with, among other functions, with public relations activities related to TV series and entertainment shows. She lectures on television, audiovisual culture as well as marketing and the PR of television content. Her interests include the production culture of the television sector, the organization of the television industry, show business marketing, and the creative industry. She is a member of the Polish Public Relations Association and the Polish Society for Media Education.

Olawale Olufemi Akinrinde – lekarz; wykłada i prowadzi badania w dziedzinie obronności, bezpieczeństwa i studiów strategicznych na Wydziale Nauk Politycznych, Osun State University w Nigerii; posiada tytuł wybitnego doktora w dziedzinie obrony i studiów strategicznych prestiżowej Nigeryjskiej Akademii Obrony oraz tytuł magistra (M.Sc.) stosunków międzynarodowych Nigeryjskiego Premier University, University of Ibadan oraz tytuł licencjata pierwszej klasy w dziedzinie nauk politycznych i stosunków międzynarodowych z Osun State University. Jest dwukrotnym laureatem nagrody przyznawanej przez Radę Rozwoju Badań Nauk Społecznych w Afryce. Jego prace ukazały się, między innymi, w “NUST Journal of International Peace & Stability”, “The Journal of International Relations, Peace Studies and Development”, “The Journal of African-Centered Solutions in Peace and Security”, “Journal of Digital Food, Energy & Water Systems”, “European Journal of Geopolitics”, “Przegląd Politologiczny”, “Acta Politica Polonica”, “Studia Securitatis”, “Studia Politica Slovaca”, “Law Research Review Quarterly”, “The Annals of Spiru Haret University Economic Series” i “Annals of the Costantin Brâncuși University of Târgu Jiu Letters and Social Science Series”.

Olawale Olufemi Akinrinde – doctor; teaches and conducts research in Defence, Security and Strategic studies in the Department of Political Sciences, Osun State University, Nigeria; He holds an Outstanding PhD in Defence and

Strategic Studies from the prestigious Nigerian Defence Academy, with an M.Sc. in International Relations from Nigeria's Premier University, the University of Ibadan, and a First-Class Bachelor's Degree in Political Science and International Relations from Osun State University. A double Laureate of the Council for the Development of Social Science Research in Africa. His works have appeared in "NUST Journal of International Peace & Stability", "The Journal of International Relations", "Peace Studies and Development", "The Journal of African-Centered Solutions in Peace and Security", "Journal of Digital Food, Energy & Water Systems", "European Journal of Geopolitics", "Przegląd Politologiczny", "Acta Politica Polonica", "Studia Securitatis", "Studia Politica Slovaca", "Law Research Review Quarterly", "The Annals of Spiru Haret University Economic Series", and "Annals of the Costantin Brâncuși University of Târgu Jiu Letters and Social Science Series", among others.

Bolaji Omitola – profesor nauk politycznych, jest obecnie członkiem rady zarządzającej Osun State University w Nigerii; w latach 2019–2020 był profesorem naukowym na Landmark University, Omu-Aran w Nigerii. Wcześniej pełnił różne funkcje na Osun State University, w tym rektora i kierownika kampusu, dziekana Wydziału Nauk Społecznych, dyrektora studiów nad przedsiębiorczością, dziekana do spraw studenckich, kierownika Wydziału Nauk Politycznych i redaktora *Uniosun Journal of Politics and Society* (UJPS). Jego zainteresowania badawcze obejmują instytucje polityczne, porównawczą politologię, administrację publiczną i stosunki międzynarodowe. Uczestniczył w warsztatach, seminariach i konferencjach w Nigerii i za granicą. Publikował artykuły w renomowanych lokalnych, krajowych i międzynarodowych czasopismach oraz recenzowanych książkach. Publikował między innymi w "Ife Social Science Review", "Nigeria Journal of International Affairs" (NJIA), "African Security Review" (ASR) i "Africa Institute of South Africa" (redagowane materiały konferencyjne). Jest redaktorem naczelnym „Annals of Social Science”, publikacji Wydziału Nauk Społecznych uniwersytetu Osun State University w Nigerii.

Bolaji Omitola – a professor of political science is currently a member of the governing council of Osun State University, Nigeria and Sabbatical Professor at Landmark University, Omu-Aran (2019–2020), Nigeria. Prior to this appointment; He had served in various capacities in Osun State University including Provost and Head of Campus, Dean, Faculty of the Social Sciences, Director of Entrepreneurial Studies, Dean, Students Affairs, Head, Department of Political Sciences and Editor, *Uniosun Journal of Politics and Society*, (UJPS). Areas of His research interest include political institutions, comparative politics, public administration and international relations. He has attended workshops, seminars and conferences in Nigeria and overseas. He has published articles in local, national and international reputable journals and peer reviewed books. These include "Ife Social Science Review", "Nigeria Journal of International Affairs" (NJIA), "African Security Review" (ASR), and "Africa Institute of South Africa"

edited conference proceedings among others. He is Editor-in-chief of “Annals of Social Science”, a publication of the Faculty of the Social Sciences, Osun State University, Nigeria.

Usman Tar – profesor; dziekan Wydziału Sztuki i Nauk Społecznych oraz Fundowanej Katedry Studiów Obronnych i Bezpieczeństwa w Nigeryjskiej Akademii Obrony w Kaduna w Nigerii. Jest także dyrektorem Centrum Badań i Dokumentacji Wojskowej w Nigeryjskiej Akademii Obrony w Kadunie. Jest autorem ponad stu recenzowanych i opartych na empirycznych badaniach publikacji, w tym: *Palgrave Handbook of Small Arms and Conflicts in Africa* (Londyn: Palgrave Macmillan, 2021), *Handbook of Counterterrorism and Counterinsurgency in Africa* (New York: Routledge Publishers, 2021), *Regional Security in Africa: Perspectives on Counterterrorism and Counterinsurgency in the Lake Basin* (Lanham MD: Lexington Books, 2020), *Globalisation in Africa: Perspectives on Development, Security and the Environment* (Lanham, MD, USA, Lexington Books, 2016), *Neoliberal Democracy in Africa* (Londyn: Bloomsbury, 2008).

Usman Tar – professor; the Dean of the Faculty of Arts and Social Sciences and the Endowed Chair of Defence and Security Studies at the Nigerian Defence Academy, Kaduna, Nigeria. He is also the Director of the Center for Military Research and Documentation at Nigerian Defence Academy, Kaduna, Nigeria. With over a hundred peer-reviewed and empirical publications, some of His works include: *Palgrave Handbook of Small Arms and Conflicts in Africa* (London: Palgrave Macmillan, 2021), *Handbook of Counterterrorism and Counterinsurgency in Africa* (New York: Routledge Publishers, 2021), *Regional Security in Africa: Perspectives on Counterterrorism and Counterinsurgency in the Lake Basin* (Lanham MD: Lexington Books, 2020), *Globalisation in Africa: Perspectives on Development, Security and the Environment* (Lanham, MD, USA, Lexington Books, 2016), *Neoliberal Democracy in Africa* (London: Bloomsbury, 2008).

Satine Abrahamyan – doktorantka na Uniwersytecie Wrocławskim na Wydziale Nauk Politycznych i Administracyjnych. Otrzymała stypendium badawcze im. Lane’a Kirklanda oraz prowadziła badania na temat „Wpływu wdrażania e-administracji na wzmacnianie demokracji i upodmiotowienie obywateli: przypadek Polski”.

Satine Abrahamyan – a PhD candidate at University of Wrocław at the department of Political and Administrative sciences. She was awarded Lane Kirkland research scholarship and conduct research on the topic of “The impact of e-government Implementation on Enhancing Democracy and Citizen Empowerment: the case of Poland”.

Spis treści

Magdalena Chybowska, Elżbieta Trafiałek: Działania pomocowe na rzecz ograniczania kryzysu migracyjnego	3
Paweł Grzywna, Natalia Stępień-Lampa: The New Role of the University on the Example of the University of the Best Programme Conducted by the University of Silesia in Katowice	15
Maciej Marmola, Karolina Kaczmarczyk: Odpartyjnienie samorządu, ale nie na każdym szczeblu – studium wyborów samorządowych 2018 w województwie śląskim	45
Jerzy Sielski: Demokracja chińska	61
Sylwia Szostak: Kultura pracy w zawodzie specjalisty PR w telewizji	79
Olawale Olufemi Akinrinde, Bolaji Omitola, Usman Tar: Nigerian Political Elites and the Covid-19 Pandemic’s Management Deficits: Implications for Nigeria’s Sustainable Development Goals	115
Satine Abrahamyan: Evaluation of e-Government Information and Services among Students in the City of Wrocław	133
Noty o Autorach	153

Table of Contents

Magdalena Chybowska, Elżbieta Trafiałek: Aid Measures Reducing the Scale of Migration Crisis	3
Paweł Grzywna, Natalia Stępień-Lampa: The New Role of the University on the Example of the University of the Best Programme Conducted by the University of Silesia in Katowice	15
Maciej Marmola, Karolina Kaczmarczyk: Non-partisan Local Government, but Not at Every Level – Study of the 2018 Elections in the Silesian Voivodeship	45
Jerzy Sielski: Chinese Democracy	61
Sylwia Szostak: Working Culture in the Profession of PR Specialist in Television	79
Olawale Olufemi Akinrinde, Bolaji Omitola, Usman Tar: Nigerian Political Elites and the Covid-19 Pandemic’s Management Deficits: Implications for Nigeria’s Sustainable Development Goals	115
Satine Abrahamyan: Evaluation of e-Government Information and Services among Students in the City of Wrocław	133
Notes about the Authors	153

Redakcja i korekta tekstów w języku polskim / Polish texts copy editing
Barbara Konopka

Korekta tekstów w języku angielskim / English texts proofreading
Dagmara Magryta

Projekt okładki i przygotowanie do druku / Cover design and preparation for printing
Beata Klyta

Łamanie / Typesetting
Marek Zagniński

ISSN 2353-9747

(wersja elektroniczna) / (electronic version)

Wersją referencyjną czasopisma, począwszy od 2018 roku, jest wersja elektroniczna, ukazująca się na platformach: / The reference version of the journal is the electronic version, which appears on the platforms:

Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com

University of Silesia Press – Open Journal System www.journals.us.edu.pl

Czasopismo wcześniej ukazywało się w formie drukowanej z ISSN 1895-3492

This journal was formerly published in print with the following identifier ISSN 1895-3492

Creative Commons

Uznanie autorstwa-Na tych samych warunkach
4.0 Międzynarodowe (CC BY-SA 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed>



Wydawca / Publishing Office

Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego

ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice

www.wydawnictwo.us.edu.pl

e-mail: wydawnictwo@us.edu.pl

Ark. druk. 10,25. Ark. wyd. 11,5.

Egzemplarz bezpłatny

ISSN 2353-9747

14



9 772353 974 109

Więcej o książce

