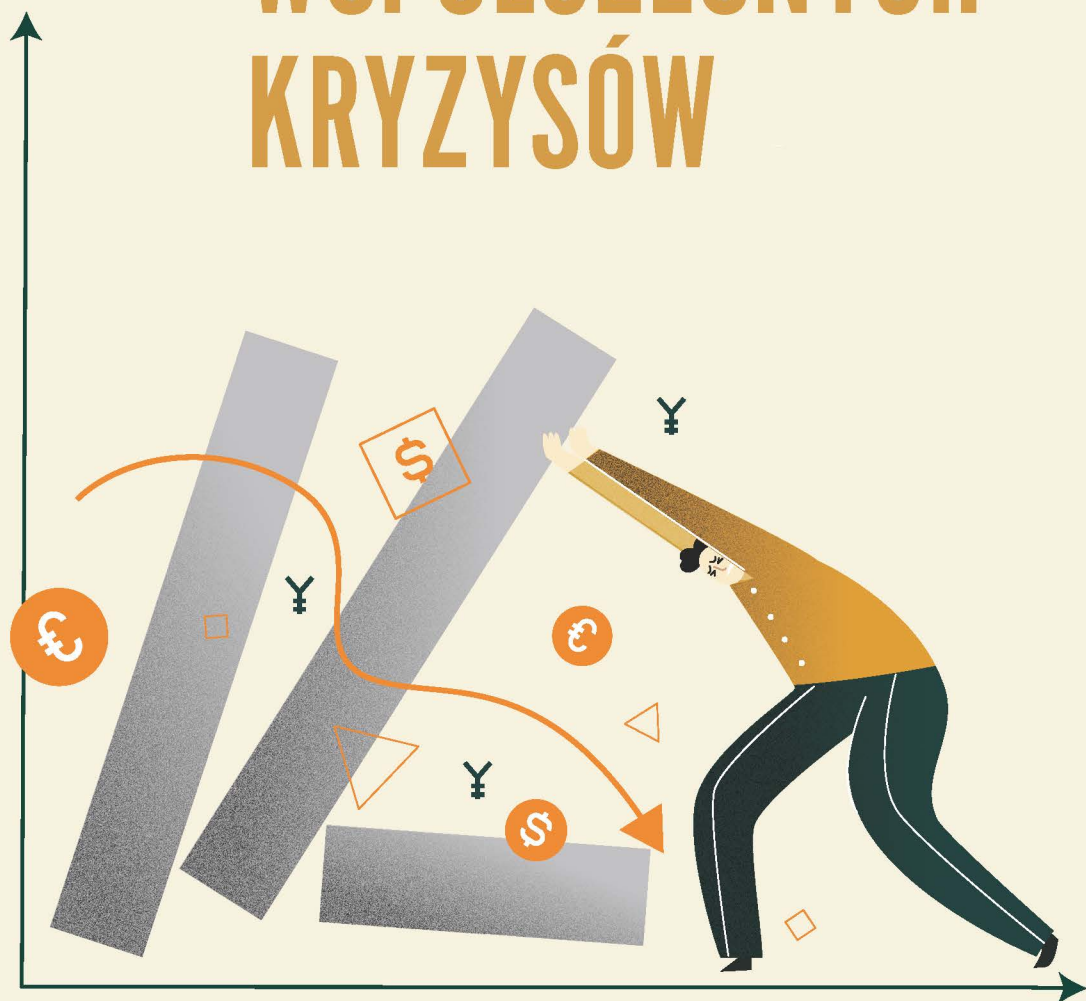


**Agnieszka
Kisztelińska-Węgrzyńska**

KOSZTY WSPÓŁCZESNYCH KRYZYSÓW



**KOSZTY
WSPÓŁCZESNYCH
KRYZYSÓW**



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

**Agnieszka
Kisztelińska-Węgrzyńska**

KOSZTY WSPÓŁCZESNYCH KRYZYSÓW

Agnieszka Kisztełińska-Węgrzyńska – Uniwersytet Łódzki
Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych
Katedra Teorii i Historii Stosunków Międzynarodowych, 90-127 Łódź, ul. Składowa 43

RECENZENCI

Bogdan Koszel, Andrzej Krzak

REDAKTOR INICJUJĄCY

Natasza Koźbiał

OPRACOWANIE REDAKCYJNE

Bogusława Kwiatkowska

SKŁAD I ŁAMANIE

Munda – Maciej Torz

KOREKTA TECHNICZNA

Anna Jakubczyk

PROJEKT OKŁADKI

Polkadot Studio Graficzne

Aleksandra Woźniak, Hanna Niemierowicz

Grafika wykorzystana na okładce: © Depositphotos.com/Dukheva

© Copyright by Authors, Łódź 2021

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2021

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
Wydanie I. W.10420.21.0.M

Ark. wyd. 16,0; ark. druk. 16,75

e-ISBN 978-83-8220-700-2
<https://doi.org/10.18778/8220-700-2>

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
90-131 Łódź, ul. Lindleya 8
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. 42 665 58 63

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Anna Patecka-Frauenfelder Wizerunek polityka w warunkach kryzysu. Willy Brandt w polskiej publicystyce doby PRL	15
Marek Sempach Komunikacja w czasach kryzysu. Specyfika efektywnego komunikowania się z wyborcami współczesnych, zorientowanych rynkowo organizacji politycznych	39
Zuzanna Kowalczyk Konflikty klimatyczne w dobie pandemii COVID-19 w Ameryce Łacińskiej	63
Michał Sędkowski Międzynarodowe korporacje w dobie globalnego Internetu – nowa normalność czy zapowiedź kryzysu?	81
Marcin Socha Impuls do rozwoju czy symbol kryzysu. Zmiana postrzegania Igrzysk Olimpijskich w Tokio 2020 po wybuchu pandemii COVID-19	103
Dawid Sawa Łacińska Unia Monetarna a Skandynawska Unia Monetarna – podobieństwa i różnice	135
Maciej Paszyn Konflikt Arabii Saudyjskiej z Katarą. Próba analizy wydarzeń z lat 2017–2021	153
Marek Sempach Amerykanizacja kampanii wyborczych a aplikacja marketingu na rynku politycznym w Polsce w pierwszej dekadzie przemian ustrojowych	165

Spis treści

Joanna Pietraszczyk-Sękowska

Samobrona i *retornantes*. Następstwa powojennych migracji
powrotnych w Andy na przykładzie nielegalnych zasiedleń terenów
podmiejskich Ayacucho

191

Maria Antonina Łukowska

Bałuty w XXI wieku. Kryzys tożsamości?

221

WSTĘP

Współczesne badania politologiczne chętnie podejmują temat kryzysu. Trwająca pandemia wywołana wirusem SARS-COV 2 mobilizuje do analizowania tematów związanych z oceną jej bieżących konsekwencji. Ujmując zjawisko kryzysów nieco szerzej, chcieliśmy zderzyć ze sobą różnorodne ujęcia warunków, w jakich się odbywały, jak i wywołanych rezultatów. Biorąc pod uwagę definicję słowa kryzys opublikowaną przez Encyklopedię PWN, przyjęliśmy wspólnie, że:

kryzys, termin wywodzący się z języka greckiego oznacza okres załamania, przesilenia i potencjalnego przełomu w funkcjonowaniu danego systemu społecznego lub politycznego. Dodatkowo większej precyzji nabiera termin kryzys dopiero przez podanie, jakiej sfery dotyczy, np. kryzys polityczny – załamanie się określonej polityki i utrata przez grupę rządzącą przyzwolenia społecznego, kryzys rządowy – upadek rządu w wyniku udzielenia mu przez parlament wotum nieufności; kryzys parlamentarny – utrata większości przez partię lub koalicję rządzącą, prowadząca do konieczności rozpisania nowych wyborów; kryzys społeczny – stan kumulacji napięć i konfliktów społ., których rozwiązanie wymaga wyjścia poza stosowane do tej pory rozwiązania; kryzys naukowy – sytuacja, w której istniejące teorie nie są w stanie wyjaśnić nowo odkrytych faktów; kryzys kultury – sytuacja, w której następuje upadek dotychczasowych wartości, a nie wykształcają się jeszcze nowe, które mogłyby zająć ich miejsce¹.

Przygotowana publikacja ukazuje wielorakie konsekwencje współczesnych kryzysów i sposoby radzenia sobie z ich rezultatami.

Zespół politologów z Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politologicznych Uniwersytetu Łódzkiego przygotował dziesięć artykułów poświęconych różnorodnym ujęciom kryzysu wraz oceną wywołanych konsekwencji, przy wykorzystaniu metod badawczych typowych dla nauk społecznych, zwłaszcza zaś nauk o polityce i administracji. Do najważniejszych wymienić należy: metodę obserwacji, studium przypadku, wywiady pogłębione, metodę analizy dyskursu, metodę komparatystyczną, statystyczną, analizy treści, metodę ilościową, analizę polityki zagranicznej i metodę historyczną. Autorki i Autorzy reprezentujący odrębne metody badawcze podjęli szereg wątków

¹ *Encyklopedia PWN*, słowo kryzys, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/kryzys;4011371.html> (dostęp: 10.08.2021).

charakteryzujących ekonomiczne, społeczne, kulturowe i polityczne oblicza zmian wywołanych kryzysami zarówno światowymi, jak i lokalnymi. Część z nas prowadzi badania w dwóch dyscyplinach naukowych i poza naukami o polityce i administracji, są dla nas ważne także: antropologia, marketing i zarządzanie, nauki o kulturze i religii oraz historia.

Przygotowane badania dotyczą kolejno: wizerunku polityka w warunkach kryzysu, czyli narracji na temat Willy'ego Brandta w polskiej publicystyce, współczesnej komunikacji w czasach kryzysu i specyfiki efektywnego komunikowania się z wyborcami, konfliktów klimatycznych w dobie pandemii COVID-19 w Ameryce Łacińskiej, międzynarodowych korporacji w dobie Internetu czy zmian postrzegania Igrzysk Olimpijskich w Tokio 2020 po wybuchu pandemii COVID-19. Spojrzeniem w przeszłość jest porównanie Łacińskiej Unii Monetarnej i Skandynawskiej Unii Monetarnej upadających w wyniku XX-wiecznych kryzysów. Kryzysy polityczne opisano przez: przymat konfliktu Arabii Saudyjskiej z Katarom, a także amerykańskiej kampanii wyborczych i ich wpływu na polski rynek polityczny czy następstw powojennych migracji powrotnych w Andy na przykładzie nielegalnych zasiedleń terenów podmiejskich Ayacucho. Ostatni artykuł prezentuje kryzys w ujęciu kulturowym i dotyczy zagadnień tożsamości i jej zmian w obrębie Bałut – ważnej historycznie i współcześnie dzielnicy Łodzi.

Pierwszy z artykułów ukazuje wizerunek Willy Brandta w polskiej publicystyce doby PRL. W badaniu przyjęto hipotezę, iż pozytywny wizerunek kanclerza w polskim dyskursie wynikał z potrzeb legitymizacyjnych władzy. Decydującą rolę w kształtowaniu pozytywnego obrazu zachodniemieckiego polityka w polskiej prasie odegrał sam kanclerz, doceniany na całym świecie za skuteczne wdrożenie *Ostpolitik*, natomiast po 1981 r. za demonstrowany przez niego stosunek do komunistycznej władzy i ruchów solidarnościowych. W sytuacjach kryzysowych i przełomowych sięgano po wypracowany po 1970 r. wizerunek Brandta jako uznanego polityka Zachodu celem podkreślenia słuszności prowadzonej polityki.

Fragment na temat komunikacji w czasach kryzysu i specyfiki efektywnego komunikowania się z wyborcami jest weryfikacją kluczowych, pośrednich instrumentów komunikacji na rynku politycznym w Polsce. Współczesne organizacje polityczne wykorzystują działania marketingowe do zdobycia przewagi konkurencyjnej w czasach kryzysu. Całość ich działań opiera się na wcześniejszej analizie rynku, wyborze grupy docelowej oraz odpowiednim zastosowaniu narzędzi marketingowych. Działają jako przedsiębiorcy, aby zmaksymalizować swoją efektywność i zadowolić wyborców.

Artykuł dotyczący zaostrenia się konfliktów klimatycznych – głównie w Amazonii – w okresie pandemii COVID-19 zawiera analizę rozwoju

problemu poszerzoną o zagadnienia bezpieczeństwa, ekologii, jak również szerszego zainteresowania degradacją środowiska jako przyczyny konfliktów, w których strony uciekają się do przemocy. Następnie nakreślona została współczesna sytuacja w wybranym regionie Amazonii. Wskazano czynniki nasilenia się zjawiska nielegalnego wydobycia złota oraz przedstawiono możliwe działania, które należy podjąć, aby zmniejszyć skalę występowania konfliktów klimatycznych w przyszłości.

Celem kolejnego artykułu jest spojrzenie na wpływ globalnych korporacji na prywatność użytkowników w Internecie. Media społecznościowe od wielu lat oferują darmową przestrzeń na dowolne treści stworzone przez użytkowników, jednak dopiero od niedawna padają pytania o faktyczny koszt korzystania z tych usług. Dzięki technologiom internetowym działalność użytkowników w Internecie jest śledzona i przetwarzana do celów marketingowych, bardzo często bez możliwości zatrzymania czy ograniczenia tego procesu. Problem ten okazał się szczególnie istotny w czasie pandemii, gdzie Internet stał się jedynym źródłem informacji oraz narzędziem komunikacji z innymi.

Analiza znaczenia gospodarczego, politycznego i wizerunkowego Igrzysk Olimpijskich i Paraolimpijskich w Tokio 2020 uwzględnia kluczową zmianą, jaką jest wpływ kryzysu wywołanego wybuchem pandemii COVID-19 na przebieg wydarzenia. Analiza została przeprowadzona na podstawie danych statystycznych dotyczących nastrojów społecznych w Japonii i za granicą, wypowiedzi japońskich polityków, przedstawicieli biznesu, mediów i innych grup zaangażowanych w organizację IO. Artykuł pokazuje, że IO w Tokio nie tylko nie spełniły oczekiwań rządu, organizatorów, biznesu, społeczeństwa i społeczności międzynarodowej, ale także przyczyniły się do pogłębienia kryzysu zaufania do polityków oraz utrwalenia negatywnego postrzegania japońskiej sytuacji gospodarczej, określanego w Japonii mianem straconych dekad. Pogarszający się odbiór igrzysk wśród japońskiego społeczeństwa nie jest spowodowany tylko i wyłącznie pogorszeniem sytuacji pandemicznej, lecz także brakiem zarządzania kryzysowego oraz skutecznej strategii komunikacyjnej rządu.

Artykuł dotyczący genezy i rozwoju Łacińskiej Unii Monetarnej oraz Skandynawskiej Unii Monetarnej przygotowano w perspektywie porównawczej. Wymienione unie były próbą jednoliceń państw kontynentu europejskiego dla celów ekonomicznych. W tej koncepcji dużą rolę odgrywała polityka, która wytyczała kierunki również te o charakterze gospodarczym. Poruszono także kwestię bimetalizmu, która w koncepcji unii monetarnych odgrywa istotną rolę. Następny fragment analizuje wydarzenia, jakie miały miejsce w Regionie Zatoki Perskiej w latach 2017–2021, kiedy to nastąpiła eskalacja konfliktu Arabii Saudyjskiej z Katarą, przy aktywnym udziale

Iranu i w mniejszym stopniu Turcji. Przebieg konfliktu, zachowanie stron wpłynęły nie tylko na relacje międzynarodowe w regionie Zatoki Perskiej. Był sprawdzianem wytrwałości Kataru w zderzeniu z potężnym sąsiadem, dla organizacji regionalnej (GCC) jako forum porozumienia się krajów regionu. Dla Teheranu był okazją dla poszerzania strefy wpływów, co jak pokazały wydarzenia pomiędzy 2017 a 2021 r., częściowo się udało.

Marketing polityczny był stale rozwijany w USA, które stały się światowym liderem w zastosowaniach marketingowych na rynku politycznym. Po upadku komunizmu w Polsce w 1989 r. zaistniały nowe okoliczności środowiskowe, a kampania polityczna w stylu amerykańskim stała się osiągalna. Artykuł ten, autorstwa Marka Sempacha, zawiera ocenę kluczowych polskich kampanii, które miały miejsce w czasach kryzysu i pierwszej dekadzie po transformacji ustrojowej. Weryfikuje charakter zaangażowania marketingowego stosowanego przez lokalne organizacje partyjne, poświadczając kwestię amerykanizacji polskich działań marketingowych.

Ostatni artykuł, ujmujący relacje w Ameryce Południowej, omawia obserwowane od ponad trzech dekad powroty peruwiańskich uchodźców wewnętrznych na tereny środkowo-południowych Andów. Stanowią one wyraźny przykład zjawiska decentralizacji współczesnych procesów migracyjnych. Choć są bezpośrednim następstwem konfliktu zbrojnego z lat 1980–2000, ich przebieg determinują również regionalne tradycje migracyjne oraz bieżące uwarunkowania polityczne i ekonomiczne, co czyni z nich problem głęboko amorficzny i, tym samym, bardzo trudno mierzalny. W efekcie poszczególne przykłady andyjskich *retornos*, ich okoliczności i następstwa badane są przede wszystkim z perspektywy jakościowej, najczęściej z uwzględnieniem szerokiego kontekstu historycznego, społeczno-kulturowego i polityczno-ekonomicznego badanego przypadku. Celem wymienionego artykułu było ukazanie panoramy współczesnych powrotów peruwiańskich uchodźców na tereny andyjskiego wyżu oraz scharakteryzowanie na jego tle specyficznej formy migracji powojennej, jaką stanowią zbrojne zasiedlenia obszarów byłych hacjend, okalających miasta, czyli tzw. inwazje *retornantes* zwanych szerzej *afectados*.

Kryzys współczesnej tożsamości ukazany został na przykładzie Bałut, czyli najśłynniejszej wsi w obrębie miasta w Polsce, dotyczy perspektywy zmian w skali mikro. „Nowi imigranci” pochodzący z innych miast i części Polski unikają kupna lub wynajmu mieszkania w obrębie tej dzielnicy. Z kolei rodzimi mieszkańcy Bałut, zwłaszcza ci wielopokoleniowi, często nie wyobrażają sobie mieszkania gdzie indziej. Bałuty ze swoją barwną przeszłością, wielokulturowym i wielowyznaniowym dziedzictwem, ze swoim specyficznym językiem i pamięcią o znanych, wybitnych i często dwuznacznych bohate-

rach pozostawiają w każdym, kto się tu urodził, trwały ślad, a często tęsknotę. Dzięki tym odczuciom współczesne pokolenie wyraża swój stosunek do dzielnicy w formie graffiti na odrapanych i wałących się murach Starych Bałut – najbardziej zaniedbanej dzielnicy w Łodzi, dzięki czemu staje się ona jednocześnie najbardziej „narracyjną” dzielnicą miasta. Nie tylko ta twórczość, ale również zachowania mieszkańców częstokroć nawiązują do minionej, a czasem kontynuowanej przeszłości. Jednocześnie w obrębie Bałut toczy się walka o możliwość stawiania nowych budynków mieszkalnych przez deweloperów niemających pojęcia o specyfice tej dzielnicy i tożsamości jej mieszkańców.

Koszty współczesnych kryzysów scharakteryzować można w kilku zasadniczych grupach. Pierwsza dotyczy ich oceny i prezentacji w przestrzeni publicznej. Bagatelizowanie konsekwencji kryzysów społecznych czy politycznych przy wykorzystaniu różnorodnych kanałów medialnych zazwyczaj następuje w celu legitymizacji realizowanej polityki. Brak znajomości istoty i dynamiki rozwoju zjawiska kryzysowego eliminuje podjęcie właściwych rozwiązań czy debaty publicznej jej dotyczącej. Przykładowo, partie polityczne powinny dążyć do pełnej profesjonalizacji swoich działań poprzez odpowiednie zarządzanie procesem komunikowania, który należy prowadzić nieustająco w trakcie całego cyklu wyborczego, a nie jedynie w warunkach kryzysu.

Kryzys postrzegany z perspektywy jednostki przedstawia szacunki strat dotyczące poszczególnych uczestników. Następuje zmiana postrzegania bezpieczeństwa wyłącznie przez pryzmat bezpieczeństwa państwa, a coraz większy nacisk kładzie się również na ocenę zagrożenia przeciętnych obywateli wynikającego często ze zniszczenia środowiska naturalnego. Przyglądając się państwom w Ameryce Południowej, można zauważyć, iż szczególne koszty dewastacji środowiska ponosi ludność rdzenna lub z najuboższych grup społecznych.

Kolejną grupą są koszty społeczne. W konsekwencji współczesnych kryzysów dochodzi do wykluczenia najbardziej wrażliwych grup społecznych. Skala ubóstwa również ma znaczenie dla nasilania się konfliktów o zasoby naturalne spowodowanych zmianami środowiska. Degradacja środowiska naturalnego w regionie latynoamerykańskim wynika w głównej mierze z ubóstwa społeczności lokalnych, ponieważ jest jedynym źródłem utrzymania społeczności zaangażowanych w nielegalny przemysł wydobywczy. Dodatkowo, słabsze pod względem wpływu politycznego, uboższe społeczności funkcjonują tam, gdzie firmy sytuują składowiska odpadów czy spalarnie i właściwie w starciu z dobrze zorganizowanymi i wzmocnionymi przez władze korporacjami nie mają szans w prezentowaniu własnych racji, a ich aktywność, apele i stanowisko nie są prezentowane w przestrzeni medialnej.

Zmiany zachodzą w obrębie świadomości na temat współodpowiedzialności za losy przyszłych pokoleń. Unia Europejska zakończyła w lutym 2021 r. konsultacje społeczne, w których udział wzięli obywatele państw unijnych, przedstawiciele biznesu, organizacje międzynarodowych i społecznych. Debata dotyczyła projektu „Sustainable corporate governance” na temat odpowiedzialności funkcjonowania przedsiębiorstw dla zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska. W dalszej perspektywie jej konsekwencje mogą sięgać poza kontynent europejski. Projekt w obecnej fazie jest krytykowany. Jego wprowadzenie może oznaczać zwiększenie kosztów produkcji czy wzrost cen dla konsumentów. Głównym celem jest budowa większej świadomości społecznej na temat podejmowania codziennych decyzji odnośnie do zakupów i ograniczenia masowej konsumpcji.

Odrębną wśród konsekwencji godzących bezpośrednio w jednostkę jest utrata prywatności i samodzielności w związku z rozwojem nowych mediów. Definiowanie tożsamości, wynikające z postępujących zmian kulturowych, i potrzeba określenia tego, co wspólne i odrębne staje się widocznym, wręcz wszechogarniającym zjawiskiem światowym. Ceną jest tutaj prywatność i konieczność dzielenia się swoimi danymi z potężnymi korporacjami, które później wykorzystują te dane do budowania spersonalizowanych kampanii marketingowych. Siła przetargowa tych firm jest wystarczająca, by proponować standardy i zmiany, które dotyczą szeroko pojętego Internetu. W konsekwencji, sieć globalna, która miała być najbardziej demokratycznym z mediów, zarządzana jest przez pojedyncze globalne firmy, które decydują o tym, co dany użytkownik zobaczy, a co zostanie przemilczane. Z punktu widzenia użytkowników pozytywną zmianą jest wprowadzenie przez gigantów medialnych narzędzi pozwalających sprawdzić, jakimi danymi dysponują firmy, oraz nakazać ich usunięcie. Nie chroni to przed dalszym śledzeniem aktywności w Internecie, lecz ogranicza ewentualne negatywne skutki.

Wśród konsekwencji makroekonomicznych wymienić należy: współdziałanie Banku Światowego z Międzynarodowym Funduszem Walutowym w ramach finansowania ogromnych i kapitałochłonnych inwestycji, bez uwzględniania lepiej dostosowanych do lokalnych warunków rozwiązań. Koszty finansowe wynikają także z chęci maksymalizacji zysku przy jednoczesnym cięciu kosztów wynikającym z polityki firm z zagranicznym kapitałem, stosujących praktyki niedozwolone w krajach ich pochodzenia.

Koszty finansowe kryzysów przeniosły się również na przebieg debaty publicznej, przykładem były wypowiedzi przedstawicieli japońskiego biznesu, w tym sponsorów igrzysk. Po wybuchu pandemii Olimpiada była traktowana jako problem wizerunkowy i zła inwestycja, a nie impuls służący pobudzeniu gospodarki tak jak obiecywał rząd. Krytyka społeczeństwa związana z igrzy-

skami doprowadziła do zniechęcenia sponsorów oraz do wstrzymania planowanych działań marketingowych. Z perspektywy społeczeństwa organizacja imprezy była postrzegana jako niepotrzebne wydarzenie, które przyczyniło się głównie do zwiększenia japońskiego długu publicznego.

Konsekwencje gospodarcze wywołane skutkami wojen mają odzwierciedlenie nie tylko w relacjach dwustronnych, lecz także w odpowiednim prezentowaniu tych konsekwencji w dyskursie publicznym po upływie dziesięcioleci z zamiarem zbitcia politycznego kapitału. To nie tylko kwestia doboru argumentów i prezentowania stanowisk prawnych obydwu stron sporu, lecz także publiczne omawianie strat w perspektywie aktualnej polityki regionalnej czy kontynentalnej w nadziei na ułatwienia w realizacji doraźnych zamiarów politycznych na forum międzynarodowym. Szafowanie tematem winy i zadośćuczynienia stanowi w relacji wielu państw przeszkodę na drodze do dialogu. Przykład południowoamerykański wskazuje, że choć postawy mogące wydawać się zewnętrznemu obserwatorowi „roszczeniowe”, w powojennych realiach prowincji stają się wyrazem aktywizacji – poszkodowanej w wyniku przemocy politycznej – ludności andyjskiej.

Wśród opisanych kosztów politycznych współczesnych kryzysów wymienić należy zmiany sojuszków zarówno w kontekście globalnym, jak i regionalnym – przykład polityki bliskowschodniej dyplomacji amerykańskiej i pewna zmienna wpisana w kadencyjność urzędu prezydenta. Dotyczy nie tylko konsekwencji polityki wobec Iranu, Arabii Saudyjskiej, Kataru czy Polski, ale także obserwowanej w ostatnich tygodniach kwestii afgańskiej.

Anna Patecka-Frauenfelder*

 <https://orcid.org/0000-0002-3197-1817>

Wizerunek polityka w warunkach kryzysu Willy Brandt w polskiej publicystyce doby PRL

Abstrakt

Celem artykułu jest analiza dyskursu prowadzonego w prasie i publicystyce PRL (1956–1989) na temat zachodnioniemieckiego polityka Willy’ego Brandta. W badaniu przyjęto hipotezę, iż pozytywny wizerunek kanclerza w polskim dyskursie wynikał z potrzeb legitymizacyjnych władzy, a szerzej w utwierdzeniu w przekonaniu o słuszności panującej ideologii socjalistycznej. W analizie przyjęto metodę jakościową i wykorzystano Krytyczną Analizę Dyskursu (KAD). Podstawą analizy były publikacje prasowe i publicystyczne reprezentujące dopuszczone przez władze środowiska światopoglądowe w ówczesnej Polsce (1956–1989). Decydującą rolę w kształtowaniu pozytywnego obrazu zachodnioniemieckiego polityka w polskiej prasie odegrał sam Brandt, doceniany na całym świecie za skuteczne wdrożenie *Ostpolitik*, natomiast po 1981 r. za demonstrowany przez niego stosunek do komunistycznej władzy i ruchów solidarnościowych. W sytuacjach kryzysowych i przełomowych sięgano po wypracowany po 1970 r. wizerunek Brandta jako uznanego polityka Zachodu celem podkreślenia słuszności prowadzonej polityki. Stworzony dyskurs miał za zadanie wykształcić poczucie, że porozumienia wdrożone za jego pośrednictwem są jedynym możliwym rozwiązaniem dla polsko-niemieckich relacji.

Słowa kluczowe: *Ostpolitik*, relacje polsko-niemieckie, dyskurs polityczny, wizerunek polityczny, prasa i propaganda.

* Starszy wykładowca, politolog, Uniwersytet Łódzki, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych, Katedra Studiów Latinoamerykańskich; e-mail: anna.patecka@uni.lodz.pl

The image of a politician in crisis conditions. Willy Brandt in Polish journalism of the communist era

Abstract

The aim of the article is to analyze the political discourse conducted in the press and journalism of the People's Republic of Poland (1956–1989) about the West German politician Will Brandt. The research assumed the hypothesis that the positive image of the chancellor in Polish discourse resulted from the legitimization needs of the authorities, and more broadly from the confirmation of the rightness of the prevailing socialist ideology. The paper adopts the qualitative method and uses critical discourse analysis (CDA). The bases for the analyses were taken from press texts and journalistic publications representing various worldviews in Poland at the time (1956–1989), which were allowed by the regime. Brandt himself played a decisive role in shaping a positive image of a West German politician in the Polish press, appreciated all over the world for the effective implementation of *Ostpolitik*, and after 1981 for his attitude towards communist power and solidarity movements. In crisis and breakthrough situations, Brandt's image as a recognized Western politician was used after 1970 in order to emphasize the rightness of the policy pursued. The created discourse was to develop the feeling that the agreements implemented through it are the only possible solution for Polish-German relations.

Keywords: *Ostpolitik*, Polish-German relations, political discourse, political image, press and propaganda.

Wprowadzenie

Willy Brandt – pierwszy socjaldemokratyczny kanclerz Republiki Federalnej Niemiec i długoletni przewodniczący SPD – zapisał się na łamach polskiej publicystyki jako czołowy polityk zachodnioniemieckiej sceny politycznej oraz kluczowa postać porozumienia pomiędzy RFN a Polską w grudniu 1970 r. Sprawy niemieckie zajmowały istotne miejsce w publicystyce PRL-u. Dużo miejsca poświęcano rozwojowi sytuacji politycznej w obu częściach Niemiec. Do najistotniejszych kwestii polityki zagranicznej PRL na odcinku niemieckim należał problem uznania granicy polsko-niemieckiej oraz normalizacja stosunków z Republiką Federalną Niemiec. Trudności w uregulowaniu powyższych kwestii wynikały z uwarunkowań polityki zimnowojennej. Jedną z kwestii spornych pomiędzy ZSRR a mocarstwami zachodnimi stanowiło rozwiązanie kwestii niemieckiej po II wojnie światowej. Wysiłki państw zachodnich koncentrowały się na konieczności przeprowadzenia wolnych wyborów we wszystkich strefach okupacyjnych. W swojej strefie ZSRR nie był gotowy dopuścić praw człowieka i realnego pluralizmu¹, preferował jedną orientację

¹ H.-P. Schwarz, *Podział Niemiec, 1945–1949*, [w:] P. M. Lefler, A. O. Westad (red.), *Historia zimnej wojny*, t. 1: *Geneza*, Oświęcim 2017, s. 155.

polityczną KPD (Komunistyczną Partię Niemiec)² oraz odrzucił proponowane przez blok zachodni możliwości przeprowadzenia wyborów pod międzynarodową kontrolą³, w 1955 przedstawił teorię dwóch państw niemieckich⁴.

Kwestią sporną pomiędzy blokami stanowiło również ostateczne uregulowanie kwestii granicy zachodniej Polski. Władze polskie uznały, że jej ostateczny charakter został już przesądzony, natomiast RFN wychodził z założenia, że ostateczna regulacja może nastąpić podczas przyszłej konferencji pokojowej⁵. Pomimo protestów RFN i mocarstw zachodnich powstała na miejscu wyodrębnionej strefy radzieckiej w październiku 1949 r. Niemiecka Republika Demokratyczna uznała polsko-niemiecką granicę w Układzie Zgorzeleckim z 6 lipca 1950 r.⁶ Republika Federalna Niemiec nie uznała prawomocności powyższego układu, powołując się na uzgodnienia, zgodnie z którymi kwestię zachodniej granicy Niemiec pozostawiono do czasu uregulowań w traktacie pokojowym. Rząd Adenauera, przy zgodzie niemal wszystkich oprócz KPD (Komunistycznej Partii Niemiec) opcji politycznych, uznał wszystkie umowy i uzgodnienia „strefy wschodniej” w sprawie granic za „niebyłe i nieważne”. Instrumentem prawa do wyłącznego reprezentowania Niemiec jako całości (*Alleinvertretungsanspruch*) na arenie międzynarodowej była doktryna Hallsteina, zgodnie z którą RFN za akt sobie wrogi (*acte peu amicable*) traktowała uznanie Niemieckiej Republiki Demokratycznej i tym samym odmawiała kontynuacji bądź podjęcia stosunków dyplomatycznych⁸. Rządząca od 1969 r.

² E. Cziomer, *Historia Niemiec współczesnych 1945–2005*, Warszawa 2006, s. 59. KPD, która coraz bardziej utożsamiana była z partią rosyjską (*Russenpartei*) po połączeniu z SPD utworzyła Socjalistyczną Partię Jedności Niemiec (SED).

³ H. A. Winkler, *Długa droga na Zachód*, t. 2: *Dzieje Niemiec 1933–1990*, Wrocław 2007, s. 153–154; *Widervereinigung und Sicherheit Deutschlands. Eine dokumentarische Diskussionsgrundlage von Heinrich von Sieglar*, Herausgeber des ARCHIVs DER GEGENWART, 5. Auflage, Bonn–Wien–Zürich 1964, s. 27–50.

⁴ *Verkündigung der Zwei-Staaten-Theorie durch Nikita Chruschtschow am 26. Juli 1955*, [w:] *Wichtige Ereignisse in den deutsch-sowjetischen bzw. deutschrussischen Beziehungen vom Ende des Zweiten Weltkrieges bis zum Ende der Blockkonfrontation*, <https://www.bundestag.de/resource/blob/425730/8c1728cbda0f5f695c7e0f085acdcfb8/WD-1-013-16-pdf-data.pdf> (dostęp: 30.07.2021).

⁵ E. Cziomer, *op. cit.*, s. 26.

⁶ A. Fischer, *Außenpolitische Aktivität bei ungewisser sowjetischer Deutschland-Politik (bis 1955)*, [w:] H.-A. Jacobsen, G. Leptin, U. Scheuner, E. Schulz (red.), *Drei Jahrzehnte Außenpolitik der DDR. Schriften des Forschungsinstituts der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik Bonn*, Oldenbourg 1979, s. 71.

⁷ D. Bingen, *Polityka Republiki Bońskiej wobec Polski. Od Adenauera do Kohla 1949–1991*, Kraków 1997, s. 32.

⁸ Zasady tzw. doktryny Hallsteina zostały sformułowane w 1955 r. w związku z wizytą Konrada Adenauera w Moskwie w 1955 r. oraz nawiązaniem stosunków dyplomatycznych

koalicja SPD-FDP zerwała z realizacją polityki opartej na doktrynie Hallsteina i uznała linię na Odrze i Nysie Łużyckiej za zachodnią granicę Polski⁹.

Ze względu na cenzuralne ograniczenia wolności słowa w czasach PRL-u, konieczność koordynowania działań w bloku wschodnim oraz ważkość kwestii niemcoznawczych można przyjąć, że polska publicystyka odzwierciedla stanowisko rządu polskiego w sprawie kwestii niemieckiej oraz możliwości uznania granicy na Odrze i Nysie Łużyckiej. Temat granicy z Niemcami był dla ówczesnych decydentów tematem priorytetowym ze względu na wartości legitymizacyjne. Był to jeden z nielicznych elementów konsolidujących społeczeństwo z komunistyczną władzą. Negacja umów z NRD oraz brak politycznie wiążących deklaracji co do granicy polsko-niemieckiej ze strony rządów RFN służyło władzy komunistycznej do wskazywania słuszności sojuszu z ZSRR i blokiem wschodnim¹⁰.

między RFN a ZSRR. Rząd RFN, obawiając się, że krok ten może podważyć prawo do wyłącznej reprezentacji Niemiec (*Alleinvertretungsanspruch*) i politykę nieuznawania NRD, wyjaśnił, że podjęcie relacji z Moskwą stanowi wyjątek. Moskwa bowiem jest jednym z czterech mocarstw odpowiedzialnych za Niemcy jako całość. RFN zastrzegła, że za „akt nieprzyjazny” uzna fakt podjęcia stosunków dyplomatycznych z wschodnimi Niemcami przez państwa, z którymi miała stosunki dyplomatyczne (Erklärung des Bundeskanzlers Adenauer im Bundestag am 22.9.1955, Entschließung des Bundestages von 23.9.1955, Erklärung des des Auswärtigen Amtes in Bulletin 1955). Już w momencie formułowania doktryny Hallsteina w 1955 r. dyskutowano na temat możliwości podjęcia stosunków dyplomatycznych z państwami bloku wschodniego. Zwolennicy takiego rozwiązania wskazywali na „teorię wady wrodzonej” (państwa znajdujące się w strefie wpływów ZSRR uznały NRD już w 1949 r.). Jednak polityka wobec Polski i całej Europy Wschodniej była wówczas rozpatrywana przede wszystkim w kontekście polityki zjednoczeniowej uznającej jakąkolwiek formę uznania NRD za zagrożenie dla jedności Niemiec. H.-A. Jacobsen, G. Leptin, U. Scheuner, E. Schulz (red.), *Drei Jahrzehnte Außenpolitik der DDR...*; D. Bingen, *Polityka Republiki Bońskiej wobec Polski. Od Adenauera do Kohla 1949–1991*, Kraków 2017; W. Weidenfeld, K.-R. Korte (red.), *Handbuch zur deutschen Einheit. 1949–1989–1999*, Bonn 1999; H. G. Lehman, *Deutschland-Chronik 1945 bis 1995*, Bonn 1996, s. 131.

⁹ A. Kisztełińska-Węgrzyńska, *Wizyta Willy'ego Brandta w Polsce w dniach 6–8 grudnia 1970 roku w świetle ówczesnej prasy polskiej*, „Rocznik Polsko-Niemiecki” 2009, nr 17, s. 29. W dyskusjach parlamentarnych pojawił się problem zgodności Układu PRL-RFN z 7 grudnia 1970 r. z Ustawą Zasadniczą Niemiec. Zgodnie z odpowiedzią na dodatkowe pytanie każdy rząd RFN ma prawo samodzielnie decydować o tym, czy rości sobie prawo do reprezentacji Niemiec jako całości, czy nie, za: Bundesarchiv, Standort Koblenz, BArch B 106/55371 Bundesministerium des Innern. Warschauer Vertrag. Von Dezember 1970 bis Januar 1974, *Fragestunde im Deutschen Bundestag am 18. Dezember 1970*.

¹⁰ J. Kiwerska, *W atmosferze wrogości (1945–1970)*, [w:] A. Wolff-Powęska (red.), *Polacy wobec Niemców. Z dziejów kultury politycznej Polski 1945–1989*, Poznań 1993, s. 45–93.

Przedmiotem poniższej analizy są wizerunki zachodnioniemieckiego polityka Willy'ego Brandta ukazane w kontekście kryzysów w powojennych relacjach dwustronnych. W badaniach wykorzystano Krytyczną Analizę Dyskursu (KAD). Przyjęto definicję dyskursu politycznego według koncepcji elit symbolicznych sformułowanych przez Teuna van Dijka¹¹. „Do elit symbolicznych [...] należą m.in. publicyści, dziennikarze redaktorzy, pisarze [...] występujący w środkach masowego przekazu politycy – [...] te grupy i osoby, które sprawują kontrolę nad publicznie dostępną wiedzą, [...] nad kształtem i treściami dyskursu publicznego”¹². Zdaniem jej teoretyków analiza dyskursu umożliwia odkrywanie dyskursywnych praktyk elit (symbolicznych), opisujących świat w określonych ramach. Dyskurs określa, co powinno być postrzegane jako dobre, pożądane, słuszne i ważne, a co jako złe, niesłuszne i nieważne¹³.

W badaniu przyjęto tezę, iż pozytywny wizerunek kanclerza w polskim dyskursie wynikał z potrzeb legitymizacyjnych władzy, a szerzej w utwierdzeniu w przekonaniu o słuszności panującej ideologii socjalistycznej. Decydującą rolę w kształtowaniu pozytywnego obrazu zachodnioniemieckiego polityka w polskiej prasie odegrał sam Brandt doceniany na całym świecie za skuteczne wdrożenie *Ostpolitik*, natomiast po 1981 r. za demonstrowany przez niego stosunek do komunistycznej władzy i ruchów solidarnościowych.

Zbiór wybranych tekstów to kilkadziesiąt publikacji prasowych i publicystycznych obejmujących różne środowiska światopoglądowe, dopuszczone do głosu w ówczesnej Polsce (1956–1989), w tym standardowe „Życie Warszawy”, „Trybunę Ludu” oraz poczytne „Perspektywy”, „Politykę”, „Gazetę Robotniczą”, „Tygodnik Powszechny”, „Kierunki”. Znaczną część materiału dostarczyły opublikowane po 1971 r. „reportaże”, w których znalazły się treści wzmacniające pożądany przez władze obraz Brandta i relacji polsko-zachodnioniemieckich.

W ramach Krytycznej Analizy Dyskursu wykorzystano podejście dyskursywno-historyczne (DHA). Głównym zamierzeniem było uchwycenie punktów wspólnych dla przenikających się wzajemnie obrazów i podkreślenie wspólnych argumentów. Przeprowadzona analiza pozwoliła na wyodrębnienie kilku

¹¹ T. A. van Dijk, *Elite Discourse and Racism*, London 1993, s. 46–47. W prowadzonych badaniach uwzględniono analizy opublikowane w monografii zbiorowej zatytułowanej: M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski (red.), *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, Warszawa 2019, s. 24.

¹² M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski, *Wprowadzenie*, [w:] M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski (red.), *Rytualny chaos...*, s. 24.

¹³ M. Kostecki, *Obraz ubóstwa w dyskursie prasowym*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Politologica” 2019, t. 23, s. 106; M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski (red.), *Rytualny chaos...*, s. 15–47; B. Jabłońska, *Krytyczna analiza dyskursu: refleksje teoretyczno-metodologiczne*, „Qualitative Sociology Review” 2006, vol. 2, nr 1, s. 58.

najważniejszych wizerunków polityka, wykształtowanych w latach 1956–1989, socjalisty, męża stanu, architekta polityki wschodniej, partnera¹⁴.

Willy Brandt pojawił się dość wcześnie na łamach polskiej publicystyki okresu powojennego. Polski czytelnik poznaje go jako korespondenta norweskiego dziennika „Arbeiderbladet” z Oslo¹⁵ na procesach norymberskich. Marian Podkowiński, jeden z głównych publicystów zajmujących się kwestiami niemieckimi w badanym okresie, opisuje niemieckiego polityka w wydanym w 1954 r. raporcie, poświęconym wrażeniom z procesów norymberskich. Podkowiński wspomina incydent z czasów procesu, podczas którego Brandt miał stanąć w obronie Waffen-SS. Polski publicysta wyjaśnia, że Brandt podczas wojny przebywał na emigracji, służył rzekomo w wywiadzie brytyjskim, wrócił do Niemiec i zaangażował się w działalność polityczną, stając się jednym z czołowych polityków „grupy schumacherowców, nieprzejednanych wrogów Polski Ludowej i ZSRR”. Późniejsza polityczna działalność Brandta w Berlinie posłużyła polskiej publicystyce za przykład zakłamania niemieckiej socjaldemokracji. Biuro Wschodnie SPD, w którym Brandt zajmował wysokie funkcje, było dla polskiej propagandy niczym innym, jak tylko „dywersyjną organizacją skierowaną przeciw NRD”¹⁶. Wytworzony wówczas wizerunek tego polityka korespondował z obrazem charakterystycznym w tym okresie dla całej socjaldemokracji zachodnioniemieckiej¹⁷ i wpisywał się w czarno-białą narrację dotyczącą Niemiec, w której rozróżniano „miłującą pokój” Niemiecką Republikę Demokratyczną oraz „kontynuującą najgorsze niemieckie tradycje” zachodnią część Niemiec¹⁸.

¹⁴ Zaprezentowany podział nawiązuje bezpośrednio do badań nad wizerunkami Zachodu i zachodnich polityków w dyskursie publicznym PRL. A. Kiszteńska-Węgrzyńska, *Bruno Kreisky. Polityka zagraniczna i dyplomacja wobec PRL (1959–1983)*, Łódź 2013, s. 319. W analizie wykorzystano także obszerny dorobek badań nad jakościową analizą dyskursu. R. Wodak, M. Krzyżanowski (red.), *Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych*, Warszawa 2011.

¹⁵ E. Lorenz, *Willy Brandt in Oslo*, 2012, <http://www.willy-brandt-stiftelsen.no/de/willy-brandt/willy-brandt-og-norge> (dostęp: 20.07.2021).

¹⁶ M. Podkowiński, *W cieniu amerykańskiej Temidy. Wrażenia korespondenta z procesu norymberskiego*, Warszawa 1954, s. 61–62.

¹⁷ Temat wizerunku niemieckiej socjaldemokracji w polskiej publicystyce został opracowany po części w artykule A. Patecka-Frauenfelder, „*Opozycja jego kanclerskiej mości*”. *Zachodnioniemiecka socjaldemokracja w recepcji polskich korespondentów w RFN w latach 1945–1960*, [w:] J. Ciesielska-Klikowska, A. Kiszteńska-Węgrzyńska (red.), *Między historią a literaturą. Księga jubileuszowa dedykowana prof. Krzysztofowi A. Kuczyńskiemu*, Łódź 2013, s. 457–471.

¹⁸ Por. E. Dmitrów, *Niemcy i okupacja hitlerowska w oczach Polaków. Poglądy i opinie z lat 1945–1948*, Warszawa 1987; A. Wolff-Powęska (red.), *Polacy wobec Niemców. Z dziejów kultury politycznej Polski 1945–1989*, Poznań 1993; M. Tomala, *Deutschland von Polen gesehen. Zu den deutsch-polnischen Beziehungen 1945–1990*, Marburg 2000.

W okresie po roku 1956 monotony obraz niemieckiej sceny politycznej został wzbogacony o nowe wątki. Odpowiadało to uchwalonej na XX zjeździe KPZR w lutym 1956 r. taktycznej korekcie kursu w polityce SED wobec SPD¹⁹. W swoim referacie radziecki przywódca Nikita S. Chruszczow wskazał na możliwość współdziałania z innymi kołami ruchu socjalistycznego, postulował zaprzestanie wzajemnych oskarżeń i znalezienie punktów stycznych, by na ich bazie ustalić zasady współpracy z socjaldemokracją²⁰. Na łamach poczytnego tygodnika „Polityki” jej czołowy publicysta, a potem redaktor Mieczysław F. Rakowski pisał, że „fałszywe, sekciarskie wyobrażenia o socjaldemokratkach” zostały porzucone, apelował o wywarzone, oddające rzeczywistość opinie, dzięki którym będzie można ich poznać „takimi, jakimi są”²¹. Twierdzono wprawdzie, że decyzje, jakie zapadły na zjeździe w Bad Godesberg w 1959 r., na którym SPD uznała się za ponadklasową, ogólnospołeczną²², miały przekreślać wspólny rodowód z komunistami²³, to w komunistycznej publicystyce politycznej początku lat 60. XX w. przebrzmiewała nadzieja, że SPD jako partia masowa odegra doniosłą rolę w walce o pokojowe Niemcy i odprężenie sytuacji międzynarodowej²⁴. Szczególną rolę w tym procesie przypisano po 1970 r. Willy’emu Brandtowi. Zastanawiano się, czy uda mu się zerwać „na zawsze tę mocną jak stalowy drut pępowinę prusactwa, militarystyki i szowinizmu”. Zdaniem publicystów Brandt uzyskał wyjątkową jak na czasy nowożytnie szansę przejścia do historii jako wielka postać historyczna²⁵.

Socjalista

Pisząc o kształtowaniu sylwetki Willy’ego Brandta, szczególną uwagę zwracano na warunki, w jakich wykształcił się jego socjalistyczny światopogląd. Decydujące w tym zakresie było zdaniem publicystów jego proletariackie

¹⁹ M. Lemke, *Zum System der Einwirkung der SED auf die SPD in den Jahren 1949 bis 1969. Grundlinien, Methoden, Feindbilder*, [w:] C. Tessmer (red.), *Das Willy-Brandt-Bild in Deutschland und Polen*, Berlin 2001, s. 53, <https://willy-brandt.de/wp-content/uploads/heft06.pdf> (dostęp: 20.07.2021).

²⁰ *Na XX zjeździe KPZR: Referat Chruszczowa*, „Życie Warszawy” 1956, nr 38, s. 3, <http://mbc.cyfrowemazowsze.pl/dlibra/publication?id=74105&tab=3> (dostęp: 20.07.2021).

²¹ M. F. Rakowski, *Sprawy Niemców. SPD*, „Polityka” 1958, nr 12, s. 4. Artykuły M. F. Rakowskiego opublikowane pierwotnie na łamach „Polityki” zostały wydane w 1958 r. nakładem Wydawnictwa Obrony Narodowej pt.: *NRF z bliska*, Warszawa 1958, s. 132–133.

²² R. Wojna, *Spokojnie płynie Ren*, Warszawa 1971, s. 168.

²³ W. Górnicki, *Raport z Hamburga*, Warszawa 1971, s. 154.

²⁴ M. Podkowiński, *Czy zegary w NRF chodzą szybciej*, Warszawa 1960, s. 88–89.

²⁵ W. Górnicki, *op. cit.*, s. 154–155.

pochodzenie i wychowanie oraz pierwsze lata młodości²⁶. Polski czytelnik został szczegółowo zapoznany z życiorysem zachodnioniemieckiego polityka: Willy Brandt, a właściwie Karl Herbert Frahm, urodził się w 1913 r. w robotniczej dzielnicy Lubeki²⁷ jako nieślubne dziecko ekspedientki²⁸. Przez większość swojego życia zaznał biedy i upokorzeń²⁹. Pierwsze doświadczenia polityczne zdobywał w okresie międzywojennym, wyrastał w atmosferze ostrych walk klasowych i uwielbienia dla tradycji socjaldemokratycznych³⁰. Wychowywał go dziadek „oczytany w działach Marksa, Engelsa, Lasallego i Bebla”. W wieku szesnastu lat Brandt został przyjęty do SPD, a dwa lata później przystąpił do frakcji, która oderwała się od SPD i utworzyła lewicową partię – Socjalistyczną Partię Robotniczą. Zdaniem Rakowskiego krok ten był „wyrazem protestu przeciwko zgniłemu kompromisowi przywódców SPD”³¹. Za kolejny fakt przemawiający za tym, że Brandt nie uległ frazeologii Hitlera³² wskazywano jego działalność w podziemiu³³, za którą groziło mu aresztowanie przez gestapo. Wyemigrował do Norwegii³⁴, wstąpił do tamtejszej Partii Pracy³⁵, angażując się we współpracę z młodymi socjaldemokratami w Oslo. Jego działalność na emigracji była ukazywana w kontekście starań o nowy kształt powojennych Niemiec. Ze stolicy Norwegii miał możliwość pełnić funkcję łącznika grup antyfaszystów niemieckich działających w krajach zachodnich³⁶ oraz brał aktywny udział w emigracyjnych dyskusjach, w czasie których miał kreślić wizję „demokratycznych, pokojowych i socjalistycznych Niemiec”. W okresie wojny domowej w Hiszpanii pracował jako korespondent wojenny (1937–1939). Po wybuchu II wojny światowej i agresji hitlerowskiej na Norwegię brał udział w walkach norweskiego korpusu pomocniczego, za co uzyskał obywatelstwo Norwegii. Następnie po upadku tego kraju wyemigrował do Szwecji, gdzie kontynuował walkę antyhitlerowską³⁷. Do rodzinnego kraju powrócił w mundurze norweskiego oficera prasowego, był sprawozdawcą norweskiej prasy na procesie w Norymberdze,

²⁶ M. Podkowiński, *Niekonwencjonalny kanclerz*, „Miesięcznik Literacki” 1972, nr 2.

²⁷ PAP, *Droga Willy Brandta*, „Gazeta Robotnicza” 1969, nr 40, s. 4.

²⁸ R. Wojna, *op. cit.*, s. 167.

²⁹ W. Górnicki, *op. cit.*, s. 149–150.

³⁰ M. F. Rakowski, *Dymisja kanclerza*, Warszawa 1975, s. 122.

³¹ M. F. Rakowski, *Klimat w NRF*, Warszawa 1971, s. 105.

³² *Ibidem*, s. 51.

³³ *Ibidem*, s. 105.

³⁴ M. Podkowiński, *Laureaci Nobla. Willy Brandt*, „Perspektywy” 1971, nr 44, s. 2.

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ M. F. Rakowski, *Klimat w NRF...*, s. 105.

³⁷ M. Podkowiński, *Laureaci Nobla. Willy Brandt...*, s. 2.

później szefem prasowym norweskiej misji wojskowej w okupowanym Berlinie³⁸. Zdaniem publicysty, Brandt miał „przeżyć rok 1945 jako wyzwolenie”, co w kontekście zachodnioniemieckich dyskusji na temat symboliki 8 maja (dzień klęski czy wyzwolenia) jednoznacznie definiowało go jako zdeklarowanego przeciwnika narodowego socjalizmu³⁹.

W Berlinie włączył się w pracę działających tam socjaldemokratów. Nieporozumienia z Kurtem Schumacherem, przewodniczącym partii, wynikały w opinii publicystów z odmiennych wizji Niemiec. Ówczesny szef SPD miał dążyć do nadania partii maksymalnie narodowego oblicza, Brandt natomiast podkreślał element europejski w rozwoju Niemiec, wypowiadał się za jednością Zachodu⁴⁰. W 1958 r. został burmistrzem Berlina Zachodniego, następnie członkiem kierownictwa i przewodniczącym partii⁴¹. Przegrał wybory w 1961 i 1965 r., w toku których był oczerniany i „opluwany”. Wypominano mu jego pochodzenie (syn niezamężnej matki, „człowiek bez własnego nazwiska oraz antyfaszizm (zjawił się na ziemi w alianckim mundurze)”⁴². Tego typu ataki były tłumaczone w polskiej publicystyce jako przejaw wyrzutów sumienia i wrogości. Brandt bowiem miał być w odczuciu wielu jego rodaków wcieleniem grzechów przeciwko „niemieckim świętościom”⁴³. Publicystyka polska odnosiła się do wcześniejszej, negatywnej oceny działalności politycznej Brandta na odcinku berlińskim. Tłumaczono, że jego działalność stała wówczas w sprzeczności z polityką krajów socjalistycznych⁴⁴. Wypominano mu, że wręcz profilował się wówczas „zdecydowanym antykomunizmem i nieprzejednaniem wobec rzeczników innych koncepcji polityczno-ideologicznych”⁴⁵. Wskazywano na proces „przepotwarzania” się Brandta. „Nieszczery kumpel Willy”, starający się wszystkim przypodobać przeistaczał się w męża stanu – najlepszego ministra w historii niemieckiego ministerstwa spraw zagranicznych⁴⁶. Przywoływano zdanie Brandta wypowiedziane w momencie ogłoszenia wyników wyborów, że „dopiero teraz Hitler przegrał wojnę ostatecznie!”⁴⁷. Krytycznie, choć z pełną dozą optymizmu, podchodzono

³⁸ *Ibidem*.

³⁹ J. Bartosz, *Mitologia okrężnych dróg. Przyczynek do doktryny politycznej Willy Brandta*, Wrocław 1977, s. 10.

⁴⁰ M. F. Rakowski, *Klimat w NRF...*, s. 107.

⁴¹ *Ibidem*, s. 108.

⁴² R. Drecki, *Bonn czas mutacji*, Warszawa 1973, s. 87.

⁴³ *Ibidem*.

⁴⁴ *Ibidem*, s. 88–89.

⁴⁵ J. Bartosz, *op. cit.*, s. 19.

⁴⁶ R. Drecki, *op. cit.*, s. 88–89.

⁴⁷ R. Wojna, *op. cit.*, s. 173.

do utworzonej koalicji z CDU/CSU. W komentarzu do działalności Wielkiej Koalicji, tj. „spółki ex-nazisty Kiesingera z ex-antyfaszystą Brandtem” przywołano słowa, które Günter Grass skierował do Brandta, że nie można „połączyć wody z ogniem, nawet gdyby próby tej podjął się jakiś czarnoksiężnik”⁴⁸. Twierdzono wprawdzie, że Wielka Koalicja egzystuje, ale jej dwa główne filary – K. G. Kiesinger i Willy Brandt nie pasują do siebie⁴⁹. Zresztą zdaniem Rakowskiego „przeważająca część deputowanych SPD z Willy Brandtem na czele była przeciwna temu sojuszowi. Woleli koalicję z FDP”⁵⁰. Kolejne wybory wyniosły Brandta na fotel kanclerski⁵¹ i umożliwiły mu samodzielną politykę. W jednej z prac publicystycznych została opisana spontaniczna reakcja ze strony wyborców, którzy po ogłoszeniu wyników „bez żadnych zaproszeń, samorzutnie przybyli do jego willi położonej poza miastem z gratulacjami: najpierw starzy towarzysze partyjni, w tym wielu robotników, a następnie grupa młodzieży z pochodniami”⁵². Duży potencjał charyzmatyczny Brandta został „dostrzeżony” już w 1967 r. przez M. Podkowińskiego. Publicysta wyraził wówczas przekonanie, że SPD zdawała sobie sprawę, że bez Brandta nie ma wygranych wyborów⁵³. Jego zdaniem „Willy” miał pozycję bezdyskusyjną – był niekwestionowanym przywódcą partii, ba!, jej „ojcem i dachem”⁵⁴. Dawano do zrozumienia, że rezygnując z urzędu kanclerza, zatrzymał funkcje przewodniczącego partii, zdając sobie sprawę, że jest „nie do zastąpienia czynnikiem integrującym rozbieżne bazy partyjne”⁵⁵. W publicystyce podkreślano znaczenie wskazania przez Brandta swojego następcy⁵⁶. Miał dzięki temu dokonać rekordowego wyczynu, scalając sojusznicze partie mimo licznych rozbieżności wewnątrzpartyjnych⁵⁷. Dzięki jego wstawiennictwu pełne zaufanie nowemu kanclerzowi Helmutowi Schmidtowi wyraziła lewica, związki zawodowe oraz Młodzi Socjaliści (Jusos)⁵⁸. Zbyt duża pobłażliwość Brandta wobec tych ostatnich⁵⁹ miała być jednym z powodów nieporozumień

⁴⁸ M. Podkowiński, *Czekanie na Straussa*, Warszawa 1967, s. 277–278.

⁴⁹ M. F. Rakowski, *Klimaty...*, s. 108.

⁵⁰ M. F. Rakowski, *Dymisja...*, s. 119.

⁵¹ R. Wojna, *op. cit.*, s. 173.

⁵² *Ibidem*, s. 167.

⁵³ M. Podkowiński, *Czekanie na Straussa...*, s. 275.

⁵⁴ R. Drecki, *op. cit.*, s. 12–13.

⁵⁵ M. Pzon, *Po dymisji Brandta*, „Tygodnik Powszechny” 1974, nr 21, s. 2.

⁵⁶ M. F. Rakowski, *Dymisja...*, s. 111.

⁵⁷ M. Podkowiński, *Trudny tydzień*, „Perspektywy” 1974, nr 12, s. 9.

⁵⁸ M. Podkowiński, *Brandt odszedł, koalicja została* (Od specjalnego wysłannika „Perspektyw”), „Perspektywy” 1974, s. 8–9.

⁵⁹ M. F. Rakowski, *Dymisja...*, s. 32–33.

wewnątrz partii⁶⁰. W tym kontekście prasa ukazywała osamotnienie kanclerza, „który chciał niewzruszenie tkwić pośrodku”⁶¹. Ostatecznie nie poparł młodych socjalistów, „pragnących upaństwowienia wszystkich bogactw naturalnych, przemysłu, odcięcia się od „ideologii tzw. wolnej gospodarki rynkowej”, jednoznacznie stwierdzając, że ich program nie jest zgodny z programem godesberskim⁶². Obstawanie Brandta przy świecie kapitalistycznym, mimo deklarowanego socjalistycznego światopoglądu, nie było zaskoczeniem dla polskich publicystów, którzy widzieli w nim przede wszystkim polityka Zachodu.

Mąż stanu

Brand był dla publicystyki doby PRL-u najpopularniejszym w Europie mężem stanu, „jakiego kiedykolwiek wydała bońska scena polityczna”⁶³. Zaliczany obok generała de Gaulle’a do realistycznych polityków Zachodu⁶⁴ służył za potwierdzenie, że również w krajach kapitalistycznych istniały i umacniały się realistyczne i trzeźwe siły, skłonne do nawiązania dialogu. Podkreślano, że obaj politycy od dawna przeciwstawiali się polityce imperializmu w jego skrajnej formie⁶⁵. Mieczysław Pszon na łamach „Tygodnika Powszechnego” dokonał porównania obu polityków: „Podobnie jak de Gaulle, podkreśla Brandt niezależność NRF wobec własnych sojuszników, najpierw działając potem informując. Drugie podobieństwo to odważna rezygnacja, odrzucenie mitów i uprzedzeń. Czym dla de Gaulle’a było wycofanie się z Algierii, tym dla Brandta jest uznanie zmian terytorialnych, wynikających z przegranej wojny”⁶⁶. Podkreślano jego przynależność do świata zachodniego, kapitalistycznego⁶⁷ i związaną z taką deklaracją decyzji, tj. zdecydowaną polityką na rzecz umacniania więzów NRF z Zachodem, udziałowi Niemiec w NATO, popieranie koncepcji gospodarczego i politycznego zjednoczenia Europy zachodniej⁶⁸. Jednocześnie zwracano uwagę na fakt, że pomimo opowiedzenia

⁶⁰ PAP, *Helmut Schmidt*, „Zeszyty Dokumentacyjne. Profile” 1974, nr 4, s. 12.

⁶¹ J. Bartosz, *Lotne piaski*, „Magazyn Tygodniowy Gazety Robotniczej” 1974, nr 12, s. 5.

⁶² PAP, *Kanclerz Brandt odcina się od młodych socjalistów*, „Gazeta Robotnicza” 1974, nr 87, s. 2.

⁶³ Z. Lesiewski, *Brandt: człowiek i polityka*, „Kierunki” 1975, nr 20, s. 2.

⁶⁴ R. Świerkowski, *Pokojowe współlistnienie. Od konfrontacji do dialogu*, „Perspektywy” 1974, nr 16, s. 22–23.

⁶⁵ *Ibidem*.

⁶⁶ M. Pszon, *Nobel dla Brandta*, „Tygodnik Powszechny” 1971, nr 45, s. 1.

⁶⁷ M. F. Rakowski, *Klimaty...*, s. 110.

⁶⁸ *Ibidem*.

się „po antykomunistycznej stronie barykady” był realistą. Przypisywano mu instynkt polityczny, dzięki któremu miał wcześniej niż inni dostrzegać możliwości i podejmować ryzyko wprowadzenia ich w życie⁶⁹. Na potwierdzenie opinii, że jego postawa podziwana była na całym świecie polska publicystyka przywoływała cytaty zaczerpnięte z zagranicznych czasopism, w których Brandt przedstawiany był jako „polityk wielkiego formatu”, a jego działania jako inicjatywy ogólnoeuropejskie. Przywołano opinię amerykańskiego magazynu „Time” z 1970 r., który nazwał Brandta „człowiekiem roku”. Podkreślając znaczenie prowadzonej przez niego polityki współpracy ze Wschodem, podawano, że szczególnie w wielu amerykańskich i szwedzkich komentarzach stawiany był znak równości między losem szefa obecnego rządu zachodnioniemieckiego a losem polityki europejskiej. I tak dla przykładu paryski „France Soir” miał ostrzegać, że klęska Brandta byłaby klęską dla całej Europy⁷⁰. Zaś w opinii „The New York Timesa” – upadek rządu Brandta był prawie zawsze identyfikowany z odrzuceniem układów wschodnich, a to zdaniem amerykańskiego tygodnika wywołałoby „natychmiastowy kryzys w stosunkach między Wschodem a Zachodem i być może nawet wznowienie zimnej wojny”⁷¹.

Zasługi Brandta dla Niemiec Zachodnich i Europy polegały na tym, że jako pierwszy zachodnioniemiecki polityk u władzy zdołał pogodzić interesy swojego państwa z interesami pokojowego rozwoju Europy, był też pierwszym politykiem, który aktywność zagraniczną swego kraju realizował na wszystkich kierunkach, tzn. także wobec Europy socjalistycznej⁷². Publicyści ukazywali go jaką osobę odważną, niezłomną w walce⁷³. Skierowanie polityki Niemiec na nowe tory było decyzją wymagającą odwagi, charakteru⁷⁴ oraz wytrwałości. Jego wybory pociągały za sobą daleko idące konsekwencje, przez co niestannie był narażony na ciągłe ataki prawicy. Na łamach jednego z polskich tygodników wyrażono opinię, że polityczni oponenti nie byli w stanie obalić Brandta w drodze normalnej procedury parlamentarnej, przewidzianej konstytucją RFN, dlatego wykorzystali aferę szpiegowską Guillaume, która – jak twierdzono, powołując się na doniesienia z Niemiec i świata, nie była dostatecznym wytłumaczeniem powodów jego rezygnacji z urzędu kanclerza⁷⁵ i posłużyła prasie polskiej za dowód, że „bywają sprawy i oskarżenia nie do zniesie-

⁶⁹ R. Wojna, *op. cit.*, s. 167.

⁷⁰ E. Dylawarski, *Bonn – godzina prawdy*, Warszawa 1975, s. 66.

⁷¹ *Ibidem*.

⁷² Z. Lesiewski, *Brandt: człowiek i polityka*, „Kierunki” 1974, nr 20, s. 2.

⁷³ *Ibidem*.

⁷⁴ M. Podkowiński, *Laureaci...*, s. 2.

⁷⁵ Z. Lesiewski, *Brandt: człowiek...*, s. 2.

nia nawet dla męża stanu tej klasy⁷⁶. Zdaniem publicystów jego popularność sprawiała, że „wraz z upływem czasu stawał się coraz bardziej instancją moralną niż politykiem. Problemy widział globalnie, a nie tylko partykularnie⁷⁷”.

Architekt polityki wschodniej

Wizerunek Brandta tworzony był przede wszystkim na podstawie jego wysiłku włożonego w podpisanie i ratyfikowanie układów wschodnich. Narracja prowadzona na jego temat służyła wyjaśnieniu, dlaczego na całym „Wschodzie” objęcie urzędu kanclerskiego przez socjaldemokratę powitano z aprobatą i z pewną dozą zaskoczenia⁷⁸. Publicyści twierdzili, że szczególne predyspozycje w pośredniczeniu między Wschodem a Zachodem, pozyskaniu sympatii i zaufania bloku wschodniego odegrała jego antyfaszystowska przeszłość⁷⁹ (dla przykładu nie wyobrażano sobie sytuacji, w której przedstawiciel rządu PRL mógłby zasiąść przy jednym stole z Kiesingerem⁸⁰). Jednak obok sprzyjającej biografii decydującą rolę przypisano składanym w toku kampanii wyborczej deklaracjom, które uznano za alternatywę w stosunku do programu, jaki głosiły i realizowały wcześniejsze rządy⁸¹. Wprawdzie podkreślano, że nowy rząd nadal służył interesom imperialistycznych Niemiec Zachodnich, a Brandt nadal realizował politykę wciąż tych samych sił i klas. To przyznawano jednocześnie, że nowy rząd „zrezygnował z niejednego nieprzyjaznego krajom socjalistycznym sformułowania oraz porzucił niejedno antykomunistyczne posunięcie dotychczasowych rządów bońskich”. Do tych najważniejszych zaliczano sformułowanie o dwóch państwach niemieckich, odejście od doktryny Hallsteina, podpisanie układu moskiewskiego i układu z Polską⁸², wypracowanie „uregulowanego współistnienia” pomiędzy NRD a RFN⁸³. Źródło polityki wschodniej dostrzegano w deklaracji Władysława Gomułki z 17.05.1969 r.⁸⁴, w którym I sekretarz zaproponował RFN podpisanie układu

⁷⁶ J. Nowakowski, *Willy Brandt*, „Kierunki” 1985, nr 50, s. 2.

⁷⁷ *Ibidem*.

⁷⁸ W. Górnicki, *op. cit.*, s. 154.

⁷⁹ M. F. Rakowski, *Klimaty...*, s. 108.

⁸⁰ W. Górnicki, *op. cit.*, s. 154.

⁸¹ M. F. Rakowski, *Klimaty...*, s. 110.

⁸² E. Guz, *Metamorfozy Niemca za Łabą*, Warszawa 1971, s. 80.

⁸³ J. Stefanowicz, *Priorytet Brandta*, „Kierunki” 1969, nr 45.

⁸⁴ O polskiej polityce zagranicznej tego okresu poświęcone są prace W. Jarząbek, *Polska Rzeczpospolita Ludowa wobec polityki wschodniej Republiki Federalnej Niemiec w latach 1966–1976. Wymiar dwustronny i międzynarodowy*, Warszawa 2011; K. Stokłosa, *Polen und die deutsche Ostpolitik 1945–1990*, Göttingen 2011.

na wzór układu z Niemiecką Republiką Demokratyczną z lipca 1950 r. (Układ Zgorzelecki). Jak tłumaczono za Gomułką, „w Europie nie ma problemu granic, jest natomiast problem pokoju”. Uregulowanie tak zasadniczych dla narodu polskiego kwestii, jak kwestia granic, miało służyć zniwelowaniu napięcia spowodowanego polityką rewizjonistyczną RFN.

Twierdzono, że podjęcie polskiej inicjatywy nie wynikało z miłości do Polski. Brandt jako Niemiec miał się kierować racją stanu „burżuazyjnego państwa niemieckiego, takimi samymi jak jego antagoniści Kiesinger, Strauss i inni przywódcy chadeccy”⁸⁵. Julian Bartosz widział w nim wręcz „romantyka obciążonego pewnym nacjonalistycznym balastem”, dopiero „klęska uczyniła z niego realistę i konsekwentnego do pewnych granic rzecznika pokoju europejskiego”⁸⁶. Kontynuując taką narrację, dawano do zrozumienia, że polityka wschodnia jest sukcesem polityki zagranicznej państw socjalistycznych ze Związkiem Radzieckim na czele, rezultatem wypracowania takiego układu sił, który doprowadził do zawarcia korzystnych dla państw socjalistycznych układów i tylko w oparciu o ten sojusz ma szansę przetrwania⁸⁷. Twierdzono, że utrwalenie pokoju w Europie może zostać zrealizowane tylko pod warunkiem potwierdzenia istniejących granic przez „NRF i Berlin Zachodni” oraz uznania suwerenności Republiki Demokratycznej.

Zasługa Brandta miała polegać na dostrzeżeniu tej szansy, zaakceptowaniu realiów, nowych granic, w tym istnienia drugiego państwa niemieckiego, Niemieckiej Republiki Demokratycznej, przekonaniu swojego kraju do wypracowanych przez koalicję SPD-FDP rozwiązań i ich ochrony przed opozycją⁸⁸, w szczególności przed „offensywą straussowską” i atakami związanej z prawicą „prasy springerowskiej”⁸⁹. Przywoływano argumenty wysuwane przez jego oponentów: Brandt oskarżany był o wyprzedaż interesów narodowych⁹⁰, otwarcie drogi bolszewizmu do Europy, jego przychylnie stanowisko wobec idei zwołania europejskiej konferencji bezpieczeństwa było odczytywane przez Franza Josefa Straussa (CSU) jako „awanturnictwo” i „przejaw zadawnionych urojeń socjalistów”⁹¹. Do pierwszych namacalnych sukcesów Brandta polscy publicyści zaliczali podpisanie układów wschodnich w 1970 r. W orędziu telewizyjnym nadanym z Moskwy padła często powtarzana (szczególnie w polskim

⁸⁵ *NRF w polityce europejskiej, dyskusja*, „Kierunki” 1970, nr 29, s. 7.

⁸⁶ J. Bartosz, *Mitologia...*, s. 10.

⁸⁷ Publicystyka Juliusza Bartosza, korespondenta i publicysty Gazety Robotniczej, organu PZPR we Wrocławiu, m.in. J. Bartosz, *Mitologia okrężnych dróg*, Wrocław 1977.

⁸⁸ Z. Lesiewski, *Brandt: człowiek...*, s. 2.

⁸⁹ W. Górnicki, *op. cit.*, s. 165.

⁹⁰ M. F. Rakowski, *Klimaty...*, s. 41.

⁹¹ *Ibidem*, s. 88.

kontekście) wypowiedź Brandta, że „wraz z tym układem ginie jedynie to, co już dawno zostało zaprzepaszczone. Mamy odwagę otworzyć nową kartę historii”⁹². Kolejnym przełomem był układ podpisany w Warszawie w grudniu 1970 r., który – jak podkreślano – obok dnia podpisania Układu Zgorzeleckiego pozostanie w pamięci „jako fakt uznania przez cały naród niemiecki tego, co już wcześniej przypieczętowała historia”⁹³. W opinii polskiej publicystyki dzięki realistycznej polityce Brandt wyprowadził Niemcy z zaułka i otworzył szeroką drogę do polityki światowej⁹⁴.

Partner

Układy z Polską i Moskwą stały się podstawą normalizacji pomiędzy Republiką Federalną Niemiec a państwami socjalistycznymi. W kolejnych odsłonach wizerunku Brandta, w szczególności w latach 1977, 1981 oraz 1985, 1988, były kanclerz pojawia się jako gwarant ich postanowień oraz niekwestionowany autorytet w kwestiach międzynarodowych. Z okazji wizyty w 1977 r. cytowano wiceprzewodniczącego zarządu SPD i burmistrza Bremy, Hansa Koschnika⁹⁵, który podkreślał, że wizyta Brandta w Polsce ma rangę stosunków polsko-zachodnioniemieckich zarówno w aspekcie bilateralnym, jak i europejskim. Brandt miał przestrzegać przed „uleganiem złudzeniom, jakoby to co już zostało osiągnięte w stosunkach dwustronnych miało zapewniony stały żywot na zasadzie mechanicznej kontynuacji”⁹⁶. Polska publicystyka, przedstawiając Brandta, podkreślała jego narodową i międzynarodową działalność: największy autorytet zachodnioniemieckich socjaldemokratów, przywódca Międzynarodówki Socjalistycznej⁹⁷ oraz Komisji Północ-Południe⁹⁸, ukazywała go w kontekście troski o prawidłowy rozwój procesu rozbrojeniowego po konferencji Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie⁹⁹. Więcej uwagi poświęcono Brandtowi również w roku 1981 w związku z jego podróżą do Moskwy, którą podjął celem omówienia spraw

⁹² Z. Lesiewski, *Co mówią w Bonn*, „Kierunki” 1970, nr 39, s. 1.

⁹³ Z. Kot, *PRL–NRF. Nowa karta*, „Perspektywy” 1970, nr 50.

⁹⁴ Z. Lesiewski, *Układ europejskich wymiarów*, „Kierunki” 1970, nr 50, s. 3.

⁹⁵ H. Koschnick, *Entspannung braucht ständige Impulse. Zum Besuch von Willy Brandt in der Volksrepublik Polen*, P/XXXII/18, 24. Juni 1977, SPD. Sozialdemokratischer Pressedienst, s. 1–2,

⁹⁶ PAP, *Hans Koschnik o wizycie W. Brandta w Polsce*, „Gazeta Robotnicza” 1977, nr 143(5), s. 2.

⁹⁷ W. Pomianowski, *Niekonwencjonalny człowiek i polityk*, „Życie Warszawy” 1985, nr 285, s. 4.

⁹⁸ M. Jaranowski, *Polityka czy technika militarna?*, „Polityka” 1981, nr 28, s. 13.

⁹⁹ *Willy Brandt zakończył wizytę w Polsce, przedmiot rozmów – sytuacja w Europie po konferencji KBWE*, „Gazeta Robotnicza. Magazyn Tygodniowy” 1977, nr 26, s. 2.

o szerszym aspekcie międzynarodowym, o możliwościach i warunkach wznowienia dialogu między dwoma supermocarstwami w momencie, kiedy zgodnie z obawami komentatorów wyścig zbrojeń mógł nabrać nowego impetu¹⁰⁰. Jego pobyt w ZSRR został odczytany jako dobry znak, że „rzeczy zaczynają wracać do właściwych proporcji i porządku, również w kontekście Polski”¹⁰¹. Szczególne miejsce w polskiej publicystyce zajęła 15 rocznica podpisania układu. Lata 1984–1985 to okres intensyfikacji antyniemieckiej propagandy. RFN była postrzegana jako główny filar agresywnej polityki amerykańskiej¹⁰². W tym kontekście Willy Brandt został przedstawiony jako jedyna osoba, która w 1970 r. mogła podpisać układ, zaś jego przyjazd do Warszawy miał być potwierdzeniem, że „został również wierny podpisanemu układowi i nie waha się tego demonstrować”¹⁰³. Podkreślano „szczerzy i przyjazny” charakter długich rozmów z polskimi politykami, w tym w osobistej konwersacji z gen. Wojciechem Jaruzelskim¹⁰⁴. W 1985 r. poruszono na nowo temat gestu Brandta (ukłonienie przed pomnikiem ofiar Getta Warszawskiego), który zdaniem publicysty wraz z historycznym przemówieniem Helmuta Schmidta pod „Ścianą Śmierci» w KL Auschwitz” był istotnym krokiem w celu przezwyciężenia przeszłości¹⁰⁵. W prasie polskiej podkreślono, że wizyta Brandta była nie tylko okazją do wspomnień, ale również do rozsądnych analiz w duchu rozwijania myśli przewodnich układu, do jego prawidłowej i pozytywnej interpretacji¹⁰⁶. Do istotnych kwestii, na których miała rozwijać się wzajemna współpraca państw europejskich, zaliczono problematykę ochrony środowiska oraz współpracę kulturalną¹⁰⁷. Istotne miejsce we wzajemnych

¹⁰⁰ M. Jaranowski, *op. cit.*, s. 13.

¹⁰¹ *Ibidem*.

¹⁰² B. Koszel, *Od wrogości do porozumienia. Stosunki polsko-zachodnioniemieckie w latach 1949–1989. Polacy i Niemcy po II wojnie światowej. Materiały pomocnicze do nauki historii i wiedzy o społeczeństwie*, Poznań 2001; A. Patecka-Frauenfelder, *Stereotyp „Drang nach Osten” w prasie narodowej na przykładzie tygodnika „Myśl Polska”*, *Nowa Myśl Polska* (1989–2003), Toruń 2010.

¹⁰³ W. Pomianowski, *Niekonwencjonalny...*, s. 4.

¹⁰⁴ J. Nowakowski, *Willy Brandt...*, s. 2. Po wprowadzeniu stanu wojennego w Polsce generał Jaruzelski wysłał list do Willy Brandta, w którym wyjaśniał powody zaistniałej sytuacji, apelował o zrozumienie i pomoc gospodarczą. „Solidarność” była postrzegana w Niemczech (szczególnie w kołach zachodnioniemieckiej socjaldemokracji) jako element przeszkadzający i zagrażający odprężeniu i stabilności w Europie. M. Świder, *Z perspektywy Bonn. Przemiany polityczne w Polsce w latach 1980–1989*, Toruń 2011, s. 99–100.

¹⁰⁵ M. Podkowiński, *Po 15 latach: normalizacja, ale jaka?*, „Perspektywy” 1985, nr 50, s. 12–13.

¹⁰⁶ J. Nowakowski, *7 grudnia*, „Kierunki” 1985, nr 49, s. 2.

¹⁰⁷ Polska Agencja Prasowa (PAP), *Willy Brandt z wizytą w Warszawie. 15-lecie Układu o Podstawach Normalizacji Stosunków*, 1985, nr 265, s. 4.

kontaktach miała zajmować kwestia rozbrojenia. „Trybuna Ludu” wskazała na książkę Brandta o rozbrojeniu pt. *Zorganizowane szaleństwo. Głód na świecie a wyścig zbrojeń*, podkreślając jego jednoznaczny stosunek do tego typu działań¹⁰⁸. Konieczność rozbrojenia wybrzmiała kolejny raz we wspólnym oświadczeniu PZPR-SPD. Wyrażając troskę szczególnie o Europę Środkową (strefą o największej w świecie koncentracji zwróconych przeciwko sobie sił zbrojnych), sformułowano propozycje skierowane przeciwko dynamice zbrojeń oraz zaakcentowano konieczność podjęcia kroków politycznych i militarnych na rzecz redukcji sił zbrojnych i zbrojeń oraz dalszego umacniania zaufania w Europie¹⁰⁹. Nawiązano do polskiego planu stworzenia strefy bezatomowej (Planu Rapackiego) oraz zawartego w grudniu 1970 r. układu między RFN a Polską oraz innymi państwami wspólnoty socjalistycznej. Uznano, że dopiero na tej bazie mogło dojść do Aktu Końcowego z Helsinek oraz normalizacji Wschód-Zachód. Zaakcentowano, że bez wkładu SPD w proces normalizacji stosunków z NRD nie może być mowy o dalszym rozwoju pokojowych stosunków w Europie¹¹⁰.

Podsumowanie

Wizerunek zachodnioniemieckiego polityka został zdominowany i podporządkowany w znacznej mierze jednemu tematowi: przygotowaniu, podpisaniu i ratyfikowaniu układu normalizującego między PRL a RFN w grudniu 1970 r. Większość materiału dobrane do analizy stanowią rozbudowane opisy obrazu polityka, opublikowane w wydanych po grudniu 1970 r. pracach publicystycznych. Przeprowadzone badania prasy, dotyczące obrazu Brandta oraz polityki niemieckiej i wschodniej jego rządu, oparte jedynie na bieżącym materiale prasowym, wskazują na większą dozę zdystansowania wobec samego kanclerza i jego działań. Jak zauważają badacze, komentatorzy wydarzeń ostrożniej wypowiadali swoje sądy na temat Brandta i prowadzonej przez niego polityki¹¹¹. Jednak w ogólnym obrazie wybrzmiała pozytywna ocena jego rządu, w którym upatrywano „potencjalnego sojusznika” na drodze pokojowych zmian w Europie¹¹². Publicystyka polska

¹⁰⁸ PAP, *Książka Brandta o rozbrojeniu*, „Trybuna Ludu” 1985, nr 285, s. 7.

¹⁰⁹ *Wspólne oświadczenie PZPR-SPD*, „Rzeczpospolita” 1988, nr 35, s. 2.

¹¹⁰ M. Podkowiński, *Dla naszego europejskiego domu*, „Rzeczpospolita” 1988, nr 35, s. 2.

¹¹¹ D. Bingen, *Die Deutschland- und Ostpolitik Willy Brandt im Spiegel der polnischen Publizistik*, [w:] *Das Willy-Brandt-Bild in Deutschland und Polen* (Schriftenreihe der Bundeskanzler-Willy-Brandt-Stiftung, Heft 6), Berlin 2000, <https://library.fes.de/pdf-files/netzquelle/a00-00985/09-bingen.pdf> (dostęp: 26.06.2021).

¹¹² A. Kiszelińska-Węgrzyńska, *Wizyta...*, s. 33.

uznała podpisanie i ratyfikację układów normalizacyjnych, w szczególności układu z Polską, za moment przełomowy we wzajemnych relacjach. Uregulowanie kwestii granicznych reklamowała jako sukces całego obozu socjalistycznego oraz potwierdzenie słuszności sojuszu z ZSRR i NRD. Podkreślała, że ze strony RFN gwarantem jego trwałości jest obóz socjaldemokratyczny, w szczególności Brandt. Manifestacja znamienitych relacji z Willy Brandtem, który do roku 1987 pełnił funkcję przewodniczącego niemieckiej SPD oraz był przewodniczącym Międzynarodówki Socjalistycznej, była metodą propagandowego rozegrania z opozycją w Polsce, której Brandt nie tylko chciał udzielić wsparcia, ale manifestacyjnie poparł peerelowski reżim¹¹³ oraz odmówił spotkania z przywódcą Solidarności Lechem Wałęsą podczas wizyty w Polsce w 1985 r.¹¹⁴ Polska propaganda wykorzystała pozytywny wkład włożony przez koalicję SPD-FDP w dzieło pojednania z Polską oraz wytworzoną wokół Brandta estymę w Polsce do manifestacji poparcia prowadzonej przez siebie polityki przez uznanych polityków na Zachodzie.

Przekazywanie i utrwalanie wiedzy na temat Brandta wiązało się z intencyjnością osób tworzących przekaz. Intencje koncentrowały się wokół kilku grup tematycznych: podkreślenia wagi sukcesu podpisanego w grudniu 1970 r. układu o normalizacji stosunków pomiędzy RFN a Polską, podkreślenia wyższości ideologii socjalistycznej nad innymi światopoglądami politycznymi, wskazania na słuszność sojuszu z ZSRR i konsekwencji polityki bloku wschodniego, pozyskania silnego, demokratycznego partnera w zachodniej części Niemiec¹¹⁵. Podpisany 7 grudnia 1970 r. Układ między Pol-

¹¹³ Stosunek Brandta do „Solidarności” uwidocznił się w szczególności w ostrożnym oświadczeniu W. Brandta wygłoszonym po wprowadzeniu stanu wojennego w grudniu 1981 r., które sprowokowało gorącą debatę w łonie Międzynarodówki Socjalistycznej. B. Rother, *Mieszane odczucia – reakcja zachodnioeuropejskich socjaldemokratów na powstanie „Solidarności”*, [w:] P. Jaworski, Ł. Kamiński (red.), *Świat wobec „Solidarności” 1980–1989*, Warszawa 2013, s. 242.

¹¹⁴ Wskazane daty nie są przypadkowe. Współgrają z dwuznacznym stosunkiem niemieckiej socjaldemokracji, a w szczególności Willy Brandta do Polski w okresie przełomowych przemian. P. Pleskot, *Nierealna Realpolitik. Republika bońska wobec stanu wojennego i normalizacji w Polsce 1981–1986*, „Wolność i Solidarność” 2013, nr 5.

¹¹⁵ Obraz Brandta jest po części spójny z wizerunkiem, jaki został wypracowany przez polską publicystykę wobec kanclerza Austrii, Bruno Kreisky’ego. A. Kisztełińska-Węgrzyńska, *Polityka zagraniczna...*, s. 324. W odróżnieniu od polityka Austrii Willy Brandt nie pojawia się w kontekście bilateralnych relacji gospodarczych. Możliwe, że jest to związane z wystosowaniem przez niego prośby, aby rokowania nie były obciążone sprawami gospodarczymi. „*Nie ma więc sprawy granic Polski...*”. *Wymiana listów między kanclerzem federalnym RFN Willy Brandtem a prezesem Rady Ministrów PRL Józefem Cyrankiewiczem oraz list Brandta do I Sekretarza KC PZPR Władysława Gomułki w okresie*

ską Rzeczpospolitą Ludową a Republiką Federalną Niemiec o podstawach normalizacji ich wzajemnych stosunków stanowi istotną cezurę w historii polsko-niemieckich relacji. Był to największy sukces polityki zagranicznej PRL. Stworzona przez ratyfikację układu sytuacja prawna pozwoliła Stolicy Apostolskiej na wprowadzenie na ziemiach zachodnich administracji kościelnej¹¹⁶. Zważywszy na chrześcijański charakter polskiego społeczeństwa oraz na znaczne wyczulenie społeczne na tematy niemieckie, decyzja ta musiała stanowić w odczuciu jej mieszkańców namacalną zmianę ich statutu i prowadzić po latach niepewności do tożsamościowej stabilizacji.

Ratyfikacja układu w Bonn, w maju 1972 r., była możliwa dzięki wstrzymaniu się od głosu opozycji chadeckiej, która obawiała się, że podejmując stosunki dyplomatyczne z Polską i innymi państwami bloku wschodniego, w obliczu teorii „dwóch państw niemieckich”, będzie musiała zrezygnować z prawa do zjednoczenia¹¹⁷. W przeprowadzonej analizie jednoznacznie można stwierdzić, że dyskurs nie uwzględnił zrozumienia dla tego typu przekonań, zaś oponentów Brandta dyskredytowano jako „odwetowców”¹¹⁸. Decydenci PRL byli bowiem zainteresowani podtrzymaniem zachodnio-niemieckiego straszaka. Z przeprowadzonej analizy wizerunków Willy’ego Brandta wynika, że osoby tworzące przekaz tendencyjnie wykorzystały potencjał sukcesu grudnia 1970, a stworzony dyskurs miał za zadanie wykształcić poczucie, że przyjęte wówczas postanowienia są jedynym możliwym rozwiązaniem dla polsko-niemieckich relacji.

Bibliografia

BArch B 106/55371 Bundesministerium des Innern. Warschauer Vertrag. Von Dezember 1970 bis Januar 1974.

Bartosz J., *Lotne piaski*, „Gazeta Robotnicza. Magazyn Tygodniowy” 1974, nr 12.

Bartosz J., *Mitologia okrężnych dróg*, Wrocław 1977.

rokowań PRL-RFN (1970), oprac. Mieczysław Tomala, „Polski Przegląd Dyplomatyczny” 2002, t. 2, nr 5(9), s. 207.

¹¹⁶ PAP, *Normalizacja administracji kościelnej na Ziemiach Zachodnich*, „Centralny Ośrodek Dokumentacji Prasowej, Zeszyty Dokumentacyjne. Seria Monograficzna”, nr 2/86, Warszawa 1973, s. 29.

¹¹⁷ D. Bingen, *Polska...*, s. 48–49.

¹¹⁸ A. Patecka-Frauenfelder, *Reakcja prasy zachodnioniemieckiej na list biskupów polskich do biskupów niemieckich w materiałach biuletynu Zachodniej Agencji Państwowej „Niemcy Zachodnie”*, [w:] *Pół wieku milenium. Religijne, polityczne i społeczne aspekty obchodów tysiąclecia chrztu Polski (1956–1966/1967)*, Warszawa 2017.

- Berlińska D., *Stary i nowy obraz Niemca w Polsce*, [w:] A. Wolff-Powęska (red.), *Polacy wobec Niemców. Z dziejów kultury politycznej Polski 1945–1989*, Poznań 1993.
- Bingen D., *Die Deutschland- und Ostpolitik Willy Brandt im Spiegel der polnischen Publizistik*, [w:] *Das Willy-Brandt-Bild in Deutschland und Polen*, Schriftenreihe der Bundeskanzler-Willy-Brandt-Stiftung, Heft 6, 2001 Berlin, <https://library.fes.de/pdf-files/netzquelle/a00-00985/09-bingen.pdf> (dostęp: 26.06.2021).
- Bingen D., *Polityka republiki bońskiej wobec Polski*, Kraków 1997.
- Chruszczow N. S., *Referat na XX zjeździe KPZR, „Życie Warszawy”* 1956, nr 38, <http://mbc.cyfrowemazowsze.pl/dlibra/publication?id=74105&tab=3> (dostęp: 20.07.2021).
- Dijk van T. A., *Principles of critical discourse analysis*, „Discourse & Society” 1993, vol. 4(2), s. 255, <http://discourses.org/OldArticles/Principles%20of%20critical%20discourse%20analysis.pdf> (dostęp: 30.07.2021).
- Dmitrów E., *Niemcy i okupacja hitlerowska w oczach Polaków. Poglądy i opinie z lat 1945–1948*, Warszawa 1987.
- Drecki R., *Bonn czas mutacji*, Warszawa 1973.
- Dylawarski E., *Bonn – godzina prawdy*, Warszawa 1975.
- Górnicki W., *Raport z Hamburga*, Warszawa 1971.
- Guz E., *Metamorfozy Niemca za Łabą*, Warszawa 1971.
- Jabłońska B., *Krytyczna analiza dyskursu: refleksje teoretyczno-metodologiczne*, „Qualitative Sociology Review” 2006, t. 2, nr 1, http://www.qualitativesociologyreview.org/PL/archive_pl.php (dostęp: 30.07.2021).
- Jaranowski M., *Polityka czy technika militarna?*, „Polityka” 1981, nr 28.
- Jarząbek W., *Polska Rzeczpospolita Ludowa wobec polityki wschodniej Republiki Federalnej Niemiec w latach 1966–1976. Wymiar dwustronny i międzynarodowy*, Warszawa 2011.
- Kisztelińska-Węgrzyńska A., *Bruno Kreisky. Polityka zagraniczna i dyplomacja wobec PRL (1959–1983)*, Łódź 2018.
- Kisztelińska-Węgrzyńska A., *Wizyta Willy’ego Brandta w Polsce w dniach 6–8 grudnia 1970 roku w świetle ówczesnej prasy polskiej*, „Rocznik Polsko-Niemiecki” 2009, nr 17.
- Kiwerska J., *W atmosferze wrogości (1945–1970)*, [w:] A. Wolff-Powęska (red.), *Polacy wobec Niemców. Z dziejów kultury politycznej Polski 1945–1989*, Poznań 1993.
- Koschnick H., *Entspannung braucht ständige Impulse. Zum Besuch von Willy Brandt in der Volksrepublik Polen*, SPD. Sozialdemokratischer Pressedienst, 1977, nr P/XXXII/18), <http://library.fes.de/spdspd/1977/770624.pdf> (dostęp: 20.07.2021).

Wizerunek polityka w warunkach kryzysu. Willy Brandt w polskiej publicystyce...

- Koszel B., *Od wrogości do porozumienia. Stosunki polsko-zachodnioniemieckie w latach 1949–1989. Polacy i Niemcy po II wojnie światowej. Materiały pomocnicze do nauki historii i wiedzy o społeczeństwie*, Poznań 2001.
- Kot Z., *PRL-NRF. Nowa karta*, „Perspektywy” 1970, nr 50.
- Lehman H. G., *Deutschland-Chronik 1945 bis 1995*, Bonn 1996.
- Lemke M., *Zum System der Einwirkung der SED auf die SPD in den Jahren 1949 bis 1969. Grundlinien, Methoden, Feindbilder*, [w:] C. Tessmer (red.), *Das Willy-Brandt-Bild in Deutschland und Polen*, Berlin 2001, <https://willy-brandt.de/wp-content/uploads/heft06.pdf> (dostęp: 20.07.2021).
- Lesiewski Z., *Brandt: człowiek i polityka*, „Kierunki” 1974, nr 20.
- Lesiewski Z., *Co mówią w Bonn*, „Kierunki” 1970, nr 39.
- Lesiewski Z., *Układ europejskich wymiarów*, „Kierunki” 1970, nr 50.
- Lorenz E., *Willy Brandt in Oslo*, 2012, <http://www.willy-brandt-stiftelsen.no/de/willy-brandt/willy-brandt-og-norge> (dostęp: 20.07.2021).
- Nowakowski J., *7 grudnia*, „Kierunki” 1985, nr 49.
- Nowakowski J., *Willy Brandt*, „Kierunki” 1985, nr 50.
- NRF w polityce europejskiej, dyskusja*, „Kierunki” 1970, nr 29.
- PAP, *Hans Koschnik o wizycie W. Brandta w Polsce*, „Gazeta Robotnicza” 1977, nr 143(5).
- PAP, *Helmut Schmidt*, „Zeszyty Dokumentacyjne. Profile” 1974, nr 4.
- PAP, *Kanclerz Brandt odcina się od młodych socjalistów*, „Gazeta Robotnicza” 1974, nr 87.
- PAP, *Książka W. Brandta o rozbrojeniu*, „Trybuna Ludu”, nr 285.
- PAP, *Willy Brandt z wizytą w Warszawie. 15-lecie układu o podstawach normalizacji stosunków*, „Trybuna Ludu” 1985, nr 265.
- Patecka-Frauenfelder A., *„Opozycja jego kanclerskiej mości”. Zachodnioniemiecka socjaldemokracja w recepcji polskich korespondentów w RFN w latach 1945–1960*, [w:] J. Ciesielska-Klikowska, A. Kisztełińska-Węgrzyńska (red.), *Między historią a literaturą. Księga jubileuszowa dedykowana prof. Krzysztofowi A. Kuczyńskiemu*, Łódź 2013.
- Patecka-Frauenfelder A., *Stereotyp „Drang nach Osten” w prasie narodowej na przykładzie tygodnika „Myśl Polska”/„Nowa Myśl Polska” (1989–2003)*, Toruń 2010.
- Pleskot P., *Nierealna Realpolitik. Republika bońska wobec stanu wojennego i normalizacji w Polsce 1981–1986*, „Wolność i Solidarność” 2013, nr 5.
- Podkowiński M., *Brandt odszedł, koalicja została (Od specjalnego wysłannika „Perspektyw”)*, „Perspektywy” 1974, nr 80.
- Podkowiński M., *Czekanie na Straussa*, Warszawa 1967.
- Podkowiński M., *Czy zegary w NRF chodzą szybciej*, Warszawa 1960.
- Podkowiński M., *Dla naszego europejskiego domu*, „Rzeczpospolita” 1988, nr 35.

- Podkowiński M., *Laureaci Nobla. Willy Brandt*, „Perspektywy” 1971, nr 44.
- Podkowiński M., *Niekonwencjonalny kanclerz*, „Miesięcznik Literacki” 1972, nr 2.
- Podkowiński M., *Po 15 latach: normalizacja, ale jaka?*, „Perspektywy” 1985, nr 50.
- Podkowiński M., *Trudny tydzień*, „Perspektywy” 1974, nr 12.
- Podkowiński M., *W cieniu amerykańskiej Temidy. Wrażenia korespondenta z procesu norymberskiego*, Warszawa 1954.
- Pomianowski M., *Niekonwencjonalny człowiek i polityk*, „Życie Warszawy” 1985, nr 285.
- Pszon M., *Nobel dla Brandta*, „Tygodnik Powszechny” 1971, nr 45, s. 1.
- Pszon M., *Po dymisji Brandta*, „Tygodnik Powszechny” 1974, nr 21, s. 2.
- Rakowski M. F., *Dymisja kanclerza*, Warszawa 1974.
- Rakowski M. F., *Klimaty w NRF*, Warszawa 1971.
- Rakowski M. F., *NRF z bliska*, Warszawa 1958.
- Rakowski M. F., *Sprawy Niemców. SPD*, „Polityka” 1958, nr 12.
- Rother B., *Mieszane odczucia – reakcja zachodnioeuropejskich socjaldemokratów na powstanie „Solidarności”*, [w:] P. Jaworski, Ł. Kamiński (red.), *Świat wobec „Solidarności” 1980–1989*, Warszawa 2013.
- Sakson A., *Niemcy w świadomości społecznej Polaków*, [w:] A. Wolff-Powęska (red.), *Polacy wobec Niemców. Z dziejów kultury politycznej Polski 1945–1989*, Poznań 1993.
- Schwarz H.-P., *Podział Niemiec, 1945–1949*, [w:] M. P. Lefler, O. A. Westad (red.), *Historia zimnej wojny*, t. I: *Geneza*, Oświęcim 2017.
- Stefanowicz J., *Priorytet Brandta*, „Kierunki” 1969, nr 45.
- Stokłosa K., *Polen und die deutsche Ostpolitik 1945–1990*, Göttingen 2011.
- Świder M., *Z perspektywy Bonn. Przemiany polityczne w Polsce w latach 1980–1989*, Toruń 2011.
- Świerkowski R., *Pokojowe współistnienie. Od konfrontacji do dialogu*, „Perspektywy” 1974, nr 16.
- Tomala M., *Deutschland von Polen gesehen. Zu den deutsch-polnischen Beziehungen 1945–1990*, Marburg 2000.
- Wichtige Ereignisse in den deutsch-sowjetischen bzw. deutschrussischen Beziehungen vom Ende des Zweiten Weltkrieges bis zum Ende der Blockkonfrontation*. Dokumentation, Wissenschaftliche Dienste, Deutscher Bundestag, 2016, <https://www.bundestag.de/resource/blob/425730/8c1728cbda0f5f695c7e0f085acdcbf8/WD-1-013-16-pdf-data.pdf> (dostęp: 30.07.2021).
- Widervereinigung und Sicherheit Deutschlands. Eine dokumentarische Diskussionsgrundlage von Heinrich von Siegler*, Herausgeber des ARCHIVs DER GEGENWART, 5. Auflage, Bonn–Wien–Zürich 1964.

Wizerunek polityka w warunkach kryzysu. Willy Brandt w polskiej publicystyce...

Willy Brandt zakończył wizytę w Polsce, przedmiot rozmów – sytuacja w Europie po konferencji KBWE, „Gazeta Robotnicza. Magazyn Tygodniowy” 1977, nr 26.

Winkler H. A., *Długa droga na Zachód*, t. 2: *Dzieje Niemiec 1933–1990*, Wrocław 2007.

Wojna R., *Spokojnie płynie Ren*, Warszawa 1971.

Wspólne oświadczenie PZPR-SPD, „Rzeczpospolita” 1988, nr 35.

Marek Sempach*

 <https://orcid.org/0000-0002-2792-5076>

Komunikacja w czasach kryzysu Specyfika efektywnego komunikowania się z wyborcami współczesnych, zorientowanych rynkowo organizacji politycznych

Abstrakt

Celem niniejszego artykułu jest zweryfikowanie kluczowych instrumentów komunikacji pośredniej organizacji politycznych w Polsce oraz określenie stopnia ich marketingowej profesjonalizacji w zakresie komunikowania. Formacje zorientowane rynkowo to nowoczesne organizacje polityczne, które wykorzystują wszelkie możliwe instrumenty marketingowe na rzecz uzyskania rynkowej przewagi konkurencyjnej. Ich działania opierają się na pogłębionej analizie rynku, stworzeniu odpowiedniego produktu politycznego, wybrze grupy docelowej oraz efektywnym zastosowaniu przyjętej strategii na rynku. Działają w zbliżony sposób do przedsiębiorstw, nieustająco próbując zaspokajać potrzeby swoich wyborców. Analizy dokonano, wykorzystując metodę obserwacji oraz krytyki dostępnych źródeł. Zweryfikowano również hipotezę zakładającą, że jedynie nowoczesne zorientowane rynkowe partie polityczne są w stanie prowadzić efektywną komunikację z wyborcami.

Słowa kluczowe: marketing polityczny, komunikacja polityczna, partie polityczne, rynek polityczny, marketing medialny.

* Adiunkt, politolog, Uniwersytet Łódzki, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politycznych, Katedra Marketingu Międzynarodowego i Dystrybucji; e-mail: marek.sempach@uni.lodz.pl

Communication in times of crisis. The specificity of effective communication with voters of modern, market-oriented political organizations

Abstract

The purpose of this paper is to verify the key indirect instruments of effective communication of MOP's (*Market Oriented Parties*) on political marketplace in Poland. MOP's are the modern political organizations that use contemporary marketing activities to gain the competitive advantage. Furthermore, article aspires to verify the hypothesis that only modern market oriented parties may provide the effective communication by use of appropriate marketing tools. In accordance to the analysis performed and sources criticism including the observation, the author has reached the conclusion and overthrown the selected hypothesis.

Keywords: political marketing, political communication, political parties, political marketplace, media marketing.

Wprowadzenie

Przedmiotem rozważań niniejszego opracowania będzie zweryfikowanie pośrednich instrumentów komunikacji marketingowej, wykorzystywanych do skutecznego oddziaływania na rynek polityczny w Polsce. Współczesne organizacje polityczne, próbując osiągnąć rynkową przewagę konkurencyjną, poszukują wszelkich narzędzi, które umożliwią im skuteczne dotarcie do wyborców. W procesie tym wykorzystują zarówno klasyczne instrumenty komunikacji takie jak przekaz telewizyjny czy outdoor, ale również nowoczesne narzędzia jak media społecznościowe czy niestandardowe takie jak media ambientowe, czyli wszelkie nietypowe formy przyciągania uwagi odbiorcy, wykorzystujące zaskoczenie oraz humor. Aby skutecznie wykorzystywać techniki komunikowania się z wyborcami, istotna jest odpowiednia orientacja marketingowa organizacji politycznej. Formacje polityczne, które funkcjonują jako MOP (ang. *Market Oriented Parties*; J. Lees-Marshment 2001) osiągają przewagę tytułem posiadania szerszej wiedzy na temat analizy potrzeb rynku politycznego i jego otoczenia. Wynika to z faktu, iż przeprowadzają nieustającą weryfikację postaw wyborców, wykorzystując do tego wyspecjalizowane ośrodki badawcze. Pozyskana w ten sposób wiedza, wykorzystywana jest do doskonalszego rozpoznawania potrzeb wyborców oraz odpowiedniego ich zaspokajania poprzez komplementarne działania marketingowe, oparte na stworzeniu produktu, jego prawidłowej segmentacji, pozycjonowaniu czy wreszcie komunikowaniu się z rynkiem. Wszystkie wskazane powyżej uwarunkowania nie mogą jednak być spełnione bez posiadania odpowiedniej orientacji marketingowej przez kierownictwo ugru-

powania politycznego. Formacje, których liderzy nie mają przekonania do funkcjonowania w ramach modelu partii zorientowanej rynkowo, nie będą w stanie podjąć skutecznej rywalizacji z konkurencją wykorzystującą komplementarnie najnowsze instrumentarium marketingu. Niniejszy tekst pozostaje zatem próbą określenia skutecznych działań komunikacyjnych formacji politycznej posiadającej status zorientowanej rynkowo oraz zweryfikowania, czy tylko partie dysponujące takim statusem mogą efektywnie osiągać swoje cele komunikacyjne.

Rodzaje komunikowania organizacji politycznych

Decyzja o wyborze modelu komunikowania się z rynkiem podejmowana jest na podstawie różnych przesłanek, do których jednak w pierwszej kolejności zalicza się: posiadany budżet, charakterystykę grupy wyborców, do której zamierzamy dotrzeć, cel komunikacyjny, działania rynkowej konkurencji, czas i długość trwania planowanego przekazu komunikacyjnego¹. Z wymienionych wyżej komponentów najistotniejszy wydaje się budżet, który determinuje pozostałe. Warto nadmienić, iż w warunkach polskiego rynku politycznego największe partie polityczne posiadają gwarantowane finansowanie z budżetu państwa pod warunkiem uzyskania poparcia minimum trzech punktów procentowych w wyborach powszechnych. Znacząco ułatwia im to funkcjonowanie oraz podejmowanie kluczowych, często ryzykownych decyzji w zakresie zastosowanych środków komunikowania się. Istotnym elementem pozostaje również planowany cel komunikacyjny. W zależności od tego, czy przyjmuje on charakter informowania, przypomnienia czy nakłaniania w znacznym stopniu determinuje on zakres stosowanych instrumentów komunikacyjnych. Warto również wspomnieć o grupie docelowej wyborców, która ma nadzwyczajny wpływ na rodzaj wykorzystywanych nośników komunikacji, inny bowiem przekaz realizowany będzie wobec ludzi młodych z dużych aglomeracji miejskich, a inny wobec osób w wieku emerytalnym zamieszkujących obszary wiejskie.

Przekaz komunikacyjny partii politycznej może być realizowany w sposób pośredni i bezpośredni. Komunikacja pośrednia opiera się na działaniach polegających na wykorzystaniu zewnętrznych nośników oddziałujących na wyborców. Są to najczęściej telewizja, radio, reklama zewnętrzna, prasa, mailing tradycyjny, telemarketing wychodzący i przychodzący, media

¹ A. Czarnecki, R. Korsak, *Planowanie mediów w kampaniach reklamowych*, Warszawa 2001, s. 160.

ambientowe oraz kluczowy obecnie, szeroko rozumiany przekaz on-line². Komunikacja bezpośrednia natomiast opiera się na personalnym oddziaływaniu na odbiorców i jest realizowana poprzez spotkania przedstawicieli partii politycznych z wyborcami w postaci zorganizowanych wieców, zorganizowanych spotkań wyborczych, wizyt bezpośrednich (ang. *door to door*), wizyt bezpośrednich (and. *face to face*). Należy podkreślić, że ukazane powyżej działania komunikacyjne będą bardziej skuteczne, jeżeli realizowane zostaną równolegle, czyli wszystkie jednocześnie w tym samym czasie rzeczywistym. Im większa będzie liczba jednostek oddziałujących, tym większa szansa na dotarcie z zamierzonym przekazem do wybranych grup wyborców. Utrzymanie w długim okresie całego zakresu oddziaływania komunikacyjnego na wyborców będzie wiązało się jednak z ponoszeniem bardzo wysokich kosztów działalności oraz wyczerpywaniem się zasobów ludzkich. Wydaje się zatem, że w pełni zaangażowane oddziaływanie komunikacyjne partii politycznej może być realizowane jedynie przez określony czas, na przykład kampanii wyborczej, natomiast w okresie powyborczym komunikacja szczególnie w obszarze bezpośrednim musi ulegać naturalnemu ograniczeniu.

Instrumenty skutecznego komunikowania na rynku politycznym

Współcześnie, pomimo długoletniego ponad sześćdziesięcioletniego stażu rynkowego, wciąż najchętniej wykorzystywanym przez organizacje polityczne medium pozostaje telewizja. Na poczet kampanii wyborczej użyta po raz pierwszy w Stanach Zjednoczonych w 1960 r. na potrzeby komunikacyjne demokratycznego kandydata na prezydenta USA Johna F. Kennedy'ego. Po dzień, niezależnie od ustanowionego systemu politycznego, stanowi podstawowy oraz najchętniej wybierany instrument komunikowania i oddziaływania na wyborców³. Medium telewizyjne może być wykorzystywane przez organizacje polityczne w następujący sposób: komercyjne spoty reklamowe, niekomercyjne spoty reklamowe „gwarantowane przez ordynację wyborczą, briefingi i konferencje prasowe emitowane na żywo przez stacje telewizyjne, lokowanie produktów, programy sponsorowane z uczestnictwem wybranych przedstawicieli formacji politycznych oraz pozycjonowanie rozpoznawal-

² S. Shrivastava, A. Dawle, *An Overview of Marketing Communication Strategy: A Descriptive Study*, „International Journal of Current Research” 2020, vol. 12, s. 14503.

³ J. S. Tuman, *Political Communication in American Campaigns*, San Francisco 2008, s. 197.

nych członków partii w popularnych programach publicystycznych⁴. Organizacje polityczne w Polsce chętnie wykorzystują wszystkie wymienione wyżej narzędzia oddziaływania telewizyjnego. Warto jednak wspomnieć, że komercyjne spoty reklamowe wiążą się z ponoszeniem bardzo wysokich wydatków finansowych. Reklamodawca ponosi bowiem nie tylko koszty emisji, ale również specjalistycznej produkcji, w której skład wchodzi takie elementy, jak montaż, reżyseria, gaże aktorów, praca ekipy nagrywającej *etc.* Uważa się, że szacunkowy koszt emisji pojedynczego spotu reklamowego w optymalnym czasie antenowym (ang. *prime time*) w końcowej fazie kampanii wyborczej wynosi nawet 45 tys. złotych. Planowanie reklam w telewizji dokonywane jest w oparciu o specjalistyczne badania telemetryczne. Realizowane są przez agencje marketingowe lub pracujący na zlecenie danej partii dom mediowy⁵. Godziny cieszące się największą popularnością wśród podmiotów politycznych, podobnie jak biznesowych, to godziny popołudniowo-wieczorne, pomiędzy 17.00 a 22.00 (w zależności od pory roku)⁶. Zakup czasu reklamowego przez formacje polityczne w stacjach telewizyjnych najczęściej dokonywany jest w następujący sposób: bezpośrednio w siedzibie danej stacji, poprzez pośrednika, a zarazem organizatora reklamy w postaci domu mediowego oraz poprzez agencję współpracującą z partią polityczną w danym zakresie kampanii wyborczej. Aktualnie największą popularnością cieszą się zakupy przestrzeni reklamowej poprzez wyspecjalizowane domy mediowe, które ze względu na skalę swoich działań w mediach mogą zaproponować najlepszą cenę, oferując dodatkowo pełen zakres wsparcia w obszarze wyboru reklamy. Formacje polityczne stale współpracujące z wybranym domem mediowym lub agencją marketingową mogą liczyć na znaczne rabaty, dochodzące do kilkudziesięciu procent w cenach czasu reklamowego. Wynika to z przyczyn *stricte* biznesowych; dom mediowy lub agencja marketingowa realizują wiele projektów dla różnych klientów w tym samym czasie. Mogą liczyć na duże upusty w stacjach telewizyjnych jako swoiście pojmowani hurtownicy. Mniejsze partie polityczne, które samodzielnie realizują swoją politykę medialną, wykupują zwykle czas antenowy bezpośrednio w danej stacji telewizyjnej. Jest to oczywiście rozwiązanie najbardziej kosztowne, aczkolwiek często obserwowane w warunkach krajowego rynku politycznego.

⁴ Opracowanie własne na podstawie J. Blythe, *Komunikacja marketingowa*, Warszawa 2002, s. 97.

⁵ M. Sempach, *Wyspecjalizowane agencje marketingowe w działalności rynkowej krajowych organizacji politycznych*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne UAM” 2012, t. 2, s. 21.

⁶ *Ibidem*.

Partie unikają bowiem kompleksowej obsługi ze strony wyspecjalizowanych firm, błędnie zakładając, iż mogą realizować swoją komunikację marketingową samodzielnie, tj. bez ekspertów zewnętrznych⁷. Wynika to ze słabej orientacji marketingowej liderów partii oraz błędnie rozumianej analizy kosztów komunikacji, z której wyraźnie widać, że biznesowo znacznie bardziej efektywną formą jest zakup przestrzeni reklamowej w wyspecjalizowanych domach mediowych, gdzie hurtowe nabycie czasu antenowego może zredukować koszt emisji pojedynczego spotu nawet o kilkadziesiąt procent.

Inną chętnie wybieraną formą jest wykorzystanie niekomercyjnych spotów reklamowych, których emisja gwarantowana jest ordynacją wyborczą. W trakcie trwania kampanii wyborczej każda zarejestrowana w Państwowej Komisji Wyborczej formacja polityczna ma prawo do darmowego czasu antenowego w telewizji publicznej. W takim przypadku odchodzi koszt emisji materiału, natomiast znaczące wydatki związane z jego produkcją pozostają. Należy wspomnieć, iż pomimo niższego niż w przypadku spotów komercyjnych całościowego kosztu emisji materiału problemem pozostaje czas emisji oraz skuteczność oddziaływania na wyborców. W warunkach krajowych darmowy czas antenowy przyznawany jest bowiem organizacjom politycznym w okresie stosunkowo niskiej oglądalności, tj. w godzinach 15.00–17.00. Z tego właśnie powodu niekomercyjne spoty reklamowe w przeciwieństwie do swoich komercyjnych odpowiedników nie mają większego wpływu w procesie efektywnego komunikowania się z wyborcami, a same partie polityczne specjalnie nie przykładają się do ich profesjonalizacji. Warto podkreślić, iż niekomercyjną formą wykorzystania telewizji są też debaty telewizyjne. Lubiane przez wyborców, w warunkach ogólnokrajowego rynku politycznego nie są tak często realizowane jak ma to miejsce w USA czy krajach Europy Zachodniej. Część klasy politycznej ze względu na polaryzację sceny politycznej po prostu obawia się konfrontacji na żywo przed oczami milionów widzów. Należy podkreślić, że jest to działanie krótkowzroczne, dalekie od powszechnych oczekiwań wyborców oraz profesjonalnego marketingu politycznego. Stanowi jednakże cechę charakterystyczną krajowego rynku politycznego i należy poddać to zdecydowanej krytyce. Partie polityczne oraz ich kandydaci powinni dążyć do debat, aby zaprezentować się wyborcom z jak najlepszej strony. Niestety, nie robią tego z przyczyn taktycznych, co nie mogłoby mieć miejsca w przypadku formacji zorientowanych rynkowo.

Kolejnym sposobem wykorzystania telewizji w procesie komunikowania z rynkiem politycznym jest organizacja briefingów i konferencji prasowych. Briefing jest ograniczoną formą konferencji prasowej, podczas której przed-

⁷ *Ibidem.*

stawiciele partii politycznej przedstawiają oświadczenie w danym temacie politycznym bez możliwości zadawania pytań. Konferencja prasowa jest natomiast znacznie bardziej rozbudowana w swojej formie, dłuższa, posiada moderatora oraz możliwość zadawania pytań przez obecnych dziennikarzy⁸. Zwyczajowo jest także organizowana dla zaprezentowania spraw większej wagi, mających znacznie większą siłę politycznego oddziaływania niż te podejmowane w trakcie briefingów. Politycy uczestniczący w konferencji prasowej emitowanej na żywo w stacjach telewizyjnych muszą być doskonale przygotowani merytorycznie ze względu na możliwość zadawania pytań, w tym niekoniecznie w tematyce konferencji. Ważny temat konferencji prasowej emitowanej na żywo w stacjach telewizyjnych, w której uczestniczą znane nazwiska świata polityki, jest zatem doskonałym narzędziem komunikowania z wyborcami i stanowi skuteczny instrument w rękach współczesnych organizacji politycznych. Należy jednak pamiętać, aby organizować konferencje prasowe niezbyt często i tylko w istotnych tematach, w przeciwnym razie stracą zainteresowanie świata mediów i co za tym idzie ponadprzeciętną siłę oddziaływania.

Jak wspomniano, telewizja może być wykorzystywana na rynku politycznym na wiele różnych sposobów. Najpopularniejsze z nich wymieniono powyżej, jednakże warto równolegle wspomnieć o innych także skutecznych instrumentach komunikowania telewizyjnego. Jednym z nich jest pozycjonowanie rozpoznawalnych członków partii w popularnych programach publicystycznych. Do programów telewizyjnych, głównie publicystycznych, z największą widownią dobiera się przedstawicieli partii, którzy poprzez udział w merytorycznej dyskusji dokonują prezentacji programu swojej partii, jednocześnie komunikując go potencjalnym wyborcom przed telewizorami. Sposób ten jest nisko kosztowy i całkiem skuteczny – w ciągu 30 minut można dotrzeć nawet do jednego miliona widzów. Innym, w warunkach krajowych mniej popularnym sposobem oddziaływania na widzów, jest lokowanie produktu politycznego w popularnych programach, niezwiązanych z tematyką publicystyczną. Przedstawiciel partii politycznej pojawia się jako uczestnik programu telewizyjnego o charakterze rozrywkowym (telewizja śniadaniowa, kulinaria, motoryzacja), opowiadając o swoich pasjach, jednocześnie eksponując swój przekaz natury politycznej. Warto wspomnieć, że w warunkach polskich ze względu na ponadprzeciętną polaryzację sceny politycznej zabiegi tego typu są stosunkowo rzadko spotykane i ograniczają się do okresu kampanii wyborczej. Niemniej jednak stanowią kolejny sposób na komunikowanie się z potencjalnymi wyborcami.

⁸ J. S. Trent, R. V. Friedenberg, *Political Campaign Communications*, Lanham 2008, s. 254.

Jak wspomniano wcześniej, poza telewizją doskonałym narzędziem efektywnego komunikowania się jest radio⁹. Znane od lat dwudziestych XX w., na szerszą skalę wykorzystane po raz pierwszy w kampanii wyborczej w 1932 r. przez Franklina D. Roosevelta w Stanach Zjednoczonych, wciąż może być atrakcyjne. Współczesne radio może być wykorzystywane w analogiczny sposób jak telewizja poprzez spoty reklamowe komercyjne i niekomercyjne, lokowanie produktu, pozycjonowanie rozpoznawalnych członków partii w popularnych programach publicystycznych czy wreszcie sponsoring programów. Najczęściej spotykaną formułą oddziaływania radiowego są komercyjne spoty reklamowe o długości od 15 do 30 sekund¹⁰. Należy podkreślić, iż produkcja reklamy radiowej obejmuje jedynie warstwę audytywną. Jest zatem nieporównywalnie tańsza od reklamy telewizyjnej. Szczególną rolę odgrywają tu muzyka oraz gra słów, które powinny być wykorzystywane w prosty, a zarazem zawaolowany sposób. Istotne są również pytania o retorycznym charakterze. Ułatwiają one bowiem kształtowanie postaw słuchaczy. Producenta spotów zazwyczaj wyłania się bezpośrednio poprzez współpracę ze stacją radiową lub jak w przypadku telewizji poprzez dom mediowy lub agencję marketingową¹¹. Naturalnie, w przypadku gdy dana formacja na stale współpracuje z wyspecjalizowaną agencją, ta zajmuje się organizacją oprawy medialnej na potrzeby realizowanej strategii. Jest to rozwiązanie komfortowe dla organizacji politycznej, która może skupić się na kwestiach taktyczno-programowych, pozostawiając całokształt problematyki komunikacji marketingowej zewnętrznym specjalistom. Jak wspomniano, jest to rozwiązanie zdecydowanie bardziej efektywne ekonomicznie, mogące przyczynić się do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej formacji, które je implementuje. Jest to również zgodne z modelem funkcjonowania MOP – partii zorientowanej rynkowo, której działania są kompilacją skuteczności z efektywnością biznesową realizowanych przedsięwzięć.

Warto podkreślić, iż radio to nie tylko spoty reklamowe, ale również inne formy komunikacji z rynkiem: poprzez lokowanie produktu, sponsoring programów czy uczestnictwo kandydatów partii w dobieranych celowo programach publicystycznych. W warunkach krajowych właśnie ta ostatnia forma jest najchętniej wykorzystywana przez formacje polityczne. Podobnie jak w przypadku omawianego wcześniej medium telewizyjnego, dobrani celowo przedstawiciele partii uczestniczą w programach radiowych, przekazując słuchaczom treści oferty politycznej danej organizacji. Ważne, aby były to

⁹ *Media Nations UK Raport by Ofcom 2019*, <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/tv-radio-and-on-demand/media-nations-reports/media-nations-2019>, s. 78 (dostęp: 3.09.2021).

¹⁰ M. Sempach, *op. cit.*, s. 22.

¹¹ *Ibidem*.

osoby rozpoznawalne i kompetentne w tematyce prowadzonej dyskusji. Ich dobór nie powinien być przypadkowy, a decyzja podjęta jednoznacznie pod kątem ich merytorycznego przygotowania. To cecha, która wyróżnia partię zorientowaną rynkowo od zwyczajnej, komunikowanie pośrednie poprzez media musi być wszakże realizowane przez w pełni przygotowane i kompetentne osoby, które na skutek swoich błędów nie przyczynią się do deprecjacji wizerunku swojej formacji politycznej.

Komunikacja radiowa organizacji politycznej powinna uwzględniać zarówno stacje ogólnokrajowe, jak i lokalne. Stacje nadające swój program na cały kraj są skuteczne informacyjnie i wizerunkowo w wyborach prezydenckich oraz parlamentarnych, gdzie dominuje ogólnonarodowy przekaz. Warto jednak podkreślić, że w wyborach samorządowych, gdzie dominują problemy lokalne i regionalne, ważną rolę odgrywają stacje lokalne, które podejmując problemy niewielkich społeczności, dysponują słuchaczami na konkretnych, zdefiniowanych terenach, często mało zurbanizowanych. Te właśnie radiostacje są zazwyczaj nieoszacowane, jeżeli chodzi o siłę oddziaływania, i zdecydowanie warto je bardziej wykorzystywać w celu dotarcia z przekazem politycznym do niewielkich lokalnych społeczności.

Kolejne instrumenty wykorzystywane do skutecznego komunikowania na rynku politycznym stanowią media drukowane – prasa codzienna oraz czasopisma. Niewątpliwą zaletą owych nośników jest ich trwałość rozumiana jako czas oddziaływania do odbiorców, której brakuje pozostałym głównym formom komunikacji z wyborcami. Gazety, a szczególnie czasopisma, mogą pozostawać w rękach czytelników przez wiele dni, emanując swoją zawartością na potencjalnych wyborców tak długo, jak są w zasięgu ich zainteresowania. Realizowany w nich przekaz może przyjąć charakter modułowy (każda gazeta czy czasopismo posiada określoną liczbę modułów) lub też zawierać dodatkowe elementy w postaci insertów, wklejek, wszywek czy innych banderoli. Co oczywiste, w przypadku kampanii wizerunkowych należy unikać zamieszczania reklam partii w prasie o niskiej renomie czy jakości druku. Może to niekorzystnie wpływać na wizerunek promowanej formacji¹². Naturalnie profil oraz powszechne postrzeganie dobieranego tytułu powinny być brane pod uwagę przy planowaniu jakichkolwiek działań informacyjnych czy wizerunkowych realizowanych przy użyciu mediów drukowanych. Liczbę potencjalnych odbiorców reklamy szacuje się na podstawie wielkości nakładu oraz wskaźnika czytelnictwa¹³. Dane takie winny być udostępnione

¹² *Ibidem*, s. 22.

¹³ J. Blythe, *Komunikacja marketingowa*, Warszawa 2002, s. 85.

partii przez obsługującą ją agencję marketingową, dom mediowy lub bezpośrednio przez samo wydawnictwo. Niezbędna jest ich wnikliwa interpretacja z uwzględnieniem segmentów rynku, do których ma trafić dana oferta polityczna¹⁴. Warto odnotować, że w przypadku mediów drukowanych jest to stosunkowo łatwe do zweryfikowania. Grupy czytelnicze sięgające po konkretne tytuły dość wyraźnie różnią się bowiem pod kątem miejsca zamieszkania, wieku, wykształcenia, poziomu dochodów, stanowiąc dość wyraźny cel dla partyjnego przekazu.

Zamawianie przestrzeni reklamowej w mediach prasowych odbywa się w podobny sposób jak w przypadku telewizji czy radia: bezpośrednio poprzez kontakt z biurem reklamy danej redakcji, poprzez dom mediowy oraz poprzez agencję marketingową lub współpracującą z nią agencję reklamową, zajmującą się równoległe konstrukcją graficzną danej reklamy. W warunkach krajowego rynku politycznego partie najczęściej samodzielnie konstruują formę graficzną reklamy prasowej, zamawiając jednocześnie przestrzeń reklamową bezpośrednio w redakcjach. Niestety negatywnym skutkiem takiego stanu rzeczy jest niska spójność reklamy wizerunkowej realizowanej w różnych nośnikach. Jest to aż nadto widoczne w sytuacjach, gdy partia zamawia poszczególne formy komunikacji w odmiennych źródłach. Występuje wtedy niedostateczna koordynacja działań w ramach strategii medialnej; reklama telewizyjna, radiowa i prasowa konstruowane są w różnych miejscach, co skutkuje brakiem ich spójności tak merytorycznej, jak i marketingowej. Kwestia ta stanowi problem we wszystkich dotychczas przeprowadzanych kampaniach wizerunkowych, realizowanych na rynku politycznym w Polsce po 1989 r.¹⁵ Dlatego właśnie optymalnym rozwiązaniem jest korzystanie przez formacje polityczną z jednego wyspecjalizowanego ośrodka doradczego, koordynującego działania komunikacyjne i marketingowe całej organizacji. Takie właśnie działanie jest zgodne z duchem funkcjonowania partii zorientowanej rynkowo i przyczynia się do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej.

Od wczesnych lat dziewięćdziesiątych XX w. popularnym narzędziem kampanii informacyjnych, tudzież wizerunkowych, stała się reklama zewnętrzna. Najbardziej rozpowszechnione zostały wielkopowierzchniowe tablice reklamowe, inaczej mówiąc: billboardy (ang. *outdoor*) o wymiarach 6x3m oraz 12x6m. Ich projektowanie, druk oraz wynajem są wciąż relatywnie tanie w porównaniu do reklamy telewizyjnej. Różnice w kosztach sięgają rzędu sześćdziesięciu procent całej kampanii. Dodatkowym ich atutem jest również doskonała możliwość geograficznej segmentacji treści – zamieszczenie

¹⁴ M. Sempach, *op. cit.*, s. 22.

¹⁵ *Ibidem*, s. 23.

informacji odpowiadających potrzebom lokalnych społeczności w różnych rejonach kraju¹⁶. Ma to szczególne znaczenie podczas kampanii informacyjnych i wizerunkowych formacji politycznych, bowiem przekaz jest dostosowywany do konkretnych potrzeb starannie wyselekcjonowanych grup wyborców. Im bardziej oryginalna i niestandardowa jest kampania outdoorowa, tym większy wywołuje szum informacyjny. Uzyskany w ten sposób rozgłos może mieć pozytywny wpływ na skuteczność oddziaływania informacyjnego na społeczeństwo, a co za tym idzie percepcję wizerunkową formacji politycznej i jej kandydatów.

Partia polityczna każdorazowo planująca reklamę zewnętrzną powinna zwrócić szczególną uwagę na lokalizacje proponowanych nośników. Istotna jest ruchliwość danego miejsca, rodzaj ruchu, odległość od drogi lub chodnika czy też liczba innych tablic znajdujących się w bezpośredniej bliskości¹⁷. Formacje polityczne zamawiają zazwyczaj elementy kampanii zewnętrznej nie później niż trzy miesiące przed rozpoczęciem właściwej kampanii wyborczej. Co interesujące, na krajowym rynku politycznym stosunkowo rzadko wykorzystuje się reklamę zewnętrzną do kreacji wizerunku poza okresem kampanii wyborczej. Jak wspomniano wcześniej, wynika to z niskiej świadomości marketingowej liderów partii, braku permanentnej współpracy z agencjami (zaniechanie doradztwa po okresie kampanii wyborczej) oraz niechęci do stosowania reguł marketingu relacji na rynku wyborczym¹⁸. Tego rodzaju podejście należy uznać za nieprawidłowe, bowiem nowoczesna, zorientowana rynkowo formacja polityczna powinna komunikować się z rynkiem w sposób nieustający. Kampanie informacyjne czy wizerunkowe odbywające się w trakcie (w środku) cyklu wyborczego nie powinny zatem dziwić.

Przestrzeń reklamowa najczęściej wynajmowana jest w cyklach siedmiodniowych. Usługa obejmuje wydruk plakatu, jego umieszczenie w wybranych lokalizacjach, ekspozycję na siedem, czternaście lub więcej dni oraz końcowy demontaż. Za dodatkową opłatą firma outdoorowa może równoległe przygotować projekt plakatu do ekspozycji, czyniąc swoją usługę w pełni kompleksową. Jak wspomniano wcześniej, optymalnym rozwiązaniem byłaby sytuacja, w której całością komunikacji marketingowej formacji politycznej realizowany jest przez jedną wyspecjalizowaną agencję lub spin doktora, których zadaniem byłaby pełna koordynacja oraz spójność merytoryczna i taktyczna prowadzonych działań.

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ A. Czarnecki, R. Korsak, *op. cit.*, s. 76.

¹⁸ M. Sempach, *op. cit.*, s. 23.

Warto odnotować, iż reklama zewnętrzna formacji politycznej nie musi ograniczać się jedynie do działań outdoorowych. Możliwe są również informowanie, przypominanie czy działania wizerunkowe z wykorzystaniem innych instrumentów kreacji, takich jak: powierzchnie na ścianach budynków, tablice wolnostojące, citylighty; reklamy na środkach transportu (wewnątrz i zewnątrz), mobile (ruchome billboardy), popularne plakaty uliczne, reklamy w przestrzeni powietrznej (holowane przez samoloty lub balony), reklamy w otoczeniu¹⁹. Wspomniane aktywności są często wykorzystywane przez partie polityczne, jednakże nie mogą stanowić one jądra przekazu komunikacyjnego. Są raczej doraźnym uzupełnieniem prowadzonych działań, stanowiąc dodatkowe urozmaicenie formy przekazu pośredniego. Naturalnie warto je jednak wykorzystywać w poszukiwaniu nisz komunikacyjnych oraz szeroko pojętej przewagi konkurencyjnej. Dodatkową ich zaletą jest stosunkowo niska cena za realizację, która nie przekracza dziesięciu procent kosztów kampanii telewizyjnej. Z tego też powodu działania te pozostają atrakcyjne dla mniej zaможnych formacji politycznych, które nie mogą sobie pozwolić na długofalową komunikację marketingową, realizowaną w oparciu o bardziej kosztowne formy komunikowania pośredniego, jak telewizja, radio czy outdoor.

Kolejnym z możliwych działań komunikacyjnych formacji politycznej jest mailing tradycyjny – inaczej reklama pocztowa zarówno o charakterze adresowym, jak i bezadresowym. Narzędzie to jest wyjątkowo przydatne, gdy formacja lub jej kandydat pragną pozyskać konkretną grupę wyborców, chociażby mieszkańców określonych powiatów, gmin czy dzielnic. Tradycyjną drogą pocztową wysyła się ulotki partyjne, listy z prośbą o udzielenie poparcia lub też informacje o kandydatach ubiegających się o mandat w danym rejonie. Niewątpliwą zaletą tej formy komunikacji jest wysoka elastyczność w kontekście zawartości oraz ilości materiału reklamowego. Co więcej, przesyłka swoim charakterem może być dostosowywana do każdego rodzaju wyborcy z osobna, a jej potencjalna długość życia w domu odbiorcy jest stosunkowo długa²⁰.

Należy podkreślić, iż komunikacja marketingowa z aplikacją tradycyjnego mailingu może być skuteczna, jeśli jest wsparta równolegle przez działania realizowane przy wykorzystaniu innych instrumentów oddziaływania komunikacyjnego. Jak wykazuje bowiem praktyka, wyborcy chętniej sięgają po przesyłki od formacji politycznych i kandydatów, których znają i rozpoznają z innych instrumentów, szczególnie telewizji oraz reklamy zewnętrznej²¹.

¹⁹ J. Blythe, *op. cit.*, s. 124.

²⁰ M. Sempach, *op. cit.*, s. 25.

²¹ *Ibidem*.

Co interesujące, krajowe formacje polityczne w trakcie kampanii wyborczej niechętnie angażują siły i środki w prezentowaną właśnie formę reklamy. Wynika to z faktu, że gospodarstwa domowe każdego dnia otrzymują ponadprzeciętną ilość korespondencji reklamowej z rynku handlowego. Skutkuje to poirytowaniem oraz brakiem zainteresowania odbiorców taką formą komunikacji, która traktowana jest wręcz jako natręctwo reklamowe. Nie zmienia tego fakt, że działania mailingowe są stosunkowo tanią formą komunikowania z wyborcami. Koszty ograniczają się bowiem do opracowania materiałów reklamowych wraz listem przewodnim do wyborcy, ich wydrukowania, zaktualizowania i finalnej dystrybucji do odbiorców. Samo przekazanie do wyborców może odbywać się w dwojaki sposób: adresowo z wykorzystaniem baz danych i doręczeniem przez operatora pocztowego oraz bezadresowo z wykorzystaniem lokalnych działaczy danej formacji wrzucających materiały do skrzynek pocztowych odbiorców. Co oczywiste, wersja zakładająca wykorzystanie operatora pocztowego będzie bardziej kosztowna, aczkolwiek pokryje cały teren będący przedmiotem zainteresowania organizacji politycznej.

Jak ukazano, działania mailingowe nie są priorytetowe w zasobach komunikacyjnych formacji politycznych w Polsce. Jednakże ze względu na niski koszt realizacji powinny być wykorzystywane zarówno przez duże i zasobne organizacje polityczne, jak również te dysponujące mniejszymi środkami.

Kolejnym instrumentem komunikacji marketingowej partii politycznych jest telemarketing. Zazwyczaj stanowi medium wspierające działania komunikacyjne danej organizacji²². Na rynku politycznym telemarketing może być realizowany w następujący sposób: jako wychodzący (pozyskiwanie nowych wyborców, wspieranie wizerunku partii oraz jej kandydatów, budowanie relacji z elektoratem, aktualizacja posiadanych danych) oraz przychodzący (obsługa infolinii)²³.

Komunikacja o charakterze wychodzącym najczęściej opiera się na emisji głosu rozpoznawalnego działacza partii lub rzadziej aktora zachęcającego do głosowania na daną formację. Nagranie takie trwa nie dłużej niż sześćdziesiąt sekund i w zależności od grupy docelowej jest emitowane przed południem (rolnicy, mieszkańcy wsi) lub w późnych godzinach popołudniowych (mieszkańcy dużych aglomeracji)²⁴. Telemarketing przychodzący to po prostu infolinia, gdzie wyborca zainteresowany konkretną partią może uzyskać wyczerpujące informacje na jej temat²⁵. W warunkach krajowego rynku

²² J. S. Trent, R. V. Friedenberg, *op. cit.*, s. 366.

²³ M. Sempach, *op. cit.*, s. 26.

²⁴ *Ibidem*.

²⁵ E. Sherman, *Direct Marketing, How does it Work for Political Campaigns. Handbook of Political Marketing*, London 1999, s. 377.

politycznego ogólnopolskie infolinie działają jedynie w okresie kampanii wyborczej. W okresie powyborczym partie rzadko utrzymują tenże rodzaj komunikowania z elektoratem, co deprecjonuje skuteczność jego oddziaływania.

Należy podkreślić, że krajowe partie polityczne chętniej stosują telemarketing wychodzący aniżeli przychodzący (kampania parlamentarna 2015, 2019 r.). Elementy wychodzące zamawia się w specjalistycznej firmie telemarketingowej, oferującej kompleksową realizację zlecenia (nagranie, baza danych, dobór adresatów, realizacja)²⁶. Tymczasem infolinie obsługiwane są zazwyczaj przez osoby zatrudnione bezpośrednio przez sztab wyborczy, a to rodzi problemy związane z niewystarczającym przeszkoleniem oraz merytorycznym przygotowaniem konsultantów. Rozmowa z niekompetentnym konsultantem negatywnie wpływa na percepcję danej formacji przez wyborców, stanowiąc realny problem w efektywnym komunikowaniu. Rozwiązaniem tego problemu jest pełna profesjonalizacja osób obsługujących przychodzącą linię telefoniczną lub wynajęcie specjalistycznej firmy zewnętrznej, świadczącej usługi w zakresie połączeń przychodzących. Należy przypuszczać, iż w przyszłości ze względu na szybko postępujący rozwój technologiczny działania marketingowe realizowane w oparciu o kontakt telefoniczny zastępowane będą komunikacją internetową z wykorzystaniem cyfrowej inteligencji. Obecnie jednak telemarketing wychodzący wciąż wart jest wykorzystania. Przy jego pomocy można bowiem precyzyjnie trafić do wybranych geograficznie docelowych grup wyborców, szczególnie w zmaganiach o elektorat na prowincji, gdzie odebrany telefon z głosem znanej osoby może przynosić pozytywne skutki komunikacyjne.

Następny, niezwykle ważny współcześnie instrument, za pomocą którego dokonuje się efektywnej komunikacji na rynku politycznym, to Internet. Jest to najmłodszy z nośników wykorzystywanych do komunikowania z rynkiem politycznym. Na szerszą skalę po raz pierwszy został wykorzystany w prezydenckiej kampanii wyborczej Billa Clintona w 1996 r., sukcesywnie zyskując od tego czasu coraz większe znaczenie²⁷. W Polsce zaistniał jako medium reklamy na rynku politycznym w trakcie kampanii prezydenckiej w 2000 r., systematycznie zyskując na znaczeniu w trakcie następnych transakcji wyborczych.

Obecnie jest w Polsce prawie dwadzieścia osiem milionów aktywnych internautów, a 87% gospodarstw domowych posiada dostęp do Internetu²⁸. Co ważne, dysproporcje dostępności sieci w relacji miasto – wieś są niewiel-

²⁶ M. Sempach, *op. cit.*, s. 27.

²⁷ J. Johnson, *Political Consultants and Campaigns*, Boulder 2013, s. 165.

²⁸ *Raport strategiczny Internet 2019/2020 IAB Polska*, <https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/raport-strategiczny-internet-2019-2020/>, s. 6 (dostęp: 3.09.2021).

kie, aż 90% mieszkańców miast oraz 85% mieszkańców wsi posiada dostęp do Internetu²⁹. W roku 2019 rynek reklamy internetowej w Polsce wart był prawie 5 mld złotych z przyrostem 11% w porównaniu do poprzedniego³⁰. Na świecie wydatki na reklamę internetową przewyższają już te poniesione na reklamę telewizyjną. W Polsce w trudnym pandemicznym roku 2020 przekroczyły 40% wszystkich wydatków na reklamę i wciąż mają tendencję wzrostową³¹. Powyższe dane wyraźnie wskazują, że przyszłość komunikacji będzie należała do Internetu oraz narzędzi z nim powiązanych. Należy podkreślić, że marketing interaktywny jako kanał komunikacji wykorzystują w swojej działalności już wszystkie ogólnopolskie formacje polityczne. Partie podobnie jak przedsiębiorcy na rynku handlowym najczęściej komunikują się interaktywnie z odbiorcami za pomocą swojej witryny, mailingu elektronicznego, mediów społecznościowych oraz reklamy internetowej.

Podstawą sprawnej komunikacji elektronicznej organizacji politycznej jest jej strona internetowa. Powinna ona być tworzona w oparciu o następujące komponenty: aktualność (zawsze najnowsze informacje, codziennie aktualizowane), rozrywka (gry i zabawy do pobrania), interaktywność (możliwość sprawnego kontaktu z właścicielem witryny), grafika (ułatwiająca ładowanie na urządzeniach mobilnych)³². Strony internetowe formacji politycznych powinny przede wszystkim informować, unikając przy tym nakłaniania do podejmowania określonych decyzji przez wyborców. Co równie istotne, kreacja wizerunku poprzez strony Web winna być skoordynowana z innymi mediami komunikacji marketingowej mogącymi skutecznie zachęcać do odwiedzania witryny internetowej danej formacji.

Kolejną formą komunikacji elektronicznej, wykorzystywaną na rynku politycznym, jest mailing elektroniczny (ang. *e-mail marketing*). Aktualnie aktywność ta jest uznawana za jedną z najtańszych i zarazem skutecznych form dotarcia do odbiorców. Doskonale nadaje się do prowadzenia działań informacyjnych, wizerunkowych wobec nowych wyborców oraz budowania relacji z tymi, którzy zostali już naszymi sympatykami. Polega na przygotowaniu wiadomości e-mail oraz wysłaniu ich do wybranej grupy odbiorców na podstawie zgromadzonych baz adresowych. Odpowiednio przygotowana spersonalizowana wiadomość w popularnym formacie HTML trafia zatem na skrzynkę pocztową odbiorcy, który dopiero po jej otwarciu może zapoznać się z jej treścią. Kluczem do sukcesu jest jednak posiadanie

²⁹ *Ibidem*, s. 7.

³⁰ *Ibidem*, s. 18.

³¹ *Email marketing statistics you should know in 2021*, www.snov.io (dostęp: 11.07.2021).

³² J. Blythe, *op. cit.*, s. 295.

odpowiedniej bazy adresowej potencjalnych odbiorców, którzy mogą być zainteresowani naszym przekazem. Partie polityczne najczęściej nie posiadają własnych baz adresowych, dlatego też korzystają z zasobów danych najbardziej popularnych portali internetowych, w których dziesiątki tysięcy osób posiada darmowe konta. Wiadomości mogą być skierowane do wszystkich rodzajów wyborców: pozytywnie ustosunkowanych (przekaz informujący i przypominający), neutralnie ustosunkowanych (przekaz informujący) oraz negatywnie ustosunkowanych (przekaz oparty na czarnym PR, przedstawiający naszych przeciwników w złym świetle). Ze względu na skalę oddziaływania koszt jednostkowy prowadzonych działań oscyluje wokół kwoty jednego grosza za wysłany mail, co niewątpliwie jest najtańszą formą komunikowania na rynku politycznym. Otwartą sprawą pozostaje kwestia skuteczności działań e-mail marketingowych. Szacuje się, że średnio jedynie 3,43% e-maili marketingowych jest otwieranych przez odbiorców³³. Wydaje się to niedużo, aczkolwiek, biorąc pod uwagę skalę działań oraz cenę, jest to wartość całkiem akceptowalna i zadowalająca. Co istotne, na działania tego rodzaju mogą sobie pozwolić zarówno duże i zasobne formacje polityczne, jak i pojedynczy kandydaci pozbawieni szerszego wsparcia finansowego. Z pewnością ta forma komunikacji wraz z rozwojem technologii internetowej będzie także na rynku politycznym coraz chętniej stosowana w przyszłości.

Następną wartą odnotowania formą współczesnego komunikowania elektronicznego organizacji politycznej są media społecznościowe (ang. *social media marketing* – SMM). Realizowany tam przekaz implementowany jest z wykorzystaniem tekstu, obrazu video, grafiki, elementów audytywnych, aplikacji oraz linków³⁴. Tekst w marketingu pełni szczególną rolę, co wyraźnie widać, poddając analizie zagadnienie tzw. zarządzania treścią (ang. *content marketing*). W mediach społecznościowych tekstem posługują się blogerzy, kreatorzy tematów na forach internetowych, osoby tworzące raporty celowe oraz rankingi. Wszystko to tworzone jest w celu absorbowania uwagi potencjalnego odbiorcy i doskonale sprawdza się w działaniach informacyjnych i utwardzających realizowanych w mediach społecznościowych na rzecz organizacji politycznej. Tekst może być równoległe wspierany przez grafikę, gdzie niezwykle użyteczne w propagowaniu danej informacji mogą być memy. Ze względu na swój humorystyczny charakter wzbudzają one ponadprzeciętne zainteresowanie internautów, niezwykle szybko rozprzestrzeniając się w mediach społecznościowych, jak Twitter, Instagram, Tik Tok czy

³³ Na podstawie analizy: *Email marketing statistics...* (dostęp: 14.07.2021).

³⁴ M. Grębosz, D. Siuda, G. Szymański, *Social media marketing*, Łódź 2016, s. 75.

Facebook³⁵. Taki jest właśnie cel ich aplikowania. Mogą one być dodatkowo wzbogacone o zdjęcia czy grafiki informacyjne spełniające podobną rolę jak memy, czyli przyciągające i absorbujące uwagę odbiorcy.

Jeszcze doskonalszym komponentem komunikowania w social mediach jest przekaz video. Wszelkiego rodzaju vlogi znanych osób (ang. *video blogs*) czy kanały w popularnych serwisach streamingowych typu YouTube są niezwykle popularne i posiadają wielki wpływ na potencjalnych wyborców. Serwis YouTube ogląda w Polsce 26 milionów osób³⁶. Oddziaływają one zarówno na zmysł wzroku, jak i słuchu odbiorcy. Są interaktywne i mogą przekazywać rozmaite treści związane z działalnością polityczną danej organizacji. Im częściej są aktualizowane, zawierając jednocześnie kontrowersyjne, niepublikowane wcześniej treści, tym więcej mają obserwujących (ang. *followers*), a co za tym idzie siłę komunikacyjnego oddziaływania. W ostatnich latach sporą popularnością wśród formacji politycznych cieszą się webinaria, flash moby oraz tzw. prankvertising³⁷. Webinaria stanowią doskonałą okazję do kreowania własnej wizji państwa poprzez merytoryczny kontakt z wybranymi uczestnikami. Flash moby polegają na zorganizowaniu wydarzenia w przypadkowym miejscu i oczekiwaniu na interesujący rozwój wypadków³⁸. Gdy tak się stanie, rozpowszechnia się dane zdarzenie poprzez media społecznościowe. Metoda ta jest obecnie powszechnie stosowana przez kandydatów ubiegających się o wybór publiczny. Praktycznie bez ponoszenia większych kosztów dociera się w ten sposób do tysięcy potencjalnych wyborców, którzy sami poprzez udostępnianie materiału dalej w sieci zwiększają oddziaływanie komunikacyjne wgranej relacji. Stosunkowo najmłodszą metodą oddziaływania na rynku politycznym jest prankvertising, czyli wykorzystanie nagranych żartu sytuacyjnego do popularyzacji danego produktu. Forma ta nie jest oczywiście przypadkowa, całość jest starannie przygotowana i wyreżyserowana. Zjawisko to wywodzi się z rynku handlowego, gdzie jest chętnie wykorzystywane do budowania wizerunku marki³⁹. Na rynku politycznym jednak wciąż nie rozpowszechniło się, będąc wykorzystywanym przede wszystkim przez pojedynczych kandydatów w wyborach niższego szczebla,

³⁵ J. Johnson, *op. cit.*, s. 190.

³⁶ *Raport strategiczny Internet 2019/2020 IAB Polska*, <https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/raport-strategiczny-internet-2019-2020/>, s. 25 (dostęp: 3.09.2021).

³⁷ *Ibidem*, s. 80.

³⁸ M. Gębarowski, *Flash mob. Istota zjawiska oraz determinant wykorzystania w działaniach promocyjnych podmiotów rynkowych*, „Modern Management Review” 2013, vol. 18, s. 35.

³⁹ M. Karpińska-Krakowiak, A. Modliński, *Prankvertising. Pranks as a new form of brand advertising online*, „Modern Management Review” 2014, vol. 19, s. 33.

np. samorządowych. Najprawdopodobniej powodem takiego stanu rzeczy pozostają obawy o etyczny wymiar tej formy przekazu, gdyż nie wszyscy odbiorcy na rynku politycznym wydają się być skłonni ją zaakceptować.

Ostatnią z sieciowych form komunikowania z otoczeniem jest reklama internetowa. Na potrzeby rynku politycznego najczęściej wykorzystywana jest w postaci banerów, pop-upów, gier i zabaw reklamowych. Banery to ogłoszenia perswazyjne, które celowo zamieszcza się na popularnych stronach internetowych. W zależności od położenia w witrynie mogą mieć charakter pływający, śródekstwy, rozwijany, boczny, górny i dolny⁴⁰. Celem baneru jest zwrócenie uwagi internauty na jego kontent, by wzmocnić świadomość marki danego produktu oraz zachęcenia do kliknięcia na niego, by zostać przeniesionym bezpośrednio na stronę danego oferenta. Problemem jest stosunkowo niska siła oddziaływania, mniej niż 1% internautów decyduje się na zapoznanie z treścią baneru – wskaźnik CTR (ang. *Click Through Rate*)⁴¹. Podobnie jednak jak w przypadku e-mailingu działa tutaj efekt skali, czyli na sto tysięcy odbiorców z wiadomością zapozna się mniej niż tysiąc internautów. W warunkach rynku politycznego, gdzie liczy się każdy głos, wydaje się, że jest to wartość akceptowalna. Należy odnotować, że aktualnie coraz częściej odchodzi się od klasycznych banerów online na rzecz reklamy kontekstowej, gdzie treści danej witryny i reklamy tam zawartej są zbieżne. W obszarze tym niezwykle skutecznym narzędziem jest Google Ads, powszechnie dziś wykorzystywany w kampaniach wyborczych, również w Polsce. Ze względu na rezultaty i relatywnie niskie koszty jest to lubiana forma komunikacji, bowiem formacje polityczne płacą tam jedynie za faktyczne kliknięcie potencjalnego odbiorcy w reklamę (ang. *Cost per Click* – CPC).

Jak wspomniano wcześniej, formą komunikacji internetowej na rynku politycznym mogą być również pop-upy oraz gry reklamowe. Pop-upy w języku polskim określane mianem „wyskakujących okienek” nie są powszechnie wykorzystywane przez organizacje polityczne, bowiem często prowadzą do irytacji odbiorców. Pojawiające się na witrynie w sposób niespodziewany okna, na specyficznym, bardzo różnym od handlowego rynku politycznym mogą przynosić efekt odmienny od zamierzonego. Dlatego właśnie istnieje obawa ich zastosowania na silnie spolaryzowanym obszarze rynku politycznego. Znacznie ciekawszą formą dotarcia do potencjalnego, szczególnie młodego wyborcy są gry reklamowe (ang. *advergemes*) podwieszane do popularnych

⁴⁰ J. Kos, *Wykorzystanie banerów reklamowych w działaniach marketingowych w Internecie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu” 2011, t. 19, s. 44.

⁴¹ B. Wójcik, *Co analizować i benchmarkować w kampaniach display & video na desktopie i mobile*, „Marketing i Sprzedaż” 2020, t. 54, s. 6.

witryn internetowych. Tworzone są w powiązaniu z zakresem rynkowego oddziaływania reklamodawcy muszą być na tyle atrakcyjne, aby przyciągnąć uwagę internautów będących grupą docelową⁴². Ich zasadniczym celem jest dostarczanie rozrywki powiązanej z przekazem reklamowym⁴³. Dlatego też doskonale nadają się jako narzędzie komunikowania na rynku politycznym, także do pozyskiwania młodych wyborców (cel informacyjny, wizerunkowy). Gry reklamowe projektowane są na zamówienie, w sposób celowy technologicznie mało skomplikowane po to, by jak największa liczba potencjalnych odbiorców mogła z nich skorzystać⁴⁴. Istotny w nich jest element humoru, który skupia uwagę i zwiększa stopień zainteresowania przekazem⁴⁵. Na rynku politycznym wykorzystywane są zarówno do promocji własnego kandydata (postać pozytywna w grze), jak również deprecjacji wizerunkowej oponentów (negatywne postaci w grze). Biorąc pod uwagę powyższe, należy wysunąć przypuszczenie, że wraz z rozwojem technologii interaktywnej forma ta będzie coraz bardziej popularna w przyszłości, dzięki czemu organizacje polityczne zyskają efektywne narzędzie do oddziaływania na młodych wyborców.

Podsumowując kwestię wykorzystania Internetu w procesie komunikowania partii na rynku politycznym, warto zauważyć, iż forma ta systematycznie zyskuje na znaczeniu. Świadczą o tym nie tylko rosnące wydatki na reklamę internetową, ponoszone przez podmioty wywodzące się z rynku politycznego, ale przede wszystkim nacisk, jaki kładą poszczególne formacje na rozwój własnych witryn internetowych. Obserwując zmiany, które zaszły w tym zakresie, zauważa się, iż wszystkie ogólnopolskie formacje posiadające status parlamentarny przywiązują dużą uwagę do posiadanych witryn, śledząc najnowsze trendy w projektowaniu i zarządzaniu stronami Web. Warto zauważyć, iż strony internetowe partii stanowią kluczowe narzędzie permanentnego komunikowania się partii z wyborcami. Należy przypuszczać, iż w najbliższym czasie wzorem rozwiązań stosowanych w krajach anglosaskich formacje partyjne rozwiną poziom wykorzystania narzędzi komunikacji internetowej w kierunku ich zastosowania nie tylko w trakcie samej kampanii

⁴² A. Pomykański, R. Błażlak, *Współczesne tendencje zarządzania organizacjami poprzez innowacje*, „Studia Ekonomiczne” 2014, t. 183, s. 149.

⁴³ G. Szymański, B. Mróz-Gorgoń, A. Stasiak, *Advergaming jako innowacyjna forma reklamy*, „Marketing i Zarządzanie” 2018, t. 2, s. 227.

⁴⁴ K. Dziewanowska, A. Kacprzak-Choińska, *Marketing doświadczeń w Internecie na przykładzie gier reklamowych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu” 2012, t. 26, s. 193.

⁴⁵ M. Karpińska-Krakowiak, *Możliwości kształtowania zaangażowania konsumentów wobec marki w mediach społecznościowych za pomocą humoru*, „Studia i Prace WNEiZ Uniwersytetu Szczecińskiego” 2016, t. 43, s. 101.

wyborczej, ale również całego cyklu wyborczego. Jakość działań komunikacyjnych polskich formacji politycznych w sieci choć coraz bardziej profesjonalna jest wciąż daleka od poziomu na rynku przedsiębiorstw czy wzorców amerykańskich. Krajowe partie korzystają zazwyczaj z podwykonawców realizujących poszczególne formy komunikacji internetowej. Często są to różne firmy, których działań komunikacyjnych nikt nie koordynuje, skutkiem czego ich przekaz jest niejednolity i taktycznie rozdrobniony. Warto tutaj pójść w kierunku rozwiązań anglosaskich, gdzie jedna specjalistyczna agencja lub spin doctor zabezpiecza całokształt procesów komunikacyjnych danej formacji politycznej.

W panteonie działań wchodzących w zakres komunikacji marketingowej na rynku politycznym możemy zaliczyć także ambient media. Oddziaływanie tej formy komunikacji można określić jako 3N: nowe, niekonwencjonalne, niskonakładowe⁴⁶. To co wyróżnia ambient media to całkowita odmienność przekazu oraz pojawianie się go w miejscach niespodziewanych⁴⁷. Stanowią je procesy marketingowe nakierowane na osoby, które w niewielkim stopniu tolerują tradycyjne formy reklamy. Komunikacja marketingowa poprzez ambient media opiera się na przekonaniu, iż umieszczanie przekazów reklamowych w miejscach, które dotychczas nie były do tego przeznaczone, może przynieść wymierny skutek marketingowy⁴⁸. Można zatem stwierdzić, iż ambient media są niestandardową, zaskakującą wyborcę powierzchnią mediową, realizowaną w celu wzmacniania świadomości marki oraz jej wizerunku wśród elektoratu. Działania „ambientowe” dopasowują się do stylu życia wybranych grup wyborców, towarzysząc im tam, gdzie się tego nie spodziewają⁴⁹. Mogą być realizowane praktycznie wszędzie, np. w przestrzeni miejskiej (ławki), na plaży (parawany), w pociągu (zagłówki na siedziskach), na basenach (dno oklejone logo marki politycznej) czy w hipermarketach (wózki na zakupy zawierające informacje o marce). Naturalnie ambient media nie mogą stanowić podstawowej formy komunikowania, a jedynie jej uzupełnienie. Nie ma zatem możliwości, aby przeprowadzić całościową kampanię informacyjną, tudzież wizerunkową w oparciu o tę formę oddziaływania⁵⁰.

⁴⁶ M. Gębarowski, *Niestandardowe działania promocyjne polskich jednostek terytorialnych*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne Politechniki Rzeszowskiej” 2011, t. 2, s. 55.

⁴⁷ *Ibidem*.

⁴⁸ P. Wilczek, B. Fertak, *Ambient media, media tradycyjne, konkurencja czy współpraca?*, „Magazyn Marketingu i Sprzedaży. Brief” 2004, t. 58(7), s. 92.

⁴⁹ W. Deluga, *Ambient media jako innowacyjna forma komunikacji z klientem*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu” 2015, t. 39, s. 122.

⁵⁰ *Ibidem*, s. 128.

Partie polityczne w Polsce wciąż z rezerwą podchodzą do wykorzystania „ambient mediów” w realizowanych przez siebie procesach komunikacji marketingowej. Niemniej jednak, praktycznie w każdej z ostatnich dużych kampanii wyborczych (2019, 2020) starano się wykorzystywać tę formę komunikacji dla uzupełniania i wzmacniania przekazu wizerunkowego. Były to działania realizowane na zlecenie Prawa i Sprawiedliwości, Platformy Obywatelskiej, Lewicy oraz Konfederacji skupiające się głównie na umieszczeniu niestandardowych nośników reklamy w przestrzeni miejskiej. Ze względu na dynamiczny rozwój tej formy reklamy w kontekście rynku usług oraz przedsiębiorstw należy spodziewać się dalszego wykorzystania kolejnych elementów „ambientowych” w kampaniach realizowanych na potrzeby rynku politycznego. W aspekcie tym należy raz jeszcze podkreślić, iż w krajowych partiach politycznych świadomość marketingowa jest relatywnie niska. Zatem zwyczajny brak wiedzy o możliwościach współczesnej komunikacji marketingowej ogranicza wachlarz stosowanych na rynku narzędzi wzmacniających wizerunek partii wśród elektoratu. Fakt ten potwierdza tylko potrzebę nawiązania przez krajowe partie polityczne stałej współpracy z wyspecjalizowanymi agencjami marketingowymi lub spin doctorami mogącymi doradzać efektywne wykorzystanie odpowiednich narzędzi komunikacji marketingowej na rynku politycznym.

Podsumowanie

Na podstawie przeprowadzonej powyżej analizy instrumentów komunikacji nowoczesnej organizacji politycznej można sformułować następujące wnioski:

- Każda aktywność komunikacyjna partii politycznej powinna być aplikowana pod kątem jej siły rynkowego oddziaływania i poprzedzona wnikliwymi analizami rynku pod względem doboru grupy docelowej. Jedyną możliwością osiągnięcia przewagi w tym zakresie jest przeprowadzenie badań oraz marketingowej analizy rynku przy pomocy wyspecjalizowanych firm zewnętrznych;
- Krajowe formacje polityczne w przeciwieństwie do swoich anglosaskich odpowiedników nie osiągnęły statusu partii zorientowanych rynkowo (ang. *Market Oriented Parties*), dlatego choć korzystają z różnych dostępnych instrumentów nowoczesnej komunikacji marketingowej, ich działania nie są skoordynowane i taktycznie jednolite, co osłabia ich realną siłę rynkowego oddziaływania;
- Brak statusu partii zorientowanych rynkowo oznacza, że formacja nie stosuje wszystkich dostępnych współcześnie instrumentów marketingu.

Nie oznacza to jednak, że nie może efektywnie wykorzystywać poszczególnych instrumentów komunikowania się z wyborcami;

- Partie polityczne powinny dążyć do pełnej profesjonalizacji swoich działań poprzez odpowiednie zarządzanie procesem komunikowania, który należy prowadzić nieustająco w trakcie całego cyklu wyborczego z wykorzystaniem wyspecjalizowanych agencji bądź doradców marketingowych – spin doctorów;
- Polityka komunikacyjna zorientowanej rynkowo formacji politycznej powinna być realizowana przez jedną jednostkę organizacyjną, która odpowiada za całość działań (analiza rynku, opracowanie strategii, aplikacja działań, ocena ich skuteczności), biorąc za nie pełną odpowiedzialność;
- Prowadzenie działań komunikacyjnych w sposób selektywny, przypadkowy oraz wybiórczy jest skuteczne jedynie doraźnie w bardzo ograniczonym zakresie i w żaden sposób nie przyczynia się do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej organizacji na rynku politycznym;
- Działania komunikacyjne realizowane kompleksowo z wykorzystaniem wszystkich możliwych instrumentów w możliwie długim czasie przyczyniają się do zwiększenia siły oddziaływania, a co za tym idzie zdobywania przewagi konkurencyjnej formacji politycznej;
- Wydaje się, że spośród wszystkich przedstawionych wyżej narzędzi komunikowania pośredniego najistotniejszym będzie instrumentarium realizowane w formule online, o czym świadczą nie tylko progresja wydatków na tę formę oddziaływania, ale również liczba internautów oraz spadające koszty realizacji. W każdej kolejnej kampanii wyborczej komunikowanie bez uwzględnienia nośników internetowych nie będzie mogło być skuteczne;
- Rola medium telewizyjnego, choć w warunkach krajowego rynku politycznego wciąż dominująca, będzie się deprecjonować ze względu na wysokie koszty realizacji oraz niewielką interaktywność przekazu.

Bibliografia

- Blythe J., *Komunikacja marketingowa*, Warszawa 2002.
- Czarnecki A., Korsak R., *Planowanie mediów w kampaniach reklamowych*, Warszawa 2001.
- Deluga W., *Ambient media jako innowacyjna forma komunikacji z klientem*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu” 2015, t. 39.

- Dziewanowska K., Kacprzak-Choińska A., *Marketing doświadczeń w Internecie na przykładzie gier reklamowych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu” 2012, t. 26.
- Gębarowski M., *Flash mob. Istota zjawiska oraz determinant wykorzystania w działaniach promocyjnych podmiotów rynkowych*, „Modern Management Review” 2013, vol. 18.
- Gębarowski M., *Niestandardowe działania promocyjne polskich jednostek terytorialnych*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne Politechniki Rzeszowskiej” 2011, t. 2.
- Grębosz M., Siuda D., Szymański G., *Social media marketing*, Łódź 2016.
- Johnson J., *Political Consultants and Campaigns*, Boulder 2013.
- Karpińska-Krakowiak M., *Możliwości kształtowania zaangażowania konsumentów wobec marki w mediach społecznościowych za pomocą humoru*, „Studia i Prace WNEiZ Uniwersytetu Szczecińskiego” 2016, t. 43.
- Karpińska-Krakowiak M., Modliński A., *Prankvertising. Pranks as a New Form of Brand Advertising Online*, „Modern Management Review” 2014, vol. 19.
- Kos J., *Wykorzystanie banerów reklamowych w działaniach marketingowych w Internecie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu” 2011, t. 19.
- Media Nations UK raport by Ofcom 2019*, <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/tv-radio-and-on-demand/media-nations-reports/media-nations-2019>, s. 78 (dostęp: 3.09.2021).
- Pomykalski A., Błażlak R., *Współczesne tendencje zarządzania organizacjami poprzez innowacje*, „Studia Ekonomiczne” 2014, t. 183.
- Raport strategiczny Internet 2019/2020 IAB Polska*, <https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/raport-strategiczny-internet-2019-2020/> (dostęp: 3.09.2021).
- Sempach M., *Wyspecjalizowane agencje marketingowe w działalności rynkowej krajowych organizacji politycznych*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne UAM” 2012, t. 2.
- Sherman E., *Direct Marketing, How does it Work for Political Campaigns. Handbook of Political Marketing*, London 1999.
- Shrivastava S., Dawle A., *An Overview of Marketing Communication Strategy: A Descriptive Study*, „International Journal of Current Research” 2020, vol. 12.
- Szymański G., Mróz-Gorgoń B., Stasiak A., *Advergaming jako innowacyjna forma reklamowa*, „Marketing i Zarządzanie” 2018, t. 2.
- Trent J., Friedenbergr R., *Political Campaign Communications*, Lanham 2008.
- Tuman J., *Political Communication in American Campaigns*, San Francisco 2008.
- Wilczek P., Fertak B., *Ambient media, media tradycyjne, konkurencja czy współpraca?*, „Magazyn Marketingu i Sprzedaży Brief” 2004, t. 58(7).
- Wójcik B., *Co analizować i benchmarkować w kampaniach display & video na desktopie i mobile*, „Marketing i Sprzedaż” 2020, t. 54.

Zuzanna Kowalczyk*

 <https://orcid.org/0000-0003-0475-3184>

Konflikty klimatyczne w dobie pandemii COVID-19 w Ameryce Łacińskiej

Abstrakt

Artykuł dotyczy zaostrzenia się konfliktów klimatycznych – głównie w Amazonii – w okresie pandemii COVID-19, ponieważ generująca je, niezgodna z prawem działalność wydobywcza, nasiliła się w tym czasie. Ponadto pociągnęła ze sobą skutki nie tylko związane z biodegradacją środowiska, ale również w wymiarze zagrożenia zdrowotnego, związane z epidemią, dla społeczności rdzennych. Autorka odnosi się do rozwoju poszerzenia pojęcia bezpieczeństwa o zagadnienie ekologii, jak również szerszego zainteresowania degradacją środowiska jako przyczyny konfliktów, w których strony uciekają się do przemocy. Następnie nakreślona zostaje współczesna sytuacja w Amazonii w wybranym regionie, wskazane przyczyny nasilenia się zjawiska nielegalnego wydobycia złota, związanego w dużym stopniu z wybuchem globalnej pandemii. Jednym z celów autorki jest również przedstawienie możliwych działań, które możemy podjąć zarówno indywidualnie, jak i w wymiarze międzynarodowym, aby zmniejszyć skalę występowania konfliktów klimatycznych w przyszłości. Autorka musi zaznaczyć, iż z uwagi na okres, do którego się odnosi w artykule, został on oparty w większości na informacjach udostępnianych przede wszystkim przez rzetelne źródła medialne, w tym internetowe.

Słowa kluczowe: nielegalny przemysł wydobywczy, Amazonia, konflikty klimatyczne.

Climate conflicts during the COVID-19 pandemic in Latin America

Abstract

The article tackles the problem of climate conflicts – particularly in Amazon region and especially in the period of global pandemic COVID-19. This specific period was chosen deliberately, because the illegal mining activity, which generates and fuels this conflicts, has increased exponentially during this time. Moreover it brought not only negative

* Adiunkt, politolog, Uniwersytet Łódzki, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych, Katedra Studiów Latinoamerykańskich; e-mail: zuzanna.kowalczyk@uni.lodz.pl

consequences for the environment, but also puts in danger the health and mere existence of some of indigenous groups, caused by the spreading of the pandemic. Firstly, the author refers to the short history of inclusion into the field of security studies of the ecological perspective, as well as of the development of the interests in research connecting the degradation of natural environment with violent conflicts. In the context of Amazon region the outline of current situation, the causes of intensification of illegal gold mining are presented. The author also tries to identify possible actions that may be undertaken to reduce the risks of such conflicts in the future.

Keywords: illegal mining industry, Amazon region, climate conflicts.

Celem autorki jest przedstawienie konfliktu klimatycznego w Amazonii, dotyczącego zanieczyszczenia zasobów wodnych przez nielegalne górnictwo. Autorka skupiła się na okresie pandemii COVID-19, z uwagi na fakt, iż niezgodna z prawem działalność wydobywcza nasiliła się w tym czasie, jednocześnie przynosząc skutki nie tylko dotyczące biodegradacji środowiska, ale również zdrowotne, związane z epidemią dla społeczności rdzennych. Ponadto akurat w tym okresie udało się zarejestrować na zdjęciach wykonanych z Międzynarodowej Stacji Kosmicznej skalę tejże działalności. Fotografie te znalazły się w mediach na całym świecie, spotykając się z zainteresowaniem opinii publicznej i dając możliwość nagłośnienia opisywanego w artykule problemu, który w Europie i Polsce jest mniej znany odbiorcom. Autorka planuje wyjść od krótkiej ewolucji definicji pojęcia bezpieczeństwa, aby pokazać, że konflikty spowodowane zmianami klimatu mieszczą się w kategorii bezpieczeństwa. Przybliży również zagadnienie konfliktu klimatycznego, przywołując wojnę w Sudanie, gdyż jest ona często określana jako „pierwszy konflikt spowodowany zmianami klimatu”. Przechodząc do regionu południowoamerykańskiego, odnosi się do nielegalnej działalności wydobywczej, akcentuje jej wpływ na ludność rdzenną i łamanie jej praw, które powinny być chronione jako znajdujące się w kanonie praw człowieka. Autorka pragnie zaznaczyć, iż z uwagi na okres, jaki opisuje, musiała opierać się w większości na informacjach udostępnianych przede wszystkim przez rzetelne źródła medialne, w tym internetowe, sprawdzając jednak ich miarodajność i kompetencje autorów. W podsumowaniu stara się przedstawić czynniki, które spowodowały nasilenie się nielegalnego wydobycia złota w Amazonii oraz wybrane działania, które mogłyby w dłuższej perspektywie mieć pozytywny wpływ na ochronę środowiska naturalnego w Amazonii.

Wstęp

W dzisiejszych naukach o bezpieczeństwie dominuje przekonanie, iż nie jest to pojęcie proste do zdefiniowania, o czym świadczy fakt, iż jego znaczenie zależy od przyjętej perspektywy. Jeśli przyjmiemy punkt widzenia mieszkańca Europy, Afryki, Ameryki Południowej to odpowiadzi na pytanie „Czym jest bezpieczeństwo?” mogą być bardzo rozbieżne. W tym zakresie nie ma już właściwie wątpliwości – definiowanie tego pojęcia zmienia się wraz z przyjętą perspektywą, jak i ze zmieniającymi się warunkami. Udowodniła to także pandemia COVID-19, która dla wielu osób zmieniła – nawet jeśli tylko na okres epidemii – postrzeganie tego, kiedy czujemy się bezpieczni.

Na fakt, iż bezpieczeństwo to kategoria cechująca się niejednoznacznością i elastycznością zwraca uwagę Paul D. Williams, podkreślając, iż bezpieczeństwo związane jest z kontrolą tego, co może stanowić zagrożenie dla „szczególnie cenionych” wartości¹. Wartości, to co cenimy najbardziej, mogą być bardzo subiektywne – od nas zależy, co uważamy za najbardziej wartościowe. Jest to również widoczne w konfliktach o zasoby naturalne, których wartość jest inaczej szacowana – z jednej strony przez rządy, polityków, ale też przedstawicieli biznesu; a zupełnie inaczej przez lokalne społeczności, ludność autochtoniczną, grupy najuboższych mieszkańców. Dotyczy to nawet tak podstawowego zasobu, jak woda pitna. Można powiedzieć, iż niekiedy w tym wypadku istnieje przepaść między postrzeganiem wartości tych zasobów i ich wpływie na poczucie bezpieczeństwa przez wymienione grupy. Williams wskazuje, że hierarchia zagrożeń również może być inna – w omawianym przypadku zależnie od tego, czy obawiamy się braku możliwości zaspokojenia podstawowej potrzeby, jaką jest pragnienie, czy spadku zysków i wpływów do budżetu państwa.

Nie ulega jednak wątpliwości, że w dzisiejszym rozumieniu bezpieczeństwa nie można pominąć zagrożeń społecznych, gospodarczych, poza konfliktami zbrojnymi czy np. terroryzmem. Pandemia uświadomiła również w dotkliwy sposób opinii publicznej, jak ważne jest bezpieczeństwo związane ze sprawnymi systemami opieki zdrowotnej. Dotychczas podejście decydentów odbiegało od zmieniającej się perspektywy w nauce, którzy wydawali się być przywiązani do rozumienia bezpieczeństwa w kategorii potęgi i wojskowości. Pokazuje to porównanie wydatków w skali świata na siły zbrojne sięgające niemal 1900 kwintylionów dolarów w 2019 r. z wydatkami na służbę zdrowia – niecałe 8 kwintylionów w 2018 r.² (dane Banku Światowego; w momencie pisania

¹ P. D. Williams (red.), *Studia bezpieczeństwa*, Kraków 2012, s. 1–11.

² Dane z bazy Banku Światowego, *World Bank Open Data*, <https://data.worldbank.org> (dostęp: 1.07.2021).

artykułu nie opublikowano jeszcze danych – odpowiednio – za rok 2020 i 2019, a autorka nie chciała porównywać danych pochodzących z różnych źródeł, aby nie zaistniały różnice w zastosowanej przez instytucje metodzie ich gromadzenia i przeliczenia). Mimo że wydatki na ochronę zdrowia rosną, to dysproporcje są ogromne, dostrzegalne szczególnie wyraźnie obecnie – gdy w czasie pandemii służba zdrowia na świecie znajduje się w kryzysie (zwłaszcza, że zwraca się uwagę, iż nakłady na służbę zdrowia rosną przede wszystkim z powodu rosnących cen leków i sprzętu, zatem wzrost wydatków niekoniecznie przekłada się na zwiększenie jakości i dostępności opieki zdrowotnej).

Wraz z rozwojem pojęcia bezpieczeństwa w nauce, zwrócono uwagę, iż to niekoniecznie państwa, lecz jednostki ludzkie są podstawowym jego podmiotem. Zaś bezpieczeństwo jednostek przekłada się na bezpieczeństwo większych grup, zbiorowości czy społeczeństw. Ostatnio zaczęto z większą uwagą traktować zagrożenia dotyczące całej planety, gdyż bezpieczeństwo globu dotyczy całej populacji ludzkiej. Stąd pojawiło się podejście, iż polityka bezpieczeństwa nie tylko powinna obejmować wymiar ekologiczny, ale wręcz od niego się zaczynać. Badacze zaczęli zwracać uwagę, iż środowisko naturalne stanowi podstawę, bez której niemożliwa jest żadna inna działalność człowieka zależnego od prawidłowego funkcjonowania ekosystemów³. Jeśli nawet to podejście nie dominuje, to coraz szerzej jest akceptowane, dlatego przydatne jest jako wstęp do dalszych rozważań autorki.

Konflikt w Darfurze – pierwszym zbrojnym konfliktem klimatycznym?

Właściwie nie kwestionuje się obecnie twierdzenia, że konflikty o zasoby spowodowane zmianami w środowisku naturalnym będą przybierać na sile w XXI w. Tego rodzaju konflikty nazywane są również klimatycznymi. Mimo że przez dekady nie akcentowano związku między zmianami klimatu a konfliktami zbrojnymi, nie ma wątpliwości, iż degradacja środowiska naturalnego spowodowana działalnością człowieka ma negatywny wpływ na bezpieczeństwo ludzi i w skrajnych przypadkach może prowadzić nawet do konfrontacji z użyciem broni na mniejszą lub większą skalę. Ponadto, niektóre z nich, które już miały miejsce, zaczęto rozpatrywać w kategoriach konfliktów klimatycznych. Często przywoływanym tutaj przykładem jest wojna w Darfurze. Szczegółowo pisze o tym Harald Welzer⁴ i chociaż ocena tego konfliktu bez uwzględnie-

³ P. D. Williams (red.), *op. cit.*, s. 1–11.

⁴ H. Welzer, „Wojny klimatyczne”. *Za co będziemy zabijać w XXI wieku*, Warszawa 2010, s. 73–107.

nia innej – poza klimatyczną – perspektywy nie jest właściwa, to argumentów Welzera za postrzeganiem tej wojny przez pryzmat zmian klimatu nie da się nie uwzględnić. Autor podkreśla, iż przed wybuchem wojny w północnym Sudanie w ciągu czterdziestu lat (do końca pierwszej dekady XXI w.) nastąpiło zwiększanie się obszaru pustynnego, co skutkowało ograniczeniem żyzniejszych terenów, nadających się pod uprawy i wypas bydła. Podkreśla również, iż proces ten miał bezpośredni związek ze zmniejszającym się poziomem opadów właśnie z powodu zmian klimatu, ale również z intensyfikacją wypasu bydła, zwiększeniem wycinki lasów, co w konsekwencji prowadziło do erozji i wyjałowienia gleby. Podaje również dane dotyczące wylesiania i wzrostu temperatury – w perspektywie kilku dekad – do roku 2060 na podstawie modeli zmian klimatu przewidywany jest wzrost temperatury w Sudanie o półtora stopnia Celsjusza, zaś średnie opady roczne zmniejszą się o 5%. W konsekwencji zbiory produktów rolnych mogą zmniejszyć się nawet o 70%. Przywołuję ten konflikt, ponieważ jest jednym z pierwszych w sposób bardzo dokładny przeanalizowanych z perspektywy klimatycznej. Welzner również podkreśla, iż jest to przypadek, gdzie łatwo ukazać można, jak zmiana klimatu stała się jedną z bezpośrednich przyczyn wybuchu i eskalacji przemocy, prowadząc do wojny domowej. Przytacza na potwierdzenie tej tezy fragment raportu Programu Narodów Zjednoczonych ds. Ochrony Środowiska:

W Darfurze problemy środowiskowe w połączeniu z nadmiernym przyrostem ludności określają warunki konfliktów zbrojnych toczących się na granicach etnicznych – to znaczy pomiędzy „Afrykanami” a „Arabami”. Konflikty, za którymi stoją przyczyny ekologiczne, postrzegane są jako konflikty etniczne – i to przez samych uczestników. Do społecznego upadku dochodzi na skutek katastrofy ekologicznej, ale większość aktorów tego nie dostrzega. To, co widzą, to ataki, grabieże, mordercza przemoc – to znaczy wrogość grupy „ich” wobec grupy „nas”. [...] Trwałego pokoju w Sudanie nie da się osiągnąć tak długo, jak długo warunki życia i środowiska pozostaną takie jak obecnie. Już dziś określają je susze, pustynnienie, brak opadów, wylesienie, mówiąc krótko: egzystencjalne niedostatki, które zmiana klimatu jeszcze pogłębi⁵.

Chociaż jednoznaczne wskazanie, iż przyczyny tej wojny domowej związane są głównie z problemami środowiska naturalnego było krytykowane, to jednak nie sposób nie zgodzić się, iż globalne ocieplenie i dewastacja przyrody w coraz bardziej bezpośredni sposób prowadzi do konfliktów, w których strony uciekają się do użycia przemocy.

⁵ Studium Programu Narodów Zjednoczonych ds. Ochrony Środowiska, czerwiec 2007, cyt. za: H. Welzer, *op. cit.*, s. 87. Zob. także: *Sudan Post-Conflict Environmental Assessment*, UNEP 2007, https://postconflict.unep.ch/publications/UNEP_Sudan.pdf (dostęp: 11.07.2021).

Perspektywa latynoamerykańska

Sudan – jak zostało wspomniane – został przywołany jako konflikt przeanalizowany dość dokładnie z perspektywy zmian klimatycznych. Mimo że wiele odróżnia go od konfliktów klimatycznych w Ameryce Łacińskiej, to jednak są pewne podobieństwa – przede wszystkim jeśli chodzi o przyczyny „sporów o zasoby”, które możemy odnaleźć, a nawet więcej – odnieść do większości tego rodzaju konfliktów na świecie. Owe „wspólne” przyczyny wybuchu takich konfliktów to niedostatek podstawowych zasobów zapewniających przetrwanie, jak woda pitna, gleba nadająca się do uprawy, spowodowany wzrostem temperatury. Przewiduje się, iż lokalne (ale również regionalne) konflikty o ziemię i wodę będą coraz częstszym zjawiskiem na świecie. Specyfika regionu Ameryki Łacińskiej leży jednak w tym, iż z danych statystycznych i prognoz wynika, że (poza Ameryką Środkową) jest to część świata, której w mniejszym stopniu zagraża niedobór wody spowodowany spadkiem opadów. Według danych Komisji Gospodarczej dla Ameryki Łacińskiej i Karaibów (Economic Commission for Latin America and the Caribbean – CLAC) na region przypada niemal jedna trzecia globalnych zasobów wodnych⁶. A jednak wojny o wodę w tym regionie również miały już miejsce. Najbardziej chyba znane na skalę międzynarodową są wojny o wodę w Boliwii w 2000 r. w Cochabambie. Jednak jako główną przyczynę braku dostępu do wody zdanej do picia wskazuje się w Ameryce Południowej skażenie wód lub wysychanie zasobów wodnych w wyniku działalności przemysłu wydobywczego lub wielkich inwestycji – paradoksalnie również w energetykę wodną, uważaną dość powszechnie za „proekologiczną”. Konflikty o ziemię spowodowane są często polityką powiększania obszarów rolnych, „wypychania” drobnych rolników przez wielkie przedsiębiorstwa agrarne, jak również wycinkę lasów deszczowych pod uprawę i hutnictwo. Można tu zwrócić uwagę na fakt, iż bardzo często stroną poszkodowaną w tych sporach jest ludność rdzenna: mają więc one również wymiar etniczny i związane są z łamaniem jej praw. Praw, które nierzadko zapisane są w miejscowym ustawodawstwie (jak np. w Konstytucji Brazylii), ale również w konwencjach międzynarodowych, których sygnatariuszami są państwa jednocześnie dające milczące przyzwolenie międzynarodowym, ale również miejscowym, koncernom na ich łamanie.

Jak wspominałam, w największym stopniu do deforestacji Amazonii przyczynia się rolnictwo – w szczególności wycinka lasów pod pastwiska i upra-

⁶ United Nations, Economic Commission for Latin America and the Caribbean, <https://www.cepal.org/en/topics/water-resources> (dostęp: 11.07.2021).

wy⁷, ale również pozyskiwanie cennych gatunków drewna. W Ameryce Środkowej dużą rolę w degradacji gleby i zaniku różnorodności biologicznej ma uprawa palm na produkcję oleju palmowego.

Świadomość konieczności ochrony lasów deszczowych, które charakteryzują się największą różnorodnością biologiczną na Ziemi w ostatnich dekadach, a zwłaszcza w obecnym wieku, znacząco się zwiększyła. Problemy dla bezpieczeństwa związane z degradacją Zielonych Płuc Ziemi zaczęły trafiać do szerszego grona odbiorców, poza ekologami i specjalistami. Szerokim echem na świecie odbiły się pożary Amazonii na wielką skalę w roku 2019, ale przede wszystkim krytyka prezydenta Jaira Bolsonaro spowodowana jego bardzo opieszalą reakcją na zagrożenie, mimo ostrzeżeń brazylijskich agencji ochrony środowiska⁸, czy oskarżenia formułowane przez prezydenta wobec aktywistów – o celowe podpalanie lasów w celu szukania rozgłosu. Ponadto prezydent Bolsonaro zdecydował się nawet na zwolnienie wysokiego szczebla pracowników agencji, którzy nagłaśniali problemy wycinki lasów lub umieszczali zdjęcia satelitarne pokazujące postępy w dewastacji Amazonii, jak np. Ricarda Magnusa Osório Galvão z Narodowego Instytutu Badań Kosmicznych, który poinformował o znaczącym wzroście wycinki lasów w pierwszym półroczu 2019 r. Ponadto, jak podała Agencja Reuters, Instytut Chico Mendesa, zajmujący się ochroną bioróżnorodności (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade – ICMBio) podał dane za rok 2020, z których wynika, że wycinka lasów Amazonii osiągnęła najwyższy poziom w ciągu ostatnich 12 lat⁹. Aby móc zrozumieć rozwój sytuacji w ostatnim roku, musimy opierać się w dużej części na informacjach prasowych, które przedstawiają sytuację z perspektywy aktywistów, gdyż z powodu pandemii COVID-19 dostęp do informacji jest utrudniony. Jednak informacje, jakie przedostają się do wiadomości publicznej, są niepokojące – zwłaszcza że część doniesień wiąże się również z łamaniem praw człowieka.

W lutym 2021 r. świat obiegły zdjęcia „rzek złota” w peruwiańskiej Amazonii zrobione z Międzynarodowej Stacji Kosmicznej 24 grudnia 2020 r. i opublikowane później przez NASA. Ekolodzy, ale również komentatorzy

⁷ *World Wildlife Fund*, <https://www.worldwildlife.org/threats/deforestation-and-forest-degradation> (dostęp: 11.07.2021).

⁸ E. Londoño, *Bolsonaro Fires Head of Agency Tracking Amazon Deforestation in Brazil*, „The New York Times” 2019, August 2, <https://www.nytimes.com/2019/08/02/world/americas/bolsonaro-amazon-deforestation-galvao.html> (dostęp: 15.07.2021).

⁹ J. Spring, *Brazil's Bolsonaro Obstructs Environmental Fines Key to Protecting Amazon*, „REUTERS” 2021, July 2, <https://www.reuters.com/world/americas/brazils-bolsonaro-obstructs-environmental-fines-key-protecting-amazon-2021-07-02/> (dostęp: 15.07.2021).

i dziennikarze, zwrócili uwagę, iż dzięki fotografiom można pokazać stopień, w jakim zatrutowana jest woda w Amazonii przez przemysł wydobywczy, ale także, jaką skalę przybrało nielegalne wydobycie złota w południowo-wschodniej peruwiańskiej części lasów deszczowych w regionie Madre de Dios. Powołując się na komentarz Obserwatorium Ziemi (Earth Observatory) agencji kosmicznej NASA i późniejsze komentarze naukowców, należy wyjaśnić, iż „rzeki złota”, jakie widnieją na zdjęciach, to w rzeczywistości ‘kratery’ wykopane przez nielegalnie działających górników zwanych *garimperos* lub *niezależnymi górnikami*¹⁰. Obserwatorium Ziemi NASA zwraca również uwagę, iż Peru jest szóstym na świecie producentem złota, a region Madre de Dios jest jednym z największych na świecie centrów „niezależnego górnictwa”, jak nazywany jest nieuregulowany, odbywający się poza strukturami wyznaczonymi przez przepisy i prawo, przemysł górniczy. Co więcej, to właśnie ta działalność jest główną przyczyną wylesiania na tych terenach, jak również zatrucia wody pitnej rtęcią, którą wykorzystuje się w procesie wydobycia złota – uwalniana jest do środowiska w fazie oddzielania kruszcu od skały. Problemy neurologiczne, choroby płuc spowodowane wdychaniem oparów rtęci, choroby nerek spowodowane zatruciem wody dotykają ludność autochtoniczną mieszkającą na tych terenach, jak również niszczą faunę i florę – w tym wiele gatunków endemicznych.

Badacze podkreślają, że deforestacja nie jest spowodowana jedynie samym procesem wydobywczym, lecz także powstawaniem infrastruktury koniecznej do transportu, jak chociażby południowa autostrada międzyoceaniczna, która miała służyć połączeniu Peru z Brazylią, rozwojowi handlu i turystyki. Andrea Nicolau, biorąca udział w projekcie monitorowania andyjskiego regionu (Amazonii Monitoring of Andean Amazon Project), przeanalizowała niemal 3500 kilometrów kwadratowych regionu Madre de Dios, aby prześledzić zmiany w latach 2013–2018. Z jej analizy wynika, że zniknęło około 206 kilometrów kwadratowych lasu na tym terenie, ale znaczące jest, iż największe straty przyniósł ostatni badany rok. Jedną z najbardziej prawdopodobnych przyczyn nasilenia się zjawiska wylesiania, jakie zauważano, jest właśnie ukończenie wspomnianej autostrady – zbiegło się ono w czasie ze wzrostem nielegalnego wydobycia, co ułatwiło *garimperos* dostęp do tych obszarów¹¹. Obserwatorium Ziemi NASA opublikowało także materiały, na których widać poszerzanie się działalności wydobywczej na tych terenach od

¹⁰ *Gold Rush in the Peruvian Amazon*, Earth Observatory, NASA, <https://earthobservatory.nasa.gov/images/147891/gold-rush-in-the-peruvian-amazon> (dostęp: 27.04.2021).

¹¹ *Tracking Peruvian Forest Loss from Space*, Earth Observatory, NASA, <https://earthobservatory.nasa.gov/images/144841/tracking-peruvian-forest-loss-from-space> (dostęp: 17.06.2021).

maja 2020 do maja 2021 r.¹² Według opublikowanych danych w ciągu ostatnich trzech dekad w związku z wydobywaniem złota zniszczono około tysiąca kilometrów kwadratowych peruwiańskiej Amazonii. Mimo pewnych sukcesów w ograniczaniu wydobycia, po wprowadzeniu Operacji Merkury¹³, mającej na celu większą kontrolę nad nielegalnym wydobywaniem złota, poza terenami, na których jest ono legalne, ciągle pojawiają się nowe działające bezprawnie kopalnie.

Wydobycie złota a pandemia COVID-19

Działalność ta nasiliła się jednak jeszcze w okresie pandemii. Mimo zakazów poruszania się i „zamknięcia” kraju nielegalni górnicy wzmożli swoją działalność. Paradoksalnie epidemia mogła wręcz ułatwić działalność nielegalnym górnikom, gdyż działania związane z kontrolą przestrzegania obostrzeń przez obywateli wymagały większego zaangażowania sił porządkowych i bezpieczeństwa, pozwalając tym samym na intensyfikację działań *garimperos*.

O tym, jak wyglądała działalność wydobywcza w dobie pandemii w Amazonii, możemy się dowiedzieć głównie z doniesień prasowych bazujących na wiadomościach otrzymanych od aktywistów-ekologów, obrońców praw człowieka, gdyż ciągle bardzo trudna sytuacja epidemiczna nie pozwala na dotarcie do tych terenów badaczom z wielu regionów. Jednak potwierdzeniem tego, jak duża jest skala zagrożenia świadczyć może fakt, iż wiele tygodników i gazet polskich opublikowało informacje na ten temat. Jest to o tyle znaczące, że są to problemy odległego regionu i wydawałoby się niebędące w centrum zainteresowania opinii publicznej w Polsce.

Pozwolę sobie wykorzystać kilka informacji prasowych z uwagi na wspomniane ograniczenia w dostępie do bazy źródłowej. W pierwszej kolejności należy podkreślić, że pandemia z jeszcze jednego powodu przyczyniła się do nasilenia rabunkowej gospodarki zasobów naturalnych. Wiąże się to z faktem, iż w czasach kryzysu, jakim bez wątpienia jest globalna pandemia, rosną ceny kruszców – w szczególności złota, które uważane jest za dobrą inwestycję i sposób na lokowanie pieniędzy zabezpieczający przed utratą wartości lepiej niż przechowywanie gotówki nawet w „mocniejszych” walutach.

¹² *Finding Gold Mining Hotspots in Peru*, Earth Observatory, NASA, <https://earthobservatory.nasa.gov/images/148439/finding-gold-mining-hotspots-in-peru> (dostęp: 17.06.2021).

¹³ *MAAP #137: New Illegal Gold Mining Hotspot in Peruvian Amazon -Pariamanu*, Monitoring of Andean Amazon Project 2021, May 4, <https://maaproject.org/2021/mining-peru-pariamanu/> (dostęp: 17.06.2021).

Mimo ostatniego osłabienia tempa wzrostu, a nawet przejściowych spadków, jeśli weźmiemy pod uwagę okres epidemii COVID-19, kiedy choroba zaczęła się rozprzestrzeniać w Ameryce Południowej – od marca 2020 do lipca 2021 r. włącznie – ceny złota wzrosły o około 12% za uncję¹⁴.

Nie może zatem zaskakiwać, iż dla mieszkańców Peru czy Brazylii, państw położonych na kontynencie największych nierówności majątkowych w skali globalnej, praca – nawet nielegalna – przy wydobyciu złota jest postrzegana jako warty ryzyka i pewny sposób utrzymania. Według wspomnianych wcześniej doniesień dziennikarzy¹⁵, jak również informacji przekazywanych przez religijne organizacje charytatywne, starające się nieść pomoc ludności w Amazonii, wraz z nasileniem się działalności w czasie epidemii spowodowano śmiertelne zagrożenie dla społeczności rdzennych na obszarach działalności nielegalnych górników. Niekontrolowane wtargnięcie ludzi, którzy – jak się później okazało – przynieśli ze sobą – świadomie lub nie – koronawirusa na tereny, gdzie rdzenni mieszkańcy nie mieli żadnej pomocy ze strony państwa w walce z zagrożeniem ani realnej możliwości zachowania zaleceń instytucji ochrony zdrowia w walce z chorobą spowodowało katastrofalne wręcz skutki. Najwięcej informacji dotyczy negatywnych konsekwencji, jakie nielegalna działalność w połączeniu z pandemią spowodowała wśród grupy rdzennej Yanomami. Agencja Reuters już w ubiegłym roku w czerwcu opublikowała artykuł alarmującej treści, w którym informowano, iż nielegalna działalność górnicza w okresie epidemii może zagrażać przetrwaniu największej z brazylijskich grup tubylczych, dotychczas funkcjonującej jeszcze we względnej izolacji¹⁶. Podobnie jak ma to miejsce w Peru, nielegalne wydobycie złota na terenach zamieszkałych przez tę grupę rdzenną w ostatnich latach nasiliło się – szczególnie po wyborze na prezydenta Jaira Bolsonaro, który obiecał zwiększenie wykorzystania Amazonii dla rozwoju gospodarczego kraju. Dziennikarze agencji Reuters zwrócili uwagę, iż szacowana przez urzędników, ale też mieszkańców liczba osób, które pracują w nielegalnym przemyśle wydobywczym na tych terenach, sięgnęła (w momencie publikacji w czerwcu 2020 r.) już 20 tysięcy, podczas gdy liczebność grupy Yanomami szacuje się na około 35–40 tysięcy (dane różnią się w zależności od

¹⁴ Dane dotyczące cen złota, *Goldenmark*, <https://goldenmark.com/pl/mysaver/ceny-zlota/> (dostęp: 31.07.2021).

¹⁵ W internetowych serwisach informacyjnych w Polsce, M. Winiarska, *Duch epidemii Xawariri powrócił z gorączką złota. „Strażnicy Amazonii” umierają razem z nią*, <https://tvn24.pl/magazyn-tvn24/duch-epidemii-xawariri-powrocil-z-goraczka-zlota-straznicy-amazonii-umieraja-razem-z-nia,284,4979> (dostęp: 12.05.2021).

¹⁶ S. Scarr, A. Boadle, *Amazon Gold Rush: Illegal Mining Threatens Brazil's Last Major Isolated Tribe*, „REUTERS” 2020, June 25, <https://www.reuters.com/article/us-brazil-indigenous-mining-insight-idUSKBN23W2W0> (dostęp: 23.06.2021).

źródła), z czego prawie dwie trzecie populacji zamieszkuje tereny, które formalnie podlegają ochronie. Na podstawie przeprowadzonej przez agencję Reuters analizy zdjęć satelitarnych rezerwatu społeczności Yanomami, stwierdzono dwudziestokrotny wzrost nielegalnej działalności wydobywczej w ostatnich pięciu latach (licząc do 2020 r.), przede wszystkim wzdłuż dwóch rzek Uraricoera i Mucajai, gdyż woda jest niezbędna w procesie wydobywczym¹⁷. Autorzy cytują Dario Yawariomę – wiceprzewodniczącego Stowarzyszenia Hutukara Yanomami, który wprost stwierdza, że: „Główną formą transmisji śmiertelnego wirusa do naszych społeczności są nielegalni górnicy. Jest ich tak wielu. Przybywają w helikopterach, samolotach, łodziami i my nie mamy żadnej możliwości, aby stwierdzić, czy [nie] są chorzy na koronawirusa”¹⁸.

Lekarze, aktywiści, naukowcy zwracają uwagę, iż dla społeczności rdzennych, które żyją w odmienny sposób – w szczególności fakt, iż podtrzymując swoje tradycje, mieszkają wspólnie, dzieląc przestrzeń zbiorową ze sobą, w bliskim kontakcie, w grupach nawet do kilkuset osób, dzieląc się przedmiotami codziennego użytku, jak i jedzeniem, właściwie nie ma możliwości zachowania zalecanego przez epidemiologów dystansu i higieny. Przez co wirus jest tym bardziej zabójczy dla tego rodzaju społeczności, a badacze regionu obawiają się, iż dla mniejszych grup rdzennych obecna pandemia może oznaczać niemal fizyczne wyniszczenie. W przypadku grupy Yanomami szacuje się, że zainfekowane zostanie co najmniej 40% populacji¹⁹. Wspomniani przeze mnie dziennikarze dowiedzieli się także od Dario Yawariomy, iż żaden przedstawiciel rządowej agencji ds. ludności rdzennej (Funai) w pierwszych miesiącach epidemii nie pojawił się, aby zapoznać się z sytuacją mieszkańców.

Bierności władz nie można nazwać zaskakującą, gdyż Jair Bolsonaro obiecywał zalegalizowanie działalności *garimpeiros*. Ponadto z powodu wzrostu popytu na złoto eksport tego kruszcu z Brazylii również się zwiększa. Trafia ono głównie do Indii: w 2019 r. stanowił on 12,7% całości eksportu brazylijskiego do Indii²⁰, a w ciągu pierwszych ośmiu miesięcy 2020 r. zanotowano wzrost eksportu złota z Brazylii do Indii o 35%²¹.

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ *Ibidem*. Tłumaczenie własne autorki.

¹⁹ V. Vaishnavi Rathore, *Brazilian Gold has an Environmentally Hazardous Supply Chain, and India is a Part of It*, The Bastion. Development in Depth 2020, July 29 (dostęp: 23.06.2021).

²⁰ *Observatory of Economic Complexity (OEC)*, <https://oec.world/en/profile/bilateral-country/ind/partner/bra> (dostęp: 30.06.2021).

²¹ D. Phillips, *Goldmining Having Big Impact on Indigenous Amazon Communities*, „The Guardian” 2020, October 7, <https://www.theguardian.com/environment/2020/oct/07/goldmining-having-big-impact-on-indigenous-amazon-communities> (dostęp: 30.06.2021).

Biorąc pod uwagę politykę i nastawienie prezydenta Jaira Bolsonaro, który postrzega Amazonię głównie jako potencjalne źródło dochodu, a nie źródło bogactwa przyrodniczego, które należy chronić, nie dziwi również jego brak zaangażowania w ochronę ludności rdzennej (jeszcze przed pandemią twierdził, iż teren rezerwatu, na którym żyją Yanomami, jest nieproporcjonalnie duży do liczby jego mieszkańców). Przed wybuchem epidemii wiele odizolowanych społeczności natywnych na co dzień nie miało dostępu do opieki medycznej. Nie zaskakuje więc fakt, iż obecnie nie prowadzi się oficjalnych statystyk, dotyczących przypadków koronawirusa wśród ludności autochtonicznej, a ponadto znikoma jej część poddawana jest badaniom i testom na koronawirusa. Pod wpływem wydanego przez brazylijski sąd federalny nakazu ostatecznie rząd zmuszony był przedsięwziąć kroki mające na celu ochronę ludności tubylczej. Prezydent Jair Bolsonaro zdecydował o wysłaniu do rezerwatu w lipcu 2020 r. personelu medycznego i wojska wyposażonego w testy na obecność koronawirusa i maski ochronne. Jednak podobnie jak w całym kraju środki i zasoby ludzkie, jakimi dysponowano, w połączeniu z podejściem prezydenta, który bardzo długo lekceważył zagrożenie, nie pozwoliły na skuteczne przeciwstawienie się chorobie. Na tej podstawie można było spodziewać się, iż taki sam scenariusz powtórzy się w przypadku szczepień. Ostatnie doniesienia zdają się to potwierdzać. W kwietniu 2021 r. agencja Reuters poinformowała o przypadkach wymiany nielegalnie wydobywanego przez górników złota na szczepionki, które przeznaczone miały być dla ludności Yanomami. Doprowadziło to do śledztwa prokuratury federalnej. Hutukara's Dário Kopenawa Ianomami powiedział, iż społeczność Yanomami jeszcze przed dotarciem szczepionek informowała, że leki i zasoby medyczne, które miały trafić do ludności rdzennej, były nielegalnie sprzedawane górnikom²².

Podsumowanie i wnioski

Na podstawie przedstawionych przykładów, które opisane zostały w dużej mierze na bazie informacji z mediów światowych, można wnioskować, iż konflikty o zasoby naturalne w Ameryce Łacińskiej – w przedstawionych przypadkach w Amazonii – nie tylko trwają, ale wręcz przybierają na sile. Splot okoliczności – jak światowa pandemia, która pociągnęła za sobą wzrost cen złota na światowych rynkach, ale również pozostawanie przy władzy po-

²² L. Paraguassu, R. Brito, *Brazil Investigates Reports of Vaccines Being Exchanged for Illegal Gold*, „REUTERS” 2021, April 15, <https://www.reuters.com/world/brazil-investigates-reports-vaccines-being-exchanged-illegal-gold-2021-04-14/> (dostęp: 30.06.2021).

pulistycznego prezydenta Jaira Bolsonaro w Brazylii, spowodował zaostrzenie się konfliktu. Warto podkreślić, iż dewastacja środowiska naturalnego ma tutaj bezpośredni wpływ na prawa ludności rdzennej. I to prawa, które zaliczane są do tzw. pierwszej kategorii praw człowieka, nawet tak podstawowe prawo każdego z nas – prawo do życia. Mimo że prawa tzw. trzeciej kategorii jak prawo do czystego środowiska naturalnego nie zostały jeszcze objęte powszechnie obowiązującymi konwencjami międzynarodowymi, to m.in. na forum Organizacji Narodów Zjednoczonych dostrzeżono konieczność uznania prawa dostępu do wody pitnej za prawo podstawowe.

We wstępie artykułu wspomniałam, iż następuje zmiana postrzegania bezpieczeństwa wyłącznie przez pryzmat bezpieczeństwa państwa, a coraz większy nacisk kładzie się również na perspektywę zagrożenia dla jednostek i dla planety wynikającego z niszczenia środowiska naturalnego. Przyglądając się konfliktom klimatycznym w Ameryce Południowej, można zauważyć, iż szczególne koszty dewastacji środowiska ponosi ludność rdzenna lub z najuboższych grup społecznych. Skala ubóstwa również ma znaczenie dla nasilania się konfliktów o zasoby spowodowanych zmianami środowiska naturalnego. Jeśli analizujemy przyczyny degradacji środowiska naturalnego w regionie latynoamerykańskim, to ubóstwo społeczności lokalnych jest jednym z głównych elementów wpływających na skalę m.in. wycinki lasów deszczowych i zaangażowania w nielegalny przemysł wydobywczy. Działalność ta daje możliwości zarobku społecznościom, które często nie dostrzegają innych sposobów utrzymania się.

Jednym z czynników jest również wysoki poziom korupcji – mimo formalnej ochrony prawnej, jaką mają rezerwaty przyrody, a także ludność je zamieszkująca. Korupcja ma zdecydowany wpływ na fakt, iż przepisy obowiązującego prawa pozostają martwe, a prawa ludności autochtonicznej są łamane. W przypadku Brazylii znaczący wpływ na rozwój sytuacji miało również przyzwolenie władz – zwłaszcza zaś prezydenta Bolsonaro. Warto zwrócić uwagę, iż już w czasie kampanii wyborczej nie stronił on od haseł, które zachęciły jego zwolenników do ataków na ludność tubylczą. Jeszcze przed objęciem przez Bolsonaro urzędu prezydenta, ale już po wyborach, liczba ataków na przedstawicieli ludności rdzennej była większa niż w analogicznym okresie w roku poprzednim. Podobnie wypowiedzi głowy państwa, lekceważące w tonie, jeśli chodzi o konieczność ochrony dziedzictwa naturalnego, jak i czystki w agencjach odpowiedzialnych za ochronę środowiska, stworzyły sprzyjający klimat dla działań szkodliwych dla przyrody. Nie można zapomnieć, iż w grę wchodzi tutaj interesy wielkiego biznesu – obszarników, hodowców bydła i rolników uprawiających np. soję, którym podejście obecnego prezydenta bardzo odpowiada i któremu to środowisku Jair Bolsonaro sprzyja.

Jednak wpływ na niszczenie środowiska mają również instytucje międzynarodowe. Noblista z dziedziny ekonomii Joseph Stiglitz, który przyznaje, iż jego przywiązanie do zasad rynkowych w duchu liberalizmu, bez uwzględniania skutków społecznych neoliberalnej polityki gospodarczej, uległo zmianie po doświadczeniach w regionie Ameryki Południowej, często wskazuje, iż Bank Światowy (współdziałając nierzadko z Międzynarodowym Funduszem Walutowym) najchętniej finansuje ogromne i kapitałochłonne inwestycje, bez uwzględniania lepiej dostosowanych do lokalnych warunków rozwiązań. Dotyczy to także budowy wielkich hydroelektrowni w Brazylii i innych państwach regionu.

Ponieważ w artykule skupiłam się głównie na niezależnym górnictwie, nie wspominałam o praktykach stosowanych przez wielkie koncerny wydobywcze, które nierzadko ponoszą dużą odpowiedzialność za zanieczyszczenia rtęcią czy eksploatację zasobów wodnych powodującą odcięcie od źródeł wody pitnej lokalnych społeczności. Jest to jednak ważne z punktu widzenia przeciwdziałania niszczeniu środowiska naturalnego, ponieważ są to firmy z kapitałem międzynarodowym – także europejskim, amerykańskim czy kanadyjskim. Trudno ich wpływ pominąć całkowicie, a zwłaszcza związany z ich działalnością element, niezwykle istotny w tej dyskusji, czyli chęć maksymalizacji zysku przy jednoczesnym cięciu kosztów (niektórzy aktywiści nazywają ten element wręcz chciwością). Firmy z zagranicznym kapitałem stosują praktyki, jakie nie byłyby dozwolone w krajach ich pochodzenia.

Socjolog, profesor Robert Bullard użył określenia „niewidzialne społeczności”, odnosząc się do miejskich gett, dzielnic, enklaw etnicznych, wiejskich obszarów ubóstwa. Zwrócił uwagę, iż społeczności złożone głównie z ludzi „białych” i przedstawicieli klasy średniej są w stanie osiągnąć sukces w walce o ochronę swojej okolicy, stosując politykę „nie w moim ogródku” w stosunku do ryzykownych pod względem wpływu na środowisko inwestycji. Zauważył również, iż władze reagowały szybciej i z większą uwagą na ich skargi dotyczące niewystarczającej dbałości o środowisko, jeśli padały one ze strony grup zamożniejszych obywateli. Uważa on, iż słabsze pod względem wpływu politycznego niewidzialne społeczności funkcjonują tam, gdzie firmy sytuują składowiska odpadów, spalarnie, są częścią lub przyzwalają na obarczone ryzykiem działania, jak m.in. działalność wydobywczą wymagająca użycia niebezpiecznych substancji lub pozostawiająca toksyczne produkty uboczne. Ponieważ korporacje często zaangażowane są w działalność, która może powodować zanieczyszczenie środowiska naturalnego za przyzwoleniem władz, ale bez właściwego nadzoru z ich strony, prawo nie chroni w sposób odpowiedni tych społeczności. Wręcz przeciwnie: „ludzie, w których rękach skoncentrowana jest władza polityczna i ekonomiczna stosowali prawo śro-

dowiskowe w sposób, który prowadzi do sytuacji, w której ludność uboga ponosi nieproporcjonalnie dużą część ryzyka związanego z niszczeniem środowiska²³. Ten opis profesora Bullarda znakomicie pasuje do sytuacji ludności rdzennej i ubogich mieszkańców regionu latynoamerykańskiego.

Warto uwzględnić tę perspektywę również dlatego, iż to konsumenci krajów rozwiniętych w dużej części odpowiadają za popyt na produkty z cennych gatunków drewna, wyroby ze szlachetnych kruszców, ale również globalnie za rozwój konsumpcjonizmu. I to na nas – konsumentach spoczywa również obowiązek, aby walczyć z „modą” na częstą wymianę wyposażenia, sprzętu, ubrań – gdyż ich produkcja i odpady powodują znaczne zanieczyszczenie i przyczyniają się do degradacji środowiska naturalnego w odległych regionach świata. Jako konsumenci powinniśmy świadomie dokonywać wyboru produktów, o których wiemy, że są produkowane w sposób zrównoważony, ale również domagać się od przedsiębiorstw europejskich stosowania do przepisów ochrony środowiska także poza naszym regionem.

W tym kontekście należy zaznaczyć, iż na poziomie Unii Europejskiej podjęte zostały pewne działania w tym kierunku. Ósmego lutego 2021 r. zakończyły się konsultacje publiczne w ramach UE, w kategorii tematycznej „Sprawiedliwość i prawa podstawowe”, w których mogli wypowiedzieć się obywatele państw unijnych, przedstawiciele biznesu, organizacje międzynarodowych i in. nad projektem „Sustainable corporate governance” – dotyczącym m.in. odpowiedzialności funkcjonowania przedsiębiorstw dla zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska, która będzie sięgała również poza granice państw Unii Europejskiej. Po wnikliwym zapoznaniu się z opiniami reprezentantów różnych grup²⁴ można było zauważyć, iż projekt jest wprawdzie krytykowany przez środowiska przedsiębiorców, ale również polityków, zaś pozytywnie odnoszą się do niego zarówno działacze na rzecz ochrony środowiska, jak i obrońcy praw człowieka. Przedstawiciele biznesu i polityki wskazują na uzasadnione

²³ D. R. Bullard, *Environmental Racism and „Invisible” Communities*, „West Virginia Law Review. The Research Repository WVU” 1994, vol. 94(4), s. 96; J. Todd, *Trade Treaties, Citizen Submissions, and Environmental Justice*, „Ecology Law Quarterly. Environmental Governance and Technology” 2017, vol. 44(1), s. 95–96.

²⁴ Materiały dotyczące projektu były powszechnie dostępne na oficjalnych stronach unijnych. Autorka zapoznała się z opiniami różnych grup społecznych i interesu, jak również uzupełniła i przesłała formularz opinii przeznaczony dla obywateli Unii Europejskiej. Na stronach w języku polskim projekt zatytułowany był „Zrównoważony ład korporacyjny”, https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12548-Sustainable-corporate-governance/public-consultation_pl (dostęp: 3.09.2021), na której w chwili obecnej można pobrać zestawy odpowiedzi i oceny skutków w plikach w formacie PDF.

obawy, iż jego wprowadzenie oznaczać będzie zwiększenie kosztów produkcji, a zapewne również wzrost cen dla konsumentów. Z drugiej strony obywatele UE muszą uświadomić sobie, że nasze decyzje mają znaczenie, iż mają wpływ także na działania podejmowane na arenie międzynarodowej – już poprzez sam wybór rządzących nami polityków. Mogą domagać się od rządów, aby nie zawierały umów handlowych z państwami, o których wiemy, że prowadzić będą inwestycje w sposób niszczący środowisko, jak również zaprzestania pomocy wojskowej dla państw, które używają następnie sił bezpieczeństwa, aby walczyć przemocą z ludnością rdzenną i obrońcami środowiska, co jest częstą praktyką w krajach Ameryki Środkowej.

Należy podkreślić, iż spory mające w tle działania wydobywcze są konfliktogenne w kilku wymiarach, ale najbardziej dramatyczne w skutkach w zakresie uznania praw ludności rdzennej. Mają swoje źródło w długiej historii wykluczenia najbardziej wrażliwych grup społecznych, ale również w odmiennym rozumieniu sposobów wykorzystania zasobów (znacząco różni się ono z perspektywy górników czy korporacji wydobywczych i perspektywy społeczności rdzennych). Ponadto cechą charakterystyczną konfliktów klimatycznych w regionie jest zintensyfikowanie użycia siły ze strony aparatu państwowego i nasilenie naruszeń praw człowieka, na które to problemy zwraca uwagę m.in. Elisabet Dueholm Rasch²⁵. Mieszkańcy krajów rozwiniętych, zamożniejszych nie powinni ignorować tego problemu, zwłaszcza że niezrównoważona eksploatacja zasobów naturalnych wywołuje liczne konflikty społeczne i przemoc. Uzasadnione są prognozy, iż w przyszłości będzie to przyczyną coraz częstszych zbrojnych konfliktów wewnętrznych. Jeśli nawet perspektywa ta w krajach rozwiniętych wydaje się na razie odległa, to dla bezpieczeństwa naszego i przyszłych pokoleń, w rozumieniu globalnym, bezpieczeństwa planety, nieunikniona²⁶.

A jeśli dla naszego przetrwania zmiany są nieuchronne, to może warto już dziś odpowiedzieć na prośby i apele przedstawiciela plemienia Yanomamów Davi'ego Kopenawy:

My, szamani, pracujemy również dla was, białych. Wiemy, że nasza planeta się zmienia. Wiemy, w jakim stanie jest Amazonia. Mamy świadomość, że nadwyżęzanie natury jest niebezpieczne, że niszcząc lasy deszczowe, przecinamy tętnice przyszłości, powodując, że siła świata odpywa. Niebo nad nami jest pełne dymu, bo nasze lasy są wycinane

²⁵ E. Dueholm Rasch, *Citizens, Criminalization and Violence in Natural Resource Conflicts in Latin America*, „European Review of Latin American and Caribbean Studies / Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe” 2017, vol. 103, s. 131–142.

²⁶ Ekonomiści i socjologowie ostrożnie mówią o zmianie nawyków w wyniku pandemii również w krajach rozwiniętych – spadku sprzedaży np. w branży tekstyliów, choć zbyt wcześnie jest jeszcze, aby ocenić, czy będą one trwałe.

i palone. Deszcze przychodzą późno, Słońce zachowuje się dziwnie. Płuca Ziemi są zanieczyszczone. Świat jest chory. Las umrze, jeśli dalej będzie niszczoney. Dokąd pójdziemy, jeśli biali zniszczą nasz świat?

Świat musi usłyszeć wołanie Ziemi, która prosi o pomoc. Jeżeli będziecie dalej zabijać ludzi i niszczyć naturę, wydobywać całe złoża ropy, minerałów i drewna, nasza planeta zachoruje i wszyscy umrzemy²⁷.

Bibliografia

- Bullard R. D., *Environmental Racism and „Invisible” Communities*, „West Virginia Law Review. The Research Repository WVU” 1994, vol. 94(4).
- Dueholm Rasch E., *Citizens, Criminalization and Violence in Natural Resource Conflicts in Latin America*, „European Review of Latin American and Caribbean Studies / Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe” 2017, vol. 103.
- Finding Gold Mining Hotspots in Peru*, Earth Observatory, NASA, <https://earthobservatory.nasa.gov/images/148439/finding-gold-mining-hotspots-in-peru> (dostęp: 17.06.2021).
- Gold Rush in the Peruvian Amazon*, Earth Observatory, NASA, <https://earthobservatory.nasa.gov/images/147891/gold-rush-in-the-peruvian-amazon> (dostęp: 27.04.2021).
- Goldenmark*, <https://goldenmark.com/pl/mysaver/ceny-zlota/> (dostęp: 31.07.2021).
- Londoño E., *Bolsonaro Fires Head of Agency Tracking Amazon Deforestation in Brazil*, „The New York Times” 2019, August 2, <https://www.nytimes.com/2019/08/02/world/americas/bolsonaro-amazon-deforestation-galvao.html> (dostęp: 15.07.2021).
- MAAP #137: New Illegal Gold Mining Hotspot in Peruvian Amazon – Paríamanu*, Monitoring of Andean Amazon Project, May 4, 2021, <https://maaproject.org/2021/mining-peru-pariamanu/> (dostęp: 17.06.2021).
- Observatory of Economic Complexity (OEC)*, <https://oec.world/en/profile/bilateral-country/ind/partner/bra> (dostęp: 30.06.2021).
- Paraguassu L., Brito R., *Brazil Investigates Reports of Vaccines Being Exchanged for Illegal Gold*, „REUTERS” 2021, April 15, <https://www.reuters.com/world/brazil-investigates-reports-vaccines-being-exchanged-illegal-gold-2021-04-14/> (dostęp: 30.06.2021).

²⁷ M. Winiarska, *Duch epidemii Xawariri powrócił z gorączką złota. „Strażnicy Amazonii” umierają razem z nią*, <https://tvn24.pl/magazyn-tvn24/duch-epidemii-xawariri-powrocil-z-goraczka-zlota-straznicy-amazonii-umieraja-razem-z-nia,284,4979> (dostęp: 12.05.2021).

- Phillips D., *Goldmining Having Big Impact on Indigenous Amazon Communities*, „The Guardian” 2020, October 7, <https://www.theguardian.com/environment/2020/oct/07/goldmining-having-big-impact-on-indigenous-amazon-communities> (dostęp: 30.06.2021).
- Scarr S., Boadle A., *Amazon Gold Rush: Illegal Mining Threatens Brazil's Last Major Isolated Tribe*, 2020, June 25, <https://www.reuters.com/article/us-brazil-indigenous-mining-insight-idUSKBN23W2W0> (dostęp: 23.06.2021).
- Spring J., *Brazil's Bolsonaro Obstructs Environmental Fines Key to Protecting Amazon*, „REUTERS” 2021, July 2, <https://www.reuters.com/world/americas/brazils-bolsonaro-obstructs-environmental-fines-key-protecting-amazon-2021-07-02/> (dostęp: 15.07.2021).
- Sudan Post-Conflict Environmental Assessment*, UNEP 2007, https://postconflict.unep.ch/publications/UNEP_Sudan.pdf (dostęp: 11.07.2021).
- Todd J., *Trade Treaties, Citizen Submissions, and Environmental Justice*, „Ecology Law Quarterly. Environmental Governance and Technology” 2017, vol. 44(1).
- Tracking Peruvian Forest Loss from Space*, Earth Observatory, NASA, <https://earthobservatory.nasa.gov/images/144841/tracking-peruvian-forest-loss-from-space> (dostęp: 17.06.2021).
- United Nations, Economic Commission for Latin America and the Caribbean, <https://www.cepal.org/en/topics/water-resources> (dostęp: 11.07.2021).
- Williams P. D. (red.), *Studia bezpieczeństwa*, Kraków 2012.
- Winiarska M., *Duch epidemii Xawariri powrócił z gorączką złota. „Strażnicy Amazonii” umierają razem z nią*, <https://tvn24.pl/magazyn-tvn24/duch-epidemii-xawariri-powrocil-z-goraczka-zlota-straznicy-amazonii-umieraja-razem-z-nia,284,4979> (dostęp: 12.05.2021).
- World Bank Open Data*, <https://data.worldbank.org> (dostęp: 1.07.2021).
- Vaishnavi Rathore V., *Brazilian Gold has an Environmentally Hazardous Supply Chain, and India is a Part of It*, „The Bastion. Development in Depth” 2020, July 29 (dostęp: 23.06.2021).
- Welzer H., *„Wojny klimatyczne” Za co będziemy zabijać w XXI wieku?*, Warszawa 2010.
- World Wildlife Fund*, <https://www.worldwildlife.org/threats/deforestation-and-forest-degradation> (dostęp: 11.07.2021).

Michał Sędkowski*

 <https://orcid.org/0000-0002-9646-0567>

Międzynarodowe korporacje w dobie globalnego Internetu – nowa normalność czy zapowiedź kryzysu?

Abstrakt

Media społecznościowe od wielu lat oferują darmową przestrzeń na dowolne treści stworzone przez użytkowników, jednak dopiero od niedawna padają pytania o faktyczny koszt korzystania z tych usług. Dzięki technologiom internetowym działalność użytkowników w Internecie jest śledzona i przetwarzana do celów marketingowych, bardzo często bez możliwości zatrzymania czy ograniczenia tego procesu. Problem ten okazał się szczególnie istotny w czasie pandemii, gdzie Internet stał się jedynym źródłem informacji oraz narzędziem komunikacji z innymi. Autor artykułu stawia hipotezę badawczą, że użytkownicy mają bardzo ograniczony zakres kontroli nad swoimi danymi w Internecie, a państwowe agendy nie posiadają odpowiednich narzędzi, by wymusić realną w tym zakresie. Przeprowadzona analiza źródeł potwierdziła tę hipotezę, wskazując na bezradność Unii Europejskiej oraz Stanów Zjednoczonych w zakresie realnego oddziaływania na globalne korporacje.

Słowa kluczowe: korporacja, globalizacja, kryzys, marketing, prywatność, media społecznościowe.

International corporations in the age of the global Internet – new normality or a harbinger of a crisis?

Abstract

For many years, social media has offered free space for any user-created content, but only recently have questions been asked about the actual cost of using these services. Thanks to Internet technologies, the activity of users on the Internet is tracked and processed for

* Adiunkt, politolog, Uniwersytet Łódzki, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych, Katedra Marketingu Międzynarodowego i Dystrybucji; e-mail: michal.sedkowski@uni.lodz.pl

marketing purposes, very often without the possibility of stopping or limiting this process. This problem turned out to be particularly important during the pandemic, where the Internet became the only source of information and a tool for communication with others. The author of the article puts forward a research hypothesis that users have a very limited scope of control over their data on the Internet, and state agencies do not have the appropriate tools to force a real change in this regard. The conducted analysis of sources confirmed this hypothesis, pointing to a weakness of the European Union and the United States in terms of real impact on global corporations.

Keywords: corporation, globalization, crisis, marketing, privacy, social media.

Wprowadzenie

Pandemia koronawirusa spowodowała drastyczne zmiany w sposobie funkcjonowania gospodarek Państw na całym świecie. Niemalże z dnia na dzień instytucje rządowe, firmy czy instytucje edukacyjne musiały przestawić się z tradycyjnej pracy biurowej, bazującej na kontaktach bezpośrednich, na pracę zdalną. Ta forma działalności istniała oczywiście wcześniej, jednak jak podaje serwis Statista¹, 47% amerykańskich pracowników nie zetknęło się z pracą zdalną przed pandemią. Podobnie statystyki wyglądają w krajach Unii Europejskiej, gdzie ponad połowa osób pracujących² deklaruwała, że nie zetknęła się wcześniej z taką formą świadczenia pracy. Dane te pokazują, że została wykonana ogromna praca, by przygotować pracowników oraz niezbędny sprzęt do pracy w nowych warunkach. Firmy Google³, Microsoft⁴ czy Zoom⁵ zanotowały rekordowy przyrost użytkowników w roku 2020, co przełożyło się na dobre wyniki finansowe. Pandemia spowodowała przyspieszenie procesów, które obserwowane były w gospodarce światowej od wielu

¹ *Change in remote work trends due to COVID-19 in the United States in 2020*, „Statista”, <https://www.statista.com/statistics/1122987/change-in-remote-work-trends-after-covid-in-usa/> (dostęp: 8.07.2021).

² *Telework in the EU before and after the COVID-19: where we were, where we head to*, „Science for Policy Briefs”, https://ec.europa.eu/jrc/sites/default/files/jrc120945_policy_brief_-_covid_and_telework_final.pdf (dostęp: 8.07.2021).

³ M. Grzegorzewska, *Miliard czy milion – liczba użytkowników Google*, „SternaSEO”, <https://sternaseo.pl/miliard-czy-milion-liczba-uzytkownikow-google/> (dostęp: 8.07.2021).

⁴ K. Slikowski, *Microsoft Teams ma już 145 milionów aktywnych użytkowników dziennie*, „CentrumXP”, <https://www.centrumxp.pl/Publikacja/Microsoft-Teams-ma-juz-145-milionow-aktywnych-uzytkownikow-dziennie> (dostęp: 8.07.2021).

⁵ M. Żuławiński, *Zoom przeżywa boom. Wideokonferencje warte więcej niż linie lotnicze*, „Bankier.pl”, <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Zoom-przezywa-boom-Wideokonferencje-warte-wiecej-niz-linie-lotnicze-7886776.html> (dostęp: 8.07.2021).

lat. Coraz więcej usług w sektorze publicznym i prywatnym jest dostępne przez Internet, który od początku pandemii stał się czymś więcej niż nośnikiem komunikacyjnym. Życie zawodowe oraz prywatne wielu osób przeniosło się do Internetu, a wideokonferencje stały się codziennością. Fakt ten można interpretować na dwa sposoby: z jednej strony przeniesienie wielu aspektów życia zawodowego i prywatnego do sieci globalnej umożliwiło wielu osobom pracę i utrzymanie kontaktów społecznych pomimo braku możliwości fizycznego wyjścia do pracy czy spotkania się z rodziną. Z drugiej strony, aktywność użytkowników w Internecie jest rejestrowana, a wprowadzane dane wykorzystywane do celów marketingowych. Wideokonferencje, rozmowy tekstowe czy głosowe są stale monitorowane i analizowane, a zebrane w ten sposób dane przechowywane przez wiele miesięcy, a nawet lat. Należy postawić tu pytanie o przyszłość komunikacji i pracy zdalnej w zglobalizowanym świecie, gdzie korporacje dostarczają podstawowe narzędzia i infrastrukturę, w zamian oczekując dostępu do danych użytkowników, które są wykorzystywane do poprawy jakości produktów, ale także do celów marketingowych oraz profilowania. Celem niniejszego rozdziału jest spojrzenie na potencjalne korzyści i zagrożenia dla użytkowników Internetu, wynikające z korzystania z popularnych, darmowych narzędzi do komunikacji przez globalną sieć. Szczególnie nacisk położono na firmę Facebook oraz Google jako przykład dwóch globalnych korporacji, których model biznesowy jest podobny, a użytkownicy płacą swoimi danymi za oferowane usługi.

Transformacja cyfrowa w dobie pandemii

Początek roku 2020 nie odbiegał od wielu poprzednich. Międzynarodowe korporacje ogłaszały swoje wyniki finansowe, budując przy tym narrację nakierowaną na utrzymanie zainteresowania ich produktami i usługami wśród konsumentów. Jednak już 30 stycznia W.H.O.⁶ ogłosiła stan wyjątkowy, a z końcem marca większość krajów wprowadza różnego rodzaju obostrzenia mające na celu zatrzymać rozprzestrzenianie się wirusa. Restrykcje te zwykle dotyczyły swobody poruszania się, podróży oraz działalności (lub całkowitego zawieszenia) niektórych gałęzi gospodarki. Efektem tych zmian było przejście wielu podmiotów publicznych i prywatnych na działalność przez Internet oraz telefon. Spowodowało to znaczące zmiany w ilości użytkowników, którzy zaczęli codziennie korzystać z rozwiązań telekomunikacyjnych, by wykonywać swoje obowiązki służbowe, uczyć się lub po prostu

⁶ D. B. Taylor, *A Timeline of the Coronavirus Pandemic*, „New York Times”, <https://www.nytimes.com/article/coronavirus-timeline.html> (dostęp: 9.07.2021).

utrzymywać kontakty z bliskimi. W Stanach Zjednoczonych już w połowie marca 2020 r. zaobserwowano wzrost o 25% liczby użytkowników, którzy korzystali z Internetu codziennie⁷. W kwietniu 2020 r. zanotowano największy skok ilości danych, jaka była transmitowana przez gospodarstwa domowe⁸. Szacuje się, że wzrost ten wyniósł około 36%. Fenomen ten można wyjaśnić wspomnianymi obostrzeniami, wprowadzanymi przez poszczególne kraje, co niejako zmusiło społeczeństwa do poszukiwania innych metod pracy oraz źródeł rozrywki. Warto przy tym podkreślić, że nie zwiększyła się znacząco liczba użytkowników Internetu jako takich. Pandemia spowodowała, że osoby, które posiadały dostęp do Internetu, korzystały z niego dłużej i częściej, co przełożyło się na wzrost liczby transmitowanych danych⁹. Sytuacja w Polsce wyglądała bardzo podobnie. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego za rok 2020 dostęp do szerokopasmowego Internetu miało w Polsce 90,4% gospodarstw domowych, co stanowi wzrost o 4% rok do roku¹⁰. Raport ten wskazuje także, że Internet był najpopularniejszym źródłem informacji o koronawirusie. 90,3% Polaków poszukiwało informacji na ten temat na stronach internetowych, zaś 68% w mediach społecznościowych¹¹. Najwyższy odsetek osób korzystających z Internetu notuje się w grupie wiekowej 18–34 lat i wynosi ponad 95%¹². Statystyki te wyraźnie pokazują, że dostęp do Internetu w Polsce przestaje być problemem, choć około 10% społeczeństwa jest zagrożona wykluczeniem cyfrowym, co stanowi dość istotne wyzwanie. Ilość przesyłanych danych, podobnie jak w Stanach Zjednoczonych, gwałtownie wzrosła na początku pandemii, jednak na rynku polskim brakuje jednoznacznych statystyk w tym zakresie. Szacuje się, że wzrost ten wyniósł

⁷ L. Rizzo, S. Click, *How Covid-19 Changed Americans' Internet Habits*, „The Wall Street Journal”, <https://www.wsj.com/articles/coronavirus-lockdown-tested-internets-backbone-11597503600> (dostęp: 11.07.2021).

⁸ C. Ang, *One Year in: Data Usage Surged During Pandemic*, „Visual Capitalist”, <https://www.visualcapitalist.com/data-usage-surged-during-pandemic/> (dostęp: 12.07.2021).

⁹ OECD, *Digital Transformation in the Age of COVID-19: Building Resilience and Bridging Divides*, „Digital Economy Outlook 2020 Supplement”, www.oecd.org/digital/digital-economy-outlook-covid.pdf (dostęp: 11.07.2021).

¹⁰ *Spółeczeństwo informacyjne w Polsce w 2020 r.*, „Główny Urząd Statystyczny”, https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5497/2/10/1/spoleczenstwo_informacyjne_w_polsce_w_2020.pdf (dostęp: 11.07.2021).

¹¹ GUS: *w 2020 r. Internet najpopularniejszym źródłem informacji o COVID-19*, „Polsat News”, <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2021-03-11/gus-w-2020-r-internet-najpopularniejszym-zrodlem-informacji-o-covid-19/> (dostęp: 11.07.2021).

¹² *Korzystanie z internetu. Komunikat z badań*, CBOS, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2020/K_085_20.PDF (dostęp: 13.07.2021).

około 40% względem roku 2019¹³, bazując na wartościach podanych przez operatorów sieci komórkowych. Statystyczny użytkownik Internetu w Polsce aktywnie korzysta z tego medium przez prawie 7 godzin dziennie¹⁴. Polscy użytkownicy Internetu najwięcej czasu spędzają, korzystając z różnego rodzaju serwisów umożliwiających oglądanie treści (*streaming services*) oraz serwisów społecznościowych. Istotnym elementem jest także poszukiwanie i konsumowanie wiadomości w Internecie, w tym informacji na temat koronawirusa. Nie będzie przesadą stwierdzenie, że Internet stał się dla statystycznego obywatela Polski podstawowym źródłem treści.

Tabela 1. Wykorzystanie Internetu w Polsce w 2020 r.

Aktywność w Internecie	Czas (codziennie)
Łączny czas spędzony w Internecie	6 godzin 44 minuty
Oglądanie telewizji (na żywo i na żądanie)	3 godziny 16 minut
Media społecznościowe	1 godzina 59 minut
Czytanie wiadomości prasowych	1 godzina 16 minut
Słuchanie muzyki na żądanie	1 godzina 10 minut
Słuchanie radia na żywo	1 godzina 51 minut
Słuchanie podcastów	36 minut
Gry komputerowe (za pomocą konsoli do gier)	43 minuty

Źródło: opracowanie własne na podstawie: S. Kemp, Digital 2021: Poland, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-poland?rq=poland> (dostęp: 13.07.2021).

Warto przy tym podkreślić, że przytoczone w tabeli 1 dane są bardzo zbliżone do wartości z innych krajów¹⁵. Oznacza to, że Polacy bardzo chętnie korzystają z usług multimedialnych oferowanych przez Internet i choć istnieje nadal grupa osób zagrożonych cyfrowym wykluczeniem, znakomita większość społeczeństwa posiada stały dostęp do Internetu. Pandemia przyspieszyła trwające od wielu lat procesy, gdzie aktywność społeczeństw w świecie cyfrowym stale rosła. Media społecznościowe stały się pewnym katalizatorem,

¹³ W. Piechocki, *Polskie sieci komórkowe obsługują rekordowe ilości przesyłanych danych – jesteśmy w europejskiej czołówce*, „GSMOnline.pl”, <https://gsmonline.pl/artykuly/ruch-danych-sieci-komorkowe-europa-polska> (dostęp: 13.07.2021).

¹⁴ *Jak Polacy korzystają z internetu? Oto raport z 2021 roku!*, „Funkymedia”, <https://funkymedia.pl/jak-polacy-korzystaja-z-internetu-oto-raport-z-2021-roku.html> (dostęp: 13.07.2021).

¹⁵ *Digital 2021. We are social*, <https://wearesocial.com/digital-2021> (dostęp: 13.07.2021).

oferującym zwykłym użytkownikom możliwość zaprezentowania własnych myśli, przekonań czy twórczości bez konieczności posiadania wiedzy technicznej koniecznej do uruchomienia własnej strony internetowej. Niestety okazało się, że media społecznościowe oferują wprawdzie szeroki dostęp do nowych treści, jednak te materiały podlegają ścisłej kontroli algorytmów mających pokazać użytkownikowi jedynie pewien wycinek rzeczywistości. Stwierdzenie to nie jest niczym nowym, jednak jest ono szczególnie niepokojące w obliczu pandemii, gdzie Internet i media społecznościowe stały się dla wielu osób jedynym oknem na świat.

Media społecznościowe na świecie i w Polsce

Media społecznościowe to serwisy internetowe pozwalające użytkownikom komunikować się z innymi¹⁶. Ta definicja już dawno przestała w pełni oddawać ideę i funkcjonalność oferowaną przez media społecznościowe, jednak stanowi ona dobry punkt wyjścia do dalszych rozważań. Nim pojawiły się media społecznościowe, publikowanie w Internecie wymagało wiedzy technicznej. Stworzenie własnej strony internetowej wymagało znajomości odpowiedniego języka programowania, a koszt wynajęcia przestrzeni na serwerze był relatywnie wysoki, zwłaszcza jeśli ktoś tworzył witrynę do celów prywatnych. Istniejące w Internecie fora czy blogi zwykle skupiały się na konkretnej tematyce, stąd użytkownik, który chciał dyskutować na kilka tematów jednocześnie, musiał znaleźć i dołączyć do kilku takich internetowych wspólnot¹⁷. Wymagało to od wspomnianego użytkownika wykonania pewnej dodatkowej pracy i czasu, aby dotrzeć do interesujących go treści i śledzić na bieżąco trwające tam dyskusje. Media społecznościowe oferują zupełnie odmienne podejście, gdzie treści są umieszczane bezpośrednio na profilu użytkownika i wszystkie działania wykonywane są w ramach jednej strony internetowej¹⁸. Co istotne, oferowane przez serwis narzędzia do tworzenia treści (postów) są zwykle bardzo zbliżone do standardowych edytorów tekstu, przez co są łatwe w użyciu dla zwykłego użytkownika¹⁹. Nie jest konieczna specjalistyczna wiedza czy oprogramowanie. W początkowym okresie media społecznościowe były nastawione na korzystanie z ich zasobów za pośrednictwem komputera

¹⁶ D. Miller, E. Costa, T. McDonald, R. Nicolescu, J. Sinanan, J. Spyer, S. Venkatraman, X. Wang, *How the World Changed Social Media*, London 2016, s. 9.

¹⁷ D. Jemielniak, *Socjologia internetu*, Warszawa 2019, s. 36.

¹⁸ M. Miller, *Facebook for Grown-ups*, Hoboken 2010, s. 126.

¹⁹ A. M. Kaplan, M. Haenlein, *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, „Business Horizons” 2010, t. 53.

stacjonarnej i przeglądarki internetowej. Z czasem punkt ciężkości został przeniesiony na smartfony²⁰ i aplikacje dedykowane poszczególnym serwisom. Media społecznościowe bardzo szybko zdobyły popularność, zwłaszcza wśród młodych użytkowników, oferując możliwość natychmiastowej wymiany myśli i treści z innymi. W 2004 r. zostaje uruchomiony Facebook – obecnie najpopularniejsza platforma społecznościowa. Dominacja tego serwisu na rynku trwa nieprzerwanie od 2008 r., kiedy liczba unikatowych użytkowników na stronie przekroczyła 115 milionów miesięcznie²¹. Przyczyn sukcesu Facebook z punktu widzenia atrakcyjności dla użytkownika należy doszukiwać się w kilku aspektach (tabela 2).

Tabela 2. Sukces Facebooka jako platformy społecznościowej

Element serwisu	Komentarz
Dostępność	Serwis jest dostępny za pośrednictwem przeglądarki internetowej, bez konieczności instalowania dodatkowego oprogramowania.
Uniwersalność	Serwis jest dostępny na wszystkich platformach mobilnych oraz stacjonarnych. Dedykowane aplikacje na urządzenia mobilne są spójne wizualnie i zbliżone wyglądem do strony internetowej.
Nieograniczona przestrzeń na dane	Facebook w żaden sposób nie ogranicza liczby zdjęć czy postów, jakie może zamieścić użytkownik. Materiały te są zawsze dostępne i nigdy nie są usuwane.
Interaktywność	Serwis oferuje możliwość szybkiego zareagowania na opublikowane treści poprzez emotikon czy udostępnienie dalej. Nawet osoba, która sama nie chce nic tworzyć, może w ten sposób dołączyć do dyskusji.
Nieskończone źródło treści	Facebook stale proponuje swoim użytkownikom nowe treści, znajomych czy instytucje do obserwowania. Przy każdym logowaniu użytkownik otrzymuje nowy strumień danych, który nigdy się nie kończy.
Możliwość łatwego znalezienia nowych kontaktów	Platforma dysponuje obecnie największą liczbą użytkowników, stąd szansa na odzyskanie konkretnej osoby jest bardzo wysoka.
Brak opłat	Użytkownicy nie muszą wносить żadnych opłat za korzystanie z serwisu.

Źródło: opracowanie własne.

²⁰ M. De Saullés, *The Internet of Things and Business*, New York 2017, s. 34.

²¹ M. Arrington, *Facebook No Longer The Second Largest Social Network*, „TechCrunch”, <https://techcrunch.com/2008/06/12/facebook-no-longer-the-second-largest-social-network/> (dostęp: 13.07.2021).

Facebook od początku swojego istnienia pozycjonował się jako platforma skierowana do wszystkich użytkowników, niezależnie od ich potrzeb czy zainteresowań. Sieć akceptowała w zasadzie dowolne treści, kładąc przy tym nacisk na ich multimedialność. Zdjęcia, filmy czy krótkie teksty nasycone emotikonami były i są atrakcyjne wizualnie, przyciągają wzrok i uwagę odwiedzających. Jednocześnie firma stale rozwijała zakres oferowanych usług: w 2008 r. wprowadzono usługę Messenger – czat błyskawiczny, zaś trzy lata później usługa zadebiutowała jako odrębna aplikacja²². W roku 2012 firma kupiła Instagram²³, sieć społecznościową nastawioną na publikowanie i komentowanie fotografii. Facebook słusznie przewidział, że wzrost zainteresowania smartfonami – urządzeniami z wbudowanym aparatem fotograficznym spowoduje wzrost zainteresowania tą formą komunikowania się. Kluczowa okazała się także kolejna inwestycja z 2014 r. – zakup komunikatora WhatsApp²⁴. Aplikacja pozwala na darmową komunikację pomiędzy użytkownikami, minimalizując przy tym koszty związane z użyciem danych, co przełożyło się na dużą popularność serwisu w krajach rozwijających się, gdzie koszty usług mobilnych są relatywnie wysokie, a dostęp do sieci ograniczony. Efektem tych działań jest wytworzenie się swoistego ekosystemu²⁵ wokół Facebooka, gdzie oferowane usługi są względem siebie komplementarne. Użytkownicy otrzymują pakiet narzędzi komunikacyjnych pozwalający przysyłać wiadomości skierowane do pojedynczych osób, jak również szerszych grup. Stanowi to silną przewagę konkurencyjną tej platformy, trudną do powielenia przez konkurencję. Statystyki jasno wskazują²⁶, że Facebook jest dominującym graczem na rynku mediów społecznościowych, zajmując ponad 70% rynku w czerwcu 2021 r. Najpopularniejsi konkurenci pod względem liczby użytkowników – Twitter i Pinterest mają odpowiednio nieco ponad 10% i 7%. Trudno więc tu doszukiwać się realnej konkurencji, zwłaszcza że wspomniane serwisy mają znacznie węższą grupę docelową. Twitter jest nakiero-

²² J. Kincaid, *Facebook Launches Standalone iPhone/Android Messenger App*, „TechCrunch”, <https://techcrunch.com/2011/08/09/facebook-launches-standalone-mobile-messenger-app-and-it%E2%80%99s-beluga/> (dostęp: 13.07.2021).

²³ S. Rodriguez, *As Calls Grow to Split up Facebook, Employees Who Were There for the Instagram Acquisition Explain Why the Deal Happened*, CNBC, <https://www.cnbc.com/2019/09/24/facebook-bought-instagram-because-it-was-scared-of-twitter-and-google.html> (dostęp: 13.07.2021).

²⁴ A. L. Deutsch, *WhatsApp: The Best Facebook Purchase Ever?*, „Investopedia”, <https://www.investopedia.com/articles/investing/032515/whatsapp-best-facebook-purchase-ever.asp> (dostęp: 13.07.2021).

²⁵ T. Blanke, *Digital Asset Ecosystems: Rethinking Crowds and Clouds*, Kidlington 2014, s. 23.

²⁶ *Social Media Stats Worldwide*, „Statcounter. GlobalStats”, <https://gs.statcounter.com/social-media-stats> (dostęp: 13.07.2021).

wany na szybkość przesyłania informacji, a wiadomości są bardzo krótkie i pozbawione multimediów²⁷. Pinterest natomiast to wizualna wyszukiwarka pomysłów²⁸. Dominują tu raczej zdjęcia i kolaże, komunikacja bezpośrednia odgrywa mniejsze znaczenie. Portale te nie mają możliwości zagrozić dominacji Facebooka, ponieważ są nakierowane na zupełnie inną grupę odbiorców i specjalizują się w dostarczaniu innego typu treści. W Polsce sytuacja na rynku mediów społecznościowych wygląda nieco inaczej²⁹. Liderem jest oferowany przez firmę Google serwis YouTube, z którego korzysta ponad 90% internautów. Kolejne 4 miejsca w rankingu zajmują produkty oferowane przez firmę Facebook: serwis społecznościowy pod tą samą nazwą (89,2%), Messenger (76,5%), Instagram (60,8%) i WhatsApp (48,2%). Dopiero na 6 pozycji plasuje się Twitter, z którego korzysta 37,5% polskich internautów. Te dane pokazują, że marka Facebook jest bardzo silna i skutecznie opanowała rynek mediów społecznościowych, także w Polsce. W tym miejscu warto postawić pytanie o konsekwencje tak silnej pozycji dominującego podmiotu na rynku oraz o możliwe negatywne skutki takiego stanu rzeczy. Firma Facebook na swojej oficjalnej stronie internetowej określa swoją misję³⁰ następująco: „Dać ludziom siłę do budowy wspólnoty oraz zbliżyć świat do siebie”³¹. Jest to bardzo szczytny cel, jednak misja firmy jest niewystarczająca, aby mogła skutecznie konkurować na rynku. Należy postawić pytanie o źródło dochodów – w jaki sposób są generowane przychody, jeżeli znakomita większość usług oferowanych konsumentom jest całkowicie darmowa?

Globalny Internet jako cyfrowa kopalnia danych

Facebook, podobnie jak wiele innych platform społecznościowych, utrzymuje się z reklam, jakie wyświetlane są na portalu. Firma w pewnym uproszczeniu oferuje dwie podstawowe usługi: platformę społecznościową

²⁷ J. Burgess, N. K. Baym, *Twitter: A Biography*, New York 2020, s. 15.

²⁸ *Wszystko o Pinterestcie*, <https://help.pinterest.com/pl/guide/all-about-pinterest> (dostęp: 13.07.2021).

²⁹ S. Kemp, *Digital 2021: Poland*, <https://datareportal.com/reports/digital=2021--poland?rq=poland> (dostęp: 13.07.2021).

³⁰ Misja firmy to pewnego rodzaju dalekosiężny cel, rola organizacji w jej otoczeniu, akcentujący jej potrzebę istnienia. Cel ten powinien stanowić pewnego rodzaju ogólny kierunek rozwoju organizacji lub firmy. I. Penc-Pietrzak, *Planowanie strategiczne w nowoczesnej firmie*, Warszawa 2010, s. 45.

³¹ Tłumaczenie własne na podstawie oficjalnej strony firmy Facebook, <https://about.facebook.com/company-info/> (dostęp: 14.07.2021).

(komunikacyjną) i platformę reklamową. Pierwsza jest oferowana za darmo, druga zaś wymaga wnoszenia opłaty. To co odróżnia Facebooka od innych firm reklamowych, to dostęp do danych i możliwość profilowania użytkowników. Facebook oraz produkty zależne – Messenger, Instagram oraz WhatsApp wykorzystują wszelkie dane wprowadzone przez użytkownika do stworzenia jego profilu. Profil ten jest tworzony na podstawie aktywności użytkownika na samym portalu, jak również w aplikacjach mobilnych oraz na innych stronach internetowych³². Wiele stron internetowych w Internecie zawiera obecnie mały fragment kodu³³, który identyfikuje użytkownika, i jeżeli ten jest zalogowany na Facebooku, automatycznie łączy te dane z jego profilem. Serwis w ten sposób jest w stanie śledzić działalność użytkownika, nie tylko w ramach serwisu, lecz także poza nim³⁴. Innymi słowy im więcej danych Facebook jest w stanie zebrać na temat swoich użytkowników, tym dokładniejszy i bardziej szczegółowy staje się ich profil. To zaś pozwala zaoferować reklamodawcom niespotykane dotąd możliwości w zakresie personalizacji reklam. Podstawowym wyzwaniem współczesnego marketingu jest dotarcie z przekazem do osób, które są zainteresowane danym produktem czy usługą. Marketing masowy jest nieefektywny, a konsumenci nauczyli się ignorować typowe przekazy reklamowe³⁵. Marketing internetowy bazuje na zdobyciu jak najdokładniejszych informacji na temat danego użytkownika, aby wiadomość reklamowa miała spersonalizowany charakter i tym samym większe szanse na wywołanie pożądanej reakcji³⁶. Zbieranie wartościowych danych na temat konsumentów to proces bardzo długotrwały i kosztowny. Badania marketingowe zawsze narażone są na różnego rodzaju błędy wynikające zarówno z samego procesu badawczego³⁷ oraz niechęci ze strony respondentów do udzielania prawdziwych odpowiedzi. Na Facebooku to sami użytkownicy dostarczają algorytmom informacji na swój temat poprzez

³² K. O’Flaherty, *All the Ways Facebook Tracks You and How to Stop It*, „Forbes”, <https://www.forbes.com/sites/kateoflahertyuk/2021/05/08/all-the-ways-facebook-tracks-you-and-how-to-stop-it/> (dostęp: 16.07.2021).

³³ *Piksel Facebooka*, *Facebook for Business*, <https://www.facebook.com/business/help/742478679120153?id=1205376682832142> (dostęp: 16.07.2021).

³⁴ A. Hutchinson, *What Does Facebook Know About You Really?*, „Social Media Today”, <https://www.socialmediatoday.com/news/what-does-facebook-know-about-you-really/546502/> (dostęp: 16.07.2021).

³⁵ T. Osenton, *Customer Share Marketing: How the World’s Great Marketers Unlock Profits from Customer Loyalty*, New Jersey 2002, s. 46.

³⁶ V. Kumar, W. Reinartz, *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools*, Bamberg 2018, s. 159.

³⁷ R. Grover, M. Vriens, *The Handbook of Marketing Research: Uses, Misuses, and Future Advances*, London 2006, s. 161.

wstawianie nowych postów, zdjęć czy wchodzeniu w interakcje z treściami zamieszczonymi przez innych użytkowników portalu. Algorytmy te tworzą mapę połączeń i interakcji konkretnego użytkownika portalu z innymi, co pozwala na zbudowanie bardzo dokładnego profilu takiej osoby. Prawdopodobieństwo wystąpienia błędu naturalnie istnieje, ale jest znikome. Podsumować te rozważania można następująco: im większą ilością danych Facebook dysponuje na temat konkretnej osoby, tym reklamy wyświetlane takiej osobie stają się bardziej spersonalizowane, a zyski z ich sprzedaży rosną. Konsument otrzymuje darmowy, pełnowartościowy produkt, a portal społecznościowy nieograniczony dostęp do danych swoich użytkowników.

Tabela 3. Potencjalne korzyści dla użytkownika i portalu społecznościowego

Element serwisu	Korzyść dla użytkownika	Korzyść dla serwisu społecznościowego	Komentarz
Dostępność	Możliwość korzystania z usługi, niezależnie od miejsca czy użytkownika urzędnika.	Dostępność dla możliwie najszerszej grupy docelowej.	Użytkownik otrzymuje rozwiązanie komunikacyjne dostępne zawsze i w każdym miejscu, co zniechęca do poszukiwania alternatyw.
Uniwersalność	Wygląd i obsługa serwisu są praktycznie identyczne na każdym urządzeniu, co ułatwia opanowanie obsługi poszczególnych funkcji.	Marka serwisu jest widoczna i łatwo rozpoznawalna. Proces wprowadzania zmian i nowych funkcji jest szybszy i prostszy.	–
Nieograniczona przestrzeń na dane	Użytkownik otrzymuje nieograniczoną przestrzeń na swoje posty i inne materiały; może prowadzić swego rodzaju pamiętnik.	Serwis otrzymuje dostęp do wszelkich materiałów opublikowanych przez użytkowników, które są nieocenionym źródłem wiedzy, niezbędnym do przeprowadzenia dogłębnego profilowania użytkownika.	Udostępnianie materiałów na platformie społecznościowej ma charakter naturalny, stąd użytkownicy chętniej dzielą się swoimi przemyśleniami, często działając pod wpływem emocji.

Tabela 3 (cd.)

Element serwisu	Korzyść dla użytkownika	Korzyść dla serwisu społecznościowego	Komentarz
Interaktywność	Użytkownik może dołączyć do dyskusji poprzez udostępnienie materiału dalej, napisanie komentarza czy kliknięciu emotikonu. Nawet osoby, które nie chcą samodzielnie tworzyć nowych treści, mogą stać się częścią społeczności.	Sieć społecznościowa buduje w ten sposób sieć powiązań między użytkownikami, może je badać i mierzyć, które treści wywołują reakcję wśród użytkowników.	Z punktu widzenia sieci społecznościowej wartościowa informacja to taka, która wywoła reakcję, zatrzyma użytkownika przed ekranem.
Nieskończone źródło treści	Użytkownik stale otrzymuje dostęp do nowych treści i propozycji, kogo obserwować. Powstaje w ten sposób kanał informacyjny, który zawsze oferuje nowe treści.	Sieć społecznościowa utrzymuje w ten sposób zainteresowanie i chęć przebywania na portalu.	Im dłużej użytkownik korzysta z danej sieci społecznościowej, tym więcej reklam zobaczy, co przekłada się na zyski operatora portalu.
Możliwość łatwego znalezienia nowych kontaktów	Użytkownik może łatwo nawiązać nowe znajomości lub odszukać osoby poznane wcześniej.	Sieć społecznościowa przyciąga nowych użytkowników na zasadzie efektu kuli śnieżkowej.	Liczba użytkowników stanowi istotną przewagę konkurencyjną, ponieważ daje użytkownikom większe szanse na znalezienie konkretnej osoby.
Brak opłat	Użytkownik może spróbować bez ryzyka, czy serwis społecznościowy mu odpowiada.	Okres próbny zwykle przeradza się w długotrwałe użytkowanie.	–

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 3 ilustruje, jakie korzyści otrzymuje użytkownik i operator sieci społecznościowej z oferowania produktu, który jest dostępny dla wszystkich konsumentów na rynku, bez dodatkowych opłat. Facebook jest firmą oferującą usługi komunikacyjne, ale tak naprawdę to usługi reklamowe są podsta-

wowym źródłem dochodu³⁸. Sieć społecznościowa w swoich dokumentach finansowych³⁹ wskazuje, że pojedynczy użytkownik był wart w czwartym kwartale 2020 r. około 10,14 dolara amerykańskiego. Należy także zwrócić uwagę, że firma Facebook jest notowana na amerykańskiej giełdzie papierów wartościowych, stąd jej działalność jest przedmiotem oceny ze strony inwestorów oraz szerokiej opinii publicznej. Zarząd natomiast musi tak kierować firmą, by wartość akcji utrzymywała się na stabilnym wysokim poziomie, co niejako wymusza działania, które przełożą się na wzrost przychodów firmy. Ideały i chęć połączenia świata musi ustąpić logice finansowej. Facebook jest sterowany przez algorytmy, które zostały zaprogramowane, aby zatrzymać użytkownika przed ekranem, wywołać reakcję i w konsekwencji zwiększyć zaangażowanie na platformie⁴⁰. Im większe zaangażowanie, tym więcej danych otrzymuje algorytm, by jeszcze lepiej dopasowywać nowe treści i reklamy do preferencji użytkownika. W tym miejscu należy postawić pytanie o podmiotowość wspomnianego użytkownika i odpowiedzialność platformy społecznościowej za wyświetlane treści. W roku 2018 Mark Zuckerberg, założyciel i prezes Facebooka, zeznając przed Komisją ds. Energii i Handlu Kongresu Stanów Zjednoczonych, powiedział, że Facebook jest firmą technologiczną, nie należy do sektora mediów⁴¹. Jest to istotne stwierdzenie, ponieważ oznacza to, że firma nie podlega takiej samej kontroli w zakresie publikowania treści oraz wyświetlania reklam, jak telewizja, radio czy prasa. Mając jednak 75% przewagi na rynku platform społecznościowych pod względem liczby użytkowników, dla wielu z nich Facebook jest podstawowym źródłem informacji. Badania przeprowadzone przez Pew Research Center we wrześniu 2020 r.⁴² wskazały, że 53% Amerykanów często poszukuje wiadomości na platformach społecznościowych, a na pierwszym miejscu znalazł się właśnie Facebook. Podstawowy problem polega tu na sprzeczności interesów: z jednej strony firma chce łączyć ludzi i dostarczać wartościowe treści; z drugiej

³⁸ S. Rodriguez, *Facebook Earnings Beat but the Company Warns of Impact From Apple Privacy Changes*, CNBC, <https://www.cnbc.com/2021/01/27/facebook-fb-earnings-q4-2020.html> (dostęp: 19.07.2021).

³⁹ *Ibidem*.

⁴⁰ L. Andrews, *Facebook, the Media and Democracy: Big Tech, Small State?*, New York 2019.

⁴¹ M. Castillo, *Zuckerberg Tells Congress Facebook is Not a Media Company: 'I consider us to be a Technology Company'*, CNBC, <https://www.cnbc.com/2018/04/11/mark-zuckerberg-facebook-is-a-technology-company-not-media-company.html> (dostęp: 19.07.2021).

⁴² *News Use Across Social Media Platforms in 2020*, Pew Research Center, <https://www.journalism.org/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/> (dostęp: 19.07.2021).

zaś jest zobligowana przez swoich akcjonariuszy do maksymalizowania zysków. Algorytmy natomiast na bieżąco analizują poczynania każdego użytkownika i dostarczają nowych treści, które będą z jego punktu widzenia interesujące. Interesujące to znaczy takie, które wywołają reakcję z jego strony, a tym samym przedłużą interakcję z platformą społecznościową. A wszystko to odbywa się poza kontrolą ze strony instytucji państwowych. Wspomniane wcześniej przesłuchanie Marka Zuckerberga dotyczyło związków firmy Facebook z firmą Cambridge Analytica, która otrzymała nieuprawniony dostęp do danych osobowych 87 milionów użytkowników platformy⁴³. Mark Zuckerberg w trakcie przesłuchania przed amerykańskim Kongresem przyznał, że firma nie dołożyła należytej staranności, jeśli chodzi o ochronę prywatności użytkowników. Obiecał także szczegółowe dochodzenie w zakresie, jakie aplikacje mają dostęp do danych na platformie oraz wprowadzenie szeregu rozwiązań chroniących prywatność użytkowników. Stwierdzenia te były jednak bardzo ogólne i trudno zweryfikować, co faktycznie się zmieniło⁴⁴. Facebook w 2020 r. udostępnił narzędzia pozwalające zobaczyć, skąd portal zbiera dane, w tym także identyfikujące źródła poza siecią społecznościową⁴⁵. Pozwala ono także na usuwanie tych danych, jednak nie ma możliwości całkowitego zablokowania zbierania danych w przyszłości. Na tym polu dość znaczącym sukcesem okazały się działania firmy Apple, która wraz z aktualizacją iOS 14.5 wprowadziła narzędzie *App Tracking Transparency*⁴⁶, które pozwala zablokować zbieranie danych przez aplikację zainstalowaną w smartfonie lub tablecie⁴⁷. Przy pierwszym uruchomieniu aplikacji urządzenie pyta użytkownika, czy ten zgadza się, aby aplikacja zbierała o nim dane. Szacun-

⁴³ S. Salinas, *Facebook Says the Number of Users Affected by Cambridge Analytica Data Leak is 87 million*, CNBC, <https://www.cnn.com/2018/04/04/facebook-updates-the-number-of-users-impacted-by-cambridge-analytica-leak-to-87-million.html> (dostęp: 19.07.2021).

⁴⁴ J. C. Wong, *The Cambridge Analytica Scandal Changed the World – but It Didn't Change Facebook*, „The Guardian”, <https://www.theguardian.com/technology/2019/mar/17/the-cambridge-analytica-scandal-changed-the-world-but-it-didnt-change-facebook> (dostęp: 19.07.2021).

⁴⁵ L. Dami, *Facebook's Clear History Tool is Now Available to Everyone*, „The Verge”, <https://www.theverge.com/2020/1/28/21111981/facebooks-clear-history-tool-now-available-to-everyone> (dostęp: 19.07.2021).

⁴⁶ Transparentność w zakresie aplikacji śledzących – tłumaczenie własne autora.

⁴⁷ M. Karbowski, *Facebook vs Apple: Szczegóły sporu o nowe narzędzie do blokowania śledzenia użytkownika w systemie iOS 14.5*, <https://www.purepc.pl/facebook-vs-apple-szczegoly-sporu-o-nowe-narzedzie-do-blokowania-sledzenia-uzzytkownika-w-systemie-ios-14-5> (dostęp: 19.07.2021).

ki wskazują, że zaledwie 12% użytkowników wyraziło zgodę⁴⁸. Elementem wyróżniającym to rozwiązanie względem narzędzi oferowanych przez Facebooka jest jego prostota oraz łatwość użycia. Użytkownik przy pierwszym uruchomieniu aplikacji zawierającej komponent śledzący otrzymuje pytanie. Udzielenie odpowiedzi jest konieczne, inaczej aplikacja się nie uruchomi. Ustawienia prywatności Facebooka natomiast znajdują się w opcjach aplikacji, stąd aby do nich dotrzeć, trzeba wykonać pewną dodatkową pracę. Co więcej, Facebook domyślnie zakłada, że użytkownicy zgadzają się na zbieranie informacji o nich, więc to na nich spoczywa obowiązek wyłączenia poszczególnych opcji. Jest to przykład działań pozorowanych, mających pokazać opinii publicznej, że firma wykonała pewne działania, aniżeli faktyczną zmianę obecnej sytuacji.

Globalne korporacje wyznaczają standardy

Powyższy przykład ilustruje, jak wielką siłę oddziaływania mają globalne korporacje, które ustanawiają standardy funkcjonowania wedle własnego uznania, wymuszając na swoich użytkownikach przyjęcie nowych reguł. Facebook, pomimo działań ze strony władz amerykańskich, nie dokonał znaczących zmian w zakresie ochrony prywatności, choć wprowadzone narzędzia należy uznać za krok we właściwym kierunku. Dopiero firma Apple, globalna korporacja, była w stanie realnie zmienić sytuację i wywołać silną reakcję ze strony najpopularniejszej platformy społecznościowej⁴⁹. Warto w tym miejscu spojrzeć na firmę Google – właściciela najpopularniejszej wyszukiwarki internetowej oraz serwisu z materiałami wideo na żądanie. Podobnie jak Facebook, Google jest liderem we wspomnianych kategoriach i oferuje swoje usługi użytkownikom prywatnym bez dodatkowych opłat. Dane z czerwca 2021 r. wskazują, że wyszukiwarka Google obsługuje ponad 90% użytkowników na świecie⁵⁰. Na drugim miejscu znajduje się wyszukiwarka Bing firmy Microsoft obsługująca nieco ponad 2%. Obraz sytuacji dopełniają statystyki rynku

⁴⁸ T. Hardwick, *Analytics Suggest 96% of Users Leave App Tracking Disabled in iOS 14.5*, MacRumors, <https://www.macrumors.com/2021/05/07/most-iphone-users-app-tracking-opt-out/> (dostęp: 19.07.2021).

⁴⁹ Facebook w sprawozdaniu finansowym ostrzega, że działania firmy Apple mogą spowodować spadek dochodów firmy w drugim kwartale 2021 r. S. Dang, *Apple iPhone Privacy Update Seen Hurting Facebook Revenue in Q2*, <https://www.reuters.com/technology/apple-iphone-privacy-update-seen-hurting-facebook-revenue-q2-2021-04-26/> (dostęp: 19.07.2021).

⁵⁰ *Search Engine Market Share Worldwide*, „Statcounter. Global Stats”, <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share> (dostęp: 19.07.2021).

przeglądarek internetowych, gdzie Chrome, produkt omawianej firmy, jest na pierwszym miejscu z wynikiem ponad 65%. Oznacza to, że ponad 65% internautów na świecie korzysta z tej przeglądarki na co dzień, natomiast największy konkurent – Safari od firmy Apple zajmuje nieco ponad 18% rynku. Tym samym firma Google posiada szeroką wiedzę na temat, czym interesują się internauci na świecie i jakich informacji szukają. Przy tak dużej przewadze nad konkurencją korporacja ma dostatecznie dużą siłę przetargową, by kreować standardy związane z przesyłaniem danych w Internecie czy optymalizowaniem stron internetowych pod kątem wyszukiwarek, co ma istotne znaczenie w marketingu internetowym. Przykład użycia wspomnianej siły przetargowej można było zaobserwować na początku tego roku, gdy firma Google zaproponowała nowy mechanizm przechowywania danych użytkownika w przeglądarce o nazwie FLoC⁵¹. W teorii miał on zastąpić używane dotychczas ciasteczka w przeglądarce mechanizmem, który przechowywałby wszystkie dane w przeglądarce i nie wysyłałby ich na zewnątrz⁵². Przeglądarka (a ściślej algorytm zainstalowany w jej ramach) byłaby odpowiedzialna za stworzenie profilu użytkownika i wysłanie tych danych do reklamodawców w formie zanonimizowanej. Osoba byłaby przyporządkowana do pewnej grupy osób, np. lubiących dany produkt, a nie traktowana jako identyfikowalna jednostka. W teorii zmniejsza to ryzyko wycieku danych oraz ogranicza ewentualne nadużycia. Obecnie śledzenie aktywności użytkowników odbywa się za pomocą plików cookie (ciasteczek), gdzie każdy reklamodawca instaluje własne i sam reguluje, jak długo mogą one funkcjonować na naszym urządzeniu. Jeżeli spojrzeć na problem tylko z perspektywy prywatności użytkownika, to FLoC jest dobrym rozwiązaniem⁵³. Należy jednak zwrócić uwagę, że jest to projekt autorstwa firmy Google, która dominuje w sferze wyszukiwania i przeglądarek internetowych. Jeżeli przeforsowano by tę zmianę, firma miałaby znaczną kontrolę nad danymi o użytkownikach Internetu oraz marketingiem internetowym w szerokim rozumieniu tego pojęcia. Google mogłoby arbitralnie narzucać zmiany, a niezależni reklamodawcy musieliby się dostosować. W obliczu znaczącej krytyki ze strony przemysłu komputerowego oraz deklaracji ze strony pozostałych producentów przeglądarek internetowych, że będą aktywnie blokować nowe rozwiązanie, Google podjęło decyzję, że wstrzyma jego

⁵¹ FLoC to skrót od Federated Learning of Cohorts, co można przetłumaczyć jako wspólne uczenie się i grupowanie użytkowników w zespoły (kohorty).

⁵² M. Lewk, *Ewolucja prywatności w przeglądarkach: Federated Learning of Cohorts (FLoC)*, „Nowy Marketing”, <https://nowymarketing.pl/a/32370,ewolucja-prywatnosci-w-przegladarkach-federated-learning-of-cohorts-floc> (dostęp: 19.07.2021).

⁵³ Ch. Bindra, *Building a privacy-first future for web advertising, Google Ads*, <https://blog.google/products/ads-commerce/2021-01-privacy-sandbox/> (dostęp: 30.07.2021).

wprowadzenie do 2023 r.⁵⁴ Jest to kolejny przykład, gdzie presja innych podmiotów globalnych wymusiła zmianę zachowania dużej korporacji, co nie oznacza, że Google nie będzie forsować tego rozwiązania w przyszłości. To pokazuje, jak dużym zagrożeniem mogą być globalne korporacje, które zdominowały pewien fragment rynku, istotny z punktu widzenia nowoczesnej gospodarki. Naturalnie możliwe jest funkcjonowanie w nowoczesnym świecie bez posiadania konta na Facebooku, jednak szczególnie podczas globalnej pandemii stanowi to realne utrudnienie. Alternatywne rozwiązania istnieją, lecz nie oferują tak szerokiego wachlarza korzyści. Jest to szczególnie widoczne w przypadku wyszukiwarki internetowej Google, która dzięki olbrzymiej ilości danych i obsługiwanych zapytań jest w stanie lepiej dopasować wyniki do oczekiwań odbiorcy. Ceną, jaką płaci za to użytkownik, jest jego prywatność, która wydaje się być wprost proporcjonalna do użyteczności produktu: im więcej danych użytkownik udostępni, tym lepszej jakości otrzymuje usługę. Pytanie, czy ta wymiana jest faktycznie opłacalna, pozostaje otwarte.

Podsumowanie

Celem artykułu było wskazanie zagrożeń dla prywatności użytkowników w Internecie, jakie płyną z dominacji jednej globalnej korporacji w danym sektorze usług, Facebook i Google, które oferują swoje usługi w Internecie, nie pobierając opłat od konsumentów. Ceną jest tutaj prywatność i konieczność dzielenia się swoimi danymi ze wspomnianymi korporacjami, które później wykorzystują te dane do budowania spersonalizowanych kampanii marketingowych. Siła przetargowa tych firm jest wystarczająca, by proponować standardy i zmiany, które dotyczą szeroko pojętego Internetu. W konsekwencji sieć globalna, która miała być najbardziej demokratycznym z mediów, jest zarządzana przez pojedyncze globalne firmy, które decydują o tym, co dany użytkownik zobaczy, a co zostanie przemilczane. Jak pokazały przesłuchania Marka Zuckerberga z 2018 r., demokratyczna władza, która powinna sprawować kontrolę nad funkcjonowaniem gospodarki, w praktyce okazała się bezradna. Firma Google stoi w obliczu oskarżeń o praktyki monopolistyczne i utrudnianie działalności konkurencyjnym firmom. Oskarżenia te płyną zarówno ze strony administracji Stanów Zjednoczonych, jak i Unii Europejskiej⁵⁵. Trudno w tym momencie

⁵⁴ R. Amadeo, *Google delays FLoC rollout until 2023*, <https://arstechnica.com/gadgets/2021/06/google-delays-floc-rollout-until-2023/> (dostęp: 19.07.2021).

⁵⁵ L. Feiner, *Google's Antitrust Mess: Here Are All the Major Cases It's Facing in the U.S. and Europe*, CNBC, <https://www.cnn.com/2020/12/18/google-antitrust-cases-in-us-and-europe-overview.html> (dostęp: 19.07.2021).

ocenić, jaki będzie skutek tych działań, jednak bazując na wcześniejszych karach finansowych, wymierzonych firmie przez Komisję Europejską⁵⁶, nie należy spodziewać się znaczącej zmiany. Z punktu widzenia użytkowników pozytywną zmianą jest wprowadzenie przez obie firmy narzędzi pozwalających sprawdzić, jakimi danymi dysponują firmy oraz nakazać ich usunięcie. Nie chroni to przed dalszym śledzeniem aktywności w Internecie, lecz ogranicza ewentualne negatywne skutki. Pandemia pokazała, że narzędzia internetowe są niezbędne w codziennym życiu i dzięki takim usługom jak Facebook czy wyszukiwarka Google wiele osób mogło dalej kontynuować pracę i naukę zdalnie oraz utrzymywać kontakt z bliskimi. Jednocześnie uwypukliło to fakt, że globalne korporacje dysponują olbrzymią siłą oddziaływania na gospodarkę światową oraz na pojedyncze osoby. Jest to temat wymagający dalszej analizy, szczególnie z perspektywy relacji pomiędzy biznesem globalnym a władzami poszczególnych państw czy też instytucji ponadnarodowych.

Bibliografia

- Amadeo R., *Google delays FLoC rollout until 2023*, <https://arstechnica.com/gadgets/2021/06/google-delays-floc-rollout-until-2023/> (dostęp: 19.07.2021).
- Andrews L., *Facebook, the Media and Democracy: Big Tech, Small State?*, New York 2019.
- Ang C., *One Year In: Data Usage Surged During Pandemic*, „Visual Capitalist”, <https://www.visualcapitalist.com/data-usage-surged-during-pandemic/> (dostęp: 12.07.2021).
- Antitrust: Commission fines Google €1.49 billion for abusive practices in online advertising*, European Commission, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_1770 (dostęp: 13.07.2021).
- Arrington M., *Facebook No Longer The Second Largest Social Network*, „TechCrunch”, <https://techcrunch.com/2008/06/12/facebook-no-longer-the-second-largest-social-network/> (dostęp: 13.07.2021).
- Blanke T., *Digital Asset Ecosystems: Rethinking Crowds and Clouds*, Kidlington 2014.
- Burgess J., Baym N. K., *Twitter: A Biography*, New York 2020.
- Castillo M., *Zuckerberg Tells Congress Facebook Is Not a Media Company: 'I consider us to be a Technology Company'*, CNBC, <https://www.cnbc.com>.

⁵⁶ *Antitrust: Commission fines Google €1.49 billion for abusive practices in online advertising*, European Commission, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_1770 (dostęp: 19.07.2021).

- com/2018/04/11/mark-zuckerberg-facebook-is-a-technology-company-not-media-company.html (dostęp: 19.07.2021).
- Change in remote work trends due to COVID-19 in the United States in 2020*, Statista, <https://www.statista.com/statistics/1122987/change-in-remote-work-trends-after-covid-in-usa/> (dostęp: 8.07.2021).
- Dami L., *Facebook's Clear History Tool Is Now Available to Everyone*, „The Verge”, <https://www.theverge.com/2020/1/28/21111981/facebooks-clear-history-tool-now-available-to-everyone> (dostęp: 19.07.2021).
- Dang S., *Apple iPhone Privacy Update Seen Hurting Facebook Revenue in Q2*, <https://www.reuters.com/technology/apple-iphone-privacy-update-seen-hurting-facebook-revenue-q2-2021-04-26/> (dostęp: 19.07.2021).
- De Saullés M., *The Internet of Things and Business*, New York 2017.
- Deutsch A. L., *WhatsApp: The Best Facebook Purchase Ever?*, „Investopedia”, <https://www.investopedia.com/articles/investing/032515/whatsapp-best-facebook-purchase-ever.asp> (dostęp: 13.07.2021).
- Digital 2021. We are social*, <https://wearesocial.com/digital-2021> (dostęp: 13.07.2021).
- Feiner L., *Google's Antitrust Mess: Here Are All the Major Cases It's Facing in the U.S. and Europe*, CNBC, <https://www.cnn.com/2020/12/18/google-antitrust-cases-in-us-and-europe-overview.html> (dostęp: 19.07.2021).
- Grover R., Vriens M., *The Handbook of Marketing Research: Uses, Misuses, and Future Advances*, London 2006.
- Grzegorzewska M., *Miliard czy milion – liczba użytkowników Google*, „Sternaseo”, <https://sternaseo.pl/miliard-czy-milion-liczba-uzytkownikow-google/> (dostęp: 8.07.2021).
- GUS: w 2020 r. Internet najpopularniejszym źródłem informacji o COVID-19*, „Polsat News”, <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2021-03-11/gus-w-2020-r-internet-najpopularniejszym-zrodlem-informacji-o-covid-19/> (dostęp: 11.07.2021).
- Hardwick T., *Analytics Suggest 96% of Users Leave App Tracking Disabled in iOS 14.5*, „MacRumors”, <https://www.macrumors.com/2021/05/07/most-iphone-users-app-tracking-opt-out/> (dostęp: 19.07.2021).
- Hutchinson A., *What Does Facebook Know About You Really?*, „Social Media Today”, <https://www.socialmediatoday.com/news/what-does-facebook-know-about-you-really/546502/> (dostęp: 16.07.2021).
- Jak Polacy korzystają z internetu? Oto raport z 2021 roku!*, „Funkymedia”, <https://funkymedia.pl/jak-polacy-korzystaja-z-internetu-oto-raport-z-2021-roku.html> (dostęp: 13.07.2021).
- Jemielniak D., *Socjologia internetu*, Warszawa 2019.

- Kaplan A. M., Haenlein M., *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, „Business Horizons” 2010, t. 53.
- Karbowiak M., *Facebook vs Apple: Szczegóły sporu o nowe narzędzie do blokowania śledzenia użytkownika w systemie iOS 14.5*, <https://www.purepc.pl/facebook-vs-apple-szczegoly-sporu-o-nowe-narzedzie-do-blokowania-sledzenia-uzytkownika-w-systemie-ios-14-5> (dostęp: 19.07.2021).
- Kemp S., *Digital 2021: Poland*, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-poland?rq=poland> (dostęp: 13.07.2021).
- Kincaid J., *Facebook Launches Standalone iPhone/Android Messenger App*, „TechCrunch”, <https://techcrunch.com/2011/08/09/facebook-launches-standalone-mobile-messenger-app-and-it%E2%80%99s-beluga/> (dostęp: 13.07.2021).
- Korzystanie z internetu. Komunikat z badań, CBOS, https://www.cbos.pl/SPI-SKOM.POL/2020/K_085_20.PDF (dostęp: 13.07.2021).
- Kumar V., Reinartz W., *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools*, Bamberg 2018.
- Lewk M., *Ewolucja prywatności w przeglądarkach: Federated Learning of Cohorts (FLoC)*, „Nowy Marketing”, <https://nowymarketing.pl/a/32370,ewolucja-prywatnosci-w-przegladarkach-federated-learning-of-cohorts-floc> (dostęp: 19.07.2021).
- Miller D., Costa E., McDonald T., Nicolescu R., Sinanan J., Spyer J., Venkatraman S., Wang X., *How the World Changed Social Media*, London 2016.
- Miller M., *Facebook for Grown-ups*, Hoboken 2010.
- News Use Across Social Media Platforms in 2020*, Pew Research Center, <https://www.journalism.org/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/> (dostęp: 19.07.2021).
- O’Flaherty K., *All the Ways Facebook Tracks You and How to Stop It*, „Forbes”, <https://www.forbes.com/sites/kateoflahertyuk/2021/05/08/all-the-ways-facebook-tracks-you-and-how-to-stop-it/> (dostęp: 6.07.2021).
- OECD, *Digital Transformation in the Age of COVID-19: Building Resilience and Bridging Divides*, „Digital Economy Outlook 2020 Supplement”, www.oecd.org/digital/digital-economy-outlook-covid.pdf (dostęp: 11.07.2021).
- Osenton T., *Customer Share Marketing: How the World’s Great Marketers Unlock Profits from Customer Loyalty*, FT Press, New Jersey 2002.
- Penc-Pietrzak I., *Planowanie strategiczne w nowoczesnej firmie*, Warszawa 2010.
- Piechocki W., *Polskie sieci komórkowe obsługują rekordowe ilości przesyłanych danych – jesteśmy w europejskiej czołówce*, GSMOnline.pl, <https://gsmonline.pl/artykuly/ruch-danych-sieci-komorkowe-europa-polska> (dostęp: 13.07.2021).

- Piksel Facebooka, *Facebook for Business*, <https://www.facebook.com/business/help/742478679120153?id=1205376682832142> (dostęp: 16.07.2021).
- Rizzo L., Click S., *How Covid-19 Changed Americans' Internet Habits*, „The Wall Street Journal”, <https://www.wsj.com/articles/coronavirus-lockdown-tested-internets-backbone-11597503600> (dostęp: 11.07.2021).
- Rodriguez S., *As Calls Grow to Split up Facebook, employees who Were There for the Instagram Acquisition Explain Why the Deal Happened*, CNBC, <https://www.cnbc.com/2019/09/24/facebook-bought-instagram-because-it-was-scared-of-twitter-and-google.html> (dostęp: 13.07.2021).
- Rodriguez S., *Facebook Earnings Beat but the Company Warns of Impact from Apple Privacy Changes*, CNBC, <https://www.cnbc.com/2021/01/27/facebook-fb-earnings-q4-2020.html> (dostęp: 19.07.2021).
- Salinas S., *Facebook Says the Number of Users Affected by Cambridge Analytica Data Leak is 87 million*, CNBC, <https://www.cnbc.com/2018/04/04/facebook-updates-the-number-of-users-impacted-by-cambridge-analytica-leak-to-87-million-.html> (dostęp: 19.07.2021).
- Slikowski K., *Microsoft Teams ma już 145 milionów aktywnych użytkowników dziennie*, „CentrumXP”, <https://www.centrumxp.pl/Publikacja/Microsoft-Teams-ma-juz-145-milionow-aktywnych-uzytownikow-dziennie> (dostęp: 8.07.2021).
- Social Media Stats Worldwide*, Statcounter GlobalStats, <https://gs.statcounter.com/social-media-stats> (dostęp: 13.07.2021).
- Spółeczeństwo informacyjne w Polsce w 2020 r.*, Główny Urząd Statystyczny, https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5497/2/10/1/spoleczenstwo_informacyjne_w_polsce_w_2020.pdf (dostęp: 11.07.2021).
- Taylor D. B., *A Timeline of the Coronavirus Pandemic*, „New York Times”, <https://www.nytimes.com/article/coronavirus-timeline.html> (dostęp: 9.07.2021).
- Telework in the EU before and after the COVID-19: where we were, where we head to*, Science for Policy Briefs, https://ec.europa.eu/jrc/sites/default/files/jrc120945_policy_brief_-_covid_and_telework_final.pdf (dostęp: 8.07.2021).
- Wong J. C., *The Cambridge Analytica Scandal Changed the World – But It Didn't Change Facebook*, „The Guardian”, <https://www.theguardian.com/technology/2019/mar/17/the-cambridge-analytica-scandal-changed-the-world-but-it-didnt-change-facebook> (dostęp: 19.07.2021).
- Żuławiński M., *Zoom przeżywa boom. Wideokonferencje warte więcej niż linie lotnicze*, „Bankier.pl”, <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Zoom-przezywa-boom-Wideokonferencje-warte-wiecej-niz-linie-lotnicze-7886776.html> (dostęp: 8.07.2021).

Marcin Socha*

 <https://orcid.org/0000-0001-7431-1598>

Impuls do rozwoju czy symbol kryzysu Zmiana postrzegania Igrzysk Olimpijskich w Tokio 2020 po wybuchu pandemii COVID-19

Abstrakt

Celem rozdziału jest analiza znaczenia gospodarczego, politycznego i wizerunkowego Igrzysk Olimpijskich i Paraolimpijskich w Tokio 2020, uwzględniając kluczową zmienną, jaką jest wpływ kryzysu wywołanego wybuchem pandemii COVID-19. Analiza została przeprowadzona na podstawie danych statystycznych dotyczących nastrojów społecznych w Japonii i za granicą, wypowiedzi japońskich polityków, przedstawicieli biznesu, mediów i innych grup zaangażowanych w organizację wydarzenia. Rozdział pokazuje, że igrzyska w Tokio nie tylko nie spełniły oczekiwań rządu, organizatorów, biznesu, społeczeństwa i społeczności międzynarodowej, ale także przyczyniły się do pogłębienia kryzysu zaufania do polityków oraz utrwalenia negatywnego postrzegania japońskiej sytuacji gospodarczej, określanego w Japonii mianem straconych dekad. Pogarszający się odbiór igrzysk wśród japońskiego społeczeństwa nie został wywołany tylko i wyłącznie na skutek pogorszenia sytuacji pandemicznej, lecz także braku zarządzania kryzysowego oraz skutecznej strategii komunikacyjnej rządu.

Słowa kluczowe: Igrzyska Olimpijskie w Tokio, pandemia COVID-19, Shinzō Abe, Yoshihide Suga.

* Adiunkt, politolog, Uniwersytet Łódzki, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politycznych, Katedra Studiów Azjatyckich; e-mail: marcin.socha@uni.lodz.pl

An impulse for development or a symbol of crisis. Changing perceptions of the Tokyo 2020 Olympics following the COVID-19 pandemic

Abstract

The purpose of the chapter is to analyze the economic and political of the Tokyo 2020 Olympic and Paralympic Games, taking into account the critical variable, which is the impact of the COVID-19 pandemic. The analysis is based on statistical data on public sentiment in Japan and abroad, statements by Japanese politicians, business representatives, the media, and other groups involved in organizing the Olympics. The chapter shows that the Tokyo IO failed to meet the expectations of the government, organizers, business, the public, and the international community. Olympics management by the government deepened the crisis of confidence in politicians and consolidated the negative perception of Japan's economic situation. The deteriorating perception of the Olympics among the Japanese public results from the worsening pandemic situation and the lack of crisis management and effective communication strategy.

Keywords: Tokyo Olympics, COVID-19 Pandemics, Abe Shinzō, Suga Yoshihide.

Kiedy Tokio stało się pierwszym azjatyckim gospodarzem Igrzysk Olimpijskich w 1964 r., był to punkt zwrotny w międzynarodowym postrzeganiu Japonii. Igrzyska pozwoliły Japończykom zaprezentować się jako pokojowy, demokratyczny i technologicznie zaawansowany naród, kładąc podwaliny pod międzynarodowy wizerunek państwa, który trwa do dziś¹. Zdaniem Roba Faheya z Instytutu Gospodarki Politycznej Waseda Igrzyska Olimpijskie i Paraolimpijskie w Tokio 2020 przyniosły Japonii kolejną szansę na zmianę jej międzynarodowego wizerunku². Tym razem miały pokazać, że Japończycy są społeczeństwem otwartym na świat, przyjaznym dla zagranicznych pracowników, turystów, a przede wszystkim idei. Toshiro Muto, szef komitetu organizacyjnego, stwierdził, że igrzyska w roku 2020 mają odzwierciedlać „postęp i ewolucję Japonii w jedną z najbogatszych i najbardziej zaawansowanych demokracji świata”³. Niestety, w wyniku wybuchu pandemii COVID-19 wydarzenie zostało przełożone na rok 2021. W związku z postępującym wzrostem liczby zakażeń podjęto decyzję o organizacji zawodów bez udziału publiczności.

¹ R. Fahey, *An Olympic Opportunity for Japan's Progressives*, „Tokyo Review”, 4.07.2017, <https://www.tokyoreview.net/2017/07/an-olympic-opportunity-for-japans-progressives/> (dostęp: 7.07.2021).

² *Ibidem*.

³ P. Wells, R. Hardin, *Tokyo Olympic Chief Urges Yuriko Koike to Focus on Day Job*, „Financial Times”, 2.10.2017, <https://www.ft.com/content/c24c24c6-a4f0-11e7-9e4f-7f5e6a7c98a2> (dostęp: 4.07.2021).

Celem rozdziału jest analiza znaczenia gospodarczego, politycznego i wizerunkowego Igrzysk Olimpijskich i Paraolimpijskich w Tokio 2020, uwzględniając kluczową zmienną, jaką jest wpływ kryzysu wywołanego wybuchem pandemii COVID-19. Analiza została przeprowadzona na podstawie danych statystycznych dotyczących nastrojów społecznych w Japonii i za granicą, wypowiedzi japońskich polityków, przedstawicieli biznesu, mediów i innych grup zaangażowanych w organizację igrzysk. Analiza pokazuje, że igrzyska olimpijskie w Tokio nie tylko nie spełniły oczekiwań rządu, organizatorów, biznesu, społeczeństwa i społeczności międzynarodowej, ale także przyczyniły się do pogłębienia kryzysu zaufania do polityków oraz utrwalenia negatywnego postrzegania japońskiej sytuacji gospodarczej, określanego w Japonii mianem straconych dekad. Pogarszający się odbiór igrzysk wśród japońskiego społeczeństwa nie został wywołany tylko i wyłącznie na skutek pogorszenia sytuacji pandemicznej, lecz także braku zarządzania kryzysowego oraz skutecznej strategii komunikacyjnej rządu. Jednocześnie artykuł pokazuje, że administracja premiera Shinzō Abe oraz jego następcy Yoshihide Sugi próbowali wykorzystywać igrzyska do własnych celów, łącząc wydarzenie z bieżącymi priorytetami politycznymi. W okresie 2013–2021 politycy partii rządzącej w wypowiedziach dotyczących igrzysk olimpijskich stosowali liczne hasła, takie jak: „iskra zmian gospodarczych”, „kompaktowe igrzyska”, „igrzyska odbudowy” czy też „igrzyska jako symbol pokonania pandemii”. W dłuższej perspektywie dla żadnego z tych przekazów nie udało się zbudować znaczącego poparcia społecznego.

Stracone dekady

Stracona dekada (Ushinawareta Jūnen) to termin odnoszący się do okresu stagnacji gospodarczej w Japonii wywołanej pęknięciem bańki na rynku nieruchomości i rynku papierów wartościowych w roku 1991⁴. Termin ten pierwotnie dotyczył ostatniej dekady XX w., kiedy to japoński Produkt Krajowy Brutto rósł w tempie zaledwie 1,14% rocznie, czyli znacznie poniżej poziomu innych państw uprzemysłowionych⁵. Pomimo wprowadzenia reform gospodarczych oraz licznych programów ratunkowych kolejne dekady również były określane tym samym terminem. Wydarzenia, takie jak kryzys finansowy w roku

⁴ C. Halton, *Lost Decade*, „Investopedia”, <https://www.investopedia.com/terms/l/lost-decade.asp> (dostęp: 3.07.2021).

⁵ B. Nielsen, *The Lost Decade: Lessons From Japan's Real Estate Crisis*, „Investopedia”, <https://www.investopedia.com/articles/economics/08/japan-1990s-credit-crunch-liquidity-trap.asp> (dostęp: 3.07.2021).

2008, katastrofy naturalne i zmiana sytuacji geopolitycznej podkopały wysiłki zmierzające do przywrócenia gospodarki na drogę stabilnego wzrostu gospodarczego. Ostatnie trzy dekady w Japonii były okresem charakteryzującym się nie tylko uporczywą recesją gospodarczą, ale także czasem głębokiego kryzysu społecznego, wywołanego głównie problemem starzenia się społeczeństwa. To także okres kryzysu politycznego, którego manifestacją był brak skuteczności kolejnych programów naprawczych, wprowadzanych przez japońską administrację, oraz spadek zaufania do klasy politycznej.

Znaczenie gospodarcze igrzysk olimpijskich w Tokio

Kiedy premier Shinzō Abe ponownie objął władzę w roku 2012, Japonia znajdowała się w stanie głębokiego kryzysu, wywołanego skutkami wielkiego trzęsienia ziemi w Tōhoku oraz awarii elektrowni jądrowej Fukushima I. Premier musiał także poradzić sobie z kryzysem zaufania społecznego do polityków, wywołanego nieskutecznym zarządzaniem katastrofą. W 2013 r. Tokio zostało wybrane na gospodarza Igrzysk Olimpijskich i Paraolimpijskich w roku 2020. Japoński rząd bardzo szybko rozwinął narrację pokazującą nadchodzącą imprezę sportową jako zwiastun odbudowy Japonii i wyprowadzenia kraju z długotrwałej stagnacji gospodarczej. Przygotowania do igrzysk zostały połączone z długofalową strategią gospodarczą rządu. Głównym celem administracji Abe było przezwyciężenie deflacji trwającej od niemal 15 lat oraz powstrzymanie procesu kurczenia się gospodarki. Decyzja o organizacji igrzysk w Tokio miała być „iskrą wyzwalamą zmiany”⁶. Premier Abe często zwracał uwagę na korzyści gospodarcze płynące z organizacji wydarzenia. Prognozy opublikowane przez Bank Japonii w roku 2016 pokazały, że korzyści te miały pochodzić głównie z dwóch źródeł: wzrostu liczby zagranicznych turystów oraz zwiększenia inwestycji infrastrukturalnych związanych z tym wydarzeniem⁷.

Jeśli chodzi o potencjalne wpływy w sektorze turystycznym, rząd chciał wykorzystać igrzyska do polepszenia i tak już dobrej sytuacji wynikającej ze wzrostu liczby turystów zagranicznych. W latach 2010–2019 ich liczba

⁶ Prime Minister of Japan and His Cabinet, *Press Conference by Prime Minister Shinzo Abe Following His Attendance at the G20 Summit Meeting in Saint Petersburg and the 125th International Olympic Committee Session*, 7.09.2013, https://japan.kantei.go.jp/96_abe/statement/201309/07argentine_naigai_e.html (dostęp: 4.07.2021).

⁷ M. Osada, M. Ojima, Y. Kurachi, K. Miura, T. Kawamoto, *Economic Impact of the Tokyo 2020 Olympic Games*, Bank of Japan, 21.01.2016, s. 1, https://www.boj.or.jp/en/research/brp/ron_2016/data/ron160121b.pdf (dostęp: 10.07.2021).

przekroczyła 20 milionów⁸. Pomimo rekordowych przychodów zdaniem analityków Banku Japonii nadal istniała możliwość zwiększenia liczby turystów dzięki wykorzystaniu igrzysk olimpijskich. W celu maksymalizacji zysków Bank sugerował szereg inwestycji, takich jak: ustanowienie tras, które pozwolą turystom wycieczki do innych regionów poza metropolią tokijską; budowa nowych i remont istniejących hoteli; rewitalizacja obszarów miejskich, budowa obiektów handlowych oraz poprawa infrastruktury transportowej⁹. Zakładany wzrost inwestycji w sektorze budowlanym miał przełożyć się na wzrost PKB rządu 0,4–0,6% oraz częściowo zrównoważyć negatywne skutki podwyżki podatku konsumpcyjnego zaplanowanej na rok 2017¹⁰.

Znaczenie polityczne

Oprócz licznych korzyści gospodarczych przedstawionych powyżej igrzyska olimpijskie stały się także istotnym narzędziem budowania kapitału politycznego. Premier Shinzō Abe był osobiście zaangażowany w proces wprowadzenia igrzysk do Japonii. W roku 2013, w celu zabezpieczenia decyzji o przyznaniu Tokio organizacji imprezy, premier zapewnił przedstawicieli MKOl, że sytuacja w zniszczonej elektrowni jądrowej Fukushima I została opanowana i nie będzie stanowić zagrożenia dla odwiedzających stolicę¹¹. Tuż po ogłoszeniu zwycięstwa Tokio premier Abe ogłosił, że igrzyska będą doskonałą okazją do pokazania sukcesu odbudowy obszarów zniszczonych przez Wielkie Trzęsienie Ziemi w Tōhoku z marca 2011 r. Szef japońskiego rządu zapewniał, że część inwestycji związanych z Olimpiadą przysłuży się rewitalizacji i promocji terenów, które najbardziej ucierpiały w wyniku katastrofy. Tym sposobem nadchodzące wydarzenie zostało określone mianem „igrzysk odbudowy”, które było często przywoływane przez członków rządu. W celu wsparcia tego przekazu na skutek silnego zainteresowania biura premiera podjęto decyzję o organizacji części olimpijskich rozgrywek w takich dyscyplinach jak baseball i softball w prefekturze Fukushima¹².

⁸ Strona Japońskiej Organizacji Turystycznej, <https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#-graph--inbound--travelers--transition> (dostęp: 4.07.2021).

⁹ M. Osada, M. Ojima, Y. Kurachi, K. Miura, T. Kawamoto, *op. cit.*, s. 2.

¹⁰ *Ibidem*, s. 14.

¹¹ Prime Minister of Japan and His Cabinet, *Presentation by Prime Minister Shinzo Abe at the 125th Session of the International Olympic Committee (IOC)*, 7.09.2013, https://japan.kantei.go.jp/96_abe/statement/201309/07ioc_presentation_e.html (dostęp: 4.07.2021).

¹² *Is Abe Using 2020 Tokyo Olympics to Promote Constitutional Revisions?*, „Mainichi Shimbun”, 11.05.2017, <https://mainichi.jp/english/articles/20170511/p2a/00m/0na/019000c> (dostęp: 15.08.2021).

Premier Abe wielokrotnie zwracał uwagę na pozytywne skutki programu gospodarczego „Abenomics” obejmującego rozluźnienie polityki pieniężnej na dużą skalę, bodźce fiskalne oraz strategię rozwoju nowych źródeł długoterminowego wzrostu. Wśród pozytywnych efektów programu można wymienić odwrócenie deflacji, jeden z najdłuższych okresów wzrostu gospodarczego w powojennej historii Japonii, rekordowo niskie bezrobocie, zwiększenie liczby zagranicznych rezydentów i rekordowo wysokie zyski przedsiębiorstw. Potencjalne korzyści płynące z igrzysk miały wspierać rządową narrację pokazującą sukcesy programu odbudowy gospodarczej i przetrwanie długotrwałego okresu recesji.

Szef japońskiego rządu próbował także wykorzystać igrzyska do promocji projektu rewizji japońskiej konstytucji. Podczas konferencji w dniu 3 maja 2017 r. Shinzō Abe usiłował zachęcić opinię publiczną do konieczności zakończenia procesu rewizji konstytucji w roku 2020. Kilka dni później na posiedzeniu Komisji Budżetowej Izby Radców premier powiedział, że „powinniśmy wykorzystać rok 2020, kiedy odbędą się igrzyska olimpijskie i paraolimpijskie jako szansę dla Japonii na nowy początek”, co miało zachęcić parlamentarzystów do poparcia projektu¹³.

Shinzō Abe próbował także wykorzystać igrzyska do ocieplenia własnego wizerunku w kraju i za granicą. Najciekawszym tego wyrazem był udział japońskiego przywódcy w ceremonii zakończenia Igrzysk Olimpijskich w Rio de Janeiro w roku 2016. Podczas wydarzenia szef rządu wyskoczył z gigantycznej zielonej rury przebrany za postać z gry wideo „Super Mario”, jednego z najbardziej znanych japońskich towarów eksportowych. O ile igrzyska w Tokio nie wywarły decydującego wpływu na sukces polityczny premiera Abe w wyborach parlamentarnych w latach 2014 i 2017, o tyle organizacja zawodów w roku 2020 była postrzegana jako sukces rządu i miała stać się podsumowaniem i ukoronowaniem długich rządów Abe.

Wpływ pandemii COVID-19 na organizację igrzysk

Wydarzenia związane z rozwojem pandemii COVID-19 zagroziły bezpiecznej organizacji igrzysk w Tokio i zmieniły postrzeganie wydarzenia przez społeczeństwo. Przed wybuchem pandemii igrzyska były odbierane jako impuls do przyspieszenia rozwoju gospodarczego, a przez polityków traktowane jako wygodne narzędzie polityczne. Po wybuchu pandemii największym problemem wizerunkowym japońskiego rządu, związanym z organizacją imprezy, było wielokrotne łączenie informacji o igrzyskach z nieskuteczną

¹³ *Ibidem.*

strategią powstrzymywania wzrostu zakażeń. Pomimo tego, że ilość przypadków COVID-19 wykrytych w Japonii była niewielka w porównaniu z innymi uprzemysłowionymi państwami, japońskiemu rządowi nie udało się opanować rozprzestrzeniania choroby. W efekcie w marcu 2020 r. podjęto decyzję o konieczności przełożenia IO na lipiec 2021 r.

Wśród oskarżeń kierowanych pod adresem rządu w związku z zarządzaniem kryzysowym znalazły się: ograniczone możliwości testowania; powolne wprowadzanie programu szczepień; niejasne przesłanki dotyczące wprowadzania i znoszenia stanu wyjątkowego oraz przedkładanie interesów gospodarczych nad zdrowie publiczne¹⁴. Kazuki Shimizu, Yasuharu Tokuda oraz Kenji Shibuya, próbując ocenić japońską strategię walki z pandemią COVID-19, zwracają uwagę na szereg zaniedbań ze strony rządu. Ich zdaniem „Japonia początkowo stosowała hybrydę strategii łagodzenia i tłumienia objawów... szukając sposobu na życie z wirusem, a nie na jego eliminację”¹⁵.

Jednym z najpoważniejszych zarzutów kierowanych pod adresem rządu, który łączy plany organizacji igrzysk z rosnącą liczbą zakażeń na COVID-19, jest oskarżenie o przedkładanie interesów gospodarczych oraz powodzenia zawodów olimpijskich nad zdrowie i bezpieczeństwo obywateli. Część środowiska naukowego twierdziła, że koalicja rządząca zamiast inwestować w zdrowie publiczne, skupiła się na ratowaniu konkretnych branż, takich jak gastronomia i turystyka¹⁶. Administrację Shinzō Abe, Yoshihide Sugi oraz władze metropolitalne Tokio były oskarżane o zbagatelizowanie potrzeby przeprowadzenia testów PCR na szeroką skalę i ograniczenia przemieszczania się obywateli, a nawet o próbę manipulowania statystykami zarażeń, które mogłyby doprowadzić do odwołania igrzysk.

Przykładem przedkładania sukcesu igrzysk nad interesy obywateli były okoliczności, które towarzyszyły decyzji o przesunięciu imprezy na rok 2021 podjętej w marcu 2020 r., kiedy Japonia zmagająca się z pierwszymi poważnymi skutkami epidemii COVID-19. Jeff Kingston twierdzi, że premierowi Shinzō Abe tak bardzo zależało na organizacji Olimpiady w lipcu 2020 r., że „naraził zdrowie publiczne na ryzyko, by zrealizować swój plan”¹⁷. Pomimo

¹⁴ K. Shimizu, D. Sridhar, K. Taniguchi, K. Shibuya, *Reconsider This Summer's Olympic and Paralympic Games*, BMJ, <https://www.bmj.com/content/bmj/373/bmj.n962.full.pdf> (dostęp: 3.07.2021).

¹⁵ K. Shimizu, Y. Tokuda, K. Shibuya, *Japan should aim to eliminate COVID-19*, BMJ, <https://www.bmj.com/content/bmj/372/bmj.n294.full.pdf> (dostęp: 3.07.2021).

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ J. Kingston, *Abe Prioritized Olympics, Slowing Japan's Pandemic Response*, „The Asia Pacific Journal”, 1.04.2020, vol. 18, issue 7, no. 5, <https://apjif.org/2020/7/Kingston.html> (dostęp: 3.07.2021).

apeli ze strony olimpijczyków, federacji sportowych i innych państw biorących udział w igrzyskach, szef japońskiego rządu do samego końca upierał się przy organizacji zawodów w lipcu. Dopiero naciski ze strony administracji Donalda Trumpa, który poparł ideę organizacji „kompletnych igrzysk” w roku 2021, oraz poparcie ze strony przywódców G7 skłoniły szefa japońskiego rządu do podjęcia decyzji o przesunięciu imprezy¹⁸. Długotrwały stan niepewności oraz brak zdecydowania samego premiera podważył zaufanie społeczeństwa do zdolności zarządzania kryzysem. Aurelia Mulgan, cytując japońskiego politologa Jiro Yamaguchiego, zwraca uwagę na to, że do połowy marca zarówno premier Abe, jak i gubernator Tokio Yuriko Koike stawiali sobie za priorytet przeprowadzenie igrzysk zgodnie z planem w celu utrzymania korzyści wizerunkowych¹⁹.

W tym miejscu warto przyjrzeć się zmianie retoryki kluczowych japońskich polityków dotyczących igrzysk w początkowej fazie pandemii. W kwietniu 2020 r. Shinzō Abe bronił zdania, że zmagania olimpijskie powinny zostać zorganizowane w sposób kompletny, czyli przy uczestnictwie widzów i sportowców. Zdaniem premiera takie przeprowadzenie igrzysk będzie możliwe tylko, gdy epidemia zostanie opanowana²⁰. Szef japońskiego rządu stwierdził również, że „olimpiada powinna odbyć się w sposób, który pokaże, że świat wygrał walkę z pandemią koronawirusa”²¹. Od tego momentu administracja Shinzō Abe w licznych wypowiedziach próbowała porównywać przygotowania do nadchodzącej imprezy z wysiłkiem zmierzającym do przezwyciężenia epidemii. Retoryka łączenia pandemii z igrzyskami nie tylko nie spotkała się z uznaniem obywateli, ale z czasem przyniosła szereg problemów dla premiera Abe i jego następcy.

W maju 2020 r. rząd zniósł ograniczenia związane z podwyższonym stanem zagrożenia. Niestety już na początku lipca w największych ośrodkach miejskich ponownie zaobserwowano widoczny wzrost liczby zakażeń COVID-19. Coraz więcej głosów twierdziło, że rząd powinien skupić się na walce z epidemią, a nie na organizacji igrzysk. Podawano również w wątpliwość możliwość organizacji bezpiecznej Olimpiady z udziałem publicz-

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ A. G. Mulgan, *COVID-19 Highlights Abe's Leadership Failings*, „East Asia Forum”, 5.05.2020, <https://www.eastasiaforum.org/2020/05/05/covid-19-highlights-abes-leadership-failings/> (dostęp: 4.07.2021).

²⁰ S. Neuman, *No Tokyo Olympics Next Year Unless COVID-19 Can Be Contained, Japan's Abe Says*, „NPR”, 29.04.2021, <https://www.npr.org/sections/coronavirus-live-updates/2020/04/29/847732124/japans-abe-says-no-tokyo-olympics-next-year-unless-covid-19-can-be-contained?t=1627501500501> (dostęp: 4.07.2021).

²¹ *Ibidem*.

ności²². W lipcu 2020 r. organizatorzy igrzysk w Tokio i Międzynarodowy Komitet Olimpijski podjęli decyzję o uproszczeniu imprezy, dopuszczając możliwość ograniczenia liczby widzów na trybunach²³.

Premierowi Abe nie udało się więc utrzymać przywiązania do idei „kompletnych igrzysk” ani też doprowadzić do zwiększenia poparcia społecznego przez połączenie imprezy z programem walki z COVID-19. W sierpniu 2020 r. poparcie dla rządu spadło do niskiego poziomu 32,7%²⁴. Nieoczekiwanie w tym samym miesiącu Shinzō Abe ustąpił ze stanowiska z powodów zdrowotnych. Na konferencji prasowej, podczas której premier ogłosił rezygnację i wymieniał priorytety swojej administracji, nie pojawiła się wzmianka dotycząca Igrzysk Olimpijskich.

Igrzyska Olimpijskie problemem administracji Yoshihide Sugi

Organizacja przełożonych Igrzysk Olimpijskich bardzo szybko stała się poważnym problemem wizerunkowym i testem dla gabinetu premiera Yoshihide Sugi. Podobnie jak w przypadku administracji Shinzō Abe impreza była również łączona z nieudaną strategią zwalczania pandemii COVID-19. Największe zarzuty kierowane pod adresem premiera Sugi, jeśli chodzi o walkę z rozprzestrzenianiem się wirusa, to powolne postępy programu szczepień i tak jak w przypadku administracji Shinzō Abe przedkładanie interesów gospodarczych nad zdrowie obywateli.

Jednym z głównych elementów wykorzystania IO dla celów gospodarczych miało być szeroko zakrojone wsparcie i inwestycje infrastrukturalne w sektorze turystycznym. Zamknięcie granic oraz wprowadzenie szeregu ograniczeń z dnia na dzień położyło kres rządowym planom ściągnięcia do Japonii rekordowej liczby turystów. Japoński rząd zidentyfikował sektor turystyczny jako jeden z najbardziej poszkodowanych w wyniku pandemii. W celu złagodzenia strat w branży hotelarskiej w lipcu 2020 r. rząd Shinzō Abe uruchomił inicjatywę „Go To Travel”, w ramach której obywatele mogli otrzymać nawet 50-procentowe wsparcie na organizację wyjazdów turystycznych na

²² *Only 23.9% in Japan Look Forward to Tokyo Olympics Next Summer: Poll*, „Kyodo News”, 19.07.2020, <https://english.kyodonews.net/news/2020/07/342812540942-urgent-59-discontent-with-japan-govt-response-to-pandemic-poll.html> (dostęp: 6.07.2021).

²³ *Ibidem*.

²⁴ *Abe Cabinet Support Rate Falls to 32.7%, Nearing Record Low*, „Japan Times”, 14.08.2020, <https://www.japantimes.co.jp/news/2020/08/14/national/politics-diplomacy/abe-cabinet-support-rate-falls/> (dostęp: 10.07.2021).

terenie Japonii²⁵. Premier Yoshihide Suga po przejęciu władzy stał się jednym z głównych orędowników kontynuowania programu dotacji dla podróżujących²⁶. Pomimo wzrostu liczby zakażeń premier bardzo długo nie chciał podjąć decyzji o zakończeniu programu „Go To Travel”, który mógł przyczynić się do rozprzestrzeniania infekcji na terenie całego kraju. W grudniu zaobserwowano znaczny wzrost liczby przypadków COVID-19 na terytorium całego kraju. W samej stolicy dzienna liczba zakażonych przekroczyła 850²⁷. W wyniku skoncentrowanej krytyki ze strony opozycji, lekarzy i społeczeństwa premier Suga został zmuszony do wstrzymania programu dotacji dla podróżujących²⁸. Zdaniem znacznej części społeczeństwa decyzja ta została jednak podjęta zbyt późno. Upór rządu doprowadził do dalszego spadku zaufania społecznego dla rządowej strategii zwalczania epidemii. W grudniu poparcie dla administracji Sugi poszybowało w dół z 56 do 39%²⁹.

Rosnące koszty organizacji igrzysk

Negatywna ocena rządowych działań przełożyła się również na spadek poparcia dla organizacji lipcowych igrzysk. W grudniu zaledwie 30% ankietowanych opowiadało się za organizacją wydarzenia w lipcu 2021 r. Na spadające poparcie dla organizacji igrzysk wpłynęły również informacje o rosnących kosztach wydarzenia.

Jeszcze przed pojawieniem się problemów gospodarczych spowodowanych pandemią COVID-19 igrzyska budziły kontrowersje z powodu rosnących kosztów ich organizacji. Kiedy w 2013 r. podjęto decyzję o organizacji wydarzenia w Tokio, komitet przetargowy przewidywał, że całkowite koszty igrzysk wyniosą 7,3 miliarda dolarów³⁰. W procesie wyboru urzędnicy ja-

²⁵ H. Nakatsugawa, *News Navigator: Can Japan's 'Go To Travel' Domestic Tourism Campaign Ever Restart?*, „Mainichi Shimbun”, 22.05.2021, <https://mainichi.jp/articles/20210522/ddm/003/070/075000c> (dostęp: 6.07.2021).

²⁶ S. Sugiyama, *Putting Economy First, Suga Hesitant to Rein in Go To Travel Program*, „Japan Times”, 1.12.2020, <https://www.japantimes.co.jp/news/2020/12/01/national/politics-diplomacy/go-to-program-yoshihide-suga-economy/> (dostęp: 6.07.2021).

²⁷ *Tokyo Posts 856 New Virus Cases, 1.5 Times the Tuesday Record*, „The Asahi Shimbun”, 29.12.2020, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14069795> (dostęp: 14.01.2021).

²⁸ *Suga to Suspend Go to Travel for All of Japan from Dec. 28 to Jan. 11*, „The Asahi Shimbun”, 14.12.2020, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14018628> (dostęp: 14.01.2021).

²⁹ *Support Rate for Suga Cabinet Plummets to 39% in Health Crisis*, „The Asahi Shimbun”, 21.12.2020, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14039508> (dostęp: 3.07.2021).

³⁰ S. Wade, *Official Costs of Tokyo Olympics up by 22% to \$15.4 billion*, „AP News”, 22.12.2020, <https://apnews.com/article/tokyo-coronavirus-pandemic-2020-tokyo-olympics-japan-olympic-games-3c46bce81928865d9aae0832b5ddd9e3> (dostęp: 8.07.2021).

pońscy używali hasła „kompaktowej olimpiady”, żeby zjednać sobie głosy Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego³¹. Letnie Igrzyska Olimpijskie w Londynie w roku 2012 oraz w Rio de Janeiro w roku 2016 spotkały się z silną falą krytyki ze względu na wysokie koszty organizacyjne.

Bardzo szybko okazało się, że koszty organizacji Igrzysk Olimpijskich w Tokio będą znacznie wyższe niż zakładano. W wyniku zniszczeń spowodowanych wielkim trzęsieniem ziemi w Tōhoku oraz trzęsieniem ziemi w Kumamoto w roku 2016 w Japonii zaobserwowano znaczny wzrost kosztów usług w sektorze budowlanym. Świeżo wybrana gubernator Tokio Yuriko Koike we wrześniu 2016 r. powołała zespół badawczy, który stwierdził, że całkowity koszt organizacji igrzysk może wzrosnąć nawet do 30 miliardów dolarów. Po objęciu urzędu jednym z pierwszych zadań administracji Koike miało być zapanowanie nad rozrastającym się budżetem wydarzenia, a burmistrz nakazała przegląd kosztów i obiektów³². Przedstawiciele MKOl również próbowali walczyć z rosnącymi kosztami, zachęcając do korzystania z istniejącej infrastruktury sportowej i przeniesienia części konkurencji sportowych poza Tokio³³. Niestety zabiegi te nie okazały się skuteczne.

W grudniu 2020 r. władze lokalne w Tokio poinformowały, że koszty organizacji IO wyniosą 12,6 miliarda dolarów. Ponadto rządowy audyt przeprowadzony rok wcześniej wykazał, że kwota ta będzie prawdopodobnie dwukrotnie wyższa³⁴. W związku z koniecznością przesunięcia igrzysk na rok 2021 koszty organizacyjne miały wzrosnąć o kolejne dwa do trzech miliardów dolarów. Badanie przeprowadzone przez badaczy z Oxfordu pokazało, że Igrzyska Olimpijskie w Tokio są najdroższymi igrzyskami w historii³⁵. Ponad trzy czwarte kosztów miało pochodzić ze środków publicznych, co doprowadziło do wzrostu niechęci ze strony społeczeństwa. Japońska gospodarka od końca lat 90. XX w. zмага się z rosnącym długiem publicznym. W roku 2020 całkowite zadłużenie przekroczyło 12,2 biliona dolarów, czyli 230% PKB. Yuriko Koike, która tuż po objęciu urzędu

³¹ T. Siripala, *Tokyo 2020 Olympics Cost Blowout Chips Away at Public Trust*, „The Diplomat”, 22.10.2018, <https://thediplomat.com/2018/10/tokyo-2020-olympics-cost-blowout-chips-away-at-public-trust/> (dostęp: 5.07.2021).

³² R. Yoshida, M. Osumi, *Estimated Cost for Tokyo 2020 Olympics Jumps to ¥2 trillion*, „Japan Times”, 29.11.2016, <https://www.japantimes.co.jp/news/2016/11/29/national/estimated-cost-tokyo-2020-olympics-jumps-%C2%A52-trillion/> (dostęp: 5.07.2021).

³³ *Ibidem*.

³⁴ S. Wade, M. Yamaguchi, *Tokyo Olympics Say Costs \$12.6B; Audit Report Says Much More*, „AP News”, 20.12.2019, <https://apnews.com/article/eb6d9e318b4b95f7e53cd1b617dce123> (dostęp: 8.07.2021).

³⁵ B. Flyvbjerg, A. Budzier, D. Lunn, *Regression to the Tail: Why the Olympics Blow Up*, „Environment and Planning A: Economy and Space”, 1.09.2020, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3686009>

próbowała zapanować nad rosnącymi wydatkami, kilka lat później stwierdziła, że igrzyska są warte większych kosztów. Gubernator Tokio zapewniała, że inwestycje związane z organizacją paraolimpiady „przyczynią się do stworzenia lepszej dostępności dla szybko starzejącego się społeczeństwa Japonii”³⁶.

Dyskryminacja kobiet z igrzyskami w tle

Grudniowe doniesienia o rosnących kosztach igrzysk oraz wzrost liczby zakazów doprowadziły do rekordowego spadku poparcia dla wydarzenia. W odpowiedzi szef komitetu organizacyjnego IO, były premier Yoshiro Mori, stwierdził, że organizacja igrzysk w lipcu jest jedynym możliwym rozwiązaniem, co spotkało się z kolejną falą krytyki³⁷. Kilka tygodni później wypowiedzi szefa komitetu wywołały jeden z najpoważniejszych skandali związanych z przygotowaniem do igrzysk. Na początku lutego Mori publicznie przyznał, że spotkania z kobietami należącymi do komitetu organizacyjnego „zabierają dużo czasu, bo te za dużo mówią”³⁸. Jego komentarz wywołał falę protestów ze strony organizacji zajmujących się obroną praw kobiet w całym kraju. W reakcji na wypowiedź Moriego 390 wolontariuszy zrezygnowało z uczestnictwa w igrzyskach, a dwie osoby poprosiły o pozwolenie na wycofanie się ze sztafety z pochodnią olimpijską. Parlamentarzystki należące do ugrupowań opozycyjnych na znak protestu przyszły na obrady Izby Reprezentantów w białych strojach. W Tokio zorganizowano także protest przed siedzibą Komitetu Olimpijskiego³⁹.

Pomimo zmasowanej krytyki pod adresem Yoshiro Moriego administracja Yoshihide Sugi oraz pozostali członkowie komitetu organizacyjnego próbowali bronić jego zasług w procesie przygotowań do otwarcia igrzysk⁴⁰. Brak zdecydowanej reakcji ze strony rządu stał się źródłem krytyki partii opozy-

³⁶ *Tokyo Governor Says Olympics Worth the Cost, Paralympics Key*, „Reuters”, 18.07.2019, <https://www.reuters.com/article/us-olympics-2020-governor-idUSKCN1UD1DY> (dostęp: 2.07.2021).

³⁷ *Mori Sticks to Olympics This Summer, Saying It's 'Only Option'*, „The Asahi Shimbun”, 12.01.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14100723> (dostęp: 10.03.2021).

³⁸ *Tokyo Olympic Head Yoshiro Mori Says He Won't Resign Despite Uproar over Sexist Remark*, „Japan Times”, 4.02.2021, <https://www.japantimes.co.jp/news/2021/02/04/national/yoshiro-mori-women-comment/> (dostęp: 12.01.2021).

³⁹ *Ladies in White: Lawmakers Dress to Protest Mori's Sexist Remarks*, „Japan Times”, 10.02.2021, <https://www.japantimes.co.jp/news/2021/02/10/national/politics-diplomacy/yoshiro-mori-women-white/> (dostęp: 14.02.2021).

⁴⁰ T. Suzuki, *Tokyo Olympic chief Mori 'decided to quit' over sexist gaffe, was 'persuaded' to stay on*, „Mainichi Shimbun”, 6.02.2021, <https://mainichi.jp/english/articles/20210206/p2a/00m/0na/018000c> (dostęp: 10.02.2021).

cyjnych. Po kilku dniach administracja Sugi musiała ponownie ustąpić pod presją opinii publicznej. Nową przewodniczącą komitetu organizacyjnego została Seiko Hashimoto, siedmiokrotna uczestniczka igrzysk, która pełniła funkcje minister odpowiedzialnej za przygotowanie igrzysk w Tokio, a także minister odpowiedzialnej za wzmocnienie pozycji kobiet i równość płci⁴¹. Skandal doprowadził do wyraźnego spadku poparcia społecznego dla pomysłu organizacji igrzysk oraz dla administracji Yoshihide Sugi, który podobnie jak reszta kierownictwa PLD nie zabrał zdecydowanego głosu w sporze.

W celu poprawy nastrojów społecznych i zwiększenia poparcia dla organizacji igrzysk administracja Sugi podjęła szereg działań komunikacyjnych. Premier próbował odpowiedzieć na największe zarzuty związane z powolnym procesem szczepień. Jeszcze w styczniu rząd informował o zabezpieczeniu szczepionek Pfizera dla 72 milionów obywateli. W lutym Tarō Kōno, minister odpowiedzialny za realizację programu szczepień, przedstawił plan przyspieszenia programu dzięki porozumieniu z firmą Pfizer dotyczącego zwiększenia dostaw⁴². Z pomocą dla japońskiego rządu przyszedł także wirtualny szczyt grupy G7, podczas którego przywódcy wszystkich państw jednogłośnie poparli plan organizacji zawodów w lipcu 2021 r.⁴³ Pod koniec lutego w obliczu spadku liczby zakażeń rząd poinformował również o zakończeniu stanu wyjątkowego w sześciu prefekturach, co znacznie poprawiło nastroje społeczne. Badania opinii publicznej przeprowadzone w kolejnych miesiącach pokazały, że poparcie dla organizacji igrzysk wzrosło, lecz znaczna część japońskiego społeczeństwa domagała się ograniczenia liczby widzów. W kwietniu 49% respondentów stwierdziło, że liczba widzów na igrzyskach powinna być ograniczona, a kolejne 45% opowiadało się za wprowadzeniem całkowitego zakazu wstępu dla publiczności⁴⁴.

Kontrowersyjne komentarze MKOl

Kolejna silna fala niezadowolenia społecznego związanego z igrzyskami pojawiła się w maju 2021 r., kiedy Japonia zmagала się z kolejną falą wzrostu zakażeń. Umowa podpisana pomiędzy Międzynarodowym Komitetem Olimpijskim (MKOl) a Miastem Gospodarzem umożliwiała rozwiązanie igrzysk

⁴¹ *Tokyo 2020: Japan Olympics Minister Seiko Hashimoto Appointed Head of Games*, „BBC News”, 18.02.2021, <https://www.bbc.com/news/world-asia-56109579> (dostęp: 15.07.2021).

⁴² *Vaccine Delivery for Elderly to be Done by June*, „NHK”, 25.02.2020, https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/en/news/20210226_27/ (dostęp: 6.03.2021).

⁴³ *Japan PM: Won G7 Unanimous Support for Holding Olympics This Summer*, „The Asahi Shimbun”, 20.02.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14206095> (dostęp: 10.07.2021).

⁴⁴ *Survey: 94% Want to Limit or Bar Spectators from Olympics*, „The Asahi Shimbun”, 13.04.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14329856> (dostęp: 10.07.2021).

w przypadku, gdy MKOl ma „uzasadnione podstawy”, aby ocenić, że bezpieczeństwo uczestników może być „poważnie zagrożone lub narażone na niebezpieczeństwo”⁴⁵. W związku z rekordową liczbą przypadków COVID-19 w Japonii pojawiło się wiele głosów wzywających do odwołania igrzysk bądź ich kolejnego przełożenia. W tym samym czasie John Coates, wiceprzewodniczący MKOl, oświadczył, że igrzyska odbędą się nawet w warunkach stanu wyjątkowego⁴⁶. W podobnym tonie wypowiedział się przewodniczący MKOl Thomas Bach, twierdząc, że: „Zawodnicy zdecydowanie mogą spełnić swoje olimpijskie marzenia. Musimy ponieść pewne wyrzeczenia, aby było to możliwe”⁴⁷. Obie wypowiedzi spotkały się z silną falą krytyki ze strony japońskich obywateli i mediów, które wskazywały na samowolę członków MKOl. Krytycy zauważyli, że zarówno rząd, jak i MKOl nie są w stanie podać naukowego uzasadnienia dla decyzji o organizacji igrzysk w sytuacji wzrostu zakażeń⁴⁸. W wielu komentarzach można było przeczytać, że szefowie MKOl są gotowi „poświęcić” życie i zdrowie japońskich obywateli, żeby zagwarantować sukces imprezy⁴⁹. Wypowiedzi dotyczące organizacji igrzysk za wszelką cenę zbiegły się z kolejnym wzrostem przypadków COVID-19 oraz decyzją o rozszerzeniu stanu wyjątkowego na sześć japońskich prefektur.

Skrajnym przykładem artykułu atakującego stanowisko MKOl są doniesienia tygodnika „Shukan Post”. Tygodnik nazywa członków MKOl „olimpijskimi arystokratami” (gorin kizoku), korzystającymi z większych przywilejów niż reszta społeczeństwa. Artykuł odnosi się do wyłączenia członków MKOl z obowiązku przejścia dwutygodniowej kwarantanny po przybyciu do Japonii, która obowiązuje wszystkich zawodników⁵⁰. Zamiast kwarantanny w sterylnych pokojach szefowie MKOl mają zostać zakwaterowani w czterech najdroższych hotelach w Tokio, a większość kosztów z tym związanych poniesie japoński komitet organizacyjny⁵¹.

⁴⁵ *Host City Contract 2020*, Bureau of Olympic and Paralympic Games Tokyo 2020 Preparation, 2013, <https://gtimg.tokyo2020.org/image/upload/production/rtd40rja1u5m-4p7oifej.pdf> (dostęp: 10.07.2021).

⁴⁶ J. McCurry, *Tokyo Olympics: Anger in Japan at IOC Call to Make 'Sacrifices'*, „The Guardian”, 24.05.2021, <https://www.theguardian.com/sport/2021/may/24/tokyo-olympics-anger-japan-ioc-coronavirus-sacrifices> (dostęp: 5.07.2021).

⁴⁷ *Ibidem*.

⁴⁸ *Prime Minister Suga, Please Call off the Olympics This Summer*, „The Asahi Shimbun”, 26.05.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14357907> (dostęp: 3.07.2021).

⁴⁹ J. McCurry, *op. cit.*, s. 1.

⁵⁰ *IOC kanbu no tokken 1 hyaku 300 man en no yado ni 4 man en de shukuhaku, sagaku wa soshikii ga futan*, 28.05.2021, <https://news.yahoo.co.jp/articles/7dedcc43442d7dcdae-859627838a167bc68e2a9d> (dostęp: 5.07.2021).

⁵¹ *Ibidem*.

Kontrowersyjne wypowiedzi członków MKOl doprowadziły do dalszej kompromitacji administracji Yoshihide Sugi, tworząc wrażenie, że japoński rząd nie ma nic do powiedzenia w sprawie organizacji igrzysk⁵². W odpowiedzi na falę krytyki organizatorzy podjęli decyzję o wyłączeniu zagranicznej publiczności z udziału w wydarzeniu. Szef japońskiego rządu, próbując uspokoić nastroje społeczne, ponownie zabiegał o poparcie dla igrzysk wśród społeczności międzynarodowej. Przywódcy G7 we wspólnym oświadczeniu poparli plany Japonii do zorganizowania wydarzenia „w sposób bezpieczny i pewny, jako symbol globalnej jedności w pokonywaniu COVID-19”⁵³. Poparcie przywódców G7 pomogło zrównoważyć negatywną reakcję japońskiej opinii publicznej na obraźliwe komentarze urzędników MKOl.

Spadające poparcie mediów

W maju 2021 r. jeden z oficjalnych sponsorów igrzysk gazeta „The Asahi Shimbun” opublikowała list od redakcji, który wzywał premiera Yoshihide Sugę do odwołania wydarzenia. W artykule możemy przeczytać, że organizowanie zawodów sportowych w sytuacji, kiedy nie udało się opanować rozprzestrzeniania infekcji w największych metropoliach jest nieuzasadnione⁵⁴. Redakcja „The Asahi Shimbun” wskazała również podmioty, które przedkładają sukces IO nad zdrowie obywateli. W artykule można było przeczytać, że: „Rząd centralny, metropolia tokijska i urzędnicy olimpijscy nieugięcie dążą do przodu, odmawiając odpowiedzi na całkowicie uzasadnione pytania i obawy społeczeństwa, przez co nieufność i obawy ludzi rosną”⁵⁵. Igrzyska, które miały być impulsem do odbudowy gospodarczej Japonii, a następnie symbolem pokonania pandemii COVID-19 miały zostać zorganizowane wyłącznie z powodów politycznych. Zdaniem redakcji: „Olimpiada w Tokio stała się narzędziem administracji Yoshihide Sugi do utrzymania się przy władzy i wygranania kolejnych wyborów. Premier jest zdeterminowany, aby kontynuować

⁵² K. Maeshima, *Japan's PM Is Betting His Future on a Successful Olympics*, „Australian Financial Review”, 24.06.2021, <https://www.afr.com/world/asia/japan-s-pm-is-betting-his-future-on-a-successful-olympics-20210623-p583is> (dostęp: 5.07.2021).

⁵³ A. Iveson, *G7 Leaders Reiterate Support for „Safe and Secure” Tokyo 2020 Olympics Going Ahead*, 13.06.2021, <https://www.insidethegames.biz/articles/1109010/g7-leaders-tokyo-2020> (dostęp: 3.07.2021).

⁵⁴ EDITORIAL: *Prime Minister Suga, Please Call off the Olympics This Summer*, „The Asahi Shimbun”, 26.05.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14357907> (dostęp: 3.07.2021).

⁵⁵ *Ibidem*.

igrzyska bez względu na to, co Japończycy mają do powiedzenia”⁵⁶. Wśród innych podmiotów próbujących wykorzystać igrzyska do własnych celów znaleźli się także gubernator Tokio Yuriko Koike, przewodnicząca Tokijskiego Komitetu Organizacyjnego Olimpiady Seiko Hashimoto i inni członkowie komitetu⁵⁷. List redakcji „The Asahi Shimbun” był jednym z najsilniejszych przejawów krytyki pod adresem rządu związanej z organizacją imprezy. Od momentu jego publikacji igrzyska w Tokio były wielokrotnie określane mianem „sportowej ekstrawagancji”. Tekst zwraca uwagę na dwa najważniejsze problemy wielokrotnie przywoływane w kontekście organizacji zawodów, czyli na przywołane już przedkładanie interesu politycznego nad zdrowie obywateli oraz na podejmowanie decyzji o przyszłości igrzysk bez uwzględnienia głosów środowiska naukowego i medycznego.

Igrzyska a wzrost zagrożenia epidemiologicznego

Podjęcie decyzji politycznych dotyczących pandemii bez konsultacji ze środowiskiem medycznym było widoczne w administracji Shinzō Abe i Yoshihide Sugi. Aurelia Mulgan zwraca uwagę na ignorowanie opinii ekspertów w zarządzaniu stanem kryzysowym. Skład rządowego sztabu powołanego do walki z COVID-19 składa się jedynie z członków gabinetu, z których wszyscy mają własne priorytety polityczne, a niezwiązane ze zdrowiem publicznym⁵⁸.

Zdaniem przedstawicieli środowiska medycznego organizacja lipcowych igrzysk olimpijskich nawet bez zagranicznych i japońskich widzów mogła nadal przyczynić się do rozprzestrzenienia choroby na terenie całego kraju. Do Japonii miało przyjechać ponad 90 000 sportowców i personelu związanego z Olimpiadą, nie uwzględniając wolontariuszy⁵⁹. Tokijskie Stowarzyszenie Lekarzy liczące 6 tys. członków zwróciło się do premiera Sugi o odwołanie zawodów. Podobnie uczynił Japoński Związek Lekarzy, którego przewodniczący ostrzegł, że igrzyska mogą skutkować rozprzestrzenieniem nowych wariantów koronawirusa⁶⁰. Część ekspertów twierdziła, że „Organizacja IO Tokio 2020 dla wewnętrznych celów politycznych i gospodarczych – ignoru-

⁵⁶ *Ibidem.*

⁵⁷ *Ibidem.*

⁵⁸ A. G. Mulgan, *op. cit.*, s. 1.

⁵⁹ *Ibidem.*

⁶⁰ S. Wade, *Yes. Tokyo Olympics Are 'a go' Despite Opposition, Pandemic*, „AP News”, 2.06.2021, <https://apnews.com/article/tokyo-health-coronavirus-pandemic-business-entertainment> (dostęp: 13.07.2021).

jąc imperatywy naukowe i moralne – stoi w sprzeczności z zaangażowaniem Japonii na rzecz globalnego zdrowia i bezpieczeństwa ludzi⁶¹. Najważniejszym argumentem przeważającym za odwołaniem igrzysk był wzrost liczby zakażeń, jaki zaobserwowano w miesiącach poprzedzających otwarcie imprezy. Apele ze strony naukowców i środowiska medycznego, którzy zwracali uwagę na zagrożenia płynące z organizacji zawodów sportowych w sytuacji wzrostu liczby zakażeń, zostały zignorowane.

Kolejna fala krytyki łącząca igrzyska z pogarszającą się sytuacją pandemiczną była związana z koniecznością przekierowania części personelu medycznego i zasobów na potrzeby organizacji wydarzenia. MKOl starał się uniknąć dodatkowego obciążenia systemu opieki zdrowotnej w Tokio, nie wysyłając zawodników do lokalnych centrów testowych lub klinik⁶². Komitet wystąpił jednak z prośbą o zabezpieczenie 200 lekarzy i 500 pielęgniarek na potrzeby organizacji igrzysk w obliczu rosnącej liczby zakażeń⁶³. Zdaniem sekretarza generalnego Japońskiej Federacji Związków Zawodowych Pracowników Medycznych Susumu Mority rządzący powinni skupić się na pandemii, a nie na organizacji igrzysk olimpijskich⁶⁴.

Nastawienie społeczeństwa do igrzysk

Negatywne komentarze płynące ze strony polityków, biznesu, mediów i społeczności międzynarodowej mają swój wyraz w pogarszających się nastrojach opinii publicznej w kraju i za granicą. Analiza wyników ankiet dotyczących nastawienia Japończyków do Olimpiady wskazuje wyraźnie, że po wybuchu pandemii COVID-19 widocznie spadło zainteresowanie igrzyskami oraz wzrosła liczba przeciwników organizacji imprezy.

Badania opinii publicznej przeprowadzone przez stację NHK w październiku 2016 r. pokazały, że ponad 85% ankietowanych było zadowolonych z tego, że igrzyska olimpijskie odbędą się w Tokio⁶⁵. Ankiety dotyczące postrzegania igrzysk przeprowadzone przed wybuchem pandemii COVID-19

⁶¹ K. Shimizu, D. Sridhar, K. Taniguchi, K. Shibuya, *op. cit.*

⁶² A. Park, *Tokyo's Plan to Avoid Pandemic Disaster during the Olympics*, „Time”, 8.07.2021, <https://time.com/6077130/tokyo-olympics-covid19-disaster/> (dostęp: 15.07.2021).

⁶³ M. Pavitt, *Criticism Continues over Tokyo 2020 Request for Nurses to Support Olympics*, „Inside the Games”, 3.05.2021, <https://www.insidethegames.biz/articles/1107355/tokyo-2020-nurse-criticism-continues> (dostęp: 7.07.2021).

⁶⁴ *Ibidem*.

⁶⁵ *Expectations and Attitudes toward the Tokyo 2020 Olympic and Paralympic Games*, „NHK”, 1.01.2020, https://www.nhk.or.jp/bunken/english/research/yoron/20200101_7.html (dostęp: 12.07.2021).

pokazały także wysokie zainteresowanie imprezą wśród japońskiego społeczeństwa. Warto również zwrócić uwagę na bardzo duży wzrost pozytywnych opinii, dotyczących stanu przygotowań do igrzysk pomimo doniesień o rosnących kosztach ich organizacji. Informacje te pokazują, że wysiłki Komitetu Organizacyjnego i władz metropolitalnych Tokio zostały wysoko ocenione przez społeczeństwo. Podobne opinie zostały wyrażone przez kierownictwo MKOl, które przed wybuchem pandemii pozytywnie oceniało stan przygotowań do imprezy.

Tabela 1. Postrzeganie IO przed wybuchem pandemii (w %)

	Liczba osób trochę lub bardzo zainteresowanych IO	Pozytywna ocena przygotowań do IO	Źródło
Październik 2016	81	18	NHK*
Październik 2017	80	35	NHK
Marzec 2018	78	49	NHK
Październik 2018	80	52	NHK
Lipiec 2019	80	70	NHK

Objaśnienia: * Nippon Hoso Kyokai – Japońska Korporacja Nadawcza.

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet przeprowadzonych przez telewizję NHK.

Tabela 2. Postrzeganie IO po podjęciu decyzji o ich przełożeniu (w %)

Czy IO w Tokio powinny:	Zostać odwołane	Zostać przełożone	Odbić się zgodnie z planem	Źródło
Marzec 2020	18	62	20	Kyodo News
Lipiec 2020	34	36	24	Kyodo News
Październik 2020	23	25	40	NHK
Grudzień 2020	32	31	27	NHK
Styczeń 2021	35	51	11	Asahi
Marzec 2021	33	36	27	Asahi
Kwiecień	35	34	28	Asahi
Maj 2021	43	40	17	Asahi
Czerwiec 2021	32	30	34	Asahi
Lipiec 2021	55		33	Asahi

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań opinii publicznej opublikowanych w mediach.

Wyniki badań opinii publicznej przeprowadzonych po wybuchu pandemii wskazują na wyraźne zmniejszenie poparcia dla organizacji imprezy. Spad-

ki poparcia były wywołane głównie zmianami w sytuacji pandemicznej oraz skandalami związanymi z organizacją igrzysk. Szczyt niezadowolenia społecznego przypadł na styczeń 2021 r. w związku z grudniowym wzrostem liczby zakażeń oraz doniesieniami o rosnących kosztach organizacji igrzysk. Kolejny spadek poparcia dla igrzysk można było zaobserwować w maju w związku z wprowadzeniem kolejnego stanu wyjątkowego na terenie całej Japonii oraz komentarzy ze strony członków MKOl. Zaledwie 17% ankietowanych popierało organizację igrzysk w lipcu. Zabiegi komunikacyjne i dyplomatyczne premiera Sugi, takie jak poparcie ze strony przywódców G7, przyniosły widoczne zwiększenie poparcia dla organizacji igrzysk, które jednak nie przekraczało 35%. Badania opinii publicznej przeprowadzone tuż przed otwarciem imprezy pokazały jednak, że tylko 33% Japończyków popiera organizację igrzysk, a 55% opowiada się za ich odwołaniem lub przełożeniem⁶⁶.

Badania przeprowadzone przez IPSOS w 28 państwach pokazały, że globalna opinia publiczna była podzielona co do tego, czy Letnie Igrzyska Olimpijskie w Tokio powinny się odbyć w lipcu. 57% badanych było zdania, że igrzyska nie powinny być organizowane w warunkach pandemicznych⁶⁷. Najwięcej przeciwników organizacji igrzysk znajdowało się w Japonii (78%) oraz Korei Południowej (86%). To samo badanie pokazało również, że zainteresowanie igrzyskami w badanych państwach było umiarkowane. 29% osób biorących udział w badaniu stwierdziło, że zupełnie nie jest zainteresowane igrzyskami, a 25% osób nie przejawiało silnego zainteresowania. 30% ankietowanych okazywało umiarkowane zainteresowanie imprezą, a zaledwie 16% badanych było bardzo zainteresowanych. W samej Japonii zaledwie 8% ankietowanych wykazało silne zainteresowanie imprezą, a 30% umiarkowane zainteresowanie. 30% Japończyków zupełnie nie przejawiało zainteresowania igrzyskami. Dodatkowo 76% ankietowanych odpowiedziało, że cieszy się z decyzji o zamknięciu obiektów sportowych dla widzów⁶⁸.

Podsumowując, wyniki międzynarodowego badania IPSOS oraz ankiety przeprowadzone w Japonii pokazują słabnące zainteresowanie i rosnącą opozycję do igrzysk. 62% ankietowanych w skali globalnej twierdziło, że igrzyska będą dla świata ważną okazją do zjednoczenia się po pandemii⁶⁹. Zdania tego

⁶⁶ *Survey: 68% Doubt Tokyo Olympics Can Be Held Safely*, „The Asahi Shimbun”, 19.07.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14398398> (dostęp: 20.07.2021).

⁶⁷ N. Boyon, N. Lloyd, *Tokyo Olympics Draw Muted Interest*, IPSOS, 13.07.2021, <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/tokyo-olympics-draw-muted-interest> (dostęp: 20.07.2021).

⁶⁸ *Ibidem*.

⁶⁹ *Attitudes to the Tokyo 2020 Summer Olympics*, IPSOS, lipiec 2021, s. 2, https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-07/Global-Advisor-Tokyo-Olympics-2020_FINAL_07082021.pdf (dostęp: 20.07.2021).

nie podzielali jednak obywatele Japonii. Wyniki badań pokazują, że większość japońskiego społeczeństwa nie traktowała zawodów olimpijskich jako istotnego wydarzenia w skali globalnej, ale raczej jako zagrożenie, które może przyczynić się do pogorszenia sytuacji pandemicznej w kraju. 64% badanych w Japonii nie podzielało również zdania, że organizacja igrzysk przyczyni się do zmniejszenia podziałów społecznych⁷⁰.

Poparcie środowisk biznesowych dla IO

Przywołując pierwsze konferencje prasowe i przemówienia dotyczące igrzysk olimpijskich, warto zwrócić uwagę na zmianę retoryki płynącej ze strony przedstawicieli biznesu. Przed wybuchem pandemii COVID-19 impreza była przedstawiana jako impuls mający przyczynić się do rozwoju japońskiej gospodarki oraz odbudowy zniszczonych terenów. Po wybuchu pandemii igrzyska stały się problemem wizerunkowym i złą inwestycją, a nie wydarzeniem generującym wzrost gospodarczy tak jak obiecywał rząd.

Spadek poparcia wśród biznesu był zbieżny z rosnącym niezadowoleniem opinii publicznej. W sierpniu 2020 r. organizatorzy igrzysk zmagali się z problemem potencjalnego odpływu sponsorów. W wyniku przełożenia igrzysk na rok 2021 problemów finansowych i rosnącej liczby zakażeń w okresie letnim część firm nie rozważała odnowienia kontraktów reklamowych, które wygasły z końcem 2021 r. Japońskie firmy obawiały się jednak niezadowolenia konsumentów spowodowanego wycofaniem się z promocji igrzysk⁷¹. W sierpniu 2020 r. tylko 46% japońskich firm popierało plany organizacji zawodów⁷². Badania przeprowadzone wśród japońskich przedsiębiorstw w listopadzie 2020 r. pokazały jednak, że 68% przedsiębiorców uważa, że igrzyska powinny się odbyć nawet w ograniczonej formie, wskazując na umiarkowane korzyści dla gospodarki⁷³.

Kluczowym czynnikiem okazał się widoczny spadek popularności igrzysk zaobserwowany w styczniu 2021 r., w wyniku którego zawody zaczęły być postrzegane jako zagrożenie wizerunkowe. Na początku roku w mediach po-

⁷⁰ *Ibidem*, s. 18.

⁷¹ M. Houston, *Tokyo 2020 Face Sponsor Crisis with Contracts Expiring at End of Year*, „Inside the Games”, 9.09.2020, <https://www.insidethegames.biz/articles/1098217/tokyo-2020-olympics-coronavirus> (dostęp: 5.07.2021).

⁷² *Survey: Majority of Japanese Firms Oppose Olympics Next Year*, „AP News”, 20.08.2020, <https://apnews.com/article/9558a97c1de8384074a0abe5b374a2da> (dostęp: 5.07.2021).

⁷³ T. Kajimoto, *Hoping for Economic Boost, Most Japan Firms Want Tokyo Olympics to Go Ahead*, „Reuters”, 10.11.2020, <https://www.reuters.com/article/olympics-2020-japan-companies-idUSKBN27Q07N> (dostęp: 15.11.2021).

jawily się doniesienia, że część japońskich sponsorów ogranicza kampanie reklamowe i opóźnia wydarzenia marketingowe związane z igrzyskami w odpowiedzi na negatywne nastroje społeczne⁷⁴. Przedstawiciele biznesu wystosowali również poważne zarzuty pod adresem rządu i organizatorów, którzy ich zdaniem nie przedstawili „planów awaryjnych” w przypadku zakłócenia organizacji imprezy przez kolejny wzrost zakażeń⁷⁵. Badanie nastrojów 480 dużych i średnich japońskich przedsiębiorstw, przeprowadzone przez agencję prasową Reuters w dniach 6–17 maja 2021 r., pokazało, że 37% firm opowiedziało się za odwołaniem, a 32% za przesunięciem terminu igrzysk⁷⁶. Komentarze towarzyszące badaniu pokazały również, że przedstawiciele biznesu nie mają zaufania do działań rządu w związku z organizacją imprezy.

Krytyczne stanowisko wobec Olimpiady zostało także przyjęte przez kierownictwo największych japońskich korporacji. W maju 2021 r. prezes grupy SoftBank Masayoshi Son za pomocą Twittera wyraził zdziwienie i zaniepokojenie planami organizacji imprezy w lipcu. Biznesmen zauważył, że Japonia pozostawała daleko w tyle za innymi państwami uprzemysłowionymi, jeśli chodzi o realizację programu szczepień. Jego zdaniem rząd nie miał zgody społeczeństwa na organizację igrzysk w sytuacji, gdy 80% Japończyków wyraża sprzeciw⁷⁷. Prezes SoftBanku odniósł się również do groźby nałożenia kary finansowej na Japonię w sytuacji odwołania igrzysk. Jego zdaniem potencjalne szkody gospodarcze spowodowane wzrostem liczby zakażeń i konieczności wprowadzenia kolejnych ograniczeń mogą być znacznie wyższe niż odszkodowania wypłacone na rzecz MKOl⁷⁸.

W podobnym tonie wypowiedział się Hiroshi Mikitani, prezes zarządu grupy Rakuten, który skrytykował działania w walce z pandemią i próbował przekonać rząd do odwołania zawodów⁷⁹. Mikitani w wywiadzie dla CNN stwierdził, że organizacja igrzysk w lipcu „jest misją samobójczą” i stanowi

⁷⁴ *No Plan B: Japan's Sponsors Shelve Ads as Mood Sours over Olympics*, „The Asahi Shimbun”, 30.01.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14146598> (dostęp: 6.07.2021).

⁷⁵ *Ibidem*.

⁷⁶ T. Kajimoto, *Most Japan Firms Say Olympics Should be Cancelled or Postponed, Poll Shows*, „Reuters.com”, 21.05.2021, <https://www.reuters.com/lifestyle/sports/fretting-about-covid-most-japan-firms-say-olympics-should-be-cancelled-or-2021-05-20/> (dostęp: 5.07.2021).

⁷⁷ *SoftBank's Masayoshi Son Expresses Concern about Tokyo Olympics as COVID Surges in Japan*, „CNBC”, 23.05.2021, <https://www.cnbc.com/2021/05/24/softbanks-masayoshi-son-expresses-concern-about-tokyo-olympics.html> (dostęp: 4.07.2021).

⁷⁸ *Ibidem*.

⁷⁹ S. Wang, *Top Japanese CEO Says Hosting the Olympics Amounts to a 'Suicide Mission'*, „CNN”, 15.05.2021, <https://edition.cnn.com/2021/05/14/business/rakuten-tokyo-olympics-intl-hnk/index.html> (dostęp: 6.07.2021).

zagrożenie nie tylko dla Japończyków, ale także dla innych państw, które zmagają się z koronawirusem⁸⁰.

Nieoczekiwanie zastrzeżenia do planów organizacji igrzysk wyraził także jeden z oficjalnych sponsorów imprezy firma Toyota biorąca udział w Olimpijskim Programie Partnerskim (*The Olympic Partner Programme – TOP*). Kilka miesięcy przed otwarciem igrzysk władze Toyoty poinformowały, że są „zaniepokojone” ilością publicznej frustracji skierowanej na sportowców biorących udział w imprezie⁸¹. Zaledwie kilka dni przed rozpoczęciem wydarzenia władze Toyoty poinformowały, że firma nie będzie emitować żadnych reklam związanych z igrzyskami w Tokio, zastępując je regularnymi reklamami firmy⁸². Prezes Toyoty Akio Toyoda zrezygnował z uczestnictwa w ceremonii otwarcia. Podobną decyzję podjęło kierownictwo firm Procter & Gamble i Panasonic, które także są oficjalnymi sponsorami imprezy⁸³. W otwarciu igrzysk nie chcieli wziąć udziału także Masakazu Tokura, przewodniczący Japońskiej Federacji Biznesu (Keidanren), Akio Mimura, przewodniczący Japońskiej Izby Handlu i Przemysłu, oraz Kengo Sakurada, przewodniczący Japońskiego Stowarzyszenia Dyrektorów Korporacyjnych ani też przedstawiciele Nippon Telegraph & Telephone, Fujitsu i NEC⁸⁴.

Konsekwencje polityczne otwarcia igrzysk

Pomimo piętrzącej się krytyki i spadku poparcia wśród społeczeństwa i biznesu administracja Yoshihide Sugi nie wycofała się z organizacji igrzysk. Tuż przed rozpoczęciem imprezy do dyskursu związanego z otwarciem igrzysk powrócił były premier Shinzō Abe. W wywiadzie udzielonym na początku lipca premier ponownie próbował wykorzystać igrzyska do celów politycznych, lecz tym razem jako narzędzie krytyki pod adresem przeciwników i opozycji. Premier stwierdził, że ludzie, którzy krytykują organizację igrzysk, są „antyjapońscy”, nawiązując do krytyki wydarzenia płynącej ze strony Ja-

⁸⁰ *Ibidem*.

⁸¹ B. Church, *Olympic Sponsor Toyota ‘Concerned’ by Growing Public Frustration over Hosting Games*, „CNN”, 13.05.2021, <https://edition.cnn.com/2021/05/13/sport/tokyo-toyota-olympics-frustration-spt-intl/index.html> (dostęp: 6.07.2021).

⁸² C. Kobayashi, G. Bae, C. Thornton, M. Toh, *Toyota Won’t Run Olympics Ads in Japan and Several Sponsors’ CEOs Will Skip the Opening Ceremony*, „CNN Business”, 20.07.2021, <https://edition.cnn.com/2021/07/19/business/toyota-japan-tokyo-olympics-commercials-intl-hnk/index.html> (dostęp: 20.07.2021).

⁸³ *Ibidem*.

⁸⁴ *List of Sponsor No-shows for Olympic Opening Ceremony Grows*, „Asahi Shimbun”, 21.07.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14400394> (dostęp: 21.07.2021).

pońskiej Partii Komunistycznej oraz redakcji „Asahi Shimbun”⁸⁵. Premier bronił organizacji zawodów olimpijskich, twierdząc, że sukces japońskich igrzysk będzie również symbolem sukcesu „państwa wierzącego w wolność i demokrację”⁸⁶. Ostatecznie jednak premier Shinzō Abe, który był osobiście zaangażowany w proces sprowadzenia igrzysk do Japonii, nie pojawił się na ceremonii otwarcia.

W lipcu premier Yoshihide Suga oświadczył, że „świat musi zobaczyć, że Japonia jest w stanie zorganizować bezpieczne igrzyska”⁸⁷. Szef rządu zapewnił również, że jego administracja chroni zdrowie i bezpieczeństwo obywateli oraz przedstawił postępy japońskiego programu szczepień⁸⁸. Gabinet Sugi liczył na opanowanie epidemii wirusa przed otwarciem igrzysk, po których to miały zostać rozpisane wybory powszechne⁸⁹. Przeprowadzenie udanych, a przede wszystkim „bezpiecznych” igrzysk olimpijskich miało zapewnić Sudze przetrwanie polityczne i ugruntować jego pozycję wewnątrz Partii Liberalno-Demokratycznej⁹⁰. Zdaniem Kazuhiro Maeshimy z Uniwersytetu Sophia w Tokio, jeżeli Suda nie uda się zorganizować igrzysk, które nie zakończą się wzrostem liczby zakażeń, premier może zostać odsunięty od władzy przez frakcyjnych liderów wewnątrz PLD. Z drugiej jednak strony Maeshima zaznacza, że szef japońskiego rządu nie miał innego wyboru niż postawienie na sukces igrzysk. Ich odwołanie zakończyłoby się katastrofą wizerunkową i koniecznością wypłaty znacznych odszkodowań dla MKOI⁹¹.

Niezadowolenie społeczeństwa z decyzji o organizacji igrzysk przełożyło się na wyraźny spadek popularności administracji premiera Yoshihide Sugi i koalicji rządzącej. W wyborach lokalnych w Tokio, które odbyły się na

⁸⁵ R. Tadokoro, *Ex-PM Abe Says 'anti-Japan' People are Strongly Opposing Tokyo Olympics*, „Mainichi Shimbun”, 3.07.2021, <https://mainichi.jp/english/articles/20210703/p2a/00m/0na/009000c> (dostęp: 27.07.2021).

⁸⁶ *Ibidem*.

⁸⁷ G. Dunbar, *Japanese PM Suga Says World Should See Safe Olympics Staged*, „The Washington Post”, 20.07.2021, https://www.washingtonpost.com/sports/olympics/japanese-pm-suga-says-world-should-see-safe-olympics-staged/2021/07/19/582fcaaa-e909-11eb-a2ba-3be31d349258_story.html (dostęp: 21.07.2021).

⁸⁸ *Ibidem*.

⁸⁹ L. Sieg, *Analysis: Unpopular Olympics, COVID-19: Japan's Suga Risks Becoming Short-term Premier*, „Reuters”, 16.07.2021, <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/japan-suga-danger-becoming-another-revolving-door-premier-2021-07-15/> (dostęp: 21.07.2021).

⁹⁰ K. Maeshima, *Japan's PM is Betting His Future on a Successful Olympics*, „Australian Financial Review”, 24.06.2021, <https://www.afr.com/world/asia/japan-s-pm-is-betting-his-future-on-a-successful-olympics-20210623-p583is> (dostęp: 5.07.2021).

⁹¹ *Ibidem*.

początku lipca 2021 r., Partia Liberalno-Demokratyczna zdobyła 33 miejsca w 127-osobowym zgromadzeniu Tokio, a jej sojusznik Komeito uzyskała 23 miejsca. Koalicja rządząca liczyła na pozyskanie większości – 64 miejsc. Głosowanie w stolicy miało być wskaźnikiem przed nadchodzącymi wyborami do izby niższej parlamentu, zaplanowanymi na październik 2021 r.⁹² Okazało się, że stanowisko kandydatów do organizacji igrzysk było jednym z kluczowych czynników, który wpłynął na decyzje wyborców. Kandydaci koalicji rządzącej starali się unikać tematu igrzysk w swoich wystąpieniach, co przełożyło się na zwiększenie liczby miejsc w zgromadzeniu. Ugrupowanie Tomin First no Kai (Tokyoites First), wspierane przez gubernator Tokio Koike Yuriko, domagało się przeprowadzenia igrzysk olimpijskich i paroolimpijskich bez udziału widzów. W efekcie partia straciła w wyborach status głównej siły w zgromadzeniu⁹³. Japońska Partia Komunistyczna nawoływała do odwołania igrzysk, podczas gdy Japońska Partia Konstytucyjno-Demokratyczna opowiedziała się za ich odwołaniem lub kolejnym przesunięciem⁹⁴. Oba ugrupowania powiększyły swój stan posiadania, co pokazuje, że igrzyska stały się istotnym tematem w wyborach lokalnych. Na kilka dni przed ceremonią otwarcia igrzysk poparcie dla administracji Yoshihide Sugi spadło do rekordowo niskiego poziomu 31%. Ponadto 27% obywateli domagało się ustąpienia premiera przed końcem kadencji. Poparcie dla premiera było także niższe wśród zwolenników Partii Liberalno-Demokratycznej⁹⁵. Za spadek poparcia w wyborach lokalnych oraz w sondażach w największym stopniu odpowiada zarządzanie pandemią, ale także stanowisko rządu dotyczące organizacji igrzysk olimpijskich. Przyszłość polityczna administracji Sugi może być w dużym stopniu uzależniona od odbioru igrzysk w Japonii i na świecie.

Na kilka tygodni przed rozpoczęciem imprezy w Tokio i innych rejonach ponownie zaobserwowano wzrost liczby zakażeń wirusem COVID-19, co doprowadziło do ogłoszenia kolejnego stanu wyjątkowego w Tokio i wymusiło na organizatorach wprowadzenia zakazu wstępu publiczności na prawie wszystkie obiekty olimpijskie. Wbrew deklaracjom premiera organizatorom nie udało się również utrzymać narracji „bezpiecznych igrzysk olimpijskich”. Na kilka dni przed otwarciem imprezy w samym Tokio wykryto 1832 nowe przypadki

⁹² *Suga's LDP Falls Short of Majority in Tokyo City Election*, „Aljazeera”, 5.07.2021, <https://www.aljazeera.com/news/2021/7/5/sugas-ldp-falls-short-of-majority-in-tokyo-city-election> (dostęp: 20.07.2021).

⁹³ *Ibidem*.

⁹⁴ *Ibidem*.

⁹⁵ *Survey: Suga Cabinet Approval Rating Sinks to Record Low of 31%*, „Asahi Shimbun”, 19.07.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14398503> (dostęp: 21.07.2021).

COVID-19. Liczba zakażeń w całym kraju wzrosła do 4943⁹⁶. Dane te wyraźnie pokazują, że Japonia zmagала się z kolejną falą wzrostu zakażeń. Pomimo wprowadzenia szeregu ograniczeń oraz procedur mających na celu odizolowanie i zabezpieczenie sportowców i wolontariuszy w okresie od 1 do 23 lipca potwierdzono 106 zakażeń COVID-19 związanych z organizacją igrzysk⁹⁷.

Próba oceny sukcesu igrzysk na podstawie ceremonii otwarcia nie napała optymizmem. Kilka dni przed uroczystością organizatorzy poinformowali o rezygnacji kompozytora biorącego udział w ceremonii. Keigo Omda został oskarżony o znęcanie się nad niepełnosprawnym kolegą z klasy w czasach szkolnych⁹⁸. Tuż przed otwarciem igrzysk odwołano także reżysera ceremonii otwarcia Kentaro Kobayashiego po tym, jak media oskarżyły go o naśmiewanie się z Holocaustu w jednym ze skeczy z roku 1997. Igrzyska nie przyniosły także oczekiwanych rezultatów dyplomatycznych. Pomimo deklaracji poparcia dla organizacji igrzysk w lipcu premier Suga spotkał się tylko z 11 przywódcami innych państw lub organizacji międzynarodowych⁹⁹. Dla porównania otwarciu igrzysk w Rio de Janeiro w 2016 r. towarzyszyli przywódcy 40 państw¹⁰⁰.

Podsumowanie

Przed wybuchem pandemii COVID-19 Igrzyska Olimpijskie i Paraolimpijskie w Tokio były przedstawiane jako impuls do rozwoju gospodarczego oraz narzędzie wspomagające odbudowę terenów zniszczonych przez Wielkie

⁹⁶ *Tokyo Reports 1,832 Coronavirus Cases; Nationwide Tally 4,943*, „Japan Today”, 21.07.2021, <https://japantoday.com/category/national/Tokyo-reports-1-832-coronavirus-cases-nationwide-tally-4-943> (dostęp: 21.07.2021).

⁹⁷ R. Siladitya, *Nineteen New Olympic COVID-19 Cases Reported on Opening Ceremony Day Including Three Foreign Athletes*, „Forbes”, 23.07.2021, <https://www.forbes.com/sites/siladityaray/2021/07/23/nineteen-new-olympic-covid-19-cases-reported-on-opening-ceremony-day-including-three-foreign-athletes/?sh=4e6937dc17a0> (dostęp: 27.07.2021).

⁹⁸ T. Schad, *Tokyo Olympics Opening Ceremony Composer Resigns Amid Backlash for Bullying Disabled Classmate*, „USA Today”, 19.07.2021, <https://eu.usatoday.com/story/sports/olympics/2021/07/19/keigo-oyamada-resigns-composer-tokyo-2020-olympics/8011628002/> (dostęp: 27.07.2021).

⁹⁹ A. Sugawara, *Virus Hampers Suga's Plan to Use Olympics for Diplomatic Push*, „Asahi Shimbun”, 27.07.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14404322> (dostęp: 28.07.2021).

¹⁰⁰ *Japan PM Suga to Meet with U.S. First Lady Jill Biden Thursday*, „Kyodo News”, 21.07.2021, <https://english.kyodonews.net/news/2021/07/195253971d11-around-15-world-leaders-to-attend-tokyo-olympics-opening-ceremony.html> (dostęp: 21.07.2021).

Trzęsienie ziemi w Tōhoku. Zamknięcie granic spowodowane wzrostem zakażeń przekreśliło rządowe plany osiągnięcia rekordowych wpływów w sektorze turystycznym. Organizatorom nie udało się również obronić hasła „kompaktowych igrzysk”. Wyższe koszty siły roboczej oraz decyzja o przesunięciu imprezy na rok 2021 spowodowały nieoczekiwane zwiększenie wydatków, przez co koszty organizacji igrzysk w Tokio zostały ocenione jako najwyższe w historii. Wypowiedzi przedstawicieli japońskiego biznesu, w tym sponsorów igrzysk, wyraźnie pokazują, że po wybuchu pandemii impreza była traktowana jako problem wizerunkowy i zła inwestycja, a nie impuls służący pobudzeniu gospodarki, tak jak obiecywał rząd. Krytyka ze strony społeczeństwa związana z igrzyskami doprowadziła do zniechęcenia sponsorów oraz wstrzymania planowanych działań marketingowych. Z perspektywy społeczeństwa organizacja imprezy była postrzegana jako niepotrzebne wydarzenie, które przyczyniło się głównie do zwiększenia japońskiego długu publicznego.

Analiza komentarzy płynących ze strony polityków, przedstawicieli biznesu, mediów, środowiska medycznego oraz badania opinii publicznej wskazuje, że organizacja Igrzysk Olimpijskich i Paraolimpijskich w Tokio 2020 stała się jednym z głównych problemów wizerunkowych administracji Shinzō Abe i Yoshihide Sugi. Po wybuchu pandemii wykorzystywanie wydarzenia do celów politycznych było znacznie utrudnione z powodu postrzegania organizacji igrzysk jako kolejnego przykładu nieudolności rządu w walce z pandemią COVID-19. Negatywny odbiór imprezy wśród japońskiego społeczeństwa został spotęgowany przez brak odpowiedniego zarządzania kryzysowego oraz nieefektywną strategię komunikacyjną rządu. Wydarzenia związane z decyzją z marca 2020 r. o przesunięciu igrzysk oraz debata dotycząca potencjalnego odwołania imprezy w maju 2021 r. pokazały wyraźny brak zdolności zarządzania kryzysem przez obu premierów, którzy musieli korzystać z pomocy społeczności międzynarodowej w celu znalezienia uzasadnienia dla podjętych decyzji.

Komentarze płynące ze strony środowiska medycznego, mediów, biznesu, społeczeństwa i społeczności międzynarodowej wielokrotnie wskazywały na to, że premierzy Shinzō Abe i jego następca Yoshihide Suga stali się „zakładnikami igrzysk”. Pomimo pogarszającej się sytuacji pandemicznej w kraju politykom nie udało się zatrzymać maszyny organizacyjnej bez narażenia się na odszkodowania oraz wybuch skandalu międzynarodowego. Podejmując decyzję o organizacji igrzysk w lipcu 2021 r., która z perspektywy politycznej była postrzegana jako „mniejsze zło”, politykom partii rządzącej nie udało się powstrzymać wzbierającej fali krytyki. Szefowie rządu byli oskarżani o przedkładanie interesu gospodarczego i wizerunkowego nad zdrowie oby-

wateli, o podejmowanie decyzji dotyczących igrzysk, nie biorąc pod uwagę opinii epidemiologów oraz o uleganie naciskom międzynarodowym. W efekcie igrzyska w Tokio nie tylko nie spełniły oczekiwań rządu, organizatorów, biznesu, społeczeństwa i społeczności międzynarodowej, ale także przyczyniły się do pogłębienia kryzysu zaufania do polityków oraz utrwalenia negatywnego postrzegania japońskiej sytuacji gospodarczej określanego w Japonii mianem straconych dekad.

Bibliografia

- Abe Cabinet Support Rate Falls to 32.7%, Nearing Record Low*, „Japan Times”, 14.08.2020, <https://www.japantimes.co.jp/news/2020/08/14/national/politics-diplomacy/abe-cabinet-support-rate-falls/> (dostęp: 10.07.2021).
- Attitudes to the Tokyo 2020 Summer Olympics*, IPSOS, lipiec 2021, https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-07/Global-Advisor-Tokyo-Olympics-2020_FINAL_07082021.pdf (dostęp: 20.07.2021).
- Boyon N., Lloyd N., *Tokyo Olympics Draw Muted Interest*, IPSOS, <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/tokyo-olympics-draw-muted-interest> (dostęp: 13.07.2021).
- Church B., *Olympic Sponsor Toyota ‘Concerned’ by Growing Public Frustration over Hosting Games*, „CNN”, 13.05.2021, <https://edition.cnn.com/2021/05/13/sport/tokyo-toyota-olympics-frustration-spt-intl/index.html> (dostęp: 6.07.2021).
- Dunbar G., *Japanese PM Suga Says World Should See Safe Olympics Staged*, „The Washington Post”, 20.07.2021, https://www.washingtonpost.com/sports/olympics/japanese-pm-suga-says-world-should-see-safe-olympics-staged/2021/07/19/582fcaaa-e909-11eb-a2ba-3be31d349258_story.html (dostęp: 21.07.2021).
- EDITORIAL: Prime Minister Suga, Please Call off the Olympics This Summer*, „The Asahi Shimbun”, 26.05.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14357907> (dostęp: 3.07.2021).
- Expectations and Attitudes toward the Tokyo 2020 Olympic and Paralympic Games*, „NHK”, 1.01.2020, https://www.nhk.or.jp/bunken/english/research/yoron/20200101_7.html (dostęp: 6.07.2021).
- Fahey R., *An Olympic Opportunity for Japan’s Progressives*, „Tokyo Review”, 4.07.2017, <https://www.tokyoreview.net/> (dostęp: 7.07.2021).
- Flyvbjerg B., Budzier A., Lunn D., *Regression to the Tail: Why the Olympics Blow Up* (September 1, 2020), „Environment and Planning A: Economy and Space”, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3686009> (dostęp: 6.07.2021).

- Halton C., *Lost Decade*, „Investopedia”, <https://www.investopedia.com/terms/l/lost-decade.asp> (dostęp: 3.07.2021).
- Host City Contract 2020*, Bureau of Olympic and Paralympic Games Tokyo 2020 Preparation, 2013, <https://gtimg.tokyo2020.org/image/upload/production/rtd40rja1u5m4p7oifej.pdf> (dostęp: 3.07.2021).
- Houston M., *Tokyo 2020 Face Sponsor Crisis with Contracts Expiring at End of Year*, „Inside the Games”, 9.09.2020, <https://www.insidethegames.biz/articles/1098217/tokyo-2020-olympics-coronavirus> (dostęp: 5.07.2021).
- IOC kanbu no tokken 1 hyaku 300 man en no yado ni 4 man en de shukuhaku, sagaku wa soshikii ga futan*, 28.05.2021, <https://news.yahoo.co.jp/articles/7dedcc43442d7dcdae859627838a167bc68e2a9d> (dostęp: 5.07.2021).
- Is Abe Using 2020 Tokyo Olympics to Promote Constitutional Revisions?*, „Mainichi Shimbun”, 11.05.2017, <https://mainichi.jp/english/articles/20170511/p2a/00m/0na/019000c> (dostęp: 5.07.2021).
- Iveson A., *G7 Leaders Reiterate Support for „Safe and Secure” Tokyo 2020 Olympics Going Ahead*, 13.06.2021, <https://www.insidethegames.biz/articles/1109010/g7-leaders-tokyo-2020> (dostęp: 3.07.2021).
- Japan National Tourism Organization*, <https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#-graph--inbound--travelers--transition> (dostęp: 3.07.2021).
- Japan PM Suga to Meet with U.S. First Lady Jill Biden Thursday*, „Kyodo News”, 21.07.2021, <https://english.kyodonews.net/news/2021/07/195253971d11-around-15-world-leaders-to-attend-tokyo-olympics-opening-ceremony.html> (dostęp: 3.07.2021).
- Japan PM Won G7 Unanimous Support for Holding Olympics This Summer*, „The Asahi Shimbun”, 20.02.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14206095> (dostęp: 3.07.2021).
- Kajimoto T., *Hoping for Economic Boost, Most Japan Firms Want Tokyo Olympics to go Ahead*, „Reuters”, 10.11.2020, <https://www.reuters.com/article/olympics-2020-japan-companies-idUSKBN27Q07N> (dostęp: 15.11.2021).
- Kajimoto T., *Most Japan Firms Say Olympics Should Be Cancelled or Postponed, Poll Shows*, „Reuters.com”, 21.05.2021, <https://www.reuters.com/lifestyle/sports/fretting-about-covid-most-japan-firms-say-olympics-should-be-cancelled-or-2021-05-20/> (dostęp: 3.07.2021).
- Kingston J., *Abe Prioritized Olympics, Slowing Japan’s Pandemic Response*, „The Asia Pacific Journal”, vol. 18, issue 7, no. 5, 1.04.2020, <https://apjif.org/2020/7/Kingston.html> (dostęp: 3.07.2021).
- Kobayashi C., Bae G., Thornton C., Toh M., *Toyota Won’t Run Olympics Ads in Japan and Several Sponsors’ CEOs Will Skip the Opening Ceremony*, „CNN Business”, 20.07.2021, <https://edition.cnn.com/2021/07/19/business/toyota-japan-tokyo-olympics-commercials-intl-hnk/index.html> (dostęp: 20.07.2021).

- Ladies in White: Lawmakers Dress to Protest Mori's Sexist Remarks*, „Japan Times”, 10.02.2021, <https://www.japantimes.co.jp/news/2021/02/10/national/politics-diplomacy/yoshiro-mori-women-white/> (dostęp: 3.07.2021).
- List of Sponsor No-shows for Olympic Opening Ceremony Grows*, „The Asahi Shimbun”, 21.07.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14400394> (dostęp: 3.08.2021).
- Maeshima K., *Japan's PM Is Betting His Future on a Successful Olympics*, „Australian Financial Review”, 24.06.2021, <https://www.afr.com/world/asia/japan-s-pm-is-betting-his-future-on-a-successful-olympics-20210623-p583is> (dostęp: 3.07.2021).
- McCurry J., *Tokyo Olympics: Anger in Japan at IOC Call to Make 'Sacrifices'*, „The Guardian”, 24.05.2021, <https://www.theguardian.com/sport/2021/may/24/tokyo-olympics-anger-japan-ioc-coronavirus-sacrifices> (dostęp: 5.07.2021).
- Mori Sticks to Olympics This Summer, Saying It's 'Only Option'*, „The Asahi Shimbun”, 12.01.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14100723> (dostęp: 10.03.2021).
- Mulgan A. G., *COVID-19 Highlights Abe's Leadership Failings*, „East Asia Forum”, 5.05.2020, <https://www.eastasiaforum.org/2020/05/05/covid-19-highlights-abes-leadership-failings/> (dostęp: 4.07.2021).
- Nakatsugawa H., *News Navigator: Can Japan's 'Go To Travel' Domestic Tourism Campaign ever Restart?*, „Mainichi Shimbun”, 22.05.2021, <https://mainichi.jp/articles/20210522/ddm/003/070/075000c> (dostęp: 6.07.2021).
- Neuman S., *No Tokyo Olympics Next Year Unless COVID-19 Can Be Contained, Japan's Abe Says*, „NPR”, 29.04.2021, <https://www.npr.org/sections/coronavirus-live-updates/2020/04/29/847732124/japans-abe-says-no-tokyo-olympics-next-year-unless-covid-19-can-be-contained?t=1627501500501> (dostęp: 4.07.2021).
- Nielsen B., *The Lost Decade: Lessons From Japan's Real Estate Crisis*, „Investopedia”, <https://www.investopedia.com/articles/economics/08/japan-1990s-credit-crunch-liquidity-trap.asp> (dostęp: 3.07.2021).
- No Plan B: Japan's Sponsors Shelve Ads as Mood Sours over Olympics*, „The Asahi Shimbun”, 30.01.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14146598> (dostęp: 6.07.2021).
- Only 23.9% in Japan Look Forward to Tokyo Olympics Next Summer: Poll*, „Kyodo News”, 19.07.2020, <https://english.kyodonews.net/news/2020/07/342812540942-urgent-59-discontent-with-japan-govt-response-to-pandemic-poll.html> (dostęp: 6.07.2021).
- Osada M., Ojima M., Kurachi Y., Miura K., Kawamoto T., *Economic Impact of the Tokyo 2020 Olympic Games*, „Bank of Japan Research Papers”, 21.01.2016.

- Park A., *Tokyo's Plan to Avoid Pandemic Disaster during the Olympics*, „Time”, 8.07.2021, <https://time.com/6077130/tokyo-olympics-covid19-disaster/> (dostęp: 15.07.2021).
- Pavitt M., *Criticism Continues over Tokyo 2020 Request for Nurses to Support Olympics*, „Inside the Games”, 3.05.2021, <https://www.insidethegames.biz/articles/1107355/tokyo-2020-nurse-criticism-continues> (dostęp: 7.07.2021).
- Prime Minister of Japan and His Cabinet, *Presentation by Prime Minister Shinzo Abe at the 125th Session of the International Olympic Committee (IOC)*, 7.09.2013, https://japan.kantei.go.jp/96_abe/statement/201309/07ioc_presentation_e.html Prime (dostęp: 4.07.2021).
- Prime Minister of Japan and His Cabinet, *Press Conference by Prime Minister Shinzo Abe Following His Attendance at the G20 Summit Meeting in Saint Petersburg and the 125th International Olympic Committee Session*, 7.09.2013, https://japan.kantei.go.jp/96_abe/statement/201309/07argentine_naigai_e.html (dostęp: 4.07.2021).
- Prime Minister Suga, *Please Call off the Olympics This Summer*, „The Asahi Shimbun”, 26.05.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14357907> (dostęp: 4.07.2021).
- Schad T., *Tokyo Olympics Opening Ceremony Composer Resigns Amid Backlash for Bullying Disabled Classmate*, „USA Today”, 19.07.2021, <https://eu.usatoday.com/story/sports/olympics/2021/07/19/keigo-oyamada-resigns-composer-tokyo-2020-olympics/8011628002/> (dostęp: 7.07.2021).
- Shimizu K., Sridhar D., Taniguchi K., Shibuya K., *Reconsider this Summer's Olympic and Paralympic Games*, „BMJ”, <https://www.bmj.com/content/bmj/373/bmj.n962.full.pdf> (dostęp: 4.07.2021).
- Shimizu K., Tokuda Y., Shibuya K., *Japan Should Aim to Eliminate COVID-19*, „BMJ”, <https://www.bmj.com/content/bmj/372/bmj.n294.full.pdf> (dostęp: 6.07.2021).
- Sieg L., *Analysis: Unpopular Olympics, COVID-19: Japan's Suga Risks Becoming Short-term Premier*, „Reuters”, 16.07.2021, <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/japans-suga-danger-becoming-another-revolving-door-premier-2021-07-15/> (dostęp: 7.07.2021).
- Siladitya R., *Nineteen New Olympic COVID-19 Cases Reported on Opening Ceremony Day Including Three Foreign Athletes*, „Forbes”, 23.07.2021, <https://www.forbes.com/sites/siladityaray/2021/07/23/nineteen-new-olympic-covid-19-cases-reported-on-opening-ceremony-day-including-three-foreign-athletes/?sh=4e6937dc17a0> (dostęp: 10.07.2021).
- Siripala T., *Tokyo 2020 Olympics Cost Blowout Chips Away at Public Trust*, „The Diplomat”, 22.10.2018, <https://thediplomat.com/2018/10/tokyo-2020-olympics-cost-blowout-chips-away-at-public-trust/> (dostęp: 7.07.2021).

- SoftBank's Masayoshi Son Expresses Concern about Tokyo Olympics as Covid Surges in Japan*, „CNBC”, 23.05.2021, <https://www.cnn.com/2021/05/24/softbanks-masayoshi-son-expresses-concern-about-tokyo-olympics.html> (dostęp: 7.07.2021).
- Suga's LDP Falls Short of Majority in Tokyo City Election*, „Aljazeera”, 5.07.2021, <https://www.aljazeera.com/news/2021/7/5/sugas-ldp-falls-short-of-majority-in-tokyo-city-election> (dostęp: 5.07.2021).
- Suga to Suspend Go To Travel for All of Japan from Dec. 28 to Jan. 11*, „The Asahi Shimbun”, 14.12.2020, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14018628> (dostęp: 3.07.2021).
- Sugawara A., *Virus Hampers Suga's Plan to Use Olympics for Diplomatic Push*, „Asahi Shimbun”, 27.07.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14404322> (dostęp: 27.07.2021).
- Sugiyama S., *Putting Economy First, Suga Hesitant to Rein in Go To Travel Program*, „Japan Times”, 1.12.2020, <https://www.japantimes.co.jp/news/2020/12/01/national/politics-diplomacy/go-to-program-yoshihide-suga-economy/> (dostęp: 7.07.2021).
- Support Rate for Suga Cabinet Plummets to 39% in Health Crisis*, „The Asahi Shimbun”, 21.12.2020, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14039508> (dostęp: 7.07.2021).
- Survey: 68% Doubt Tokyo Olympics Can Be Held Safely*, „The Asahi Shimbun”, 19.07.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14398398> (dostęp: 19.07.2021).
- Survey: 94% Want to Limit or Bar Spectators from Olympics*, „The Asahi Shimbun”, 13.04.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14329856> (dostęp: 7.07.2021).
- Survey: Majority of Japanese firms oppose Olympics next year*, „AP News”, 20.08.2020, <https://apnews.com/article/9558a97c1de8384074a0abe5b374a2da> (dostęp: 7.07.2021).
- Survey: Suga Cabinet Approval Rating sinks to Record Low of 31%*, „Asahi Shimbun”, 19.07.2021, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14398503> (dostęp: 20.07.2021).
- Suzuki T., *Tokyo Olympic Chief Mori 'Decided to Quit' over Sexist Gaffe, Was 'Persuaded' to Stay on*, „Mainichi Shimbun”, 6.02.2021, <https://mainichi.jp/english/articles/20210206/p2a/00m/0na/018000c> (dostęp: 7.07.2021).
- Tadokoro R., *Ex-PM Abe Says 'anti-Japan' People are Strongly Opposing Tokyo Olympics*, „Mainichi Shimbun”, 3.07.2021, <https://mainichi.jp/english/articles/20210703/p2a/00m/0na/009000c> (dostęp: 3.07.2021).
- Tokyo 2020: Japan Olympics Minister Seiko Hashimoto Appointed Head of Games*, „BBC News”, 18.02.2021, <https://www.bbc.com/news/world-asia-56109579> (dostęp: 7.07.2021).

- Tokyo Governor Says Olympics Worth the Cost, Paralympics Key*, „Reuters”, 18.07.2019, <https://www.reuters.com/article/us-olympics-2020-governor-idUSKCN1UD1DY> (dostęp: 7.07.2021).
- Tokyo Olympic Head Yoshiro Mori Says He Won't Resign Despite Uproar over Sexist Remark*, „Japan Times”, 4.02.2021, <https://www.japantimes.co.jp/news/2021/02/04/national/yoshiro-mori-women-comment/> (dostęp: 7.07.2021).
- Tokyo Posts 856 New Virus Cases, 1.5 Times the Tuesday Record*, „The Asahi Shimbun”, 29.12.2020, <https://www.asahi.com/ajw/articles/14069795> (dostęp: 7.07.2021).
- Tokyo Reports 1,832 Coronavirus Cases; Nationwide Tally 4,943*, „Japan Today”, 21.07.2021, <https://japantoday.com/category/national/Tokyo-reports-1-832-coronavirus-cases-nationwide-tally-4-943> (dostęp: 7.07.2021).
- Vaccine Delivery for Elderly to be Done by June*, „NHK”, 25.02.2020, https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/en/news/20210226_27/ (dostęp: 7.07.2021).
- Wade S., *Official Costs of Tokyo Olympics up by 22% to \$15.4 billion*, „AP News”, 22.12.2020, <https://apnews.com/article/tokyo-coronavirus-pandemic-2020-tokyo-olympics-japan-olympic-games-3c46bce-81928865d9aae0832b5ddd9e3> (dostęp: 7.07.2021).
- Wade S., *Yes. Tokyo Olympics Are 'a go' Despite Opposition, Pandemic*, „AP News”, 2.06.2021, <https://apnews.com/article/tokyo-health-coronavirus-pandemic-business-entertainment> (dostęp: 7.07.2021).
- Wade S., Yamaguchi M., *Tokyo Olympics Say Costs \$12.6B; Audit Report Says Much More*, „AP News”, 20.12.2019, <https://apnews.com/article/eb-6d9e318b4b95f7e53cd1b617dce123> (dostęp: 7.07.2021).
- Wang S., *Top Japanese CEO Says Hosting the Olympics Amounts to a 'Suicide Mission'*, „CNN”, 15.05.2021, <https://edition.cnn.com/2021/05/14/business/rakuten-tokyo-olympics-intl-hnk/index.html> (dostęp: 7.07.2021).
- Wells P., Harding R., *Tokyo Olympic Chief Urges Yuriko Koike to Focus on Day Job*, „Financial Times”, 2.10.2017, <https://www.ft.com/content/c24c24c6-a4f0-11e7-9e4f-7f5e6a7c98a2> (dostęp: 7.07.2021).
- Yoshida R., Osumi M., *Estimated Cost for Tokyo 2020 Olympics Jumps to ¥2 trillion*, „Japan Times”, 9.11.2016, <https://www.japantimes.co.jp/news/2016/11/29/national/estimated-cost-tokyo-2020-olympics-jumps-%C2%A52-trillion/> (dostęp: 7.07.2021).

Dawid Sawa*

 <https://orcid.org/0000-0002-8482-4247>

Łacińska Unia Monetarna a Skandynawska Unia Monetarna – podobieństwa i różnice

Abstrakt

Artykuł dotyczy genezy i rozwoju Łacińskiej Unii Monetarnej oraz Skandynawskiej Unii Monetarnej, a także próby jednolicenia państw kontynentu europejskiego dla celów ekonomicznych. W tej koncepcji dużą rolę odgrywa polityka, która wytycza kierunki również te o charakterze gospodarczym. W tej koncepcji dużą rolę odgrywa polityka, która wytycza kierunki również te o charakterze gospodarczym. Polityka zajmuje centralne miejsce w kształtowaniu rzeczywistości, dlatego jej rola w poniższym rozdziale jest tak istotna. W artykule poruszona została materia bimetalizmu, która w koncepcji unii monetarnych odgrywa istotną rolę. Wyżej wymienione organizacje już nie istnieją, a ich funkcjonowanie cechowały zarówno podobieństwa, jak i różnice, co zostanie przedstawione. Ponadto, w tekście zostanie zawarta kwestia bakowości, zjawiska odgrywającego ważną rolę w kontekście unii walutowych. W tekście wykorzystano metodę porównawczą i historyczną.

Słowa kluczowe: unia walutowa, Łacińska Unia Monetarna, Skandynawska Unia Monetarna, kryzys gospodarczy.

Latin Monetary Union and Scandinavian Monetary Union – similarities and differences

Abstract

The article describes the creation of the Latin Monetary Union and Scandinavian Monetary Union as well as the attempts to unify the countries of the European continent for economic purposes. The article describes the creation of the Latin Monetary Union and the Scandinavian Monetary Union as well as the attempts to unify the countries of the

* Doktorant, Uniwersytet Łódzki, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych, Katedra Teorii Polityki i Myśli Politycznej; e-mail: dawid.sawa@uni.lodz.pl

European continent for economic purposes. In this concept, politics plays an important role as it also sets directions for the economy. Politics takes a central place in shaping reality, which is why its role in the following chapter is so important. The article deals with the matter of bimetalism, which plays an important role in the concept of monetary unions. The above – mentioned organization no longer exist and their functioning was characterized by both similarities and differences, as will be presented. In the text, the author will use comparative and historical method, while analyzing documents that are to bring the above matter closer to the reader.

Keywords: Monetary Union, Latin Monetary Union, Scandinavian Monetary Union.

Unia walutowa – teorie wprowadzające

Za unię walutową uznaje się sojusz dwóch lub większej liczby bytów w kwestii odnoszącej się do powołania jednej areny walutowej. Przed jej utworzeniem istotne jest nieodwołalne ustanowienie kursów walut państw wchodzących w skład wyżej wymienionego tworu. Dawniej unie walutowe powoływano w oparciu o aspekt ekonomiczny oraz polityczny. Co więcej, ze wspomnianą unią połączona jest homogeniczna polityka pieniężna oraz powołanie jednego banku centralnego lub zespolenie już funkcjonujących krajowych instytucji finansowych o charakterze centralnym z jednostkami integracyjnymi jednolitego centralnego systemu bankowego. Przeważnie unia walutowa dotyczy kwestii zaaplikowania jednolitych banknotów i monet. Inną możliwością jest prawo do bicia monet i emisji banknotów w imieniu wspólnego centralnego systemu bankowego albo określone waluty danego państwa będą uznawane za nominały niewidocznej jednakowej dla wszystkich waluty¹. Tomasz Kubin zauważa, że:

utrzymywanie przez państwo kontaktów politycznych, gospodarczych, kulturalnych czy jakichkolwiek innych z uczestnikami stosunków międzynarodowych, polegające np. na zawieraniu umów międzynarodowych czy udziale w organizacjach międzynarodowych, zawsze wiąże się z mniejszym czy większym ograniczaniem swobody działań tego państwa. Każda podpisana umowa międzynarodowa oznacza zazwyczaj pewne prawa, ale też konieczność wywiązywania się z przyjętych na siebie zobowiązań. Podobnie wygląda sytuacja z członkostwem w organizacjach międzynarodowych – wiąże się ono zarówno z pewnymi korzyściami, prawami, przywilejami itp., jak i z koniecznością podporządkowania się określonym regułom czy wymogom².

¹ U. Puetter, *Monetary union*, <https://www.britannica.com/topic/monetary-union> (dostęp: 30.07.2021).

² T. Kubin, *Pokój jako cel i efekt procesu integracji europejskiej po II wojnie światowej*, [w:] K. Miroszewski, M. Stolarczyk (red.), *Śląsk – Polska – Europa – Świat*, Katowice 2013, s. 227–246.

Na funkcjonowanie unii walutowych ma wpływ szereg elementów o charakterze ekonomicznym, między innymi dobrze zarządzane państwo, które jest częścią składową Unii pod kątem danin, zamożności obywateli, niskiego bezrobocia. Zasobność w kruszce, do których należy złoto i srebro, decyduje o bogactwie rozumianym także w ujęciu pieniężnym, należy rozpatrywać nie tylko jako majątność w kontekście państwa, ale także całej unii monetarnej.

O unii walutowej/monetarnej stanowi stabilna gospodarka, a tym samym związany z nią pieniądz. Warto jeszcze raz wrócić do zagadnień, w ramach których prosperują czy funkcjonują unie monetarne, pozwoli to na zdiagnozowanie, w jakiej kondycji były i są oraz czy można o nich mówić jako o pewnej abstrakcji, a jeśli tak, to w jakim ujęciu? Kluczowym elementem stanowiącym o niej jest polityka. To ona odgrywa w tym względzie istotną rolę, ponieważ od tego, jak ona jest prowadzona, zależy ewolucja państwa pod kątem ekonomicznym, co w dalszym rozrachunku wpływa na stagnacje lub rozwój określonego tworu, podmiotu monetarnego.

Aby lepiej zrozumieć te pojęcia, należy się zapoznać z historią. Można wytyczyć trzy okresy. Pierwszy trwał do 1792 r., w trakcie którego srebro i złoto były nad wyraz względem siebie przewidywalne. Okres ten obejmuje milenium. Drugi okres, lata 1792–1848, to czas, w którym świat wchodził w nową epokę. Ekonomia zaczynała mieć charakter *stricte* globalny i związana była z polityką jak nigdy wcześniej, budując przy tym rozwój technologiczny, który w drugiej połowie XIX w. miał zaowocować kapitalizmem w najlepszym wydaniu. Trzeci etap ma miejsce w 1849 r., kiedy świat doświadczył epidemii poszukiwania kruszców, postrzeganej jako gorączka złota. Na istotę tego zjawiska składają się kwestie natury politycznej i finansowej, które w najgłębszym stopniu pozwalają nam pojąć, jak doszło do rezygnacji ze srebra, dewaluacji jego wartości, a przez to – co musi się stać, aby dla współczesnego człowieka lokującego określone środki ów metal stał się inwestycją życia³.

Powyższa sentencja odnosi się do roli i znaczenia złota, jednak srebro, drugi kruszec, nie może zostać pominięty z prostej przyczyny, którą jest odegranie istotnej roli w uniach monetarnych. Nazwa tego metalu pochodzi od francuskiego słowa *l'argent*, które można przetłumaczyć jako srebro i pieniądz. Co więcej, biały kruszec był bardziej użyteczny aniżeli złoto. W tym względzie można podać kilka przykładów, jednym z nich jest Polska, w której zanim pojawiły się złote dukaty, w obiegu znajdowały się srebrne grosze. Kolejnym państwem jest Irlandia, gdzie *airgead* to zarówno srebro, jak i pieniądz. Państwo Środka to kolejny ciekawy przypadek, chińskie słowo *bank* należy przetłumaczyć jako srebrny dom, a rupia, która jest walutą chociażby

³ Ł. Chojnacki, *Inwestowanie w srebro i złoto*, Gliwice 2019, s. 149.

Indii, Pakistanu czy Indonezji, jest *stricte* związana ze słowem *rūpaya*, które należy przetłumaczyć jako srebrna moneta z XVI w. (*rūpa* w sanskrycie należy odczytywać jako srebro)⁴. Srebro było popularniejszym kruszczem, ponieważ szczególnie podczas odkryć geograficznych uchodziło za bardziej powszechny i dostępny.

Z biegiem czasu na znaczeniu zyskiwało złoto, które po dzień dzisiejszy (jego znaczenie zauważalne jest głównie w sytuacji wystąpienia kryzysu gospodarczego) odgrywa bardzo ważną rolę w obiegu finansowym – transakcjach handlowych. W dyskusji na temat unii monetarnych poza złotem jako kruszczem nie można pominąć kwestii parytetu tego metalu wprowadzonego w XIX w., funkcjonującego w latach 1870–1914⁵. System waluty złotej funkcjonował na zasadzie, w której bank centralny zachowywał rezerwy tego kruszczu oraz pieniędzy, które można było wymienić na złoto w danej stałej proporcji względem ilości wyemitowanej waluty⁶. Jan Mazurek w tym względzie zauważa, że:

przewaga parytetu złota nad innymi systemami pieniężnymi objawiała się w dużej stabilności na rynku wewnętrznym i międzynarodowym. Wahania cen złota były niewielkie i najczęściej wynikały z odpływu znacznych ilości tego kruszczu lub odkrycia jego nowych złóż. Miało to pozytywne znaczenie dla funkcjonowania gospodarki oraz wymiany międzynarodowej. W konsekwencji parytet złota zapewniał równowagę płatniczą państw⁷.

Analizując unie monetarne, należy w pierwszej kolejności scharakteryzować zależność pomiędzy złotem a pieniądzem obiegowym, bowiem właśnie ten kruszec stał się podstawą i głównym filarem, na podstawie którego ustalano wartość pieniądza oraz budowano różne unie walutowe. Murray Newton Rothbard zwraca uwagę na bardzo istotną rzecz:

na okres „klasycznego standardu złota panującego na Zachodzie w XIX i XX wieku, można spojrzeć jak na wiek złoty w sensie dosłownym i przenośnym. Nie licząc kłopotów wywołanych przez problem srebra, świat opierał się na standardzie złota, co oznaczało, że każda narodowa waluta (dolar, funt, frank itd.) była tylko nazwą dla określonej porcji wagowej złota. „Dolar” był na przykład zdefiniowany jak 1/20 uncji złota, funt szterling – jako nieco mniej niż 1/4 uncji złota itd. Oznaczało to, że „kursy wymiany” między poszczególnymi walutami narodowymi były sztywne, ale nie dlatego, że podlegały arbitralnym regulacjom rządu, tylko z tej samej przyczyny, dla której jeden funt wagowy zdefiniowany jest jako równy szesnastu uncjom⁸.

⁴ *Ibidem*.

⁵ J. Mazurek, *System waluty złotej*, <https://goldenmark.com/pl/mysaver/system-waluty-zlotej/> (dostęp: 30.07.2021).

⁶ *Ibidem*.

⁷ *Ibidem*.

⁸ M. N. Rothbard, *Złoto, banki, ludzie*, Warszawa 2016, s. 106.

Międzynarodowy standard złota przynosił korzyści. Jeden środek wymiany obejmował zasięgiem cały świat. Dla przykładu jednym z powodów hossy w Stanach Zjednoczonych jest fakt posiadania jednej waluty dla całego obszaru państwowego. Obowiązywał określony standard złota w całym państwie bądź jeden albo więcej standardów dolara w całym państwie, tym samym nie było niepokoju związanego z posługiwaniem się różnymi walutami emitowanymi przez miasta czy hrabstwa. Gdyby jednak tak nie było, to wartość różnych walut w jednym kraju mogłaby być zachwiana. Korzyść wspólnego pieniądza odnosi się do strefy wolnego handlu⁹.

Przewagę złota jako istotnego i zarazem w pewnym sensie nadrzędnego środka wymiany opisuje M. N. Rothbard:

należy podkreślić, że złoto nie zostało wybrane na standard pieniężny w sposób arbitralny przez rządy. Złoto zostało uznane za najlepszy pieniądz po wielu wiekach używania go przez wolny rynek; zostało uznane za towar, który mógł służyć jako najbardziej stabilny i pożądaný środek wymiany. Przede wszystkim podaż i zaopatrzenie w złoto zależały tylko od sił rynkowych, a nie od arbitralnych decyzji rządu o uruchomieniu maszyny drukarskiej¹⁰.

Innymi słowy, wolny rynek miał załatwić wszelkie problemy natury finansowej, co, jak pokazał chociażby XXI w. i kryzys strefy euro, wcale tak być nie musiało z jednej strony, choć z drugiej być może jest tak, że we wspomniany wolny rynek zbyt mocno ingerowano, „psuto” go, co mogło doprowadzić do zachwiania proporcji w kontekście kruszec – waluta.

W aspekcie politycznym pod kątem monetarnym warto przypomnieć chociażby słowa Elżbiety Kaweckiej-Wyrzykowskiej, która w sprawie unii monetarnej, jaką jest strefa euro, zauważa:

strefę euro utworzono jako obszar o jednolitej polityce pieniężnej, ale bez wspólnej polityki fiskalnej. W sytuacji braku tej ostatniej, państwa członkowskie europejskiej unii gospodarczej i walutowej koordynują swe krajowe polityki fiskalne. Koordynacja taka została przewidziana w traktacie z Maastricht (obecnie art. 121 i następne Traktatu o funkcjonowaniu UE). Obejmuje ona nie tylko obowiązek dyskusowania przez państwa członkowskie celów polityki fiskalnej z zamiarem „przyczyniania się do osiągnięcia celów Unii” (art. 121TFUE), lecz także daje możliwość nałożenia kar na kraje, które nie realizują ustalonych wspólnych celów lub prowadzą politykę sprzeczną z nimi. Koordynacja polityki fiskalnej polega więc przede wszystkim na egzekwowaniu (przez ECOFIN, tj. Radę do spraw Gospodarczych i Finansowych) dyscypliny fiskalnej w państwach członkowskich na podstawie reguł fiskalnych. Państwa kandydujące do strefy wspólnej waluty zostały zobowiązane do przestrzegania tzw. kryteriów zbieżności

⁹ *Ibidem, passim.*

¹⁰ *Ibidem*, s. 106–107.

(kryteriów z Maastricht). Dwa fiskalne kryteria przewidują, że państwa nie mogą przekroczyć maksymalnych poziomów deficytu budżetowego i długu publicznego, stanowiących odpowiednio 3% PKB i 60% PKB danego państwa. Kolejne zasady wprowadził pakt na rzecz stabilności i wzrostu (PSW) z 1997 roku. Pakt miał mobilizować państwa do przestrzegania dyscypliny fiskalnej także po utworzeniu obszaru wspólnej waluty i uniknięcia zachowań typu „jazda na gapę”. Wzmocnił on procedurę wielostronnego nadzoru nad finansami publicznymi państw członkowskich UE (funkcja prewencyjna) i doprecyzował możliwość kar w przypadku naruszenia tej dyscypliny (procedura unikania nadmiernego deficytu – funkcja represyjna). Prewencja i wczesna korekta „nadmiernych deficytów” (powyżej 3% PKB danego państwa) miały w założeniu wyeliminować nawet najmniejszą możliwość, iż kryzys fiskalny w jednym państwie mógłby dotknąć całą strefę euro¹¹.

Strefa euro to tylko przykład zestawienia polityki i ekonomii w kontekście unii monetarnej. Przed jej powołaniem istniały inne projekty łączące te dwa zjawiska. Jednym z nich jest wspólnota powołana w XIX w. z inicjatywy Napoleona III.

Łacińska Unia Monetarna jako ekonomiczny projekt francuskiej dominacji politycznej

Łacińska Unia Monetarna to organizacja, w której nie tylko ekonomia, ale wspomniany czynnik polityczny odgrywał istotną rolę. Można przypuszczać, że ekonomia i polityka pod patronatem Francji miała zapewnić hegemonię wspomnianego państwa. Systematyczne wzmacnianie i rozwijanie zależności pozwoliłoby ujednoczyć i spróbować „wyeliminować” ewentualną konkurencję ze strony innych podmiotów na kontynencie europejskim niewchodzących w skład wspomnianej unii monetarnej.

W XIX w. tygodnik „The Economist” pisał o jednej walucie funkcjonującej w ramach kontynentu europejskiego. Anglia miała uchodzić za obszar, gdzie idea jednolitości pieniężnej nie byłaby zastosowana. W ten sposób gazeta ostrzegała Brytyjczyków przed wspomnianym procesem. W żadnym razie nie była to jedynie prognoza, bowiem w 1865 r. doszło do zawarcia przez pięć europejskich państw tak zwanej Łacińskiej Unii Monetarnej. Po jakimś czasie dołączyły do tej organizacji inne podmioty. Choć unia upadła zanim

¹¹ E. Kawecka-Wyrzykowska, *Propozycje budżetu strefy euro*, „Unia Europejska.pl” 2015, wyd. 1, s. 20–27, https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HamNUR-MwmVoJ:https://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.desklight-28f-73018-d8a0-49f7-9fa1-6bab835d7c26/c/UE.pl_1_2015.20-27.pdf+&cd=2&hl=pl&ct=clnk&gl=pl (dostęp: 30.07.2021).

informacje zaprezentowane przez gazetę poźółkły, to jednak jej koncepcja przetrwała nadwyzczaj dłuęo¹².

W owym czasie powszechną walutą rozliczeniową był funt, nawet w papierowym wydaniu postrzegany za lokatę jako lepszy gwarant aniżeli złoto. Zaufanie to miało rynkową wartość w postaci niekompletnej ilości pieniądza – Bank Anglii emitował jedynie tyle banknotów, ile posiadał w pokryciu złotem. Francja Napoleona III wykorzystaa moment do wyparcia funta za pomocą franka, jeśli tylko byłby w powszechnym obieęu. Problem w tym, że frank nie był na to zbyt silny, a w wyniku niedostatecznej ilości kruszcu Paryż nie miał możliwości, aby go uczynić silniejszym parytetem złota. Gdy siły ekonomiczne się wyczerpały, polityczne wyjście z sytuacji wynalazł Félix Esquiro de Parieu oficjalnie pastujący funkcję ministra edukacji, a prywatnie zwolennik walutowej rewolucji. Zasadniczo de Parieu snuł podobne palny powołania Zachodniej Unii Europejskiej, z Parlamentem Europejskim oraz wspólnym środkiem wymiany pienięęnej, który pragnął nazwać Europa¹³.

Piotr Boęejewicz stoi na stanowisku, że:

Łacińska Unia Monetarna to organizacja, w której nie tylko ekonomia, ale wspomniany czynnik polityczny odgrywał istotną rolę. Można przypuszczać, że ekonomia i polityka pod patronatem Francji miała zapewnić hegemonie wspomnianego państwa. Systematyczne wzmacnianie i rozwijanie zależności pozwoliłoby ujednoczyć i spróbować „wyliminować” ewentualną konkurencję ze strony innych podmiotów na kontynencie europejskim niewchodzących w skład wspomnianej unii monetarnej¹⁴.

Jak charakteryzuje ją Andrzej Krajewski: „wspólna europejska waluta o mały włos, a weszłaby do obieęu już w dziewiętnastym wieku. Jednak okazało się, iż może ona istnieć jedynie wówczas, gdy kilogram złota wart jest piętnaście i pół kilo srebra”¹⁵. O pierwszej przymiarce w sprawie budowy projektu monetarnego pisał Napoleon Bonaparte w 1806 r. do króla Holandii. W liście tym poruszona została kwestia monet, które wspomniany Bonaparte chciał, aby ich podział w Holandii i we Francji był taki sam, w ten sposób zyski z handlu miały być korzystniejsze¹⁶. To oznacza, że pomysł powołania

¹² P. Boęejewicz, *Historia wspólnej waluty: Dwie integracje europejskie*, <https://www.rp.pl/Rzecz-o-historii/311299953-Historia-wspolnej-waluty-Dwie-integracje-europejskie.html> (dostęp: 30.07.2021).

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ A. Krajewski, *Pierwsza unia walutowa powstała w XIX wieku*, <https://polskatimes.pl/pierwsza-unia-walutowa-powstala-w-xix-wieku/ar/164986> (dostęp: 30.07.2021).

¹⁶ *Ibidem*.

związku państwowego o charakterze ekonomicznym zrodził się we Francji, która poprzez bardzo ścisłą współpracę gospodarczą chciała być europejską potęgą. Innymi słowy, wszystko sprowadzało się do dominacji państwa nad państwem, być może tym razem wszystko miało sprowadzać się do odejścia od militarizmu.

Choć Napoleon Bonaparte przegrał wojnę z dużą częścią państw kontynentu europejskiego, to system monetarny zaproponowany przez niego został zaadaptowany przez inne kraje wspomnianego obszaru. Do połowy XIX w. do unii monetarnej przystąpiło ponad dwadzieścia podmiotów¹⁷. Państwa nowej unii monetarnej miały posiadać własne monety, jednak aby ich wartość była tożsama z wartością franka, Napoleon III postanowił usztywnić zasady, wprowadzając między innymi taką samą wagę. Finalnie doprowadziło to do sytuacji, w której we wszystkich państwach członkowskich unii można było obracać monetami państw do niej należących, na przykład w stolicy Francji można było płacić włoskimi lirami¹⁸.

Łacińska Unia Monetarna zaczęła funkcjonować od 23 grudnia 1865 r. W pierwszym okresie swojego istnienia prosperowała bez zarzutu. Na jej obszarze wzrosła wymiana handlowa, natomiast zwiększony obieg gotówki doprowadził do rozwoju przemysłu¹⁹. Do Łacińskiej Unii Monetarnej w 1868 r. dołączyła Hiszpania oraz Grecja, a w 1889 także Rumunia, Bułgaria, Serbia, San Marino i Wenezuela; na początku XX w. (1904 r.) między innymi Duńskie Indie Zachodnie (obecnie Wyspy Dziewicze)²⁰.

W tym kontekście zaistniała polityczna potrzeba ujednoczenia relacji dwustronnych, a unia walutowa była częścią większego układu budowanych relacji przez Francję. Austria skierowała do Paryża apel o uformowanie unii walutowej w 1867 r., kiedy to Wiedeń postrzegał wyżej wymieniony projekt jako antypruski. Kiedy Włochy postanowiły zgłosić akces do Łacińskiej Unii Monetarnej, nadal niezbędne było dla nich francuskie wsparcie zarówno finansowe, jak i polityczne w celu dokończenia zjednoczenia. W 1867 r. Państwo Kościelne złożyło wnioski o wejście w szeregi wyżej wymienionej organizacji monetarnej. Paryż udzielił wsparcia, protekcji wyżej wymienionemu podmiotowi, który obawiał się Włoch. Grecja z kolei postanowiła wyrazić chęć przystąpienia, gdy potrzebowała francuskiego wstawiennictwa dla greckiego ruchu na Krecie przeciwko tureckiemu

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ K. Krzemień, *Łacińska Unia Monetarna czyli powstanie i upadek XIX-wiecznej strefy euro*, <https://goldenmark.com/pl/mysaver/lacinska-unia-monetarna/> (dostęp: 30.07.2021).

podbojowi. Rumunia wstąpiła tuż po zagwarantowaniu wsparcia, ochrony przeciwko Turcji²¹.

Powyższy opis jasno ilustruje obraz, w którym głównym jądrem politycznym w tworzonej unii monetarnej była Francja, koncentrowały się wokół niej państwa, które z jednej strony potrzebowały obrony, a z drugiej zapewnienia realizacji swojej racji stanu, która była istotna, biorąc pod uwagę wzmocnienie swojego upodmiotowienia. Tym samym Łacińską Unię Monetarną trudno nazwać jednorodnym organizmem, istniały różne cele, podejścia i polityki, szczególnie w sferze ekonomii.

Konflikt zbrojny bez znaczenia na zasięg (lokalny bądź globalny) wpływa destrukcyjnie na trwałe, przewidywalne, nastawione na stabilność projekty. Jednym z nich była Łacińska Unia Walutowa. Jednym z powodów jej systematycznego osłabiania była klęska wojskowa państwa francuskiego, która z pewnością stanowiła przyczynek do powolnego upadku. Jak trafnie dostrzega A. Krajewski:

wszystko zaczęło się walić w latach 1870–1871, gdy Francja w wojnie z Niemcami poniosła sromotną klęskę. Po kapitulacji Paryż musiał zapłacić zwycięzcom 5 mld franków w złocie, co zburzyło stabilność bimetalicznego systemu. Wkrótce zaczęła się znów wielka spekulacja. Tym razem banki sprowadzały tony srebra z Wielkiej Brytanii, były w państwowej mennicy pięciofrankowe monety, które legalnie po kursie 1 do 15,5 wymieniały na dużo więcej warte na rynku złote pieniądze²².

Biorąc pod uwagę doświadczenia dziewiętnastowiecznych unii monetarnych, można z całą pewnością powiedzieć, że do integracji monetarnej niezbędny jest określony stopień zbieżności ekonomicznej krajów formujących unię, zarówno w kontekście stopnia ich rozwoju, jak i kierowaną przez nich politykę gospodarczą, zwłaszcza pieniężną. Jeśli nie ma powołanych formalnych zasad jednolitej dla każdego polityki środka wymiany i gdy państwa nie zsynchronizowały swoich działań, szanse powodzenia są nikłe²³.

Ekonomia czy wcześniej poruszana kwestia gospodarki składa się z wielu czynników, które odgrywają ważną i kluczową rolę w kontekście obszaru, na którym ona funkcjonuje. Pieniądze, które są wytwarzane, nie mogą stanowić celu nadrzędnego dla określonego społeczeństwa. Jest nim chociażby budowa zdrowego bytu gospodarczego, widzianego w perspektywie długofalowej.

²¹ L. L. Einaudi, *From the Franc to the 'Europe': the Attempted Transformation of the Latin Monetary Union into a European Monetary Union, 1865–1873*, „Economic History Review” 2000, vol. LIII, s. 284–308, <https://www.jstor.org/stable/2598699> (dostęp: 30.07.2021).

²² A. Krajewski, *op. cit.* (dostęp: 30.07.2021).

²³ M. K. Kąkol, *op. cit.*, s. 186.

Aby było to możliwe, potrzebne są zdroworozsądkowe, etyczne działania, przyczyniające się do egzystencji w dobrze prosperującym ekonomicznie państwie, a co za tym idzie, należy zadać pytanie o wykorzystywanie do celów politycznych unii monetarnych, czyli gospodarki, ważnego ogniwa społecznego funkcjonowania.

Metodami nieetycznymi można nazwać dopuszczanie się deprecjacji. Była ona wykorzystywana przez państwo do falsyfikacji. Zdarzały się monety, kiedy rząd stosował proste fałszerstwo polegające na dodaniu do złota elementów tanich metali. W ten sposób do obiegu trafiały monety o zawartości wspomnianego kruszcu mniejszej niż faktycznie być powinna. Znacznie częstszą praktyką było, kiedy mennica przetapiała wszystkie monety obowiązujące i stosowane w danym kraju, następnie po wytworzeniu nowych oddawano poddany taką samą ilość funtów czy marek, jednak już o mniejszej wadze. To co zostało, przekazywane było królowi, który z kolei przeznaczał środki na własne wydatki. Skutkiem takiego stanu rzeczy było ciągle zonglowanie i przedefiniowywanie standardu, do którego protekcji był zobligowany. Władcy domagali się prawa do korzyści o deprecjacji, nazywając je z dumą „regalia-
mi mennicznymi” – „seniorage”²⁴. To tylko jeden z wielu przykładów, w których dopuszczano się działań niekorzystnie wpływających na gospodarkę i ludzi.

Przykładem nieroztropności czynnika ludzkiego (który można zaklasyfikować do działań nieetycznych) w obszarze ekonomicznym jest Starożytny Rzym. To między innymi tam niefrasobliwość człowieka mogła przyczynić się do „psucia” gospodarki. Song Hongbing zwraca uwagę, że:

wraz ze stabilnym wzrostem gospodarczym oraz rosnącym majątkiem w Rzymie zaczęła kielkować ludzka chciwość. Pierwszą rzeczą, która złamała reguły, było ustanowienie dziedzicznego, dożywotniego systemu królewskiego i arystokratycznego. Król i arystokracja nie tylko wykorzystywali publiczną ziemię do prywatnych celów, lecz również wymuszali na ludziach pracę bez wynagrodzenia w celu osiągnięcia jeszcze większych korzyści, a w podziale własności społecznej zaczęło występować zjawisko niesprawiedliwości i nierówności. Poszerzanie publicznych arealów ziemi nie nadążało za wzrostem liczby ludności, pojawił się więc niedobór ziemi do podziału, Rzym rozpoczął nadawanie publicznej ziemi prywatnym osobom, dzięki czemu arystokracja uzyskiwała wielkie korzyści. Arystokracja po rozwinięciu skrzydeł wykorzystała gniew ludu wobec niesprawiedliwego podziału ziemi i w roku 509 p.n.e. obaliła system królewski ustanawiając Republikę²⁵.

Napoleon III, nie chcąc ponieść porażki finansowej związanej z działaniami spekulacyjnymi, zaproponował, aby wszystkie podmioty funkcjonujące w ówczesnej Europie wprowadziły system bimetaliczny, który ukróciłyby

²⁴ M. N. Rothbard, *op. cit.*, s. 79.

²⁵ S. Hongbing, *Wojna o pieniądź. Cisza przed burzą*, Wrocław 2018, s. 292.

ataki wspomnianych spekulantów. W związku z powyższym zaproponował stworzenie unii monetarnej Belgii, Szwajcarii oraz Włochom²⁶.

Francja toczyła bój nie tylko w rozumieniu militarnym, musiała także mierzyć się z czynnikami ekonomicznymi. Okazało się bowiem, że w Ameryce Północnej i Australii odkryto nowe źródła złota. To doprowadziło do rozpowszechnienia się tego kruszcu. Jak już zostało wspomniane, kraj ten ustanowił następujące proporcje: moneta złota 1, srebrna 15,5, dodatkowo nie zamierzano nic zmieniać w dotychczasowych ustaleniach, tym samym Paryż nie dostrzegał nowej rzeczywistości, którą było pojawienie się w obiegu dużej ilości złota. W rezultacie cena srebra wzrosła, a to z kolei doprowadziło do pojawienia się spekulacji, w wyniku której Francja ponosiła duże straty finansowe. Taki stan rzeczy „wymusił” na Paryżu wprowadzenie banknotów na podstawie parytetu złota. Ten pomysł nie do końca był po myśli Napoleona III, następcy Napoleona Bonaparte, a to dlatego, że opierał się o naśladownictwo największego rywala Francuzów, którym w owym czasie byli Brytyjczycy²⁷. Powyższy opis jasno dowodzi, że dominująca Francja nie zamierzała dokonywać żadnej rewizji w kontekście proporcji kruszczowej, a to, jak również ataki spekulacyjne oraz I wojna światowa to główne przyczyny upadku Łacińskiej Unii Monetarnej.

Powstanie Skandynawskiej Unii Monetarnej – przykład organizacji regionalnej

Chcąc opisać powstanie i funkcjonowanie Skandynawskiej Unii Monetarnej, najpierw trzeba pochylić się nad aspektem obszaru, z którego się „wywodzi”. W opinii Grażyny Szelağowskiej:

narodowa optyka historiografii skandynawskiej, tak ściśle związana z politycznymi i społecznymi przemianami w Skandynawii na początku XIX w., była swoistym miernikiem ewolucji świadomości narodowej w Danii, Szwecji i Norwegii. Nacjonalizm skandynawski można określić jako skierowany do wewnątrz, skupiający się na pielęgnacji własnych cech narodowych. Widoczne jest to szczególnie w przypadku Danii, która, zepchnięta do pozycji małego, prowincjonalnego państewka Europy, poszukiwała swej siły w wartościach narodowych. Historiografii duńskiej wyznaczono rolę pokrzepienia samopoczucia narodowego przez wydobycie z dziejów momentów wspaniałych i chwalebnych, ukazania okoliczności, w jakich mogła w przeszłości zaistnieć, a następnie dzięki tej wiedzy wskrzeszenie nowej, wspaniałej Danii. Od historyków Duńczyków domagali się recepty na choroby współczesności, na upadek monarchii duńskiej,

²⁶ A. Krajewski, *op. cit.* (dostęp: 7.04.2021).

²⁷ *Ibidem.*

utrąę Norwegii i staę zagrozenie ze Wschodu i Południa. I historycy wspomagani przez drugą „pocieszycielkę” narodu – literaturę romantyczną, „złoty wiek” dziejów odnaleźli w nordyckiej starożytności i w średniowieczu, w epoce wspólnoty nordyckiej i pełnej wolności, tzn. w okresie dominacji monarchii duńskiej. Wniosek nasuwał się sam – czynnikiem gwarantującym państwom skandynawskim odrodzenie i wyzwolenie spod obcych wpływów jest nordycka Jedność. I oto, zdając sobie sprawę ze swej zewnętrznej i wewnętrznej słabości, Duńczycy głosili, że narodowa wolność jest możliwa wyłącznie przez integrację nordycką²⁸.

Skandynawska Unia Monetarna ma swój początek w maju 1873 r., a jej pierwszymi członkami były: Szwecja oraz Dania. Norwegia, mimo bycia w unii ze Szwecją zgłosiła swój akces 24 miesiące później. W kontekście porozumienia z 1873 r. zainicjowano nową walutę o nazwie korona, a jej wartość miała stanowić jednego szwedzkiego riksdalera, połowie duńskiego riksdalera, jak również jednej czwartej norweskiego speciedalera. Była to unia monetarna rozumiana jak swobodny twór²⁹.

W kontekście monetarnym poszczególne państwa zostawiły sobie możliwość do bicia swoich monet, ale respektowały waluty pozostałych państw. Po interwencji strony duńskiej w 1885 r. uruchomiono jednolitą izbę rozliczeniową. Jak wskazują źródła, najlepszy czas współdziałania funkcjonował do początku XX w. Odłączenie się Norwegii od Szwecji w 1905 r. doprowadziło do unii personalnej, ale nie wpłynęło na walutową, która była czynnym tworem do wybuchu pierwszej wojny światowej. Formalnie wygasła w 1924 r., gdy Szwecja jako pierwsze państwo po pierwszej wojnie światowej reaktywowała wymienialność na złoto. Mimo dezintegracji waluty poszczególnych państw były one wzajemnie honorowane do początku lat trzydziestych XX w.³⁰

I wojna światowa to czas istotny dla obu organizacji, które będą jeszcze opisywane w dalszej części rozdziału, a ze skutkami której związany jest upadek Łacińskiej Unii Monetarniej oraz Skandynawskiej Unii Monetarniej. W przypadku Łacińskiej Unii Monetarniej znaczenie ma wyżej wspomniana wojna w kontekście jej rezultatu, jak i za sprawą wiodącej roli Francji. Wiadać analogię w kontekście upadku pomiędzy Skandynawską Unią Monetarną

²⁸ G. Szelaęowska, *O zwycięstwie kultury nad polityką. Jak odwieczni wrogowie stworzyli suwerenne państwa i współczesną wspólnotę nordycką*, „Kwartalnik Historyczny” 2018, t. CXXV, s. 517–527, https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:paQV6_0Zi-L0J:https://rcin.org.pl/Content/68453/WA303_87007_A52-KH-R-125-2_Szelaęowska.pdf+&cd=1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl (dostęp: 30.07.2021).

²⁹ Obserwatorfinansowy.pl, *Porozumienie swapowe, czyli historia trzech skandynawskich koron*, <https://forsal.pl/gospodarka/artykuly/8025156,porozumienie-swapowe-czyli-historia-trzech-skandynawskich-koron.html> (dostęp: 27.07.2021).

³⁰ *Ibidem*.

a Łacińską Unią Monetarną, jednak w wyżej wspomnianej żadne państwo nie wiodło prymu w organizacji. O braku dominacji można mówić także w przypadku Wschodniokaraibskiej Strefy Walutowej, którą tworzą niewielkie podmioty, stosunkowo spauperyzowane, gdzie żaden byt nie ma wiodącej pozycji, a tożsamość tych krajów jest, w opinii B. J. Cohena, postrzegana bardziej w kontekście regionalnym niż państwowym³¹.

Korona norweska stanowiła jednostkę rozliczeniową dla państw członkowskich wyżej wymienionej organizacji. Każdy podmiot, który wchodził w jej skład, emitował własny środek płatniczy, który był legalny na obszarze całej organizacji monetarnej. Korony szwedzkie, duńskie oraz norweskie były zamienne po stałym kursie: 1:1:1. Decyzje traktatu formułującego unię odnosiły się tylko do monet. Następnie w 1894 r. banki centralne Norwegii i Danii wspólnie podjęły decyzje co do akceptacji przez nie wzajemnie swoich walut po jednolitym kursie. Była to kwestia dzieląca Łacińską Unię Walutową ze Skandynawską Unią Monetarną. „Odpowiednio, kraje Łacińskiej Unii Monetarnej tak samo i kraje członkowskie Skandynawskiej Unii Monetarnej nie wygenerowały jednolitej centralnej instytucji finansowej emitującej pieniądź – w Danii i Norwegii organami emisyjnymi były tylko banki centralne tych państw, zaś w Szwecji poza centralną instytucją finansową takie możliwości posiadały także banki niepubliczne”³².

Zbieżności i różnice – Łacińska Unia Monetarna i Skandynawska Unia Monetarna

Zarówno Skandynawska Unia Monetarna, jak i Łacińska Unia Monetarna powstały w XIX w. i to niewątpliwie jest analogia, podobnie jak aspekt dotyczący zrzeszania suwerennych bytów państwowych. Do podobieństw na pewno należy też kwestia odnosząca się do aspektu poświęconego schyłkowej działalności wspomnianych unii walutowych. Za przyczynę należy uznać na pewno 1914 r., czyli wybuch I wojny światowej.

I wojna światowa to czas, który zrewidował zasadności funkcjonowania wspomnianych organizacji monetarnych (jedna z przyczyn). To czas próby, pewnego rodzaju egzamin, który zakończył się niepowodzeniem. Napięcia

³¹ T. Kubin, *Polityczne implikacje wprowadzenia unii walutowej w Europie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2007, s. 57, http://www.sbc.org.pl/Content/79478/polityczne_implikacje_wprowadzenia.pdf (dostęp: 28.07.2021).

³² Cyt. za: W. F. V. Vanthoor, *European Monetary Union since 1848. A Political and Historical Analysis*, Cheltenham–Northampton 1998, s. 38–39, 144; J. Borowiec, *Unia ekonomiczna i monetarna. Historia, podstawy teoretyczne, polityka*, Wrocław 2001.

w egzystowaniu Skandynawskiej Unii Walutowej miały miejsce w 1905 r. i było to związane z elementami politycznymi, a mianowicie z dekonstrukcją polityczną unii pomiędzy Szwecją i Norwegią. Dalsze trudności w funkcjonowaniu tworu dotyczyły wybuchu I wojny światowej, gdy kraje przynależące do Skandynawskiej Unii Monetarnej zawiesiły transfer swoich banknotów. Została ona przywrócona w 1916 r., ale w 1920 r. znów zawieszono jej funkcjonowanie. Rzeczywistym końcem wspomnianego tworu był rok 1924, odkąd pieniądze wydajane przez państwo unię tworzące były legalnym środkiem płatniczym tylko na obszarze poszczególnych krajów. Oficjalny kres skandynawskiej unii walutowej nastąpił w 1931 r.³³

Pierwsza wojna światowa obnaża tak zwaną jedność, spójność całej Łacińskiej Unii Monetarnej. Potrzeby finansowe skonfliktowanych krajów wywołały niekontrolowany dodruk pieniądza fiducyjnego we wszystkich toczących batalie krajach. Wycofanie się ze standardu złota doprowadziło do wzrostu inflacji na niebotyczne poziomy, co stanowiło przyczynę rewolucji lutowej w 1917 r., która doprowadziła do zakończenia rządów bieżącego władcy. Co interesujące, w handlu zewnętrznym niemal nikt nie brał nieistotnego papieru, a funkcjonowało rozliczenie w czystym złocie, które jak zwykle nie poddało się inflacji i stało się walutą trudnych do zdefiniowania czasów³⁴.

Poza zbieżnościami w kontekście funkcjonowania unii monetarnych wyszczególnić należy antagonizmy, które między nimi istniały. M. K. Kąkol w tematyce wyżej wymienionych zauważa, że:

regionalne unie walutowe wiązały się z potrzebą tworzenia międzynarodowych regulacji prawnych. Powoływano je do życia na mocy konwencji walutowych: Niemiecko-Austriacką Unię Walutową na podstawie konwencji walutowej z Wiednia z 1857 roku, Łacińską Unię Walutową na podstawie traktatu podpisanego w 1865 roku i Skandynawską Unię Walutową na mocy konwencji walutowej z 1872 roku. Spośród wymienionych unii walutowych tylko jedną można uznać za udane przedsięwzięcie – Unię Skandynawską. Pozostałe regionalne unie walutowe nie funkcjonowały dobrze. W Unii Niemiecko-Austriackiej wspólna waluta – talar związkowy obowiązywała jako waluta równoległa do walut narodowych i była legalnym środkiem płatniczym na terenie całej unii, w przeciwieństwie do walut narodowych, które pełniły tę funkcję tylko na swoim terytorium. Zbyt duże zróżnicowanie gospodarcze Austrii i Niemiec doprowadziło do dewaluacji guldena względem talara, a gdy doszły do tego jeszcze napięcia polityczne musiało doprowadzić to do upadku Unii. Cele Łacińskiej Unii Walutowej były dość wąskie. Chodziło o określenie technicznych reguł emisji pieniądza kruszcowego w państwach należących do takiego samego obszaru walutowego, opartego na systemie franka germinalnego i zapewnienie cyrkulacji pieniądza emitowanego przez państwa

³³ T. Kubin, *Polityczne implikacje wprowadzenia unii walutowej...*, (dostęp: 29.07.2021).

³⁴ K. Krzemień, *op. cit.*

należące do Unii. Na niepowodzenie Unii Łacińskiej wpłynął kryzys bimetalizmu. Sukcesu Unii Skandynawskiej należy upatrywać, tak jak było to w przypadku Niemiec, w rozwiniętych powiązaniach ekonomicznych, politycznych i kulturowych pomiędzy krajami tworzącymi unię. Ponadto kraje te reprezentowały zbliżony poziom rozwoju gospodarczego. Kiedy pojawiły się różnice w polityce gospodarczej, Unia ta również przestała istnieć³⁵.

Unia Skandynawska w znaczeniu walutowym była lepiej zaplanowana, zorganizowana i spójna w ujęciu aspektu ekonomicznego, co jest istotne dla harmonijnego i symetrycznego rozwoju wszystkich państw członkowskich tej organizacji. W aspekcie politycznym nie ma zapewne elementu prymatu pewnej koncepcji, co oznaczać może lepsze funkcjonowanie. W tym wątku należy podkreślić, że mądre zarządzanie polityczne w wymiarze gospodarczym, które można również interpretować w ogólnym założeniu jako brak wielkiej ingerencji w kontekście ekonomii, także determinuje dobre funkcjonowanie unii walutowej.

Kulturowy wymiar to szukanie elementów wspólnych, które będą w miarę jednorodne i homogeniczne, z czym każdy będzie się utożsamiał. W kontekście tego zagadnienia warto wymienić flagę jako część składową i uwarunkowanie zjawiska kulturowego, gdzie wszystkie podmioty należące do Skandynawskiej Unii Monetarniej dziś łączy jeden stały element, którym jest krzyż. To pokazuje, że państwa tego półwyspu zawsze cechowało ujednoczenie kulturowe, które można już dostrzec przed powstaniem wyżej wymienionej unii walutowej. Magda Sabała jest zdania, że:

początków *nordyckiego krzyża*, jak zwykle nazywać się symbol stosowany na flagach państw skandynawskich, należy szukać w Danii, a właściwie na terenach dzisiejszej Estonii. Legenda głosi, że 15 czerwca 1219 roku podczas bitwy pod Lyndanisse (obecnie Tallinn), będącej następstwem północnych wypraw krzyżowych, z nieba spadła flaga przedstawiająca biały krzyż na czerwonym tle. Przegrywające oddziały duńskiego króla Waldemara II uznały to za znak od Boga, co dodało im sił do walki i pozwoliło zwyciężyć. Król wznosił darowany z niebios sztandar wysoko do góry odnosząc jednocześnie zwycięstwo nad pogańskimi Estami³⁶.

Rozbieżności dotyczą także kwestii bankowości w kontekście emisji środków płatniczych, co zostało wykazane w powyższym podrozdziale, stanowiącym o Skandynawskiej Unii Monetarniej.

³⁵ M. K. Kąkol, *Historyczne doświadczenia w tworzeniu unii walutowych*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio H, Oeconomia” 2004, t. 38, s. 177–190.

³⁶ M. Sabała, *Krzyż skandynawski. Dlaczego flagi państw nordyckich są do siebie podobne?* <https://przegladbaltycki.pl/6498,krzyz-skandynawski-dlaczego-flagi-panstw-nordyckich-sa-podobne.html> (dostęp: 27.07.2021).

Podsumowanie

Konkludując rozdział poświęcony dwóm organizacjom walutowym: Łacińskiej Unii Monetarnej oraz Skandynawskiej Unii Monetarnej, należy podkreślić, że ich celem było doprowadzenie do homogenizacji, a tym samym ujednoczenia określonego obszaru pod kątem ekonomicznym, próbując wygenerować jedną walutę w oparciu o określone parametry. Zarówno z pierwszą, jak i drugą unią monetarną związana była kwestia kruszcowa, to element istotny z punktu widzenia uporządkowania, ustanowienia pewnej proporcji sfery monetarnej w kontekście jednego środka płatności. Jak wiele projektów z przeszłości tak samo i te nie przetrwały z uwagi na różne próby i niedostosowanie do trudnych sytuacji i wyzwań. Przykładem może być I wojna światowa i jej skutki. Zakończyła ona kres funkcjonowania obu podmiotów, choć należy zaznaczyć, że pomysły nie zostały w pełni zrealizowane. W tym względzie mowa o utworzeniu wspólnej waluty. W przypadku Skandynawskiej Unii Monetarnej jest nią korona, z tym że mowa nie o jednej, a o trzech różnych jednostkach monetarnych, które w nazwie mają właśnie wyżej wymienioną. Aby móc w pełni realizować projekty, wizje, także te o charakterze ekonomicznym, trzeba zachować proporcję na zasadzie organizacja – państwo, dochowując zasady subsydiarności. Ponadto należy pamiętać o silnym, dobrze zorganizowanym państwie i przygotować podmiot (unię monetarną) do funkcjonowania w czasach stanowiących wyzwanie.

Bibliografia

- Borowiec J., *Unia ekonomiczna i monetarna. Historia, podstawy teoretyczne, polityka*, Wrocław 2001.
- Bożejewicz P., *Historia wspólnej waluty: Dwie integracje europejskie*, <https://www.rp.pl/Rzecz-o-historii/311299953-Historia-wspolnej-waluty-Dwie-integracje-europejskie.html> (dostęp: 30.07.2021).
- Chojnacki Ł., *Inwestowanie w srebro i złoto*, Gliwice 2019.
- Einaudi L. L., *From the Franc to the 'Europe': The Attempted Transformation of the Latin Monetary Union into a European Monetary Union, 1865–1873*, „Economic History Review” 2000, t. LIII, s. 284–308, <https://www.jstor.org/stable/2598699> (dostęp: 30.07.2021).
- Hongbing S., *Wojna o pieniądź. Cisza przed burzą*, Wrocław 2018.
- Kawecka-Wyrzykowska E., *Propozycje budżetu strefy euro*, „Unia Europejska.pl” 2015, wyd. 1, s. 20–27, <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HamNURMwmVoJ:https://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/>

- bwmeta1.element.desklight-28f73018-d8a0-49f7-9fa1-6bab835d7c26/c/UE.pl_1_2015.20-27.pdf+&cd=2&hl=pl&ct=clnk&gl=pl (dostęp: 30.07.2021).
- Kąkol M. K., *Historyczne doświadczenia w tworzeniu unii walutowych*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio H, Oeconomia” 2004, t. 38, s. 177–190.
- Krajewski A., *Pierwsza unia walutowa powstała w XIX wieku*, <https://polska-times.pl/pierwsza-unia-walutowa-powstala-w-xix-wieku/ar/164986> (dostęp: 30.07.2021).
- Krzemień K., *Łacińska Unia Monetarna czyli powstanie i upadek XIX-wiecznej strefy euro*, <https://goldenmark.com/pl/mysaver/lacinska-unia-monetar-na/> (dostęp: 30.07.2021).
- Kubin T., *Polityczne implikacje wprowadzenia unii walutowej w Europie*, Katowice 2007.
- Mazurek J., *System waluty złotej*, <https://goldenmark.com/pl/mysaver/system-waluty-zlotej/> (dostęp: 30.07.2021).
- Miroszewski K., Stolarczyk M. (red.), *Śląsk – Polska – Europa – Świat*, Katowice 2013.
- Obserwatorfinansowy.pl, *Porozumienie swapowe, czyli historia trzech skandynawskich koron*, <https://forsal.pl/gospodarka/artykuly/8025156,porozumienie-swapowe-czyli-historia-trzech-skandynawskich-koron.html> (27.07.2021).
- Puetter U., *Monetary union*, <https://www.britannica.com/topic/monetary-union> (dostęp: 30.07.2021).
- Rothbard M. N., *Złoto, banki, ludzie*, Warszawa 2016.
- Sabała M., *Krzyż skandynawski. Dlaczego flagi państw nordyckich są do siebie podobne?*, <https://przegladbaltycki.pl/6498,krzyz-skandynawski-dlaczego-flagi-panstw-nordyckich-sa-podobne.html> (dostęp: 27.07.2021).
- Szelągowska G., *O zwycięstwie kultury nad polityką. Jak odwieczni wrogowie stworzyli suwerenne państwa i współczesną wspólnotę nordycką*, „Kwartalnik Historyczny” 2018, R. CXXV.
- Vanthoor W. F. V., *European Monetary Union since 1848. A Political and Historical Analysis*, Amsterdam 1996.

Maciej Paszyn*

 <https://orcid.org/0000-0002-5684-5876>

Konflikt Arabii Saudyjskiej z Katarzem. Próba analizy wydarzeń z lat 2017–2021

Abstrakt

Celem poniższego artykułu jest przedstawienie wydarzeń, jakie miały miejsce w Regionie Zatoki Perskiej w latach 2017–2021, kiedy to nastąpiła eskalacja konfliktu Arabii Saudyjskiej z Katarzem przy aktywnym udziale Iranu i w mniejszym stopniu Turcji. W badaniu przyjęto tezę, iż przebieg konfliktu, zachowanie stron wpłynęły nie tylko na relacje międzynarodowe w regionie Zatoki Perskiej. Był to sprawdzian dla organizacji regionalnej (GCC) jako forum porozumienia się krajów regionu w kontekście wytrwałości Kataru w zderzeniu z potężnym sąsiadem. Dla Teheranu była to okazja dla poszerzania strefy wpływów, co, jak pokazały wydarzenia pomiędzy 2017 a 2021 r., częściowo się udało. W badaniu przyjęto metodę analizy polityki zagranicznej i analizy treści.

Słowa kluczowe: Arabia Saudyjska, Katar, GCC, zasoby surowców.

The conflict between Saudi Arabia and Qatar. An attempt to analyze the events of 2017–2021

Abstract

The purpose of this article is to present the events that took place in the Persian Gulf Region in 2017–2021, when the Saudi-Qatar conflict escalated, with the active participation of Iran and, to a lesser extent, Turkey. The study adopted the thesis that the course of the conflict and the behavior of the parties had an impact not only on international relations in the Persian Gulf region. It was a test for the regional organization (GCC) as a forum for mutual understanding between the countries of the region, in the context of Qatar's persistence in its clash with a powerful neighbor. For Tehran, it was an opportunity to expand its sphere of influence, which, as the events between 2017 and 2021 showed, was partially successful. The method of foreign policy analysis and content analysis was adopted in the study.

Keywords: Saudi Arabia, Qatar, GCC, raw material resources.

* Adiunkt, politolog, Uniwersytet Łódzki, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politycznych, Katedra Teorii i Historii Stosunków Międzynarodowych; e-mail: maciej.paszyn@uni.lodz.pl

Gdy 5 czerwca 2017 r. sześć państw arabskich na czele z Arabią Saudyjską zerwało stosunki dyplomatyczne z Katar, dla obserwatorów i analityków sceny bliskowschodniej i rynków paliwowych było jasne, że jest to z jednej strony zwieńczenie i zamknięcie pewnego procesu w relacjach regionalnych w Zatoce Perskiej, a z drugiej rozpoczęcie nowego etapu w relacjach pomiędzy krajami regionu – ważnego pod względem politycznym, jak i gospodarczym (złoża ropy i gazu szacowane na największe na świecie).

Można zadać pytanie, czy zasobna w ropę naftową Arabia Saudyjska, wsparta krajami takimi jak Egipt, ZEA, Bahrajn, Jemen, w zderzeniu z niewielkim, ale zasobnym w surowce Katar, szybko zrealizuje zakładane cele. Niewątpliwie do takowych należało osłabienie międzynarodowej pozycji emiratu i rozwijanej sieci powiązań regionalnych (sojusze z Ankarą i Teheranem), jak również samodzielne działania na rynkach paliwowych związanych z wydobyciem i eksportem ropy i przede wszystkim gazu ziemnego¹.

Konflikt polityczny, rozpoczęty w czerwcu 2017 r., miał głębsze podłoże. Związana z decyzjami Rijadu antykatarska ofensywa dyplomatyczna i gospodarcza była szykowana od dawna. Jako lokalny hegemon Rijad nie mógł pozwolić, aby kraj o znacznie niższym potencjale gospodarczym i demograficznym, niemający pozycji porównywalnej z Arabią Saudyjską, emirat, do niedawna łączony z polityką Saudów w regionie, rozpoczął samodzielną politykę międzynarodową w oparciu o Iran

Konflikt między Katar, Arabią Saudyjską i ZEA widać było już wcześniej, w związku z wydarzeniami w krajach dotkniętych Arabską Wiosną. W Libii Katar popierał islamistów próbujących przejąć władzę nad Trypolisem i wybrzeżem. W tym czasie Zjednoczone Emiraty Arabskie wspierały finansowo i zbrojnie generała Haftara i rząd z Tobruku. Z kolei w Egipcie Katar wspierał dużymi dotacjami działania Bractwa Muzułmańskiego, jak i wywodzącego się z niego prezydenta Muhammada Mursiego. Kontrze do tych działań Arabia i Emiraty wsparły zamach stanu w 2014 r., kiedy to armia egipska obaliła Mursiego i uczyniła głową państwa formalnie byłego wojskowego al-Sisiego. Trzecim krajem, w którym starły się wpływy Arabii Saudyjskiej i ZEA oraz Kataru, była Syria, gdzie Katar sponsorował Front Nusra, uważany za lokalny odłam al-Kaidy, a Arabia Saudyjska Jaish al Islam we wschodniej Ghocie. Obydwie frakcje toczą ze sobą walki w Syrii. Z drugiej strony należy pamiętać, że Katar uczestniczył po stronie Saudów w pierwszym etapie wojny plemiennej w Jemenie. Od 2015 do 2017 r. lotnictwo Kataru wspierało działania wojenne armii saudyjskiej przeciwko powstaniu Hu-

¹ *Dlaczego Katar popadł w konflikt z sąsiadami*, <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Dlaczego-Katar-popadl-w-konflikt-z-sasiadami-7524423.html> (dostęp: 12.07.2021).

tich, którzy uzyskali poparcie Iranu. Dopiero w 2017 r. Katar opuścił szeregi koalicji prosaudyjskiej.

Bezpośrednią przyczyną kryzysu było rzekome stwierdzenie emira Kataru, że Hamas jest przedstawicielem wszystkich Palestyńczyków. Decyzja ta była powiązana także z oskarżeniami Kataru o wspieranie przez ten kraj organizacji terrorystycznych.

W dniu 5 czerwca 2017 r. Arabia Saudyjska, Bahrajn, Egipt, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Jemen, a także urzędujący w Trypolisie rząd Libii zdecydowały o całkowitym zerwaniu relacji z Katarzem. Rijad i reszta krajów wydały ambasadorów emiratu, jak również dziennikarzy telewizji Al-Jazira, która ma swoją siedzibę w stolicy tego kraju. Kraje arabskie zamknęły przestrzeń powietrzną dla samolotów linii Qatar Airways, co wielu obserwatorów odebrało jako wyraz rywalizacji lokalnych potentatów, głównie z linii Emirates. Kraje Zatoki Perskiej zlikwidowały połączenia morskie z emiratem, Arabia Saudyjska odcięła jedyne połączenie półwyspu, na którym leży Katar ze stałym lądem, czyli granicę lądową.

Dalszym krokiem koalicji antykatarskiej było ogłoszenie 23 czerwca 2017 r. listy żądań, które emirat miał zrealizować zanim strony usiądą do stołu rokowań². Katarskie władze dostały 10 dni na spełnienie żądań, które miały zakończyć kryzys w regionie³. Na liście przygotowanej przez Arabię Saudyjską, Zjednoczone Emiraty Arabskie (UAE), Egipt i Bahrajn było 13 żądań. Katar miał: ogłosić, że zrywa stosunki z terrorystycznymi i sekciarskimi organizacjami, takimi jak ISIS, Bractwo Muzułmańskie, Al-Kaida czy Hezbollah. Emirat miał też wydać wskazanych terrorystów, znajdujących się na jego terytorium. Ponadto na liście znalazło się również żądanie rozluźnienia relacji z Iranem i zamknięcie telewizji Al-Dżazira, jak również tureckiej bazy wojskowej w Katarze.

W odpowiedzi na pismo z 23 czerwca 2017 r. przedstawiciel Turcji, Fikri Isik, odrzucił żądanie zamknięcia bazy⁴. Według tureckich mediów liczba tureckich żołnierzy w Katarze ma wzrosnąć nawet do tysiąca⁵. W podobnym tonie na konflikt Doha – koalicja prosaudyjska zareagował prezydent Turcji

² „Zamknijcie Al-Dżazirę”. Państwa arabskie stawiają żądania Katarowi, „Gazeta Wyborcza”, 23.06.2017, <https://wyborcza.pl/7,75399,21999106,zamknijcie-al-jazeera-panstwa-arabskie-stawiaja-zadania-katarowi.html> (dostęp: 12.07.2021).

³ *Ibidem*.

⁴ Stwierdził, że wszelkie tego typu wezwania będą stanowić ingerencję w stosunki Ankarę z Dauhą. Zamiast tego zaproponował wzmocnienie tureckiej obecności.

⁵ *Erdogan: Ultimatum wobec Kataru niezgodne z prawem*, „Gazeta Prawna”, 25.06.2017, <https://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/artykuly/1053090,ultimatum-wobec-kataru-niezgodne-z-prawem-erdogan.html> (dostęp: 12.07.2021).

Recep Tayyip Erdoğan, który ocenił 13-punktowe ultimatum przedstawione Katarowi jako niezgodne z międzynarodowym prawem. „Popieramy stanowisko Kataru, ponieważ uważamy, że lista 13 żądań jest niezgodna z międzynarodowym prawem” – powiedział Erdoğan cytowany przez państwową agencję prasową Anatolia⁶. Za „brak szacunku wobec Turcji” uznał żądanie wycofania tureckich sił z Kataru⁷. Wyraźne opowiedzenie się po stronie Kataru w tym konflikcie oznaczało, że Ankara widzi w emiracie lokalnego sojusznika przeciwko hegemonii Arabii Saudyjskiej. Wyrazem poparcia dla polityki Dohy była decyzja Wielkiego Zgromadzenia Narodowego z 7 czerwca 2017 r., kiedy to parlament w Ankarze przegłosował w trybie nadzwyczajnym zwiększenie kontyngentu tureckiej bazy w Katarze. Ponadto Ankara wysłała sto samolotów transportowych z dostawami żywności do emiratu.

Wiele wskazuje na to, że na decyzję o blokadzie Kataru wpłynęła wizyta prezydenta USA Donalda Trumpa w Arabii Saudyjskiej 20 maja 2017 r.⁸ Wizyta Trumpa pokazać miała władzom Arabii Saudyjskiej wagę, jaką przywiązuje on do sojuszu amerykańsko-saudyjskiego⁹. Wizyta prezydenta USA miała być zmianą w stosunku do prezydentury Baracka Obamy, kiedy to stosunki dwustronne się pogorszyły. Saudyjczycy domagali się bardziej aktywnej polityki USA wobec Iranu (sojusznika Kataru). Ponadto Rijad sprzeciwiał się porozumieniu w sprawie irańskiego programu nuklearnego, podpisanego w lipcu 2015 r. przez USA, Rosję, Chiny, Francję, Wielką Brytanię i UE oraz Teheran.

W Rijadzie Donald Trump spotkał się z władzami Arabii Saudyjskiej oraz z głowami państw Rady Współpracy Zatoki Perskiej (GCC). Przebieg wizyty podkreślił rolę Arabii Saudyjskiej w regionie Bliskiego Wschodu i zademonstrował amerykańskie poparcie państw zawiązanej przez Arabię Saudyjską koalicji, stawiającej za cel przeciwdziałanie polityce Iranu.

W trakcie wizyty prezydenta Trumpa w Arabii Saudyjskiej ogłoszono sfinalizowanie kontraktu zbrojeniowego stulecia. W ciągu dekady Stany Zjednoczone sprzedać mają Saudyjczykom sprzęt wojskowy o wartości 110 mld dol., w tym samoloty, okręty i pociski samosterujące. W ten sposób pod kuratelą Saudów administracja w Waszyngtonie chce wzmocnić potencjał wojskowy arabskich państw Zatoki Perskiej, aby wzięły odpowiedzialność za bezpieczeństwo na Bliskim Wschodzie. Poparcie prezydenta Trumpa dla zacieśnienia współpracy wojskowej państw arabskich mogło przyspieszyć decyzje

⁶ *Ibidem.*

⁷ *Ibidem.*

⁸ P. Sasnal, *Wizyta prezydenta Donalda Trumpa w Arabii Saudyjskiej*, Komentarz PISM, https://pism.pl/publikacje/Komentarz_PISM__Wizyta_prezydenta_Donald_Trump_w_Arabii_Saudyjskiej (dostęp: 10.09.2021).

⁹ *Ibidem.*

o rozpoczęciu działań przeciwko Katarowi być może przy cichym wsparciu USA i dzięki nieoficjalnym informacjom, że Izrael sprzyja tym planom.

Niczym dziwnym stały się doniesienia o tym, że blokada Kataru ma błogosławieństwo USA, skoro sam Trump pisał na Twitterze, że jego wizyta na Półwyspie Arabskim zaczyna przynosić efekty. Jednym z nich jest blokada Kataru, która może będzie początkiem końca wojny z terroryzmem¹⁰. Tak sformułowana deklaracja prezydenta USA wywołała poruszenie w amerykańskiej administracji. W Katarze znajduje się największa na Bliskim Wschodzie amerykańska baza wojskowa, będąca jednocześnie centrum dowodzenia operacji w regionie¹¹.

Co zrozumiałe, zerwanie stosunków dyplomatycznych z Katarom skrytykował rządzony przez szyitów z partii Zew Islamu Irak, a także Iran. Pierwszy z wymienionych krajów poparł Katar. Bliskie relacje Kataru z Iranem stały się powodem włączenia Teheranu w konflikt rozpoczęty decyzją Arabii Saudyjskiej i jej sojuszników. W Iranie w dniu 19 maja 2017 r., a więc na dzień przed wizytą prezydenta Trumpa w Rijadzie, dotychczasowy prezydent Rouchani wygrał wybory prezydenckie. W dniu 27 maja 2017 r. maja emir Kataru zadzwonił do prezydenta islamskiej republiki Hassana Rouhaniego, gratulując mu reelekcji. W ten sposób w okresie od 20 maja do 23 czerwca zarysował się wyraźny podział na strony konfliktu.

Z jednej strony Katar wsparty przez Iran i Turcję, z drugiej strony Arabia Saudyjska, ZEA, Egipt czy Bahrajn. Uczestnictwo Teheranu i Rijadu w tym sporze zwiastowało groźbę przekształcenia starcia dyplomatycznego i gospodarczego w otwarty konflikt pomiędzy lokalnymi mocarstwami. Oba państwa mają także zbieżne interesy i często wspierają te same organizacje, w szczególności palestyński Hamas. Arabia Saudyjska ma z kolei wspólne interesy z Izraelem, a w szczególności wspólnych wrogów, wśród których szczególne miejsce zajmuje Iran.

Jak wiemy, relacje Rijad – Teheran nie zawsze były nacechowane wrogością. Przed obaleniem szacha, do 1978 r., relacje obustronne były pozytywne, natomiast oba państwa zaliczane były do grona sojuszników Zachodu w regionie Zatoki Perskiej. Rządy teokratyczne w Teheranie, obok USA, znalazły przeciwnika w Arabii Saudyjskiej, słusznie uznawanej za forpoczta wpływów Waszyngtonu na Bliskim Wschodzie. Dzięki dochodom z ropy Saudowie mogli pozwolić sobie na szereg przedsięwzięć mających powstrzymać ekspansję irańskich szyitów. Dopiero po rewolucji w Iranie okazało się, jak ważny dla relacji

¹⁰ „To dobrze, że wizyta w Arabii Saudyjskiej, spotkanie z królem i przywódcami 50 krajami już się opłaca. Powiedzieli, że przyjmą twarde stanowisko w sprawie finansowania... ekstremizmu, a wszystkie doniesienia wskazywały na Katar. Być może będzie to początek końca horroru terroryzmu! Donald J. Trump” (@realDonaldTrump).

¹¹ Z tego miejsca koordynowane są naloty od Jemenu, przez Syrię, po Afganistan. Stacjonuje w niej ponad 10 tys. żołnierzy i ma strategiczne znaczenie dla Pentagonu.

międzynarodowych jest fakt, że na terenie państwa Saudów znajdują się święte miejsca islamu, Mekka i Medyna. Wiadomym było, że Saudowie opierają swoją władzę na bardzo konserwatywnej interpretacji islamu. Pojawienie się ośrodka radykanego szyizmu w Iranie spowodowało, że władze w Rijadzie zaczęły postrzegać inne ruchy religijne jako uderzające w ich władzę i ich wpływy w regionie. Druga strona postrzegała ten problem podobnie, jednak będąc bardziej radykalną, sięgnęła po bardziej radykalne środki. Przykładem niech będą wydarzenia z roku 1987, kiedy to w Mekce, podczas corocznej pielgrzymki muzułmanów demonstracje pielgrzymów z Iranu zamieniły się w zamieszki i starcia z saudyjskimi siłami bezpieczeństwa, co doprowadziło do śmierci ponad 400 osób i tysięcy rannych. Warto pamiętać, że wydarzenia te miały miejsce podczas krwawej, toczonej od 1980 r., wojny iracko-irańskiej, a Rijad przekazywał ogromne nakłady finansowe na wsparcie Bagdadu pomimo nie najlepszych relacji ze świeckim reżimem Saddama Husajna. Pomimo tych zawirowań wszystkie trzy kraje pozostały członkami Organizacji Państw Eksporterów Ropy Naftowej – OPEC i nadal współpracowały w celu powstrzymania spadku cen ropy i utrzymania pozycji na rynkach energetycznych. Między innymi dlatego relacje Arabii Saudyjskiej poprawiły się w latach 90. i w pierwszej dekadzie XXI w.

Do kolejnego pogorszenia relacji doszło w okresie Arabskiej Wiosny, kiedy Iran wspierał szyickich sojuszników w Iraku, Syrii oraz Libanie. W oczywisty sposób uderzało to w interesy i ambicje dynastii Saudów. Propaganda szyicka uderzała w Saudów jako niegodnych bycia opiekunami i strażnikami świętych miejsc w Mekce i Medynie.

Największym polem konfliktu okazał się jednak Jemen. W toczącej się w tym kraju wojnie domowej jedną z głównych antyrządowych sił są Huti, polityczno-religijne ugrupowanie szyickie, wspierane przez Iran. Gdy w 2014 r. zajęli oni stolicę Jemenu – Sanę, Arabia Saudyjska uznała to za zagrożenie dla własnego bezpieczeństwa. Rijad oskarżył Iran o wspieranie Hutich i rozpoczął w roku 2015 interwencję militarną w Jemenie, która nie przyniosła rozstrzygnięcia, spowodowała katastrofę humanitarną. Przypomnijmy, że w pierwszym okresie wojny domowej w Jemenie, do 2017 r., uczestniczył Katar wspierający Saudów. Interwencja zaogniła relacje z Teheranem, szczególnie po wyroku śmierci i egzekucji dokonanej przez władze saudyjskie na osobie Nimra al-Nimra, popularnego duchownego szyickiego w Arabii Saudyjskiej, gdzie wschód kraju zamieszkuje mniejszość wyznająca ten odłam islamu. Spalenie przez tłum Irańczyków ambasady Saudyjskiej w Teheranie spowodowało zerwanie stosunków dyplomatycznych.

Zrozumiałe jest, że będąc od ponad trzech lat blokowanym przez swoich sąsiadów z Zatoki Perskiej, Katar nie tylko nie mógł zerwać swoich więzi z Iranem, ale nawet ich osłabić. Od roku 2017, gdy koalicja krajów arabskich

nałożyła blokadę na Dohę, Katar zaczął polegać na współpracy regionalnej z Iranem, która powoli, wobec rozwijających się relacji gospodarczych, z czasem musiała przekształcić się we współpracę polityczną.

Aby pokazać zmianę w relacjach dwustronnych, Katar przywrócił w 2017 r. swojego ambasadora w Iranie. Przed wybuchem pandemii koronawirusa Najwyższy Przywódca Ali Chamenei spotkał się w styczniu 2020 r. z katarskim emirem Tamimem bin Hamadem al-Thanim i powiedział, że stosunki dwustronne muszą się pogłębić, ponieważ współpraca gospodarcza nie osiągnęła odpowiedniego poziomu współpracy politycznej¹².

Podczas wirtualnego spotkania dnia 14 października 2020 r. minister energetyki Iranu Reza Ardakanian oraz minister przemysłu i handlu Kataru Ali bin Ahmed al-Kuwari podkreślili dalszy rozwój stosunków dwustronnych między dwoma sąsiadującymi krajami¹³. Jednocześnie obaj ministrowie „podkreślili również potrzebę negocjacji w celu określenia przedmiotu współpracy i sposobu jej realizacji”¹⁴. Uzgodnili także, że do końca 2020 r. w Teheranie odbędzie się siódme posiedzenie Wspólnej Komisji Współpracy obu krajów, na którym zostanie podpisany protokół ustaleń dotyczących dalszego rozwoju stosunków handlowych, zatwierdzony przez oba kraje¹⁵. Innym przykładem współpracy między Dohą a Teheranem są wspólne inwestycje z zakresu energetyki. 9 listopada 2020 r. agencja IRNA donosiła, że Iran i Katar „rozwijają kooperację w zakresie energetyki”¹⁶. Zarówno irański minister ds. Energii Reza Ardakanian, jak i minister stanu ds. Energii Kataru Saad Sherida al-Kaabi podkreślili rozwój współpracy w dziedzinie energii elektrycznej. Spotkanie to miało miejsce podczas wizyty irańskiego ministra w stolicy Kataru. Przy okazji poinformowano, że irański gość przywiózł list od prezydenta Hassana Rouhaniego dla emira Kataru, szejka Tamima bin Hamada al-Thaniego z propozycją dalszej współpracy¹⁷. Zgrzytem we współpracy Teheran – Doha był fakt, że Katar z innymi członkami Rady Współpracy

¹² Według Adnana Mousapoura, szefa Irańsko-Katarskiej Wspólnej Izby Handlowej, pomimo wzmożonej współpracy między Dohą a Teheranem udział Iranu w rynku dóbr importowanych Kataru o wartości 30 miliardów dolarów wyniósł w 2020 r. zaledwie 2%. M. Abdullah, *Iran, Qatar Sign Deal to Boost Economic Cooperation*, 25.11.2020, <https://www.aa.com.tr/en/middle-east/iran-qatar-sign-deal-to-boost-economic-cooperation/2055423> (dostęp: 12.07.2021).

¹³ *Iran, Qatar Agree to Hold Joint Cooperation Commission in Tehran*, <https://iranpress.com/content/28577> (dostęp: 12.07.2021).

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ *Iran, Qatar to Develop Electricity Cooperation*, <https://en.irna.ir/news/84104369/Iran-Qatar-to-develop-electricity-cooperation#ref=translate> (dostęp: 14.11.2020).

¹⁷ *Ibidem*.

Zatoki Perskiej (GCC) popiera amerykańskie apele o przedłużenie embarga na broń wobec Iranu. Wynika to z realizmu władz w Doha, która obawia się zbytznego wzmocnienia swojego nowego sojusznika. Polityka wobec Iranu nie jest oparta na idealistycznych poglądach, na przyjaźni i lojalności, lecz na pragmatyzmie i przetrwaniu w trudnej sytuacji.

Jeżeli tego typu kontakty rozpatrujemy zarówno w wymiarze regionalnym, relacje Iran – Arabia Saudyjska, Katar – Arabia Saudyjska, jak i działalności OPEC jako organizacji, możemy zauważyć pewne prawidłowości. Rijad grał na osłabienie swoich dwóch przeciwników w regionie – Teheranu i Dohy, przy utrzymaniu spistości i efektywności działania kartelu naftowego, nie przekraczając cienkiej linii, która może być granicą między wojną a pokojem.

Gdy 3 grudnia 2018 r. Katar ogłosił, że opuści Organizację Krajów Eksportujących Ropę Naftową (OPEC) w dniu 1 stycznia 2019 r., mało kto z obserwatorów rynku paliwowego i komentatorów sytuacji w regionie Zatoki Perskiej był zaskoczony tą decyzją. Decyzja władz emiratu była pochodną działań i wydarzeń ostatnich kilku lat¹⁸. Powstało pytanie, czy opuszczenie kartelu przez Katar w znaczący sposób wpłynie na produkcję OPEC, do której należą główni aktorzy konfliktu: Iran, Arabia Saudyjska, Katar i ZEA. W 2017 r. Katar wydobywał 600 000 baryłek dziennie ropy naftowej. Było to mniej niż 2% (1,0%) produkcji OPEC¹⁹. Podobna sytuacja miała miejsce w 2018 r., gdy według Międzynarodowej Agencji Energetycznej (IEA) wyniosła 610 000 baryłek/dzień. Ogłaszając swoje odejście, Katar zapowiedział, że dotrzyma swojego limitu wydobywczego, uzgodnionego podczas porozumienia OPEC-plus, czyli porozumienia zawartego między OPEC a Rosją. Na decyzje Kataru o wystąpieniu z OPEC wpływ miał fakt, że emirat jest znaczącym producentem gazu płynnego, który nie podlega limitom produkcyjnym OPEC. Katarska produkcja LNG w 2017 r. wyniosła 1,916 mb/d, ponad trzykrotnie więcej niż wydobyte ropy naftowej²⁰. Od dekady Katar zarabiał więcej na gazie ziemnym i produktach pokrewnych niż na ropie naftowej. Od 2013 do 2017 r. skroplony gaz ziemny (LNG) zapewnił 42% dochodów

¹⁸ Katar dołączył do organizacji OPEC w 1961 r., krótko po jej założeniu w 1960 r. Emirat nie jest pierwszym krajem, który opuścił OPEC. Jako pierwszy uczynił to Ekwador w 1992 r., dołączył ponownie w 2007 r. Również Gabon opuścił organizację w 1995 r., ponownie dołączył w 2016 r. Z kolei Indonezja opuściła OPEC w 2009 r. Dołączyła ponownie na początku 2016 r., a następnie ponownie przestała być członkiem OPEC pod koniec 2016 r. Katar jest pierwszym krajem z Bliskiego Wschodu, który opuścił kartel.

¹⁹ *Review*, <https://www.gtreview.com/news/mena/analysis-the-consequences-of-qatars-opec-exit/> (dostęp: 12.07.2021).

²⁰ *Relacje saudyjsko-irańskie. Czy czeka nas przełom?*, 4.05.2021, <https://warsawinstitute.org/pl/relacje-saudyjsko-iranskie-czy-czeka-nas-przelom/> (dostęp: 12.07.2021).

z eksportu dla tego kraju²¹. Głównym miejscem wydobycia gazu w emiracie jest North Field, które eksploatowane jest wspólnie z Iranem, było zresztą jednym z powodów nieporozumień z ZEA i Rijadem. Wynikało to z faktu, że w 2005 r. Katar ogłosił moratorium na nowe projekty eksploatacyjne na North Field, chociaż rozwijał projekty gazowe na własny rynek. Ten limit wydobyczy został zniesiony w 2017 r.²² Już w 2006 r. Katar stał się największym eksporterem na świecie – 77 mln ton LNG rocznie. Wzmożenie wydobycia zwiększyło eksport w 2017 r. do 81 mln ton rocznie. Można więc odnieść wrażenie, że w przypadku rynku ropy wpływ opuszczenia kartelu na gospodarkę emiratu i działania OPEC jest niewielki. Katar jest małym producentem ropy naftowej, a jego produkcja płynnego gazu LNG jest znacznie większa niż produkcja ropy naftowej. Pojawiło się również kilka pytań dotyczących strategii rynkowej OPEC, zwłaszcza w świetle bardzo silnego wzrostu produkcji ropy w USA oraz tego, czy partnerstwo OPEC-plus z Rosją odbywa się kosztem technokratycznego podejścia, które tak dobrze służyło saudyjskiej polityce naftowej. Opuszczenie OPEC przez emirat pokazuje, jak szeroka jest przepaść między Arabią Saudyjską a Katarzem. Z drugiej strony, członkostwo Kataru w OPEC w niewielkim stopniu wpłynęło na wydobycie i eksport gazu przez Dohę. OPEC nigdy nie ograniczał planów gazowych Kataru, a opuszczenie OPEC przez ten kraj nie przyniosło zmian w gospodarce emiratu²³.

Nazywany przez niektórych obserwatorów rynku „Qatxit”, ruch Kataru, jest postrzegany jako akt polityczny w czasie trwającej blokady tego państwa przez Arabię Saudyjską i jej sojuszników. W dłuższej perspektywie wyjście tego kraju może osłabić status organizacji, jaką jest OPEC, ponieważ mniejsi członkowie czują się coraz bardziej wykluczeni przez dominację saudyjsko-rosyjską oraz rywalizacją Rijad – Teheran²⁴. Decyzja Dohy jest ważna ze względu na jej symbolikę. To chęć zademonstrowania ambicji i niezależności w obliczu przeciwności, takich jak bojkot kraju przez Arabię Saudyjską, Zjednoczone Emiraty Arabskie i inne.

²¹ J. D. Colgan, *Qatar Will Leave OPEC. Here's What this Means*, „The Washington Post” 2018, December 6, <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2018/12/06/qatar-will-leave-opec-heres-what-this-means/> (dostęp: 12.07.2021).

²² E. Knecht, *Gas-focused Qatar to Exit OPEC in Swipe at Saudi Influence*, „REUTERS” 2018, December 3, <https://www.reuters.com/article/us-qatar-opec-idUSKBN1O20DT> (dostęp: 12.07.2021).

²³ N. Ahmado, *Experts: Gulf Rift Widening as Qatar Quits OPEC*, „VOA News from Iran” 2019, January 2, <https://www.voanews.com/extremism-watch/experts-gulf-rift-widening-qatar-quits-opec> (dostęp: 12.07.2021).

²⁴ *Ibidem*.

Duży wpływ na to miała osoba Saada Sherida al-Kaabiego, nowego ministra energii i dyrektora generalnego Qatar Petroleum. Po objęciu urzędu w listopadzie 2018 r. wybrał bardziej ekspansjonistyczne podejście do aktywności na rynkach energetycznych. W połowie grudnia 2018 r. ogłosił, że Qatar Petroleum zamierza zainwestować około 20 miliardów dolarów w wydobycie gazu i ropy naftowej w USA²⁵.

Katar wykorzystuje opuszczenie OPEC do promowania zmian strategicznych rozwoju wydobycia i eksportu gazu. Zwiększenie wydobycia gazu trwa od czasu, gdy Katar w kwietniu 2017 r. ogłosił zniesienie narzuconego przez siebie moratorium na rozbudowę wydobycia na Field North. Od tego czasu Doha zwiększa moce produkcyjne. Planuje zwiększyć produkcję o 43% do 2024 r. – do 110 mln ton rocznie.

Kraje, które blokowały Katar, np. ZEA, nie zdecydowały się na zamknięcie gazociągu Dolphin, który przez cały okres kryzysu zaopatrywał elektrownię i odsalarnię wody morskiej w jednym z emiratów w Fudżajra. Fakt ten pokazał zależność ZEA od gazu z Kataru za pośrednictwem rurociągu Dolphin. Katar utrzymał ten eksport, aby wzmocnić swoją pozycję jako wiarygodny dostawca. Na innych rynkach, w tym amerykańskim, Katarczycy mogli oferować konkurencyjne cenowo długoterminowe kontrakty, aby zapewnić sobie udział w rynku oraz pozyskać sojuszników politycznych w świetle bojkotu. Warto obserwować relacje Doha z Teheranem, ponieważ oba państwa dzielą wydobycie na polu gazowym, jednym z najbogatszych na świecie, North Field/South Pars, którego zasoby ocenia się na 52 biliony m³ gazu.

Brak rozstrzygnięć w konflikcie z Katarą, mediacja USA spowodowały zakończenie konfliktu przez Rijad, który zdecydował się zakończyć blokadę emiratu²⁶. Arabia Saudyjska otworzyła 4.01.2021 r. granice lądowe i morskie oraz przestrzeń powietrzną, kończąc tym samym bojkot Kataru. Decyzja ta podjęta w przededniu szczytu Rady Współpracy Państw Zatoki Perskiej (GCC) może utorować drogę do rozwiązania sporu politycznego, który doprowadził kilka lat temu do bojkotu i blokady Kataru. W GCC w saudyjskim mieście Al Ula przy udziale ministra spraw zagranicznych Kuwejtu, Ahmada Nasera al-Sabaha, Tamim Bin Hamad al Thani, emir Kataru, oraz następcy tronu Arabii Saudyjskiej, księżę Muhammad ibn Salman as-Saud, wraz z przedstawicielami ZEA, Bahrajnu i Egiptu 5 stycznia 2021 r., podpisali po-

²⁵ R. El Gamal, E. Knecht, D. Zhdannikov, *Qatar Petroleum to Invest \$20 billion in U.S. in Major Expansion*, „REUTERS” 2018, June 16, <https://www.reuters.com/article/us-qatar-gas-qp-idUSKBN1OF07X> (dostęp: 12.07.2021).

²⁶ *Przełom w Zatoce Perskiej? Arabia Saudyjska kończy z blokadą Kataru*, <https://www.euractiv.pl/section/demokracja/news/arabia-saudyjska-katar-kuwejt-iran-usa-trump-kushner-turcja/> (dostęp: 12.07.2021).

rozumienia między Rijadem i Doha. Dokument ten podpisany w obecności wysłannika prezydenta Trumpa, jego zięcia Jareda Kushnera, miał zakończyć trzypółletni konflikt.

Efektom zakończenia konfliktu na linii Rijad – Doha może być stopniowa normalizacja relacji saudyjsko-irańskich. Według doniesień prasowych na początku kwietnia 2021 r. doszło do spotkania przedstawicieli obu państw w Bagdadzie, który znalazł się w ostatnim okresie w orbicie wpływów Iranu²⁷, co sugerować może złagodzenie napięć na linii Rijad – Teheran. Arabia Saudyjska straciła sojusznika w postaci Donalda Trumpa, który udzielał monarchii wsparcia w rywalizacji z Iranem. Administracja Joe Bidena przybrała nowe, inne niż Trump, podejście w kwestii polityki bliskowschodniej. Stopniowo Waszyngton zaczął dystansować się od działań rodu Saudów, zapowiadając podjęcie dialogu z Teheranem na wzór tego z czasów prezydentury Baracka Obamy. W ten sposób Rijad zmuszony został do korekty swojej polityki i poprawy wizerunku u sojusznika. Pierwszym tego przejawem było porozumienie z Katarą w styczniu 2021 r. i zakończenie w ten sposób kryzysu dyplomatycznego w Zatoce Perskiej (dla przypomnienia działa się to jeszcze za kadencji Donalda Trumpa). Z kolei informacje o spotkaniu w Bagdadzie należy więc traktować jako kolejny krok mający na celu pokazanie, że zmniejszenie napięcia w regionie jest bardzo prawdopodobne. Prawdopodobnie Saudowie zrozumieli, że ich dotychczasowa polityka konfrontacji nie przyniosła spodziewanych efektów²⁸. Zyskał na tym Katar, który obronił swoją niezależność wobec Rijadu. Otwarte pozostaje pytanie, czy nie nastąpiło to kosztem zbytniego związania się z Iranem.

Bibliografia

- Abdullah M., *Iran, Qatar Sign Deal to Boost Economic Cooperation*, 25.11.2020, <https://www.aa.com.tr/en/middle-east/iran-qatar-sign-deal-to-boost-economic-cooperation/2055423> (dostęp: 12.07.2021).
- Ahmado N., *Experts: Gulf Rift Widening as Qatar Quits OPEC*, „VOA News from Iran” 2019, January 2, <https://www.voanews.com/extremism-watch/experts-gulf-rift-widening-qatar-quits-opec> (dostęp: 12.07.2021).
- Colgan J. D., *Qatar Will Leave OPEC. Here's What this Means*, „The Washington Post” 2018, December 6, <https://www.washingtonpost.com/news/>

²⁷ *Iran przyznaje: Rozmawiamy z Arabią Saudyjską*, „Rzeczpospolita”, 10.05.2021, <https://www.rp.pl/Dyplomacja/210519972-Iran-przyznaje-Rozmawiamy-z-Arabia-Saudyjska.html> (dostęp: 22.07.2021).

²⁸ A. L. Jacobs, *Qatar's Regional Relations and Foreign Policy After Al Ula*, Apr 14, 2021, <https://agsiw.org/qatars-regional-relations-and-foreign-policy-after-al-ula/> (dostęp: 10.09.2021).

- monkey-cage/wp/2018/12/06/qatar-will-leave-opec-heres-what-this-means (dostęp: 12.07.2021).
- Czy czeka nas przełom?*, 4.05.2021, <https://warsawinstitute.org/pl/relacje-saudyjsko-iranskie-czy-czeka-nas-przelom/> (dostęp: 12.07.2021).
- Dlaczego Katar popadł w konflikt z sąsiadami*, <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Dlaczego-Katar-popadl-w-konflikt-z-sasiadami-7524423.html> (dostęp: 12.07.2021).
- El Gamal R., Knecht E., Zhdannikov D., *Qatar Petroleum to invest \$20 billion in U.S. in Major Expansion*, „REUTERS” 2018, June 16, <https://www.reuters.com/article/us-qatar-gas-qp-idUSKBN1OF07X> (dostęp: 12.07.2021).
- Erdogan: Ultimatum wobec Kataru niezgodne z prawem*, „Gazeta Prawna” 25.06.2017, <https://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/artykuly/1053090,ultimatum-wobec-kataru-niezgodne-z-prawem-erdogan.html> (dostęp: 12.07.2021).
- Iran przyznaje: Rozmawiamy z Arabią Saudyjską*, „Rzeczpospolita”, 10.05.2021, <https://www.rp.pl/Dyplomacja/210519972-Iran-przyznaje-Rozmawiamy-z-Arabia-Saudyjska.html> (dostęp: 10.09.2021).
- Iran, Qatar Agree to Hold Joint Cooperation Commission in Tehran*, <https://iranpress.com/content/28577> (dostęp: 12.07.2021).
- Iran, Qatar to Develop Electricity Cooperation*, <https://en.irna.ir/news/84104369/Iran-Qatar-to-develop-electricity-cooperation#ref=translate> (dostęp: 14.11.2020).
- Jacobs A. L., *Qatar's Regional Relations and Foreign Policy After Al Ula*, April 14, 2021, <https://agsiw.org/qatars-regional-relations-and-foreign-policy-after-al-ula/> (dostęp: 10.09.2021).
- Knecht E., *Gas-focused Qatar to Exit OPEC in Swipe at Saudi Influence*, „REUTERS” 2018, December 3, <https://www.reuters.com/article/us-qatar-opec-idUSKBN1O20DT> (dostęp: 12.07.2021).
- Przełom w Zatoce Perskiej? Arabia Saudyjska kończy z blokadą Kataru*, <https://www.euractiv.pl/section/demokracja/news/arabia-saudyjska-katar-kuwejt-iran-usa-trump-kushner-turcja/> (dostęp: 12.07.2021).
- Review*, <https://www.gtreview.com/news/mena/analysis-the-consequences-of-qatars-opec-exit/> (dostęp: 12.07.2021).
- Sasnal P., *Wizyta prezydenta Donalda Trumpa w Arabii Saudyjskiej*, Komentarz PISM, https://pism.pl/publikacje/Komentarz_PISM__Wizyta_prezydenta_Donald_Trumpa_w_Arabii_Saudyjskiej (dostęp: 10.09.2021).
- „Zamknijcie Al-Dżazirę”. Państwa arabskie stawiają żądania Katarowi*, „Gazeta Wyborcza”, 23.06.2017, <https://wyborcza.pl/7,75399,21999106,zamknijcie-al-jazeera-panstwa-arabskie-stawiaja-zadania-katarowi.html> (dostęp: 12.07.2021).

Marek Sempach*

 <https://orcid.org/0000-0002-2792-5076>

Amerykanizacja kampanii wyborczych a aplikacja marketingu na rynku politycznym w Polsce w pierwszej dekadzie przemian ustrojowych

Abstrakt

Począwszy od roku 1952, marketing polityczny nieustająco rozwijał się w USA, które ostatecznie stały się światowym liderem w skutecznej aplikacji marketingu na rynku politycznym. Po upadku komunizmu w Polsce w roku 1989 pojawiły się nowe uwarunkowania rynkowe, gdzie wzorem wielu innych państw kampania wyborcza prowadzona w amerykańskim stylu stała się możliwa do przeprowadzenia. Artykuł zawiera marketingową ocenę kluczowych kampanii prezydencko-parlamentarnych w Polsce, które toczyły się w pierwszej dekadzie po transformacji ustrojowej. Tekst weryfikuje charakter zaangażowania marketingowego lokalnych organizacji partyjnych, poddając ocenie kwestię potencjalnej amerykańskiej kampanii wyborczych w Polsce w latach dziewięćdziesiątych XX w. Podjęty problem weryfikowano, wykorzystując metodę obserwacji oraz krytyki dostępnych źródeł literaturowych.

Słowa kluczowe: kampania polityczna, rynek polityczny, partie polityczne, kandydaci polityczni, doradztwo polityczne.

* Adiunkt, politolog, Uniwersytet Łódzki, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politycznych, Katedra Marketingu Międzynarodowego i Dystrybucji; e-mail: marek.sempach@uni.lodz.pl

Americanization of election campaigns and the application of marketing on the political market in Poland in the first decade of political changes

Abstract

Since 1952 political marketing has been constantly developed in the US that became world's leader in marketing application on political marketplace. After the collapse of communism in Poland in 1989 the new environmental circumstances arose and the American style political campaigning became attainable. This paper contains the evaluation of key polish campaigns that occurred within the first decade after the political transformation. It verifies the nature of marketing applied and local parties organization commitment certifying the issue of Americanization of polish marketing performance. Due to the to the analysis performed and sources criticism including the observation, the key question of Americanization degree of local parties marketing is confirmed.

Keywords: political campaigning, political marketplace, political parties, political candidates, political consulting.

Wprowadzenie

Zasadniczym celem niniejszego opracowania będzie ukazanie kluczowych momentów zastosowania koncepcji marketingu na rynku politycznym w Polsce w pierwszej dekadzie przemian ustrojowych. Prezentowana materia zostanie zweryfikowana na podstawie analizy działań marketingowych realizowanych na krajowym rynku politycznym w latach 1989–1997 na przykładzie wyborów prezydenckich i parlamentarnych. Autor celowo pomija wybory samorządowe ze względu na ich lokalny charakter oraz mniej scentralizowany sposób zarządzania. Wskazanie wyróżniających się kampanii oraz zastosowanych instrumentów marketingu umożliwi odpowiedź na pytanie, czy kampanie wyborcze w Polsce wraz z nastaniem gospodarki rynkowej uległy zjawisku amerykanizacji, stając się podobne do uwarunkowań znanych i stosowanych w Stanach Zjednoczonych (ang. *Comprehensive Political Marketing*)¹. Problem Amerykanizacji współczesnych kampanii wyborczych jest wynikiem rozwoju technik i instrumentów marketingu politycznego, które wywodzą się przede wszystkim z USA². Tam właśnie wydaje się najwięcej na kampanie wyborcze, tam również ma miejsce aplikacja najnowszych rozwiązań marketingowych, które stanowią wzór do naśladowania dla innych. To właśnie w Stanach Zjednoczonych prężnie działają grupy zawodowe

¹ Nieustające zaspokajanie życzeń i pragnień wyborców przy użyciu wszystkich możliwych instrumentów marketingowych.

² P. Butler, N. Collins, *Strategic Analysis in Political Markets*, „European Journal of Marketing” 1996, vol. 30, s. 36.

marketingowych konsultantów politycznych (ang. *spin doctors*) i najwięcej osób zajmuje się badaniem oraz analizą strategii marketingowych znajdujących zastosowanie na rynku politycznym. Skutkiem tego właśnie w USA pojawiają się liczne publikacje zarówno naukowe, jak i popularnonaukowe, które propagują zastosowanie amerykańskiej wizji marketingu politycznego. W taki właśnie sposób trafiają w świat, bezpośrednio oddziałując na kształt oraz wizję lokalnych rynków politycznych państw demokratycznych. Niniejszy tekst stanowi próbę określenia, czy zjawisko to dotarło do Polski wraz z przemianami ustrojowymi oraz czy miało ono wpływ na modele prowadzonych działań kampanijnych przez ówczesne krajowe organizacje polityczne.

Amerykanizacja kampanii wyborczych – istota zagadnienia

Pierwsze zastosowanie wciąż selektywnych technik marketingu politycznego miało miejsce w Stanach Zjednoczonych w kampanii prezydenckiej w 1952 r. Kandydat na urząd prezydenta z Partii Republikańskiej Dwight Eisenhower postanowił wykorzystać rozwiązania znane dotychczas z rynku przedsiębiorstw, aplikując proste instrumenty tradycyjnego marketingu na rynek polityczny. Naturalnie nie była to w pełni marketingowa kampania wyborcza we współczesnym rozumieniu, aczkolwiek zapewniła Eisenhowerowi przewagę i zwycięstwo w wyborach prezydenckich. Kandydat Republikanów wykorzystał wówczas podstawowe narzędzia marketingu handlowego w postaci przeprowadzonych badań w zakresie oczekiwań wyborców, przygotowując swój program pod kątem ich efektywnego zaspokojenia. Dodatkowo wzmocnił siłę oddziaływania, przeprowadzając marketingową segmentację, czyli podział wyborców na jednorodne grupy różniące się od siebie oczekiwaniami oraz reakcjami na dany produkt. Dzięki temu dotarł z przekazem do wszystkich, którzy mogli być zainteresowani jego ofertą polityczną, w tym do kluczowej grupy wyborców niezdecydowanych. Zastosowane instrumenty przyniosły oczekiwany skutek, a Eisenhower wygrał wybory, zostając jednocześnie pierwszym republikańskim prezydentem od ponad dwudziestu lat oraz pierwszym politykiem wykorzystującym marketing na rynku politycznym. Warto podkreślić, że po roku 1952 praktycznie każda kolejna kampania wyborcza w Stanach Zjednoczonych przebiegała z zastosowaniem coraz szerszej palety instrumentów marketingowych, które stały się ich nierozłącznym elementem oraz atrybutem.

Przełomowym momentem w historii aplikacji marketingu na rynku politycznym był jednak rok 1960 i kampania prezydencka z udziałem dwóch

kandydatów: Demokrat Johna F. Kennedy’ego oraz Republikanina Richarda Nixona³. Szczególną uwagę warto zwrócić na kandydata Demokratów, który rozpoczął swoją kampanię jako zdecydowany outsider prezydenckiego wyścigu. Był młody (43 lata) i stosunkowo mało doświadczony politycznie, jeżeli chodzi o funkcjonowanie w waszyngtońskim świecie politycznym. Jego republikański przeciwnik jako wieloletni kongresmen oraz dwukrotny wiceprezydent USA (1953–1961) wydawał się mieć znaczącą przewagę zarówno merytoryczną, jak i taktyczną. Sondáže początkowo również nie dawały Kennedy’emu większych szans, a w powszechnym mniemaniu był skazany na porażkę w starciu z bardziej doświadczonym republikańskim przeciwnikiem. W tym jednak czasie establishment Partii Demokratycznej zasugerował tworzącemu się wciąż sztabowi Kennedy’ego możliwość wykorzystania instrumentów marketingowych oraz dodatkowo nowego medium, które pojawiło się właśnie na amerykańskim rynku, czyli telewizji. Kennedy, będąc w pełni świadomy sytuacji, postanowił wykorzystać swoje atrybuty, stawiając na działania marketingowe oraz komunikacyjne przy wykorzystaniu nowego medium. Korzystając z zasobów finansowych Partii Demokratycznej, zamówił dość zaawansowane jak na owe czasy badania rynku, na podstawie których rozpoznał potrzeby potencjalnych wyborców, tworząc pod ich kątem swój program skrajnie odmienny od republikańskiego kontrkandydata. Dzięki uzyskanym danym trafnie sformułował grupy docelowe swoich wyborców, stawiając na szybko rozwijającą się klasę średnią oraz bogacących się z tytułu dominacji amerykańskiej gospodarki w świecie robotników z dużych zakładów przemysłowych. Zyskał również poparcie licznej społeczności Afroamerykanów, wspierając moralnie Martina Luthera Kinga po jego aresztowaniu w 1960 r.⁴ Poza sprawnie przeprowadzoną analizą rynku oraz segmentacją Kennedy postawił na komunikację marketingową ze szczególnym uwzględnieniem telewizji. Jego sztab wyborczy zamówił profesjonalne spoty reklamowe, które jako pierwsze w historii rynku politycznego emitowane były w telewizji w czasie największej oglądalności. Inwestował również w socjotechnikę oraz retorykę wyborczą, skrupulatnie ucząc się pracy z kamerą oraz sztuki przemawiania do różnych rodzajów wyborców. W krótkim czasie stał się doskonałym komunikatorem, człowiekiem który w naturalny sposób porywał za sobą tłum, posiadając rzadką umiejętność rozmowy z każdym rodzajem wyborcy. Te wszystkie doświadczenia szybko zaczęły przynosić rezultaty szczególnie w kontaktach bezpośrednich oraz relacjach emitowanych

³ J. Johnson, *Political Consultants and Campaigns*, Boulder 2013, s. 2.

⁴ *Campaign of 1960*, <https://www.jfklibrary.org/learn/about-jfk/jfk-in-history/campaign-of-1960> (dostęp: 19.07.2021).

w telewizji. To, co jednak przyczyniło się do przechylenia szali zwycięstwa na rzecz JFK, to zorganizowane po raz pierwszy w historii telewizyjne debaty prezydenckie⁵. W 1960 r. odbyły się cztery, aczkolwiek to pierwsza z 26 września 1960 r. pozostała najważniejsza, najmocniej oddziałując na niezdecydowanych wyborców. Kennedy solidnie przygotowywał się do niej, dbając o każdy szczegół swojego wystąpienia. Przez kilka poprzedzających dni trenował odpowiedzi na pytania, sposób wypowiedzania się, dobór słów, kontakt wzrokowy z kamerą oraz mowę ciała. Jego ubiór był również specjalnie dobrany pod kolor studia telewizyjnego. Tymczasem republikański kandydat wbrew radom swoich doradców, w tym prezydenta Eisenhowera, zgodził się na udział w debacie, jednocześnie całkowicie ignorując kompetencje przeciwnika. Na pierwszą z debat przyszedł wprost ze szpitala, gdzie leczył uraz kolana, całkowicie nieprzygotowany, licząc na to, że doświadczenie oraz medialne obycie pozwolą mu pokonać przeciwnika. Już pierwsze minuty debaty pokazały, że to wizerunkowe starcie wygrywa Kennedy – bardzo merytoryczny, pozbawiony zaczepnej agresji, świetnie mówiący i wyglądający kandydat. Tak pozostało do samego końca pierwszej debaty i choć Nixon był sprawny oratorsko, nie zdołał przykryć zaangażowania swojego demokratycznego konkurenta. W USA wówczas dość powszechne było przekonanie, że w debacie zwyciężył Kennedy, choć należy odnotować, iż duża liczba osób, która nie oglądała widowiska w telewizji, a słuchała je w radio, twierdziła, że lepiej wypadł Republikanin. W kolejnych trzech debatach Nixon był znacznie lepiej przygotowany, aczkolwiek JFK niczym mu nie ustępował, wręcz przeciwnie, wypadając jeszcze lepiej niż poprzednio. Cała kampania prezydencka 1960 r. zakończyła się niespodziewanym zwycięstwem kandydata Demokratów, który uzyskał 303 głosy elektorskie na 522 możliwych i 49,7% poparcia społecznego (Nixon 219 głosów elektorskich i poparcie 49,6% wyborców). Warto podkreślić, że zwycięstwo Kennedy'ego w 1960 r. było efektem doskonale przeprowadzonej kampanii wyborczej oraz nietuzinkowych kompetencji osobistych kandydata. JFK nie zostałby jednak prezydentem, gdyby nie instrumenty marketingu politycznego oraz telewizja, które zapewniły mu w kluczowym momencie kampanii przewagę nad kontrkandydatem.

Kampania wyborcza w Stanach Zjednoczonych w 1960 r. stała się kamieniem milowym w rozwoju marketingu politycznego. Cały demokratyczny świat doświadczył bowiem, że kandydat lub partia polityczna sondażowo skazani na porażkę mogą dzięki racjonalnemu wykorzystaniu narzędzi marketingowych odwrócić bieg niekorzystnych dla siebie wydarzeń. Lata sześćdziesiąte XX w. stanowią zatem początek okresu rozprzestrzeniania się

⁵ P. Maarek, *Campaign Communication & Political Marketing*, Willey-Blackwell 2011, s. 13.

marketingu politycznego na rynki polityczne demokratycznych państw Zachodu⁶. To również okres, w którym rozpoczęła się szeroko pojęta amerykańska kampania prowadzenia kampanii wyborczych. Potwierdzeniem tego były kampanie w 1964 r. w Wielkiej Brytanii, w 1965 r. w Kanadzie i we Francji, w 1966 r. w Australii, w 1967 r. w Holandii – wszystkie przeprowadzone według koncepcji i stylu zrealizowanego w USA w 1960 r. Należy podkreślić, że od tamtych czasów po dzień dzisiejszy sytuacja nie uległa zmianie, wszelkie marketingowe nowinki stworzone i wykorzystane w Stanach Zjednoczonych sukcesywnie trafiają na rynki polityczne krajów demokratycznych, będąc ich większym lub mniejszym naśladownictwem.

Istotną kwestią pozostaje fakt, iż dynamika rozwoju marketingu politycznego w USA jest wprost proporcjonalna do wymagań tamtejszego rynku politycznego, którego nieodłączną cechą pozostaje tak zwana kampania permanentna⁷. Wynika to z faktu, że ogólnokrajowe wybory odbywają się tam co dwa lata (Izba Reprezentantów). Klasa polityczna musi zatem znajdować się w nieustającej gotowości do podjęcia działań kampanijnych, które *de facto* nigdy się nie kończą. Jest to cecha zdecydowanie wyróżniająca rynek amerykański od innych systemów politycznych państw demokratycznych, gdzie wybory zazwyczaj odbywają się co cztery lata. Zatem tak zwany cykl wyborczy w Stanach Zjednoczonych trwa o połowę krócej niż w innych krajach, w tym w Polsce, a kampanii głównie z powodów organizacyjnych nie kalkuluje się tam wygaszać, jak to ma miejsce w przypadku cykli czteroletnich. Innymi słowy, można zatem powiedzieć, że na amerykańskim rynku wyborczym wszystko odbywa się dwa razy szybciej niż zagranicą, co nieubłaganie wpływa na przyspieszony rozwój koncepcji marketingu politycznego. Naturalnym skutkiem takowego stanu rzeczy jest amerykańska kampania i upodobnianie się kampanii wyborczych do tych realizowanych w Stanach Zjednoczonych. Należy wspomnieć, że wyróżnia się pięć innych komponentów, które różnią amerykański rynek polityczny od kontynentalnych⁸:

- system dwupartyjnej rywalizacji;
- uwarunkowania prawne kampanii wyborczych;
- system medialny;
- kultura polityczna;
- stopień modernizacji społeczeństwa, społeczeństwo obywatelskie.

⁶ P. Maarek, *op. cit.*, s. 14.

⁷ J. Kolovos, P. Harris, *Political Marketing and Political Communication: the relationship revisited*, Dunedin 2005, s. 7.

⁸ J. Kolovos, P. Harris, *op. cit.*, s. 11.

Do powyższej klasyfikacji warto dodać kolejny, niezwykle ważny komponent, który nie został uwzględniony przez Kalovosa i Harrisa: jest to sposób finansowania partii politycznych. W Stanach Zjednoczonych formacje polityczne muszą utrzymać się same, co do zasady nie dostając finansowania z budżetu federalnego. Pozyskują zatem pieniądze od różnego rodzaju darczyńców w ramach obowiązujących limitów. Nie jest przedmiotem tego opracowania ocena rozwiązań finansowania organizacji politycznych stosowanych w poszczególnych krajach. Interesujący jest jednak wpływ modelu finansowania na rodzaj stosowanych instrumentów marketingowych. Można tutaj dostrzec następującą zależność: w krajach, w których partie utrzymują się z wpłat darczyńców (Stany Zjednoczone, Wielka Brytania), zakres stosowanych działań marketingowych na rynku politycznym jest szerszy niż w krajach, gdzie są finansowane ze środków publicznych (Holandia, Niemcy)⁹. Kontekst taki wydaje się być zrozumiały, bowiem tam, gdzie w grę wchodzi środki publiczne, tam konieczna jest dbałość o ich skrupulatne wydatkowanie, zgodne z zasadą *pro publico bono*. Model finansowania jest zatem istotnym elementem stymulującym rozwój marketingu politycznego w USA, stanowiąc ważną przesłankę do postępującej amerykanizacji współczesnych kampanii wyborczych. Tam właśnie gromadzi się najwięcej środków na kampanie, tam pracuje najwięcej specjalistów w tej dziedzinie, tam powstają wszelkie innowacje oraz modele strategiczne, które właśnie tam znajdują zastosowanie w pierwszej kolejności.

Ważnym elementem omawianego procesu są również wyspecjalizowani konsultanci polityczno-marketingowi, określane mianem spin doktorów¹⁰. To właśnie w Stanach Zjednoczonych rynek na ich usługi jest największy. Tam powstało w 1968 r. i funkcjonuje po dziś dzień największe na świecie Stowarzyszenie Konsultantów Politycznych (AAPC)¹¹, zrzeszające ponad 1250 aktywnych członków, oferujących swoje profesjonalne usługi na rynku politycznym¹². Działalność stowarzyszenia nie ogranicza się jedynie do funkcji organizacyjnych, ale przede wszystkim szkoleniowych, gdzie wymienia się poglądy na temat stosowanych strategii oraz uczy nowych adeptów sztuki consultingu politycznego. Stowarzyszenie jest również organizatorem niezwykle prestiżowego w USA konkursu na najlepszą kampanię polityczną,

⁹ Występuje również model pośredni, np. w Kanadzie, na podstawie M. Chmaj, *Status prawny i finansowanie partii politycznych w Kanadzie*, „Przegląd Prawa Konstytucyjnego” 2014, t. 2, s. 55.

¹⁰ J. Johnson, *op. cit.*, s. 9.

¹¹ *Ibidem*, s. 5.

¹² *American Association of Political Consultants (AAPC)*, <https://theaapc.org/about-us/> (dostęp: 21.07.2021).

nazywanego potocznie „Oskarami politycznego konsultingu” (ang. *the Pol-lies*). Należy wspomnieć, że wielu członków AAPC świadczyło swoje usługi poza USA, pomagając profesjonalizować lokalne kampanie oraz szkoląc miejscowych specjalistów w zakresie strategii wyborczych. Ich rola w procesie modelowania kampanii wyborczych na świecie wciąż jest znacząca, stanowiąc istotną determinantę ich amerykańskizacji.

Amerikanizacja marketingu politycznego w Polsce

Pierwsze zastosowanie selektywnych technik marketingu politycznego na krajowym rynku politycznym miało miejsce stosunkowo późno, bo dopiero w 1989 r., ponad trzy dekady później niż w Stanach Zjednoczonych. Wcześniej nie było to możliwe ze względu na niedemokratyczny system polityczny, całkowity brak pluralizmu medialnego oraz propagandę stosowaną przez komunistycznych przywódców PRL. Należy podkreślić, że instrumenty marketingu mogą być skuteczne jedynie w warunkach demokratycznego rynku politycznego, gdzie poszczególne podmioty rywalizują o głosy w sposób równoprawny na zasadzie wolnej konkurencji. Tam, gdzie nie jest to możliwe, marketing polityczny zastępowany jest przez propagandę wyborczą niemającą wiele wspólnego z wolnorynkową rywalizacją.

Niezwykle ważną, choć z punktu widzenia aplikacji marketingu bardzo ograniczoną, była kampania wyborcza do Sejmu i Senatu w 1989 r., kiedy odbyły się pierwsze częściowo demokratyczne wybory¹³. Z politycznego punktu widzenia można nazwać ją przełomową, natomiast od strony zastosowanych instrumentów marketingowych była bardzo uboga. Zwycięstwo solidarnościowej opozycji z pewnością nie było wynikiem wykorzystanych strategii marketingowych, a raczej niezwyklej społecznie potrzeby zmian w modelu funkcjonowania państwa. Działania kampanijne wówczas ograniczały się do najprostszych elementów komunikacji marketingowej w postaci prasy, ulotek, plakatów oraz nielicznych spotów reklamowych, emitowanych w państwowej telewizji. Ogromną rolę odegrała wówczas komunikacja bezpośrednia: wiece i spotkania wyborcze organizowane spontanicznie w całym kraju¹⁴. Wizerunkowo Solidarność wspierało wiele znamienitych osób: papież Jan Paweł II, wiceprezydent USA Dan Quayle, Zbigniew Brzeziński, Ste-

¹³ A. Stelmach, *Wybory jako forma legitymizacji władzy w Polsce w dwudziestolecie przemian ustrojowych*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne UAM” 2011, t. 2, s. 6.

¹⁴ K. Głowacka, *Kampania wyborcza 1989 roku jako przykład kampanii premodernizacyjnej*, „Poliarchia. WSMiP UJ” 2016, t. 1, s. 153.

wie Wonder czy Jane Fonda. Do pomocy strategicznej w kampanii opozycji zaproszono pochodzącego z Francji eksperta Jacquesa Seguela, współtwórcę sukcesów wyborczych François Mitterranda. Jego doradztwo jednak nie spotkało się z akceptacją polskiej części sztabu wyborczego, który uznawał otrzymywane wskazówki za nierealne i w pełni oderwane od krajowej rzeczywistości¹⁵. Poza wspomnianymi aktywnościami solidarnościowa opozycja nie przeprowadziła marketingowej analizy rynku, nie dokonała segmentacji wyborców, wszystko toczyło się niejako siłą rozpędu i potrzeby głębokich zmian wyrażanych przez społeczeństwo. Dla kontrastu ówczesna strona rządowa stworzyła własny zespół ekspertów pod przewodnictwem sekretarza KC PZPR Zygmunta Czarzastego, w którego skład wchodził analitycy OBOP, sympatyzujący z władzą dziennikarze, dyplomaci, naukowcy. Dość nieudolnie próbowano pozyskać dane z rynku i prowadzić działania komunikacyjne na wzór zachodni. Mimo posiadanych analiz, dużych nakładów finansowych oraz organizacyjnych w terenie stronie rządowej nie udało się stworzyć logicznego, skutecznego przekazu. Było to wynikiem ograniczonej dostępności czasu oraz sporów kompetencyjnych wewnątrz sztabu PZPR. Warto zatem odnotować, że strona rządowa nie oddała kampanii walkowerem, zgromadziła odpowiednie zasoby, pozyskując własnych ekspertów, próbujących analitycznie wykorzystać pozyskane z rynku dane. Pomimo posiadanej przewagi w mediach publicznych, poniesionych znacznych nakładów (4 mld ówczesnych złotych) nie byli oni jednak w stanie zmierzyć się z energią oraz determinacją opozycji (wydatki 2 mld złotych)¹⁶. Reasumując wydarzenia z 1989 r., należy wyraźnie stwierdzić, że rola marketingu w kampanii wyborczej poprzedzającej wybory kontraktowe była niewielka i z pewnością nie wpłynęła na ostateczny wynik owej fundamentalnej w historii najnowszej Polski transakcji wyborczej.

Od strony analizy marketingowej podobną uwagę można sformułować w odniesieniu do wyborów prezydenckich odbywających się w 1990 r. oraz pierwszych w pełni niezależnych parlamentarnych odbywających się w 1991 r. W transakcji prezydenckiej 1990 r. uczestniczyło 6 zarejestrowanych kandydatów¹⁷. Na czele wyścigu wyborczego od początku znajdował się wieloletni lider Solidarności Lech Wałęsa. Formalnie posiadał największe siły oraz środki prowadzenia kampanii wyborczej. Jego głównym konkurentem miał być wywodzący się również z solidarnościowej opozycji Tadeusz

¹⁵ P. Codoni, *Wybory czerwcowe 1989 roku. U progu przemiany ustrojowej*, Warszawa 2012, s. 132.

¹⁶ D. Stola, *Finanse PZPR w jej ostatnich latach*, „Więź” 2000, t. 3, s. 132.

¹⁷ A. Dudek, *Historia polityczna Polski 1989–2005*, Kraków 2007, s. 109.

Mazowiecki, pełniący wówczas urząd Prezesa Rady Ministrów. Sztabem Lecha Wałęsy kierował Jacek Merkel nieposiadający większego doświadczenia w kampaniach wyborczych. Udało mu się jednak zebrać zespół składający się głównie z dziennikarzy, którzy oparli działania na komunikacji bezpośredniej – spotkaniach i wiecach wyborczych oraz ekspozycji kandydata w telewizji. Lech Wałęsa, choć daleki od socjotechnicznego wzorca, wydawał się być naturalny i swobodny w kampanijnej roli, zyskując przede wszystkim podczas bezpośrednich kontaktów z elektoratem. Sztab Wałęsy jako pierwszy w Polsce próbował zbudować trwalsze relacje z wyborcami. Wszyscy, którzy podpisali listy poparcia dla kandydatury Wałęsy, otrzymali jeszcze w trakcie kampanii kartki pocztowe z wydrukiem odręcznych podziękowań kandydata. Zabieg taki należy ocenić pozytywnie jako próbę oddziaływania za pomocą marketingu relacji. Równoległe sztabowcy Wałęsy zamierzali odczytać kluczowe elementy programu wyborczego, które miały być wynikiem analizy rynku. Ostatecznie skończyło się na badaniach opinii publicznej, na podstawie których zdefiniowano ówczesne oczekiwania Polaków: przyspieszenie transformacji, łagodzenie skutków reform Balcerowicza, integracja z Zachodem oraz uspołecznienie prywatyzacji. Wszystkie z nich znalazły się w programie kandydata. Kluczowy konkurent Wałęsy w kampanii, Tadeusz Mazowiecki, był wyjątkowo bierny, a jego sztab kierowany przez Aleksandra Halla skupił się na wyborcach inteligenckich, całkowicie pozbawiając się oddziaływania na wyborców szeroko pojętej prowincji. Był to strategiczny błąd, który wynikał z braku marketingowego doświadczenia sztabowców Mazowieckiego. Kandydat ten, choć świetny merytorycznie, był dodatkowo słabym mówcą oraz komunikatorem, co potęgowało wrażenie nieprzygotowania oraz braku woli zwycięstwa. Jego pozycji szybko zagroził zresztą trzeci z kandydatów Stanisław Tymiński, biznesmen polskiego pochodzenia, mieszkający przez lata w Kanadzie. Na poczet prowadzonej kampanii z własnych środków napisał książkę *Święte psy*, która była jednocześnie jego manifestem programowym i którą rozdawał wraz z autografem na spotkaniach z wyborcami. Tymiński początkowo był kandydatem niszowym, natomiast doświadczenia z Kanady pozwoliły mu przeprowadzić sprawną kampanię, opartą o komunikację bezpośrednią, ulotki i plakaty wyborcze. Od strony socjotechnicznej przekaz był poprawny, jego słabościami były jednak brak poparcia w środkach masowego przekazu, instytucjach państwowych oraz kampania prowadzona *ad hoc* bez planu strategicznego. Pozyskał jednak ponad 3,7 miliona głosów, co dla pozbawionego aparatu partyjnego kandydata było nie lada sukcesem. Jego popularność i co za tym idzie drugie miejsce w wyborach prezydenckich 1990 r. były wynikiem wrodzonych zdolności komunikacyjnych, posiadania statusu człowieka sukcesu i niechęci rzesz Polaków do

klasy politycznej ukonstytuowanej po przemianach polityczno-ustrojowych. Z pewnością warto podkreślić, że jego doświadczenia z kanadyjskiego rynku politycznego oraz powierzchownie amerykański sposób prowadzenia kampanii wyborczej doprowadziły go do niespotykanego sukcesu politycznego.

Jak wspomniano, wybory parlamentarne 1991 r. zostały zapamiętane nie jako interesujące od strony zastosowanych narzędzi marketingowych, ale jako pierwsze całkowicie wolne do krajowej legislatury. Ówczesne prawodawstwo umożliwiło zaistnienie sytuacji, w której o wejście do parlamentu ubiegało się aż 85 komitetów reprezentujących 111 ugrupowań politycznych¹⁸. Po wyborach w samej Izbie niższej pojawiło się 29 ugrupowań, które utworzyły 17 klubów i kół parlamentarnych¹⁹. Nigdy później podobna sytuacja nie będzie miała już miejsca. Nie dopuszczają do tego zmienione ordynacja wyborcza z 1993 r. oraz uchwalona później z poprawkami w 2001 r., inicjujące minimalny próg wejścia do legislatury. Co oczywiste, tak duża liczba komitetów wyborczych stygmatyzowała kampanię jako chaotyczną, nieczytelną i pozbawioną logicznego ładu. Wyborca nie był w stanie pozyskać interesującego go przekazu, tym bardziej że nie wykorzystano na szerszą skalę technik profesjonalnego marketingu politycznego. Skutkiem tego oferta polityczna prezentowana była w mało atrakcyjny dla niego sposób, a programy w zdecydowanej większości nie przystawały do oczekiwań elektoratu. Między innymi dlatego kampania parlamentarna z 1991 r. pozostała brzemienna w skutkach, doprowadzając do zniechęcenia wyborców do partycypacji w procesie wyborczym i przez wiele następnych lat negatywnie wpływając na frekwencję. Deficyt działań marketingowych skutkuje bowiem niską jakością produktu politycznego oraz zdewaluowaną atrakcyjnością jego komunikowania, co w rezultacie zniechęca ludzi do udziału w wyborach.

W roku 1993 w Polsce odbyła się kolejna kampania parlamentarna, w trakcie której po raz pierwszy doszło do próby przeprowadzenia szerokich działań marketingowych na wzór amerykański. Jedną z wielu partii – Kongres Liberalno-Demokratyczny – postanowiła wykorzystać bezpośrednio doświadczenia z prezydenckiej kampanii wyborczej w USA Demokracji Billa Clintona z roku 1992. Clinton umiejętnie pokazywał się jako następca spuścizny JFK, socjotechnicznie i komunikacyjnie pozując w zbliżony sposób. Zaproponował wyborcom ideologię Trzeciej Drogi (ang. *the Third Way*), która łączyła elementy społecznego konserwatywnego programu Republikanów z tradycyjną ofertą Demokratów. Kluczowym punktem programu było jednak zwrócenie szczególnej uwagi na gospodarkę, czego emanacją stało się

¹⁸ A. Antoszewski, R. Herbut, *Leksykon politologii*, Wrocław 1996, s. 475.

¹⁹ A. Stelmach, *op. cit.*, s. 10.

hasło całej kampanii: „Gospodarka głupcze” (ang. *It's the economy stupid*)²⁰. Przeprowadzona sprawnie marketingowa kampania Clintona, niczym w roku 1960 Kennedy'ego, nie tylko doprowadziła do nieoczekiwanej zmiany lidera w prezydenckim wyścigu, ale wyniosła gubernatora stanu Arkansas na szczyty popularności, wprowadzając go do Białego Domu. W roku 1993 Kongres Liberalno-Demokratyczny zdecydował się wykorzystać doświadczenia liberalnego Clintona i przenieść je na uwarunkowania krajowego rynku politycznego. Do realizacji celu wynajęto znaną i wpływową na świecie globalną agencję marketingową Saatchi&Saatchi. Był to pierwszy przypadek na rynku w Polsce, kiedy partia polityczna przekazała w ręce specjalistów zarządzanie i prowadzenie swojej kampanii. Agencja wykorzystwała wówczas wszystkie znane sobie instrumenty prowadzenia działań marketingowych, rozpoczynając od stworzenia sztabu specjalistów, pogłębionej analizy rynku, tworzenia produktu wyborczego, segmentacji, pozycjonowania i komunikacji. Stworzono hasło kampanii wzorowane na słowach Clintona, które brzmiało: „Milion nowych miejsc pracy”, podkreślając wagę gospodarki rynkowej w nowoczesnym państwie. Z rozmachem realizowano komunikację marketingową w oparciu o wszystkie możliwe wówczas formy. Produkowano profesjonalne spoty reklamowe, które reżyserowano w prawdziwie amerykańskim stylu (dynamiczne, kolorowe, atrakcyjne wizualnie, wzbogacone o powtarzalną linię melodyczną). Niestety, działania kampanijne nie przyniosły oczekiwanych rezultatów. Ku zdziwieniu Kongresu Liberalno-Demokratycznego oraz specjalistów z branży doradczej partia nie przekroczyła wymaganego przez ordynację wyborczą progu wyborczego wynoszącego 5% i z wynikiem 3,99 punktów procentowych znalazła się poza parlamentem. Jej porażka stała się przyczynkiem do wyhamowania rozwoju marketingu politycznego w Polsce. Okazało się bowiem, że profesjonalne instrumenty marketingowe nie gwarantują sukcesu wyborczego, a kampanie przeprowadzane w amerykańskim stylu nie są odbierane wszędzie w podobny sposób. Partie polityczne obecne na rynku w Polsce dostrzegły to, realizując kolejne kampanie w dużej mierze samodzielnie z wykorzystaniem pojedynczych, selektywnie wybranych instrumentów marketingu.

Wskazane zjawisko można wyjaśnić w następujący sposób. W roku 1993 rynek polityczny w Polsce wciąż znajdował się w fazie transformacji ustrojowej. Społeczeństwo na skutek zmian w sferze gospodarczej drastycznie odczuło skutki reform. Spowodowało to niechęć do dalszych zmian oraz ogólnonarodowe dążenie do stabilizacji. Tymczasem Kongres Liberalno-Demokratyczny proponował rozwiązania, które mogły być interesujące na

²⁰ Autorem hasła był konsultant polityczny James Carville.

rozwiniętych ekonomicznie rynkach, których obywatele rozumieli, czym jest gospodarka wolnorynkowa. Wartości liberalne proponowane na wzór anglosaski nie mogły zatem być przyjęte w kraju tak bardzo dotkniętym przez transformację ustrojową. Właśnie dlatego idee reprezentowane przez KL-D trafiły wówczas w próżnię i zostały odrzucone przez społeczeństwo. Nie pomogła w tym bardzo sprawnie zorganizowana kampania wyborcza, której produkt w postaci programu wyborczego nie odpowiadał na oczekiwania szerszych rzesz elektoratu. Wydaje się zatem, że zarówno kampania w amerykańskim stylu, jak i oferta Kongresu Liberalno-Demokratycznego wyprzedzały swój czas, w którym niestety nie było dla nich akceptacji. Warto wspomnieć, że musiano wówczas popełnić błąd na etapie analizy rynku²¹. Z przeprowadzanych badań musiało bowiem wynikać, że przestrzeń na liberalny ekonomicznie program w ówczesnym polskim społeczeństwie była ograniczona. Świadczą o tym wyniki wyborów, gdzie na czele uplasowały się formacje zapowiadające ograniczenie niepopularnych reform gospodarczych (Sojusz Lewicy Demokratycznej, Polskie Stronnictwo Ludowe)²². Kampania 1993 r. była mimo wszystko przełomowa dla rynku politycznego w Polsce. Okazało się bowiem, że istnieją środki, by przeprowadzić działania oparte na profesjonalnym marketingu politycznym.

Warto również odnotować, że oprócz KL-D w 1993 r. w zakresie działań marketingowych wyróżniła się Unia Demokratyczna, która, co interesujące, zabiegała o podobny elektorat. Jej kampania realizowana była we własnym zakresie z pomocą środowiska dziennikarskiego oraz znanych twarzy przemian – Tadeusza Mazowieckiego, Jacka Kuronia. Oparto ją o kontakt bezpośredni z wyborcami oraz dobrze reżyserowane telewizyjne spoty reklamowe. Całość budowano wokół hasła Billa Clintona z 1992 r., które po dostosowaniu do warunków polskich brzmiało: „Po pierwsze gospodarka”. Osiągnięty rezultat był jednak znacznie lepszy niż KL-D, wynosząc 10,59% głosów²³. Należy pamiętać, że w zmaganiach rynkowych UD doświadczyła tych samych negatywnych uwarunkowań społeczno-gospodarczych, o których wspomniano powyżej, analizując przypadek Kongresu Liberalno-Demokratycznego. Taktycznym błędem było zatem zaniechanie koalicji UD-KLD.

Przy okazji warto również wspomnieć o zwycięskim Sojuszu Lewicy Demokratycznej – 20,41% głosów, który w znaczącej części składał się z działaczy dawnej PZPR. Kampania prowadzona była przede wszystkim w oparciu

²¹ J. Raciborski, *Instytucjonalne uwarunkowania zachowań wyborczych*, Toruń 2012, s. 5.

²² W 1993 r. hasłem Sojuszu Lewicy Demokratycznej był slogan: „Tak dalej być nie musi”.

²³ J. Raciborski, *Polskie wybory. Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego 1989–1995*, Warszawa 1997, s. 50.

o dane zdobyte przez celowe badania opinii publicznej oraz spotkania z wyborcami, które działacze SLD sumiennie odbywali we wszystkich zakątkach kraju. Całość wspierana była popularnością osobistą lidera formacji – Aleksandra Kwaśniewskiego. Uzyskany wynik był bardziej niż zadowolający, szczególnie w kontekście postkomunistycznego rodowodu tej formacji. Społeczeństwo zmęczone reformami oczekiwało stabilizacji i to właśnie znajdowało się w ofercie SLD, dając tej partii zwycięstwo.

Reasumując transakcję wyborczą z 1993 r., należy jednakowoż podkreślić, iż nie tylko błędy i zaniechania marketingowe doprowadziły do sytuacji, w której jedynie sześć formacji dostało się do parlamentu, a aż 34% głosów zmarnowało się, idąc na partie i komitety, które nie przekroczyły progu wyborczego²⁴. W kontekście obowiązywania nowej ordynacji wyborczej, w wielu przypadkach skutkiem partykularyzmu liderów mniejszych formacji nie potrafiiono się do niej dostosować, podejmując strategicznie błędne decyzje o odrzuceniu unifikacji tudzież tworzenia koalicji wyborczych. Skutki tego są widoczne do dziś, wielopartyjny system polityczny ustąpił miejsca modelowi, w którym na rynku aktywną rolę odgrywa mniejsza liczba formacji politycznych. Nowa ordynacja w wystarczającym stopniu stworzyła zatem warunki do stabilizacji rynku politycznego²⁵.

Kolejną znaczącą kampanią wyborczą w Polsce z punktu widzenia wykorzystanych instrumentów marketingu w okresie przemian ustrojowych była prezydencka z 1995 r. O urząd głowy państwa ubiegało się wówczas 13 kandydatów, jednakże największe szanse na wybór mieli dotychczasowy Prezydent RP Lech Wałęsa oraz lider Sojuszu Lewicy Demokratycznej Aleksander Kwaśniewski²⁶. Warto zwrócić również uwagę na kandydata Unii Wolności Jacka Kuronia, który w pierwszej turze wyborów zajął trzecie miejsce. Jego przypadek jest o tyle ciekawy, iż począwszy od wczesnych lat dziewięćdziesiątych XX w. znajdował się on na czele listy najbardziej popularnych, godnych zaufania polityków w Polsce – 78% badanych deklarowało zaufanie, jedynie 9% nieufność²⁷. W latach 1989–1993²⁸ pełnił funkcję Ministra Pracy i Polityki Socjalnej, wprowadzając oczekiwane programy pomocowe oraz próbując łagodzić społeczne skutki trudnych reform gospodarczych Leszka Balcerowicza. Jego rozpoznawalność i popularność nie przekładała się jednak na wynik w wyborach prezydenckich. Zaistniał tutaj bowiem przypadek, gdy kandydat, choć znany,

²⁴ J. Raciborski, *Instytucjonalne uwarunkowania...*, s. 5.

²⁵ A. Stelmach, *op. cit.*, s. 14.

²⁶ Kampanię rozpoczęło 17 kandydatów, 4 zrezygnowało jednak tuż przed głosowaniem.

²⁷ Komunikat z badań *Zaufanie do polityków na początku lutego 1995*, CBOS, Warszawa 1995, s. 2.

²⁸ Z przerwą w pełnieniu funkcji od 13.01.1992 do 11.07.1992 r.

popularny i lubiany, nie odpowiadał wizerunkowo społecznym oczekiwaniom wobec urzędu prezydenta, pozostając *de facto* niewybieralnym. Co interesujące, tego rodzaju kwestie dotyczyły zazwyczaj osób wywodzących się spoza środowiska politycznego (sportowcy, aktorzy, celebryci), jednakże w przypadku Jacka Kuronia pomimo kampanii skierowanej do osób dotkniętych wykluczeniem oraz biedą ostatecznie nie udało się wykorzystać wielkiej społecznej popularności na rzecz wyniku głosowania²⁹. Jego wizerunek nie był tożsamy z oczekiwaniami wobec obejmowanego urzędu, a kampania nie była w stanie tego zmienić. Jednym z powodów takiego stanu rzeczy było pojawienie się kandydata, który wizerunkowo spełniał oczekiwania obywateli w odniesieniu do urzędu Prezydenta RP. Był to wspomniany wcześniej kandydat postkomunistycznej lewicy SLD Aleksander Kwaśniewski. W świadomości społecznej zaistniał szerzej dwa lata wcześniej, gdy jako lider swojej formacji poprowadził ją do zwycięstwa w wyborach parlamentarnych. Potrafił skutecznie odciąć się od swojej partyjnej przeszłości w PRL, ukazując siebie jako nowoczesnego kandydata nowej generacji polityków. Mozolnie tworząc swój wizerunek, chętnie nawiązywał do amerykańskiego wzorca ówczesnego Prezydenta USA Billa Clintona, którego próbował naśladować. Clinton w owym czasie cieszył się w Polsce dużą sympatią, a jego styl bycia, rodzina oraz sposób sprawowania urzędu bardzo się Polakom podobały. Aleksander Kwaśniewski postanowił to wykorzystać, skutecznie odgrywając rolę młodego, dynamicznego, polityka w amerykańskim stylu, co miało być symbolem zmian w Polsce oraz zerwaniem z siermiężnym sposobem sprawowania prezydentury przez Lecha Wałęsę. Przyjęta strategia wizerunkowa przyniosła skutek, Kwaśniewski w 1995 r. stał się drugą najbardziej popularną i godną zaufania osobą w Polsce, tuż za Jackiem Kuroniem, mając 60% deklarujących zaufanie i jedynie 15% nieufność³⁰. Niewątpliwie stanowiło to duży sukces oraz zachętę do dalszych działań kampanijnych w amerykańskim stylu. Siłą Kwaśniewskiego był również pozytywny przekaz, utrzymywał on, że Polska pod rządami SLD rozwija się w dobrym kierunku, ma dobre relacje z sąsiadami, a on sam jest otwarty na współpracę z większością przedstawicieli ówczesnej klasy politycznej³¹. Kontrastowało to z przekazem jego głównego konkurenta Lecha Wałęsy, który nastawiony był konfrontacyjnie i krytycznie wobec sytuacji w kraju. Linia głoszona przez Wałęsę była w dużej mierze źle odbierana przez wyborców, którzy, ciesząc się chwilową stabilizacją gospodarczą połowy lat dziewięćdziesiątych, oczekiwali

²⁹ Jedno z haseł wyborczych Jacka Kuronia brzmiało „Nie daj się zrobić w konia, głosuj na Kuronia”.

³⁰ Komunikat z badań *Zaufanie...*

³¹ J. Raciborski, *Polskie wybory. Zachowania wyborcze...*, s. 83.

nie konfliktowego, a konciliacyjnego prezydenta. Przewaga Aleksandra Kwaśniewskiego miała zatem charakter wizerunkowy, programowy oraz strategiczny, co czyniło jego sytuację bardzo zbliżoną do tej, którą miał Clinton trzy lata wcześniej w USA z tą różnicą, że w przeciwieństwie do Kwaśniewskiego nie był on liderem prezydenckiego wyścigu. Aleksander Kwaśniewski bardzo dbał o swoje zasoby wizerunkowe, był zawsze doskonale ubrany i socjotechnicznie przygotowany. Z łatwością odpierał liczne ataki politycznych adwersarzy, które miały miejsce w trakcie spotkań na terenie całego kraju. Podobnie jak Kennedy czy Clinton miał wyjątkową łatwość komunikowania się z ludźmi, osiągając na tym polu znaczną przewagę nad Wałęsą czy Kuroniem. Dodatkowym jego atutem w zakresie wizerunkowym była małżonka – Jolanta Kwaśniewska, kandydatka na pierwszą damę RP. Bardzo zabiegała, aby być porównywana do Jacqueline Kennedy oraz Hillary Clinton, prezentując się wyborcom w taki właśnie sposób. Był to zabieg celowy, który miał za zadanie zbudowanie kontrastu z żoną Lecha Wałęsy, która pozostawała w cieniu męża, unikając salonowego blichtru, kosztownych kreacji oraz rozgłosu. Należy podkreślić, że w sferze wizerunkowej przewaga Kwaśniewskiego nad Wałęsą oraz innymi kandydatami była zaplanowana i bezwzględna, dając mu sporą przewagę konkurencyjną w omawianym zakresie. Świadczyć może o tym sprawa wyższego wykształcenia Kwaśniewskiego, które okazało się nieprawdziwe. Kandydat minął się bowiem z prawdą, twierdząc, że ukończył studia wyższe na Uniwersytecie Gdańskim. Uczelnia przyznała, że nie miało to miejsca, bowiem Kwaśniewski uzyskał, co prawda, absolutorium, ale nie obronił pracy magisterskiej. Tego rodzaju przekłamanie w warunkach amerykańskich czy zachodnioeuropejskich najprawdopodobniej kończyłoby karierę polityka, tymczasem w warunkach polskich zostało potraktowane przez wyborców jako zwykła wpadka kandydata. Było to możliwe tylko i wyłącznie ze względu na silne oddziaływanie innych atrybutów wizerunkowych kandydata, które były jeszcze bardziej istotne dla jego elektoratu. Reasumując ten wątek, należy stwierdzić, że była to pierwsza kampania wyborcza w Polsce po transformacji ustrojowej, w której sprawy wizerunkowe odegrały tak istotną rolę, przyczyniając się do zwycięstwa kandydata.

Ważnym atrybutem kampanii Kwaśniewskiego w 1995 r. była strategia wyborcza. Jak wspomniano, tworzona była ona w oparciu o doświadczenia z kampanii Clintona w 1992 r. Należy jednak podkreślić, że nie budowano jej tylko i wyłącznie na podstawie perspektywy amerykańskiej, ale również francuskiej. Szefowa sztabu Kwaśniewskiego Danuta Waniek zaprosiła do współpracy Jacquesa Seguela, który konsultował kolejne kroki w realizowanej kampanii³². Warto odnotować, iż Francuz nie zarządzał całokształtem

³² A. Dudek, *Historia polityczna Polski 1989–2015*, Kraków 2016, s. 334.

działań kampanijnych, a jedynie opiniował kolejne etapy. Szybkie merytoryczne spotkania z nim odbywały się na warszawskim lotnisku Okęcie, po których konsultant odlatywał z powrotem do Paryża jeszcze tego samego dnia. Jednym z efektów tej współpracy było stworzenie koncepcji „Kwak-busa”, czyli autobusu, którym kandydat objeżdżał cały kraj z niespotykaną dotąd aktywnością. Odbywano od trzech do pięciu starannie wyreżyserowanych spotkań dziennie, podczas których kandydat, zapoznany wcześniej z lokalnymi problemami, łatwo nawiązywał dialog ze zgromadzonymi mieszkańcami³³. W trakcie wszystkich wizyt obserwowano dobre przygotowanie zarówno merytoryczne, jak i socjotechniczne kandydata, który, co ważne, w pełni kontrolował ich przebieg.

Znaczącym wzmocnieniem przekazu komunikacyjnego Kwaśniewskiego było wykorzystanie popularnej wówczas muzyki disco polo. Specjalnie na tę okazję zamówiono piosenkę *Ole Olek*, która wkrótce stała się kluczowym elementem w procesie komunikacyjnego oddziaływania na elektorat. Piosenka, choć nie spotkała się z akceptacją wielkowiejskiej inteligencji, systematycznie budowała przewagę kandydata w szerokich masach społeczeństwa. Z pewnością było to w pełni uzasadnione posunięcie, które przysporzyło kandydatowi dodatkową, choć trudną do określenia, liczbę głosów.

W tym miejscu należy wspomnieć, iż poza wymienionymi wyżej komponentami marketingu politycznego sztab Kwaśniewskiego realizował inne tradycyjne działania kampanijne w oparciu o marketing mix³⁴. Produkt tworzone i kształtowane pod kątem oczekiwań najważniejszych grup wyborców, promocja wykorzystywała wszystkie dostępne instrumenty ówczesnej komunikacji marketingowej, natomiast dystrybucja odbywała się z wykorzystaniem licznych i gęsto ulokowanych struktur terenowych SLD/SdRP. Kampanię Kwaśniewskiego należy zatem uznać za w pełni profesjonalną oraz zgodną z orientacją marketingową. Stopień naśladownictwa (ang. *benchmarking*) kampanii amerykańskich był w niej ponad przeciętnie wysoki.

Działania wyborcze prezydenta Lecha Wałęsy ubiegającego się w 1995 r. o reelekcję były znacznie mniej przemyślane i w większym zakresie przypadkowe. Kandydat startował do wyborów obciążony negatywnie wizerunkowo swoją dotychczasową prezydenturą, z dwukrotnie mniejszym zaufaniem niż Aleksander Kwaśniewski³⁵. Jego podstawowym problemem było niewywiązanie się z obietnic wyborczych złożonych w 1990 r. oraz nadmiernie porywczy

³³ *Ibidem*, s. 334.

³⁴ Z. Stańczyk, A. Surdej, *Programy i strategie wyborcze w czasie kampanii prezydenckiej 1995 roku*, Gdańsk 1996, s. 12.

³⁵ Komunikat z badań *Zaufanie...*, s. 4.

i emocjonalny sposób sprawowania urzędu. Z punktu widzenia Kwaśniewskiego był on wymarzoną kontrkandydatem, wobec którego łatwo można było się odróżnić, wykorzystując strategię marketingowej dywersyfikacji. Szefem sztabu Wałęsy został Jerzy Gwiżdż, człowiek bez większego doświadczenia kampanijnego, natomiast za pracę w terenie odpowiadali członkowie Solidarności oraz proprezydenckiego Bezpartyjnego Bloku Wspierania Reform (BBWR). Od strony organizacyjnej kampania Wałęsy prowadzona była w nieporównywalnie mniej dynamiczny sposób. Kandydat, choć potrafił pociągnąć za sobą swoich zdecydowanych zwolenników, nie był w stanie uczynić tego samego w odniesieniu do wyborców neutralnych – niezdecydowanych. Gros działań prowadzonych było poprzez publiczną telewizję (wiadomości, wywiady, spoty, filmy dokumentalne), w terenie kandydat był rzadziej, a jego ludzie pracowali tam znacznie mniej efektywnie niż w przypadku działaczy Kwaśniewskiego. Wałęsa obiecywał zmianę sposobu sprawowania prezydentury w drugiej kadencji oraz zaprzestanie konfliktowania się z otoczeniem. Swoją retorykę opierał głównie na rzekomym zagrożeniu, jakie niesie ze sobą Aleksander Kwaśniewski. Miał on dążyć w opinii sztabowców Wałęsy do restauracji dawnego porządku panującego w Polsce przed 1989 r. Komunikacja tego rodzaju przyniosła oczekiwany skutek, bowiem część wyborców zaczęła postrzegać Wałęsę jako ostatnią linię oporu przed powrotem PRL. Jego poparcie przed pierwszą turą wyborów znacząco wzrosło, wciąż jednak będąc poniżej stanu, jaki osiągał Kwaśniewski³⁶. W kampanii Wałęsa odwoływał się do elektoratu antykomunistycznego i konserwatywnego. Uzyskał równoległe duże poparcie instytucji Kościoła. Jego wizja Polski była raczej pesymistyczna i mało progresywna, co z łatwością wykorzystał Kwaśniewski. W materiałach promocyjnych Wałęsa chętnie podnosił czynnik historyczny, narodowy, katolicki. Często pokazywał się jako osoba doskonale rozpoznawana na światowych salonach, dojrzała i kompetentna. W praktyce jednak był niezwykle łatwym obiektem ataków uderzających w jego aktualną postawę oraz działalność w okresie PRL. Konkludując ten wątek, należy wyraźnie stwierdzić, że od strony marketingowej kampania Wałęsy realizowana była z dużo mniejszą dozą profesjonalizmu i marketingowego zaangażowania. Stopień jej amerykanizacji był nieporównywalnie mniejszy aniżeli w przypadku głównego konkurenta, który osiągnął znaczną przewagę konkurencyjną w tym zakresie. Pierwsza tura wyborów prezydenckich 1995 r. zakończyła się zwycięstwem Aleksandra Kwaśniewskiego, który uzyskał wynik 33,11%, o dwa punkty procentowe więcej od Lecha Wałęsy³⁷.

³⁶ *Ibidem*.

³⁷ Z. Stańczyk, A. Surdej, *op. cit.*, s. 29.

Kampania wyborcza prowadzona przed drugą turą wyborów 1995 r. miała okazać się znacznie bardziej zaciekle niż poprzednia i opierać się przede wszystkim na działaniach negatywnych. Kandydaci atakowali siebie nawzajem, wykorzystując do tego wszelkie możliwe środki komunikowania. Kwaśniewskiemu nieustannie wytykano sprawę wykształcenia oraz rzekomej chęci przywrócenia rozwiązań z PRL. Wałęsie zarzucano zapędy dyktatorskie, brak rozliczenia się z gaży otrzymanej w 1989 r. od amerykańskiej wytwórni filmowej Warner Bros za prawa do filmu biograficznego oraz tak zwaną sprawę „Pastwy” wraz z oskarżeniami o wykorzystywanie tajnych służb do walki politycznej. Wydaje się, że Kwaśniewski sprawniej obronił się przed zarzutami, natomiast Wałęsie nie udało się przekonująco wytłumaczyć ze stawianych podejrzeń. W rezultacie okazało się, że w tej kampanii wyborczej bardziej istotne od programów były kwestie wiarygodności osobistej kandydatów³⁸. Wyższa wiarygodność oraz mniejszy elektorat negatywny oznaczały większe szanse na zwycięstwo. Tymczasem według badań Wałęsa przez niemal cały okres kampanii cieszył się dwukrotnie mniejszym zaufaniem niż Kwaśniewski, wzbudzając równocześnie ponadprzeciętnie wysoką antypatię wyborców³⁹.

Największy wpływ na ostateczny wynik wyborów w II turze miały jednak dwie debaty telewizyjne, które w sumie zobaczyło 72% badanych⁴⁰. 12% niezdecydowanych respondentów przyznało, że pod ich wpływem podjęło decyzję, na kogo głosować⁴¹. Każda z debat miała starannie wyreżyserowany przebieg. Zamiarem Kwaśniewskiego w trakcie pierwszego spotkania było wyprowadzenie Wałęsy z równowagi po to, aby ów pokazał się z jak najgorszej emocjonalnej strony. Aby to osiągnąć, celowo spóźnił się na spotkanie, łamiąc zasady precedencji, nie przywitał się z kontrkandydatem, wręczając mu swoje zeznanie podatkowe, co celnie uderzało w sprawę rozliczenia Wałęsy za gażę z Warner Bros. Jak słusznie założono w sztabie Kwaśniewskiego, Wałęsa szybko dał się ponieść emocjom, pokazując, że prezentowany w kampanii wizerunek nie był tożsamy z jego osobowością. Dla kontrastu Kwaśniewski przez całą debatę zachowywał spokój i choć atakowany, z wyreżyserowaną skutecznością pozował na statecznego męża stanu. Owa strategia sztabowców Kwaśniewskiego przyniosła zamierzony skutek, 75% respondentów stwierdziło, że kandydat zachęcił ich do głosowania na siebie. W przypadku Wałęsy wartość ta wynosiła jedynie 28%⁴². Warto nadmienić,

³⁸ *Ibidem*, s. 27.

³⁹ Komunikat z badań *Kto ma szanse wygrać w wyborach prezydenckich?*, CBOS, Warszawa 1995, s. 12.

⁴⁰ A. Dudek, *Historia polityczna Polski 1989–2015*, Kraków 2016, s. 345.

⁴¹ Z. Stańczyk, A. Surdej, *op. cit.*, s. 14.

⁴² J. Raciborski, *Polskie wybory. Zachowania wyborcze...*, s. 88.

że bardzo zbliżoną taktykę na czas debaty przyjęli JFK w 1960 r. oraz Clinton w 1992 r.

Druga, a zarazem ostatnia debata tej kampanii odbyła się kilka dni później. Lech Wałęsa świadom swojej porażki w pierwszej debacie starał się panować nad emocjami, faktycznie będąc znacznie bardziej merytoryczny niż poprzednio. Niestety, przemyślana i dobra postawa Kwaśniewskiego spowodowały, że na odrobienie strat wizerunkowych było już za późno. W opinii respondentów Kwaśniewski znów pokonał Wałęsę w stosunku 68 do 15%, szczególnie dominując wśród ludzi młodych w wieku do 24 lat – 76 do 8%⁴³. Ostatecznie Aleksander Kwaśniewski wygrał wybory prezydenckie w 1995 r., uzyskując wynik 51,72% i otrzymując ponad pół miliona głosów więcej od Lecha Wałęsy⁴⁴. Zwycięstwo Kwaśniewskiego było wynikiem nie tylko licznych błędów popełnionych przez Wałęsę, ale przede wszystkim skutkiem ciężkiej pracy sztabu i samego kandydata. Ostateczny wynik Wałęsy również był dobry (48,28%), biorąc pod uwagę niewielkie poparcie kandydata na początku kampanii oraz jego strategiczne wpadki w całym wyborczym wyścigu. Należy jednak wyraźnie stwierdzić, że wygrał kandydat, który był sprawniejszy organizacyjnie, socjotechnicznie, komunikacyjnie i programowo. Zwyciężył kandydat, który sprawniej wykorzystał instrumenty marketingu politycznego, głęboko sięgając po doświadczenia amerykańskie. Warto nadmienić, że interesujący marketingowo produkt oraz dobrze przeprowadzona kampania marketingowa przyczyniły się do najwyższej jak dotąd w historii wyborów w Polsce frekwencji wynoszącej w drugiej turze 68,23%.

Ostatnią z transakcji wyborczych, które stanowią przedmiot niniejszej analizy, są wybory parlamentarne przeprowadzone w roku 1997. Nie jest zamiarem autora ich polityczna analiza, a odniesienie się do celu stawianego we wstępie niniejszego opracowania. Wybory 1997 r. odbywały się po dwóch ważnych i przełomowych dla krajowego marketingu politycznego transakcjach w 1993 i 1995 r. Wydawać by się mogło, że biorące w nich udział komitety wyborcze będą chciały wykorzystać poprzednie doświadczenia, przy okazji dodatkowo je rozwijając. Niestety, należy zauważyć, iż w porównaniu do poprzednich były one krokiem wstecz, szczególnie w zakresie organizacji oraz komunikacji marketingowej. W wyborach odbywających się na tych samych zasadach co w 1993 r. wzięło udział dziesięć komitetów wyborczych, z których tylko pięć przekroczyło wymagany próg wyborczy. Od strony marketingowej najciekawsze działania prowadziły zwycięska Akcja Wyborcza Solidarność, Sojusz Lewicy Demokratycznej oraz Unia Wolności. Wszystkie

⁴³ A. Dudek, *Historia polityczna Polski 1989–2015*, Kraków 2016, s. 346.

⁴⁴ *Ibidem*, s. 347.

wymienione formacje przeprowadziły marketingową analizę rynku, segmentację, pozycjonowanie, różniąc się jednak w obszarze komunikacji marketingowej. Tym razem żadna z partii nie oddała prowadzenia kampanii wyspecjalizowanej agencji doradczej, koncentrując się na doraźnych, selektywnych konsultacjach marketingowych.

Będące u władzy SLD po czterech latach rządów miało problemy wizerunkowe. Do palety wyzwań doszła powódź, która latem 1997 r. dotknęła kraj, tymczasem rząd z premierem Cimoszewiczem na czele w ocenie społecznej nie spełniał pokładanych w nim oczekiwań, szczególnie w zakresie pomocy powodzianom. Arogancka postawa premiera doprowadziła w rezultacie do przyspieszonego spadku poparcia. Co istotne, SLD w kampanii popełniło strategiczny błąd, unikając aktywnego włączenia popularnego wówczas Prezydenta RP Aleksandra Kwaśniewskiego w zasoby swoich działań. Była to obok powodzi jedna z głównych przyczyn wyborczej porażki tej formacji. Popełniono również inne błędy w zakresie marketingu mix. Od strony produktowej zabrakło konkretnej oferty programowej. Poprzez hasło „lepsze jutro” obiecywano stabilizację, natomiast konkurencja w postaci AWS miała tu znacznie więcej do zaproponowania. Innym problemem byli kandydaci na listach, wciąż ci sami od lat, którzy nieodzownie kojarzyli się z PRL i stanowili obciążenie dla nowej proatlantyckiej postawy Sojuszu. Jeżeli chodzi o promocję, to tradycyjnie postawiono na telewizję, prasę oraz spotkania bezpośrednie z wyborcami. Te ostatnie jednak tym razem nie wychodziły najlepiej, były często zakłócone, a partia obciążona czterema latami sprawowania władzy ponosiła koszt społecznego niezadowolenia. W zakresie dystrybucji realizację oparto o tradycyjnie dobrze rozproszony aparat lokalny, który jednak nie był równie aktywny jak dwa lata wcześniej w trakcie kampanii prezydenckiej. Sojuszowi w tej kampanii ewidentnie zabrakło pomysłu oraz charyzmatycznego przywódcy.

W nieco innej sytuacji znalazła się Unia Wolności. W omawianym czasie jej liderem był Leszek Balcerowicz, na którego nazwisko zdecydowano się zbudować kampanię. Był to plan dość ryzykowny, bowiem nie najlepiej kojarzyło się ono szerokim masom społeczeństwa. Wynikało to z reform, które na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych firmował Balcerowicz. Były one konieczne, jednakże społeczeństwo ponosiło tego drastyczny koszt, negatywnie reagując na nazwisko dawnego wicepremiera. Warto jednak pamiętać, że Unia Wolności zabiegała o elektorat inteligencki, wielkomiejski, któremu nazwisko Balcerowicz kojarzyło się z jak najlepszej strony. Partia postawiła w kampanii na sprawy ekonomiczne i podatkowe nazywane „drugim planem Balcerowicza”. Obiecywano obniżenie inflacji oraz walkę z bezrobociem dotykającym wówczas niemal każdą grupę społeczną.

Należy podkreślić, iż przekaz partii doskonale trafiał do jej elektoratu (hasło przewodnie „w lewo, w prawo, zawsze do przodu”), natomiast pozostawał całkowicie niezrozumiały dla szerokich mas społeczeństwa. UW nie znalazła jednak pomysłu na skuteczne poszerzenie swojej grupy docelowej i właśnie to okazało się dla niej największym wyzwaniem, które przyczyniło się do tego, iż zajęła trzecie miejsce z wynikiem 13,37% poparcia⁴⁵. W warstwie produktowej, promocyjnej i dystrybucyjnej Unia Wolności poprawnie wykorzystywała instrumenty marketingu. W przeciwieństwie jednak do swoich największych konkurentów nie potrafiła dotrzeć do nowych grup wyborców i to właśnie rzucało cień na marketingowy jej wymiar kampanii.

W przypadku zwycięskiej w 1997 r. Akcji Wyborczej Solidarność największym sukcesem było zjednoczenie pod jednym sztandarem wielu różnych ugrupowań centroprawicowych, które wcześniej nie potrafiły wspólnie działać. Postanowiono w kampanii postawić się w roli kluczowego przeciwnika postkomunistycznego SLD. Strategicznie pomysł należy uznać za dobry, bowiem wyborcy, którzy nie zgadzali się z wizją państwa zarządzanego przez postkomunistów, w założeniu głosować mieli na AWS. Zabieg taki przyniósł oczekiwany skutek, a AWS otrzymała od wyborców premię za jedność. Od strony programowej postawiono na dwa główne atrybuty, skierowane do dwóch różnych grup wyborców. Dla konserwatywnego elektoratu podkreślano istotę tradycyjnych polskich wartości, czego emanacją było hasło wyborcze „zAWSze Polska, Wolność, Rodzina”. Do centrowych oraz młodszych wyborców kierowano przekaz na temat konkretnych reform edukacji, służby zdrowia, struktury samorządowej państwa, które miały upodobnić kraj do systemów zachodnich. Dywersyfikacja programowa umożliwiła skuteczne poszerzenie grup wyborców i zwycięstwo w wyborach z wynikiem 33,83% poparcia. Było to możliwe dzięki skutecznej promocji opartej zarówno o spotkania z wyborcami, jak również komunikację marketingową. Co istotne, wykorzystano w dużej mierze przekaz negatywny wobec głównego konkurenta SLD, co przyniosło zamierzony skutek w postaci pogłębionej polaryzacji wyborców. W zakresie dystrybucji produktu politycznego wykorzystano aktyw partyjny wszystkich formacji wchodzących w skład koalicji AWS. Co ważne, dzięki temu udało się pozyskać elektorat wiejski, który pozytywnie zareagował na konserwatywny przekaz AWS. Całokształt działań marketingowych postsolidarnościowej koalicji w 1997 r. należy ocenić pozytywnie. Nie była to kampania w amerykańskim stylu, a raczej solidnie wykonana praca marketingowa, w której nie popełniono znaczących błędów strategicznych.

⁴⁵ *Ibidem*, s. 374.

Podsumowanie

Przeprowadzona powyżej analiza działań marketingowych krajowych organizacji politycznych w pierwszej dekadzie transformacji ustrojowej pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

- Przemiany ustrojowe w Polsce rozpoczęte w 1989 r. uczyniły krajowy rynek polityczny w pełni demokratycznym i pluralistycznym, na którym możliwe stało się prowadzenie niezależnej i konkurencyjnej działalności politycznej. Stanowiło to podstawę do aplikacji marketingu na rynku politycznym;
- Duża liczba kandydatów oraz organizacji politycznych aktywnie działających na rynku w pierwszych latach transformacji ustrojowej determinowała poszukiwanie przewagi konkurencyjnej, a co za tym idzie stymulowała aplikację profesjonalnych instrumentów marketingowych na rynku politycznym;
- Na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX w. największe doświadczenie w rynkowym wykorzystaniu marketingu politycznego mieli Amerykanie. Stało się rzeczą oczywistą, iż ich model prowadzenia kampanii wyborczych w zdecydowanie największym stopniu upowszechnił się na świecie demokratycznym Zachodu, do którego aplikowała wówczas Polska;
- Na krajowym rynku politycznym lat dziewięćdziesiątych XX w. niezwykle rzadko spotykano preferowany w USA model wszechstronnego marketingu, w którym wykorzystuje się marketing mix oraz wszystkie możliwe instrumenty marketingowe w celu zaspokajania życzeń i pragnień wyborców. W praktyce został on zastosowany jedynie raz w 1993 r. w kampanii Kongresu Liberalno-Demokratycznego z bardzo umiarkowanym rezultatem;
- Formuła zakładająca pełną amerykanizację kampanii wyborczych w Polsce tuż po przemianach ustrojowych nie jest prawdziwa. Formacje polityczne oraz kandydaci w zdecydowanej większości korzystali z selektywnie wybranych doświadczeń amerykańskich, stosując jednakowoż własny model aplikacji instrumentów marketingowych. Na krajowym rynku wystąpiła zatem nie tyle wszechstronna aplikacja amerykańskiego modelu prowadzenia kampanii, co jego dostosowanie do warunków lokalnych;
- W pierwszej dekadzie przemian ustrojowych tylko raz przekazano stery kampanii w ręce specjalistów prowadzących działania w amerykańskim stylu. Brak sukcesu tej operacji w 1993 r. naprowadził krajowe organizacje polityczne na funkcjonujący po dzień dzisiejszy model, w którym to

partie polityczne zarządzają przebiegiem kampanii, a wyspecjalizowani doradcy jedynie doraźnie konsultują jej kolejne etapy, wprowadzając na bieżąco korekty i zmiany;

- Marketing polityczny, nawet w najbardziej zaawansowanym czy profesjonalnym wydaniu, nie gwarantuje zwycięstwa w wyborach powszechnych. Jak wykazała powyższa analiza, jego instrumenty mogą jednak stymulować profesjonalizację działań kampanijnych, które zapewniają wynik znacznie lepszy niż oczekiwano. Świadczą o tym przypadki Tymińskiego w 1990 r., SLD w 1993 r., Wałęsy w 1995 r. czy AWS w 1997 r.;
- Wydaje się, że formuła zarządzania kampanią wyborczą w Polsce, która ukonstytuowała się w pierwszej dekadzie przemian ustrojowych, pozostaje aktualna do dnia dzisiejszego. Partie, co oczywiste, wykorzystują aktualne nowinki technologiczne w zakresie marketingowej komunikacji, natomiast strukturalnie i organizacyjnie prowadzą działania kampanijne w podobny sposób jak w latach dziewięćdziesiątych XX w.;
- Pełna amerykańizacja kampanii wyborczych w Polsce nie nastąpiła i raczej nie będzie możliwa w przyszłości. Wynika to nie tyle z deficytu orientacji marketingowej polskiej klasy politycznej, a raczej z niekompatybilności w cyklu wyborczym czy sposobie finansowania krajowych organizacji politycznych z występującymi na rynku w Stanach Zjednoczonych.

Bibliografia

American Association of Political Consultants (AAPC), <https://theapc.org/about-us/> (dostęp: 21.07.2021).

Antoszewski A., Herbut R., *Leksykon politologii*, Wrocław 1996.

Butler P., Collins N., *Strategic analysis in political markets*, „European Journal of Marketing” 1996, vol. 30.

Campaign of 1960, <https://www.jfklibrary.org/learn/about-jfk/jfk-in-history/campaign-of-960> (dostęp: 19.07.2021).

Chmaj M., *Status prawny i finansowanie partii politycznych w Kanadzie*, „Przegląd Prawa Konstytucyjnego” 2014, t. 2.

Codoni P., *Wybory czerwcowe 1989 roku. U progu przemiany ustrojowej*, Warszawa 2012.

Dudek A., *Historia polityczna Polski 1989–2005*, Kraków 2007.

Dudek A., *Historia polityczna Polski 1989–2015*, Kraków 2016.

Głowacka K., *Kampania wyborcza 1989 roku jako przykład kampanii premodernizacyjnej*, „Poliarchia WSMiP UJ” 2016, t. 1.

Johnson J., *Political Consultants and Campaigns*, Boulder 2013.

- Kolovos J., Harris P., *Political Marketing and Political Communication: the relationship revisited*, Dunedin 2005.
- Kto ma szansę wygrać w wyborach prezydenckich?*, CBOS, Warszawa 1995.
- Maarek P., *Campaign Communication & Political Marketing*, Willey-Blackwell 2011.
- Raciborski J., *Instytucjonalne uwarunkowania zachowań wyborczych*, Toruń 2012.
- Raciborski J., *Polskie wybory. Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego 1989–1995*, Warszawa 1997.
- Stańczyk Z., Surdej A., *Programy i strategie wyborcze w czasie kampanii prezydenckiej 1995 roku*, Gdańsk 1996.
- Stelmach A., *Wybory jako forma legitymizacji władzy w Polsce w dwudziestoleciu przemian ustrojowych*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne UAM” 2011, t. 2.
- Stoła D., *Finanse PZPR w jej ostatnich latach*, „Więź” 2000, t. 3.
- Zaufanie do polityków na początku lutego 1995*, CBOS, Warszawa 1995.

Joanna Pietraszczyk-Sękowska*

 <https://orcid.org/0000-0001-6603-1756>

Samoobrona i *retornantes* Następstwa powojennych migracji powrotnych w Andy na przykładzie nielegalnych zasiedleń terenów podmiejskich Ayacucho

Abstrakt

Tekst ma charakter studium przypadku. Jego celem jest przyjrzenie się kosztom wojennych przesiedleń i wynikających z nich migracji powrotnych w Andy peruwiańskie na przykładzie rzadko badanego zjawiska w postaci nielegalnych zasiedleń (tzw. inwazji) terenów okalających miasta prowincji. Analiza dotyczy złożonego przypadku akcji zasiedleńczej z udziałem *retornantes*¹, przeprowadzonej wiele lat po wojnie przez wywodzące się

* Adiunkt, politolog, antropolog, Uniwersytet Łódzki, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych, Katedra Studiów Latinoamerykańskich i Porównawczych; e-mail: joanna.pietraszczyk@uni.lodz.pl

¹ *Retornantes* pochodzi od czasownika *retornar* (z hiszp. „powracać”) i jest używane w Ameryce Łacińskiej w odniesieniu do migrantów powrotnych (zwanymi również w jęz. hiszp. *migrantes retornados*). W tekście stosuję również hispanojęzyczne wersje innych terminów dedykowanych ofiarom konfliktu wewnętrznego. Są to *desplazados* (z hiszp. „przesiedleni”) oraz *afectados*, czyli poszkodowani w konflikcie (od hiszp. czasownika *afectar*, czyli „dotykać”, „wywierać wpływ”). Ponieważ ostatni z terminów wydaje się najbardziej pojemny, stosuję go najczęściej, traktując jako wyraz bliskoznaczny z pozostałymi, w tym również tytułowym *retornantes*. W tekście używam również polskich pojęć odnoszących się do ofiar konfliktu jak „uchodźcy wewnętrzni”, „ucieknięrzy wojenni” czy „reemigranci”. Jest to jednak przykład spolszczenia badanej problematyki, gdyż hiszpański termin *refugiado* („uchodźca”) nie jest powszechny w Andach w analizowanym kontekście, a pojęcia „reemigrant” nie używa się wcale.

z jej okresu cywilne siły samoobrony. Podjętym rozważaniom przyświeca teza, iż – przez wzgląd na różnorodność i nieoczywistość uwarunkowań – zachowania migracyjne osób dotkniętych konfliktem zbrojnym stanowią o amorficzności fenomenu powrotów, jak również mogą przyczynić się do podtrzymania lokalnych kryzysów powstałych w okresie terroru. Część empiryczna tekstu została przygotowana na podstawie prac badawczych zrealizowanych w latach 2004–2010 i 2015–2019 w Limie oraz miastach i terenach wiejskich środkowo-południowych Andów peruwiańskich².

Słowa kluczowe: konflikt wewnętrzny, migracje powrotne, nielegalne zasiedlenia, cywilne siły samoobrony, Peru, środkowo-południowa *sierra*, Yanama.

Self-defense and *retornantes*. The consequences of post-war return migrations in the Andes on the example of illegal settlement of the suburban areas of Ayacucho

Abstract

This paper is a case study with an objective to examine the costs of war displacements and the resulting return migrations to the Peruvian Andes based on the example of scarcely researched illegal settlements (so-called invasions) on the outskirts of towns in the province. The analysis focuses on a complex case of a settlement operation involving *retornantes*, conducted many years after the war by civil self-defense forces. These considerations are supported by the thesis that – due to the diversity and nonobviousness of the determinants – the migratory behaviors of those affected by the armed conflict account for the amorphism of the phenomenon of returns and may contribute to the perpetuation of local crises which arose during the period of terror. The empirical part of the paper was written based on the results of the research conducted in 2004–2010 and 2015–2019 in Lima as well as in towns and rural areas of the central-southern Peruvian Andes.

Keywords: internal conflict, return migrations, illegal settlements, civil self-defense forces, Peru, central-southern *sierra*, Yanama.

² Narracja tekstu prowadzona jest w 1. osobie, choć zdaję sobie sprawę, że nie jest to praktyka powszechna w naukach społecznych, w tym także w politologii. Tzw. ujawnianie się autora w tekście występuje natomiast powszechnie we współczesnej antropologii, w ramach której otrzymałam wykształcenie i której narzędzia badawcze dominują wśród tych wykorzystanych w pracy nad artykułem. W przypadku szerokiego zastosowania metody etnograficznej pierwszoosobowa narracja służy m.in. jasnemu rozróżnieniu źródeł wiedzy, szczególnie jeśli tekst zawiera bezpośrednie relacje z badań terenowych. Warto dodać, iż współcześnie zabieg staje się również elementem postępującej antropologizacji nauki, która odbywa się – przede wszystkim – poprzez zapożyczanie przez inne dyscypliny metod i narzędzi badań terenowych; szerzej zob. m.in. A. Posern-Zieliński, *Wspólne obszary refleksji: społeczno-kulturowej antropologii, nauk o polityce i nauk prawnych*, [w:] A. Pomieciński, S. Sikora (red.), *Zanikające granice. Antropologizacja nauki i jej dyskursów*, Poznań 2009, s. 103–132; T. Buliński, *Czym jest antropologizacja nauk?*, [w:] A. Pomieciński, S. Sikora (red.), *Zanikające granice. Antropologizacja...*, s. 263–277.

Wstęp

Obserwowane od ponad trzech dekad powroty peruwiańskich uchodźców wewnętrznych na tereny środkowo-południowych Andów stanowią wyraźny przykład zjawiska decentralizacji współczesnych procesów migracyjnych. Choć są one bezpośrednim następstwem konfliktu zbrojnego z lat 1980–2000, ich przebieg determinują również regionalne tradycje migracyjne oraz bieżące uwarunkowania polityczne i ekonomiczne, co czyni z nich problem głęboko amorficzny i, tym samym, bardzo trudno mierzalny. W efekcie poszczególne przykłady andyjskich *retornos*, ich okoliczności i następstwa badane są przede wszystkim z perspektywy jakościowej, najczęściej z uwzględnieniem szerokiego kontekstu historycznego, społeczno-kulturowego i polityczno-ekonomicznego badanego przypadku³.

Celem niniejszego tekstu jest ukazanie panoramy współczesnych powrotów peruwiańskich uchodźców na tereny andyjskiego wyżu oraz scharakteryzowanie na jej tle specyficznej formy migracji powojennej, jaką stanowią zbrojne zasiedlenia obszarów byłych hacjend okalających miasta, czyli tzw. inwazje *retornantes* (zwanych szerzej *afectados*). Podjęte zagadnienia zostaną przeanalizowane zarówno w kontekście bogatych tradycji migracyjnych regionu, jak również znaczenia powojennych problemów społecznych prowincji, wyraźnie nasilonych wraz z trwającymi nadal procesami powrotów: wysokiego poziomu roszczeń politycznych i ekonomicznych ze strony *afectados*, wyzwań związanych z koniecznością demobilizacji cywilnych grup

³ Szerzej o teorii migracji powrotnych zob. m.in. E. Nowicka, H. Firouzbakch (red.), *Homecoming. An Anthropology of Return Migrations*, Kraków 2008 oraz D. Niedźwiedzki, *Migracje i tożsamość. Od teorii do analizy przypadku*, Kraków 2010; a w kontekście Peru: Asociación Pro Derechos Humanos, *Los Desplazados. 600 000 ciudadanos peruanos sin derechos*, Lima 2000, s. 14–27; M. Rodríguez, O. Espinosa (red.), *Múltiples retornos a una misma tierra. La situación del pueblo Asháninka de los ríos Tambo y Ené – Selva Central*, Lima 1997; R. Barrantes, *Reparations and Displacement in Peru*, ICTJ 2012; N. Zevallos, *Desplazamientos Internos en el Perú*, Lima 2015 czy G. Yamada, *Patrones de migración interna en el Perú reciente*, [w:] C. Garavito, I. Muñoz (red.), *Empleo y protección social*, Lima 2014, s. 91–124.

O powojennych migracjach powrotnych w Andy pisałam również we wcześniejszym tekście (J. Pietraszczyk-Sękowska, *Powroty po(do) bliskich. O paradoksach migracji powrotnych i ich związkach z poszukiwaniami desaparecidos w Andach peruwiańskich końca XX i początku XXI wieku*, „Ameryka Łacińska” 2020, nr 1, s. 15–38). Choć badany aspekt zjawiska był wówczas zupełnie inny, bo dotyczył powiązań między *retornos* i poszukiwaniem przez migrantów ich zaginionych bliskich, punkt wyjścia dla obu analiz można uznać za zbieżny. Jest nim dostrzeżenie szeregu czynników wywołujących różnicowanie się fenomenu migracji powrotnych oraz związanych z tym wyzwań metodologicznych.

samoobrony (których siła liczebna oraz uzbrojenie stanowiły przez lata ważną kartę przetargową po stronie poszkodowanych w konflikcie) oraz problemu nieuregulowanych od dekad tytułów własności ziemi, skutkującego po wojnie nawrotem antagonizmów społecznych między byłymi właścicielami hacjend (lub ich spadkobiercami), ludnością chłopską (silnie współcześnie zróżnicowaną i podzieloną) oraz państwem.

W ramach analizy teoretycznej za punkt wyjścia przyjmuję definicję „migracji powrotnej” M. Boyd, zgodnie z którą jest to „powrót do kraju lub obszaru pochodzenia w wymiarze tymczasowym lub długotrwałym”⁴. W artykule konfrontuję ją z opisem badanego przypadku, w którym kładę nacisk na ukazanie specyficznego, bardzo złożonego charakteru powojennych migracji powrotnych w Andy i ich następstw. Stąd też podjętej analizie przyświecają dwa główne założenia dotyczące cech interesującego mnie fenomenu. Przede wszystkim, przez wzgląd na wielość jego uwarunkowań, postrzegam go jako problem głęboko niejednorodny, którego poszczególne przykłady mogą stanowić oddzielne, w pewnym sensie „samorodne” modele badawcze (tj. słusznie kojarzone z wojną i powrotami, ale posiadające z nimi partykularne, często nieoczywiste powiązania)⁵. Po drugie zakładam, że – jako wynik terroru i przesiedleń – zbrojne inwazje stanowią przedłużenie konfliktu, w tym również w zakresie wygenerowanych przezeń nowych porządków społecznych. Problem ten ukazuję na przykładzie studium przypadku. Dotyczy ono nielegalnej akcji zasiedleńczej, dokonanej w 2006 r. w okolicach miasta Ayacucho przez *retornantes* prowadzonych przez siły samoobrony cywilnej, które – w okresie wojny „oddelegowane” przez wojsko do stosowania przemocy oraz zarządzania ludnością chłopską – w czasie transformacji powojennej korzystają z obu mandatów tak w destruktywnej, jak i konstruktywnej formie⁶.

Charakterystyka problemu opiera się na analizie literatury przedmiotu i wynikach badań terenowych (obserwacji, wywiadów i lektury wioskowych

⁴ Cyt. za: K. Romaniszyn, *Migration Networks and Return Migration*, [w:] E. Nowicka, H. Firouzbakch (red.), *Homecoming...*, s. 33.

⁵ Zob. m.in. M. Skoczek, *Zmiany mobilności przestrzennej ludności Ameryki Łacińskiej jako efekt globalizacji*, [w:] M. F. Gawrycki (red.), *Ameryka Łacińska wobec wyzwań globalizacji*, Toruń 2006, s. 275–285; M. Rodriguez, O. Espinosa (red.), *Multiples...*; Asociación Pro Derechos Humanos, *op. cit.*; F. J. Lozano Martínez, *Desplazados por violencia en asentamientos humanos de Huanta y Lima. Perú*, Guadalajara 2011; J. Pietraszczyk-Sękowska, *Powroty po(do) bliskich...*; jak również K. Romaniszyn, *op. cit.*, s. 32–35 oraz D. Niedźwiedzki, *op. cit.*, s. 7–12.

⁶ Zob. A. Arjona, *Wartime Institutions: A Research Agenda*, „Journal of Conflict Resolution” 2014, vol. 58, no. 8, s. 1360–1389 oraz M. Fumerton, *Beyond Counterinsurgency: Peasant Militias and Wartime Social Order in Peru's Civil War*, „European Review of Latin American and Caribbean Studies” 2018, nr 105, s. 62–65.

archiwaliów) zrealizowanych przeze mnie w 2004 i 2005 r. wśród migrantów andyjskich w Limie oraz w latach 2005–2010/2015–2019 wśród uciekinierów wojennych i *retornantes* na obszarze departamentu Ayacucho w środkowo-południowych Andach peruwiańskich.

Tło historyczne współczesnych tendencji migracyjnych w regionie

Sam zarys dziejów środkowo-południowych Andów peruwiańskich pozwala uznać Ayacucho za „migrujący region”. Zgodnie z powszechną na terenach andyjskich praktyką już kilka tysięcy lat przed naszą erą lokalne społeczności eksploatowały jednocześnie wiele stref klimatyczno-topograficznych⁷, w sposób zasadniczy dywersyfikując tym samym nie tylko własną aktywność gospodarczą, ale również procesy mobilności przestrzennej ludności. W kolejnych epokach wszystkie z dominujących kolejno w regionie kultur⁸ prowadziły dynamiczne akcje osadnicze, które – służąc celom tak gospodarczym, jak i politycznym – nie tylko nadały migracjom charakter w dużej mierze przesiedleńczy, ale również przekładały się na wzrost różnorodności etniczno-kulturowej tej części Andów. Wymienione zjawiska nabrały na znaczeniu i sile w okresie panowania Inków. Tworząc własne ośrodki administracyjne oraz nasilając praktykę przymusowych przesiedleń, władcy imperium prowadzili pacyfikację lokalnych kultur i tym samym budowali dominację w regionie, przez który przebiegały strategiczne dla politycznego i gospodarczego funkcjonowania inkanału szlaki komunikacyjne z wybrzeża i *sierry* środkowej do Cuzco⁹.

⁷ W Ameryce Łacińskiej są one znane jako *zonas ecológicas*, czyli strefy ekologiczne, które reprezentują bardzo zróżnicowane ekosystemy obszarów wysokogórskich, andyjskich płaskowyżów i dolin czy też wysokiej i niskiej puszczy amazońskiej. Ponieważ wskazana powyżej praktyka eksploatacji kilku ekosystemów przez jedną społeczność jest typowa dla Andów Środkowych, północnoamerykański antropolog J. Murra nazwał te kultury „archipelagami pionowymi” (hiszp. *archipiélagos verticales*); zob. J. Murra, *El mundo andino. Población, medio ambiente y economía*, Lima 2014, s. 85–139.

⁸ Najważniejsze z nich to Warpa, Wari i wywodzące się od tej ostatniej Chanca.

⁹ Szerzej o okresie prehiszpańskim w omawianym regionie patrz m.in.: T. Tung, *Violence, Ritual and the Wari Empire*, Gainesville 2012; J. Ochatoma, M. Cabrera, *Religión y militarismo en la antigua ciudad Wari*, [w:] R. Ayala (red.), *Entre la región y la nación. Nuevas aproximaciones a la historia ayacuchana y peruana*, Lima 2013, s. 15–48; M. Salas, *La ciudad-región de Huamanga: de los tiempos prehispánicos a la era colonial y republicana inicial*, [w:] R. Ayala (red.), *Entre la región y la nación...*, s. 49–84; M. Aguirre, *Ayacucho: Vilcashuaman y Cangallo. Gloria y ocaso de una heroica región andina*, San Juan de

Zbliżone determinanty kierowały działaniami obecnych na tym obszarze już od pierwszych lat konkwisty Hiszpanów. Wzrost znaczenia polityczno-militarnego i ekonomicznego oraz rozwój demograficzny założonej w 1539 r. stolicy regionu, Huamangi¹⁰, działać miał wielokierunkowo: wzmacniać ważny ośrodek handlowy na szlaku łączącym *sierrę* środkowo-południową z wybrzeżem, otwierać stosunkowo dogodną drogę dostępu do selwy, sprzyjać rozwojowi niezbędnej dla aprowizacji Limy produkcji rolnej i hodowlanej oraz stanowić jednocześnie administracyjną i militarną przeciwwagę dla Cuzco (posiadającego jeszcze przez wieki największy potencjał tubylczego buntu przeciwko systemowi kolonialnemu). Podobnie jak w innych rejonach Andów, realizacja tych założeń przełożyła się na znaczne nasilenie zjawiska mobilności przestrzennej mieszkańców, na które złożyły się zarówno przymusowe przesiedlenia w granice nowo utworzonych tubylczych osad (tzw. redukcji) i cykliczna wymiana pracowników w ramach systemu pracy przymusowej (tzw. *mity*), jak również migracje ekonomiczne i ucieczki ludności rdzennej przed obciążeniami osobistymi (zarówno dotkliwym trybutem, jak i wspomnianą *mitą*) z terenów wspólnot do miast¹¹.

Zasadnicze zmiany wywołała sytuacja z przełomu XIX i XX w., gdy zapóźnienia w niewydajnym rolnictwie (którego rozwój i modernizację ograniczał zarówno feudalizm, jak i skromny areał uprawny w regionie) zaczęły przekładać się na pierwsze oznaki długotrwałego kryzysu gospodarczego i – będące jego bezpośrednią konsekwencją – zapowiedzi poważnych przemian społecznych. Choć w latach 1940–1980 w wielu regionach Peru trwał *boom* demograficzny, w Ayacucho przyrost ludności był bardzo powolny. Populacja departamentu wzrosła wówczas z czterystu do pięciuset tysięcy (czyli o 1/4, podczas gdy w innych regionach potrafiła się podwoić), charakteryzując się jednocześnie wysokim współczynnikiem odpływu ludności ze wsi do miast, w tym głównie ośrodków miejskich *sierry* i wybrzeża, ale również intensywnie kolonizowanej wówczas selwy. Postęp urbanizacji prowincji był wynikiem zarówno gospodarczej zapaści hacjend (która wywołała masowe ucieczki pracowników rolnych przed wzrostem nakładanych na nich obciążeń), ale również *boomu* edukacyjnego związanego z ponownym otwarciem

Miraflores 2008, s. 25–166; A. Valesco Zapata, N. Chávez Pereyra, R. Rojas Rojas (red.), *Historia y cultura de Ayacucho*, Lima 2010, s. 53–81.

¹⁰ Pełna nazwa miasta z okresu jego fundacji to San Juan de la Frontera de Huamanga.

¹¹ Szerzej: V. Roel, *Historia social y económica de la colonia*, Lima 1999, s. 89–120; N. E. Pereyra, *Élite, poder y disciplina en el Perú temprano colonial: el caso de Huamanga, 1539–1550*, [w:] R. Ayala (red.), *Entre la región y la nación...*, s. 85–103; P. Klären, *Nación y sociedad en la historia del Perú*, Lima 2004, s. 60–82.

UNSCH¹² oraz znacznym przyrostem liczby szkół średnich w ośrodkach miejskich regionu. Procesy odpływu ludności z andyjskich wiosek wyhamowała w ograniczonym zakresie reforma rolna z końca lat 60. XX w.¹³ Niemniej, dekadę później doszło do wyraźnej eskalacji problemu w wyniku nasilenia i brutalizacji działań zbrojnych na terenach wiejskich.

Wojna domowa z lat 1980–2000 objęła swym zasięgiem 16 z 24 departamentów, niemniej zaczęła się w Ayacucho, które – wraz z sąsiadującymi z nim regionami – do końca konfliktu pozostało epicentrum działań militarnych. Choć konfrontacja strony rządowej z siłami rewolucyjnymi miała charakter walki o władzę w państwie i wpisywała się w mechanizmy zimnowojenne, jej koszty społeczne poniosła przede wszystkim ludność chłopska pochodzenia tubylczego, apriorycznie identyfikowana z komunizmem i uznana w ten sposób za „naturalnego” sojusznika Świetlistego Szlaku. Skalę ofiar wojny domowej zwiększył zasadniczo fakt uwikłania w działania militarne tysięcy mieszkańców prowincji, którzy – dziesiątkowani tak przez formacje państwowe, jak i organizacje antyrządowe – podjęli samoobronę, stając się wkrótce jednym z aktorów zbrojnych konfliktu. Tworzone nieformalnie niemal od początku wojny siły chłopskie już pod koniec lat 80. odgrywały znaczną rolę w pacyfikacji terenów wiejskich, by na początku kolejnej dekady zostać częścią tzw. rządowej strategii antywywrotowej i działać już wówczas oficjalnie pod nazwą Komitetów Samoobrony (hiszp. CAD’s). Choć wiele z nich powstało pierwotnie w akcie obronnym andyjskich wiosek, wraz z postępem „sojuszu” z siłami rządowymi zaczęły wyraźnie przyczyniać się do wzrostu kosztów społecznych walk na prowincji. Nie tylko eskalowały bratobójczy charakter wojny domowej, wywołując przy tym znaczne straty we własnych szeregach (tak ze względu na brak przygotowania militarnego i słabe uzbrojenie, jak również podatność na nadużycia ze strony wojska),

¹² Hiszp. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga (Uniwersytet Narodowy św. Krzysztofa w Huamandze). Jest to druga najstarsza uczelnia w Peru; założona w roku 1677 i zamknięta pod koniec XIX w. w warunkach kryzysu polityczno-gospodarczego. Jej reaktywacja w latach 50. XX w. nie tylko oznaczała prawdziwy rozkwit środowiska akademickiego na terenie środkowo-południowej prowincji, ale również wprowadziła do jej życia publicznego zupełnie nowe nurty światopoglądowe; szerzej o UNSCH: C. I. Degregori, *El surgimiento de Sendero Luminoso. Ayacucho 1969–1979*, Lima 2010, s. 37–48; R. Cavero, *UNSCH „...imposible es morir”*. *Universidad satanizada, asfixiada y violentada*, Huancayo 2005; A. Zapata, N. Pereyra, R. Rojas (red.), *Historia y cultura...*, s. 159–165.

¹³ O społecznych konsekwencjach reformy rolnej oraz zmian w edukacji patrz m.in.: E. Mayer, *Cuentos feos de la reforma agraria peruana*, Lima 2017; A. Zapata, N. Pereyra, R. Rojas (red.), *Historia y cultura...*, s. 159–182; P. Klären, *op. cit.*, s. 393–428; C. I. Degregori, *El surgimiento de Sendero...*, s. 49–67.

ale również nasilały zjawisko przesiedleń. To ostatnie wymaga szczególnego podkreślenia, bo stanowi jeden z tragicznych paradoksów peruwiańskiego konfliktu. Zyskując coraz większą autonomię i totalizując walkę ze Świetlistym Szlakiem, siły chłopskie miały również swój udział w procesach wyludniania się prowincji, na które złożyły się tak ucieczki mieszkańców z grabionych wspólnie przez wojsko i CAD's wiosek, jak i przymusowe przesiedlenia ludności chłopskiej do tzw. baz antywywrotowych jako rządowych form jej izolacji od senderyzmu¹⁴.

W wyniku wskazanych mechanizmów konflikt wewnętrzny dokonał na prowincji nieodwracalnych zniszczeń. Oprócz masowych mordów, których ofiarą była w 80% ludność wiejska, praktykowanych na niej tortur, zaginięć i gwałtów oraz dewastacji setek wiosek wielopostaciowa przemoc wywoływała kolejne fale ucieczek. Powstałe w ten sposób masowe zjawisko uchodźstwa wewnętrznego przez lata rozwijało się jednak w tle przybierających coraz większe rozmiary działań zbrojnych, przez co nigdy nie poznano jego rozmiarów. Nie dostrzeżono również jego istoty, mimo iż wyraźnie stanowiło eskalację konfliktu w czasie i przestrzeni. Choć liczbę ofiar śmiertelnych wojny próbowano określić bardzo dokładnie, szacunki dotyczące uciekinierów pozostały przez lata tak rozbieżne, że po dziś dzień utrudniają konceptualizację tematu jako problemu badawczego. Dopiero pod koniec konfliktu wyliczono, że w latach 1980–1997 w wyniku działań zbrojnych zostało przesiedlonych około 430 000 osób. Nieco później instytucje pomocowe ustaliły, że jedynie w latach 1983–1992 było w Peru 600 000 uciekinierów wojennych. Oznacza to, że w ciągu dwóch dekad wojny ucieczkę z miejsca zamieszkania mógł podjąć nawet milion Peruwiańczyków¹⁵. Niepokojące szacunki, co do

¹⁴ Szerzej o konflikcie w Peru patrz m.in.: G. Gorriti, *Sendero Luminoso. Historia de la guerra milenaria en el Perú. Tomo I*, Lima 1990; C. I. Degregori, *Sendero Luminoso. I. Los hondos y mortales desencuentros, II Sendero Luminoso: lucha armada y utopía autoritaria*, Documento de Trabajo n. 4 y 6, Lima 1985; C. Tapia, *Las Fuerzas Armadas y Sendero Luminoso*, Lima 1997; N. Manrique, *El tiempo del miedo. La violencia política en el Perú 1980–1996*, Lima 2002; E. Jiménez, *Chungui. Violencia y trazos de memoria*, Lima 2009; a o specyfice chłopskiej samoobrony: C. I. Degregori (red.), *Las rondas campesinas y la derrota de Sendero Luminoso*, Lima 1996; M. Fumerton, *Rondas Campesinas in the Peruvian Civil War: Peasant Self-Defence Organisations in Ayacucho*, „Bulletin of Latin American Research” 2001, vol. 20, no. 4, s. 470–497 oraz J. Pietraszczyk, *Peruwiańskie Komitety Samoobrony – w poszukiwaniu nowej roli społecznej*, [w:] M. Kania, A. Kaganiec-Kamińska (red.), *Doświadczenie demokracji w Ameryce Łacińskiej*, Kraków 2008, s. 75–88.

¹⁵ Dane na podstawie: Mesa nacional sobre desplazamiento, *Balance del proceso de desplazamiento por violencia política en el Perú (1980–1997)*, „Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM” 2002, no. 5; Asociación Pro Derechos Humanos,

skali przesiedleń, jak i wielu innych kosztów społecznych konfliktu oznaczały, że readaptacja mieszkańców do życia na terenach prowincji przez wiele kolejnych lat odślaniała nowe oblicza następstw wojny. Jak się okazało, należał do nich również nieoczywisty wcześniej związek między skomplikowanym charakterem powrotów *afectados* oraz stale nieuregulowanym statusem grup wioskowej samoobrony (których aktywność przez znaczną część powojnia rosła w siłę, czemu sprzyjał m.in. regularnie przywracany w Andach stan wyjątkowy).

Morfologia powrotów

Złożone mechanizmy rozwoju działań zbrojnych na prowincji oraz wielowymiarowość ich kosztów społecznych sprawiły, że na przestrzeni niemal całego konfliktu wydawało się, iż mieszkańcy środkowo-południowej *sierry* są w ciągłym ruchu. W efekcie ich nasilone – choć niejednorodne tak w wymiarze czasowym i przestrzennym, jak i demograficznym – zachowania migracyjne zaczęły wyraźnie odbiegać od ich prostych modeli teoretycznych. Oznaczało to nie tylko zaburzenie jednokierunkowej (w teorii) trasy migracji przesiedleńczej i powrotnej, ale nawet zacieranie się granicy między zjawiskiem ucieczki i powrotu. Te same procesy sprawiły również, iż wizerunek zewnętrzny migrantów z terenów dotkniętych konfliktem uległ homogenizacji w ramach wspólnej kategorii *afectados*. Przebywając w obcym środowisku byli nadal łatwo identyfikowani jako przybysze z epicentrum wojny domowej, ale już znacznie trudniej jako *desplazado*, *retornante* czy ewentualnie inna kategoria Obcego¹⁶.

Niejednorodność i wyraźna tymczasowość zachowań uciekinierów wojennych wynikały głównie z faktu, iż przesiedlenie ze strefy konfliktu stanowiło prolongację doświadczenia przemocy. Jak łatwo się domyślić, w przyjmujących ich społecznościach miejskich – bez większych wyjątków – funkcjonowali w trudnych warunkach bytowych, którym towarzyszył brak społecznej akceptacji. Nie tylko jako „zwykli” obcy, ale w dodatku obcy kojarzeni

op. cit., s. 9–18; M. Śniadecka-Kotarska, *Kobiety w migracjach przesiedleńczych w Peru (1980–2000)*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2006, nr 1, s. 49–51; F. J. Lozano Martínez, *op. cit.*, s. 43–44; Comisión de la Verdad y Reconciliación, *Hatun Willakuy. Versión abreviada del Informe Final de la CVR*, Lima 2008, s. 386.

¹⁶ O „rozmyciu” kategorii migracyjnych zob. m.in. K. Romaniszyn, *op. cit.*, s. 32–39; a w odniesieniu do badanego przypadku: Asociación Pro Derechos Humanos, *op. cit.*, s. 14–34; N. Zevallos, *op. cit.*, s. 13–50; F. J. Lozano Martínez, *op. cit.*, s. 9–53; R. Barrantes, *op. cit.*, s. 5–9 oraz moje badania w roku 2010 na terenie inwazji „Yanama” w Ayacucho i w latach 2015–2019 w strefie Putis na wyżu Huanty.

z terroryzmem, padali ofiarą stygmatyzacji i dyskryminacji, które były jednoznaczne z odmawianiem im równoprawnej pozycji w społeczeństwie¹⁷. Około dziesięciogodzinny dzień pracy; nisko płatne, nieobjęte systemem socjalnym zajęcia (w tym głównie prace fizyczne i handel uliczny); duża odległość między miejscem zamieszkania i miejscem zatrudnienia oraz związane z tym wielogodzinne dojazdy przekładały się na trudności budżetowe, dysfunkcje rodziców odpowiedzialnych za dorastające w obcym środowisku dzieci, zaniechanie przez te ostatnie edukacji, nasilenie się zjawiska przemocy domowej i, w efekcie, dekompozycję rodzin. Co więcej, choć nie ma wątpliwości, iż żyjącym w podobnych warunkach uchodźcom towarzyszył nieodłącznie brak poczucia bezpieczeństwa, warto pamiętać, że problem ten generowało nie tylko wyobcowanie i rosnący wówczas w ośrodkach miejskich poziom przestępczości. Nie bez znaczenia były również uwarunkowania ekologiczne: zanieczyszczenie środowiska i brak dostępu do ziemi uprawnej (jako podstawowego dotąd źródła żywienia rodziny), które przekładały się nie tylko na dyskomfort psychiczny, ale także fizyczny. W ich efekcie, mimo pozornie większego dostępu do medycyny i farmakologii, szukających schronienia w miastach *afectados* dziesiątkowały problemy zdrowotne¹⁸.

Przez wzgląd na wskazane czynniki, pierwsze próby powrotów uchodźców wewnętrznych do wiosek ich pochodzenia miały miejsce już w II połowie lat 80. Jako, *de facto*, ucieczki przed wyzyskiem i trudnymi warunkami

¹⁷ Szerzej o mechanizmach przemocy kulturowej wobec andyjskich uciekinierów wojennych w miastach zob. M. Śniadecka-Kotarska, *op. cit.*, s. 52–58.

¹⁸ Wszyscy współpracujący ze mną *afectados*, którzy trafili w okresie wojny do Limy, zwrócili uwagę, że jednym z powodów ich finalnej decyzji o powrocie na prowincję był brak przestrzeni i zanieczyszczenie środowiska w stolicy, które przekładały się na częste zachorowania tak dorosłych, jak i dzieci. Warto pamiętać, że doświadczenia te wiązały się w znacznym stopniu z sygnalizowanym powyżej problemem uciążliwych dojazdów do pracy i szkoły. Przez wzgląd na fakt, iż andyjscy uciekinierzy trafiali najczęściej do nowo powstałych dzielnic okalających miasto (czyli tzw. *conos*, co z hiszp. oznacza „stożki” i sugeruje ich kształt na tle pustynno-wyżynnych okolic Limy), czas ich przebywania w środkach transportu zbiorowego mógł wynosić nawet 3–4 godziny dziennie (pod koniec wojny populacja stolicy urosła do blisko 10 mln mieszkańców, a rozpiętość jej obszaru z północy na południe sięgnęła 70 km). Z biegiem lat do wyzwań ekologicznych dołączył problem z dostępem do wody pitnej, której niedostatki mogą współcześnie zdecydować o wyludnianiu się metropolii. Kilkoro respondentów stwierdziło, że szok, jaki wywołały u nich warunki życia w stolicy i przerwy w dostawach wody, skłonił ich do przeniesienia się „na łono natury” w selwie (czyli ekosystem skrajnie odmienny tak od suchego wybrzeża, jak i surowej *sierry*); na podstawie rozmów z poszkodowanymi w konflikcie zamieszkałymi w Limie (lata 2004–2005) oraz w Ayacucho i Huancie (lata 2007–2010 i 2015–2016).

życia w miastach, inicjatywy te niewolne były jednak od czynnika przymusu i charakteryzowały się brakiem strategii przetrwania na zniszczonych lub objętych nadal walkami terenach wiejskich. Stąd też już kilka lat później w działaniach uciekinierów wojennych zaczęły przeważać wysiłki na rzecz bezpiecznego przebiegu migracji powrotnych. Oznaczało to ich gotowość do współpracy z państwem, które na początku dekady lat 90. uruchomiło pierwsze odgórne programy ponownego zaludniania i rekonstrukcji prowincji. Co ważne, wsparcie aktu powrotu przez administrację państwową wiązało się z zastosowaniem modelu bezpieczeństwa wiosek powstałego w okresie wojny. Było to jednoznaczne z obowiązkiem podjęcia inicjatywy w dużej, zorganizowanej grupie *retornantes*, posiadania przez nią własnych sił samoobrony oraz podporządkowania tych ostatnich formalnej kontroli wojska, które oceniało stan bezpieczeństwa prowincji i, następnie, konwojowało społeczność w czasie jej wędrówki w rejon pochodzenia¹⁹.

Ponieważ od pierwszej połowy lat 90. napływ uchodźców na tereny środkowo-południowej *sierry* wyraźnie narastał, podobną tendencję uznano za podyktowaną przede wszystkim sentymentalnym motywem powrotu w rodzinne strony i związaną z nim możliwością życia oraz wychowania dzieci we własnym kręgu kulturowym. Niejednolity przebieg wędrówek *afectados* do miejsc ich pochodzenia pokazał jednak, że kierowały nimi różne motywacje, a sam akt powrotu – inaczej niż się spodziewano – niekoniecznie wiązał się z decyzją o pozostaniu w rodzinnych stronach na stałe. Podobnie jak miało to miejsce w latach 80. duża część „powrotów” okazywała się początkiem wieloetapowej, zupełnie nieoczywistej trasy migracji. Po epizodzie pobytu w rodzinnej wiosce, skutkującym bardzo często rozczarowaniem niskim poziomem bezpieczeństwa na prowincji oraz nieumiejętnością readaptacji do życia w Andach, migranci zabezpieczali swoją własność na wsi i, *nomen omen*, wracali do poszukiwania stałego miejsca zamieszkania wśród lokalizacji znanych im z okresu ucieczki²⁰ (lub, ewen-

¹⁹ Szerzej: R. Barrantes, *op. cit.*, s. 5–12; Asociación Pro Derechos Humanos, *op. cit.*, s. 16–18, 31–40; Mesa nacional sobre desplazamiento, *op. cit.*; F. J. Lozano Martínez, *op. cit.*, s. 24, 43–48 oraz moje badania wśród *afectados* w Huancie (listopad 2007, styczeń 2010), na wyżu Chaki (styczeń 2009) oraz strefie Putis (październik 2015, czerwiec 2016 i maj 2019).

²⁰ Co *de facto* oznaczało, że kilkuetapowa trasa „powrotu” stanowiła nierzadko jedynie modyfikację równie złożonej trasy przesiedlenia (biegnącej najczęściej przez kolejne wioski *sierry*, tzw. bazy antywywrotowe oraz ośrodki miejskie prowincji i, następnie, duże miasta wybrzeża lub ewentualnie względnie bezpieczne lokalizacje na terenie selwy). W 2020 r. pisałam o migracjach powrotnych w Andy w kontekście jeszcze innego ich motywu, jakim była niemal od początku wojny (i przez wzgląd na trwające

tualnie, kierunków zupełnie nowych). Zgodnie z ich relacjami podobne decyzje wynikały głównie z chęci zapewnienia rodzinie wyższego poziomu życia i lepszych warunków rozwoju w ośrodkach miejskich²¹. Co ważne, zdecydowana większość *afectados* nie rezygnowała przy tym jednak z cyklicznych powrotów do wiosek pochodzenia; nie tylko jako „ziem ojców”, ale także lokalizacji gospodarstw (w których podtrzymywano produkcję żywności) czy nawet miejsc wychowania najmłodszych, nieobjętych jeszcze edukacją gimnazjalną dzieci (które w podobnej sytuacji pozostawały na wsi z matką lub najbliższymi krewnymi, niejako chronione w ten sposób przed środowiskiem miejskim).

Jak łatwo się domyślić, podobne różnicowanie się zachowań migracyjnych pisało odmienne scenariusze losów zarówno rodzin, jak i całych społeczności *retornantes*, przekładając się wkrótce na poważne utrudnienia w parametryzacji zjawiska migracji powrotnych. W obserwacji problemu istotną rolę odegrał również sygnalizowany już fakt, iż powroty inicjowane w latach 80. rozgrywały się na tle mających nadal miejsce ucieczek oraz wędrówek ekonomicznych, co utrudniało śledzenie ich przebiegu. W efekcie badania procesów powrotów w Andy rozpoczęto stosunkowo późno, skupiając się przy tym przede wszystkim na jakościowych studiach przypadku. Stąd też współcześnie brakuje na ich temat danych liczbowych, a tworzone statystyki dotyczą najczęściej wybranej kategorii powrotu lub też konkretnej fali migra-

współcześnie ekshumacje w pewnym sensie nadal pozostaje) potrzeba poszukiwania zaginionych bliskich, tzw. *desaparecidos*. Był to kolejny czynnik silnie różnicujący mobilność przestrzenną poszkodowanych w konflikcie, gdyż w praktyce oznaczał wiele „powrotów” w rodzinne strony i, następnie, przemierzanie ich rozległych okolic celem lokalizowania anonimowych mogił zaginionych krewnych; zob. J. Pietraszczyk-Sękowska, *Powroty po (do) bliskich...*

²¹ W świetle wypowiedzi moich rozmówców źródła tych decyzji wydają się na tyle oczywiste i niemal zawsze zbieżne, że trudno z nimi dyskutować. Dominuje wśród nich potrzeba dostępu do miejskiego rynku pracy, transportu publicznego, opieki zdrowotnej oraz, co szczególnie podkreślane, lepszej edukacji dla dzieci. To ostatnie warto ukazać na przykładzie wypowiedzi lidera CAD's, która rysuje szerszy obraz położenia andyjskich *retornantes* w powojennym Peru: „Edukacja. To jest jedyny sposób, by w Peru coś się zmieniło. A na wsi nasze dzieci mają mizerne warunki. W wioskach są jedynie szkoły podstawowe z bardzo złym poziomem. Do średniej trzeba dziecko wysłać do większego ośrodka lub do miasta. A pokój w Ayacucho to 80 soli miesięcznie. I jeszcze utrzymanie. W dodatku, jeśli one są w mieście same, to się narkotyzują, prostytuują, kradną... Chodziło nam o to, żeby nasze dzieci mogły pójść do lepszej szkoły, bo dzieci chłopskie są bystre, tylko szkoła wiejska nie daje im żadnych szans w konkurencji z miastem” (rozmowa z Estebanem Quispe Campą [alias „Centurión”], więzienie Yanamilla, Ayacucho, 9 stycznia 2010).

cji w danym regionie środkowo-południowej *sierry*²². Dlatego też najprostszą formą podziału fenomenu wydaje się wskazana powyżej kategoryzacja czasowa na *retornos* podejmowane oddolnie od II połowy lat 80. i te wspierane odgórnie przez władze centralne od początku lat 90. Niemniej, również w jej przypadku należy pamiętać, iż peruwiańskie państwo zdecydowanie nie zdołało utrzymać funkcji regulatora depopulacji miast i służącej jej polityki powrotów, które leżały u źródeł formalnego zaangażowania się rządu A. Fujimoriego w pomoc poszkodowanym w konflikcie. W efekcie, choć trwające od początku lat 90. *retornos* były często inicjatywą władz i obarczone zostały szeregiem wymogów formalnych wobec migrantów, to jednak ich przebieg i skutki w znacznej mierze wymknęły się kontroli instytucji państwowych.

Retornos a zjawisko inwazji

Wśród różnych porządków migracji powrotnych ukształtował się jeden w sposób szczególny podtrzymujący przemoc z okresu konfliktu. Jego źródła należy szukać przede wszystkim na terenach dotkniętych wielostronnym terrorem, gdzie po epizodzie powrotu do wiosek pochodzenia ludność chłopska podejmowała decyzję o organizacji zbiorowego zasiedlenia (tzw. inwazji) ziem byłych hacjend usytuowanych w pobliżu andyjskich miast. W ten sposób migracja *retornantes* przebiegała co najmniej dwuetapowo. Pierwszy z etapów opierał się najczęściej na współpracy uchodźców z instytucjami państwowymi, z których pomocą dochodziło do ponownego zaludnienia porzuconych w okresie wojny wiosek oraz prób ich odbudowy w ramach uruchamianych powoli przez władze programów pomocowych. W drugim – ze względu na istniejące nadal na prowincji zagrożenia, ogromną skalę zniszczeń wojennych oraz rozczarowanie warunkami bytowymi w wioskach (i wyraźnie ograniczoną dostępnością środków na ich odbudowę) – lokalni liderzy podejmowali decyzję o reorganizacji własnych społeczności w ramach stowarzyszeń ofiar konfliktu i poszukiwania pod ich szyldem nowych ziem pod zasiedlenie. Ponieważ celem *afectados* było opuszczenie pozbawionych infrastruktury, rozproszonych po rozległym andyjskim wyżu wiosek, przedmiotem ich zainteresowania stawały się niemal wyłącznie tereny podmiejskie, w tym głównie nieużytki lub ziemie o nieuregulowanym statusie prawnym (czyli charakterystyczne dla obszarów byłych hacjend). Co wymaga podkreślenia, akcje

²² Na temat prób tworzenia szacunków liczbowych dotyczących *retornantes* patrz m.in.: Mesa nacional sobre desplazamiento, *op. cit.*; Asociación Pro Derechos Humanos, *op. cit.*, s. 31–34; F. J. Lozano Martínez, *op. cit.*, s. 43–48; Comisión de la Verdad y Reconciliación, *op. cit.*, s. 386–388.

zasiedleńcze podejmowano pod hasłem konieczności spłaty przez państwo wojennego długu zaciągniętego wśród andyjskich chłopów poprzez ich zaangażowanie do walki z senderyzmem. Stąd też podobne inicjatywy miały często charakter zbrojny, a na ich czele stawały siły chłopskiej samoobrony (czyli wspomniane wcześniej CAD's). Wśród szeregu konsekwencji, inwazje *retornantes* powodowały eskalację jednego z najważniejszych problemów społecznych w Andach, tj. wielopłaszczyznowych konfliktów o ziemię, których nie zdołała rozwiązać dedykowana im reforma rolna z końca lat 60. W trakcie konfliktu zbrojnego wiele z nich uległo pogłębieniu (lub ewentualnie czasowemu uspieniu), by w okresie powojennym okazać się swoistym katalizatorem niewolnych od przemocy rywalizacji politycznych i społecznych oraz związanych z nimi sądowych dysput o tytuły własności ziemi²³.

Mechanizm i konsekwencje problemu analizuję na przykładzie zbadanego przeze mnie „przypadku Yanamy”. Dotyczy on aktu zbrojnego zasiedlenia południowych rubieży miasta Ayacucho, dokonanego w 2006 r. przez pochodzących z różnych regionów prowincji *retornantes*, zreorganizowanych i prowadzonych przez współpracujące ze sobą siły CAD's²⁴. Liczący 360 ha obszar Yanamy to tereny dawnej hacjendy o tej samej nazwie. Lokalna, tubylcza rodzina Quispe wykupiła ją już w latach 30. XX w. od właścicieli ziemskich, dla których pracowała. W czasie reformy rolnej z przełomu lat 60. i 70. w przypadku ziem Yanamy zastosowano jedną z najbardziej powszechnych wówczas metod restrukturyzacji własności, tj. podział między spadkobierców jej ostatniego nabywcy (w tym wypadku było to pięcioro wnucząt pierwszego właściciela z rodziny Quispe, Maksymiliana Huashuayo). Ze względu na rozdrobnienie własności, w kolejnych latach formy użytkowania ziem były różne, niemniej na części z nich utworzono *chacry*²⁵ i podtrzymano produkcję rolną, którą kontynuowano również w okresie wojny domowej. Narastający

²³ Na podstawie badań w mieście Ayacucho i Huancie oraz na terenie pobliskich inwazji „Yanama” i „Aykas” w styczniu 2009 r., styczniu 2010 r., październiku 2015 r. oraz czerwcu 2016 r.

²⁴ „Kazus Yanamy” zainteresował mnie już w latach 2009–2010 w czasie badań do doktoratu, w którym poświęciłam mu niewielki fragment dotyczący powojennej aktywności CAD's (J. Pietraszczyk-Sękowska, *Peruwiańskie siły samoobrony chłopskiej. Od konfliktu zbrojnego do transformacji pokojowej*, t. II, Poznań 2011, s. 152–153 maszynopisu). Udało mi się wówczas spotkać zarówno z przedstawicielką poszkodowanej rodziny, jak i liderem akcji, „Centurionem”, osadzonym już wtedy w więzieniu. Wiele kluczowych informacji zdobyłam jednak kilka lat później, gdy mechanizmy działania sił chłopskich oraz powstania osiedla nie były już tak silnie tabuizowane, dzięki czemu mogłam bez większych problemów przebywać na terenie „Yanamy” i prowadzić rozmowy z jej władzami.

²⁵ *Chacra* to termin pochodzący z jęz. keczua i oznaczający parcelę rolną. W praktyce jest to najczęściej obszar upraw lub hodowli, w obrębie którego znajduje się również prosta

terror Świetlistego Szlaku, który dotknął także rodzinę Quispe jako *nowych gamonali*²⁶, sprawił jednak, że w latach 80. właściciele Yanamy przenieśli się do miasta Ayacucho, a tereny uprawne wizytowali okazjonalnie, przede wszystkim w czasie zbiorów.

W latach 2003–2004, czyli niedługo po zakończeniu konfliktu wewnętrznego, terenami Yanamy zainteresowali się poszukujący nowego miejsca zamieszkania *afectados*. Była to grupa kilku tysięcy osób wywodzących się ze społeczności najbardziej dotkniętych konfliktem i w zdecydowanej większości w jego wyniku przesiedlonych. Co ważne, choć migranci pochodzili z różnych departamentów środkowo-południowej prowincji (tj. nie tylko Ayacucho, ale także Huancaveliki i Junín), większość z nich łączyło doświadczenie nieudanego powrotu do wiosek pochodzenia, w następstwie którego podjęli wspólny wysiłek wyszukania i zasiedlenia terenów podmiejskich²⁷. Co wymaga podkreślenia, na ich czele stali doświadczeni liderzy chłopskich sił samoobrony, których intencją była nie tylko integracja zebranej grupy jako społeczności rodzin poszkodowanych w konflikcie, ale także dalsza rozbudowa jej szeregów służąca osiągnięciu wspólnych celów drogą manifestacji siły²⁸.

zabudowa gospodarcza lub mieszkalna użytkowana przez właścicieli zgodnie cyklem produkcji rolnej.

²⁶ *Gamonal* to pochodzące z XIX w. określenie właściciela ziemskiego, którego rodzina – z racji rozmiarów posiadłości oraz kontroli nad zatrudnionymi w nich chłopami – pełniła rolę lokalnego centrum władzy. Ponieważ do czasu wybuchu konfliktu wewnętrznego w 1980 r. zjawisko *gamonalizmu* niemal zanikło (jego upadek rozpoczął się już w latach 30. XX w., a w latach 70. ostatecznie rozbiła je reforma rolna), Świetlisty Szlak uznał za „wrogów ludu” *nowych gamonali*, czyli najbardziej zamożnych, często uwłaszczonych w wyniku reformy chłopów.

²⁷ Zgodnie z relacją mojego rozmówcy, to pochodzący z Huancaveliki „Centurión” przekonał do udziału w inwazji wielu mieszkańców tego departamentu, w tym przede wszystkim jego nadgranicznej prowincji Angaraes. Jeśli chodzi o departament Ayacucho, reprezentowali go uciekinierzy z prowincji najbardziej dotkniętych terrorem, czyli północno-wschodnich oraz centralnych części regionu. W momencie organizacji akcji zasiedleńczej większość z jej przyszłych uczestników przebywała już jednak w mieście Ayacucho, dokąd dotarła po nieudanych próbach powrotu w Andy w latach 90. W mieście żyli w rozproszeniu, dlatego skuszono ich obietnicą posiadania parceli we wspólnym miejscu zamieszkania. Jak wyjaśnił mój rozmówca: „Mieli ją dostać w zamian za szkody wyrządzone przez państwo – bo to było główne hasło: odszkodowanie dla ronderos i ich rodzin” – rozmowa z Julianem Llanacce, dom rodzinny w „Yanamie”, Ayacucho, 15 czerwca 2016 r.

²⁸ Na podstawie rozmów z ajakuczańskim antropologiem i pracownikiem biura Komisarza ds. Pokoju i Rozwoju, Carlosem Condorim Castillo (biuro Komisarza, Ayacucho, 20 stycznia 2010 r.); reprezentantką rodziny Quispe Cordoba, Ildą Mariną oraz jej krewnym ze strefy Putis, Hectorem Fernandezem Quispe (dom rodzinny Ildy Quispe w dzielnicy Pokras, Ayacucho, 11 stycznia 2010 r.).

W ramach strategii zasiedleńczej powołano Stowarzyszenie Komitetów Samoobrony Ayacucho i Huancaveliki²⁹, które legitymizowało przywództwo CAD's nad inicjatywą i jednocześnie stwarzało możliwość pozyskania ziem od państwa na specjalnych warunkach. Działania – którym oficjalnie przyświecał wspomniany już wcześniej, powszechny cel *retornantes* w postaci dostępu do rynku pracy, ochrony zdrowia i edukacji – podjęto jednocześnie pod pretekstem zadośćuczynienia za udział i poświęcenie członków CAD's oraz ich rodzin w walkach z senderyzmem³⁰. Warto zaznaczyć, iż sam proces poszukiwania ziem pod zasiedlenie zawierał początkowo elementy dialogu z władzami departamentu i, co szczególnie ważne, był wspierany przez wielu aktorów społecznych współpracujących ówczesnie z „samoobroną”, tj. nadzorujących jej aktywność wojskowych, wspierające ją organizacje pozarządowe, ale też lokalnych i regionalnych polityków, znających wagę poparcia członków sił chłopskich i ich rodzin jako elektoratu.

Koszty oferowanych uchoźcom terenów przewyższały jednak ich możliwości finansowe. Wówczas obiektem zainteresowania grupy stał się liczący około 30 ha fragment dawnej hacjendy Yanama. Zgodnie z relacją lidera akcji zasiedleńczej ziemie te były nieużytkami i miały zostać nabyte od ich właściciela za niewielką opłatą. W świetle jego słów decyzję o zbrojnej inwazji podjęto stosunkowo spontanicznie, gdy dzięki wizycie w urzędzie w Limie udało się ustalić, że spadkobierca z rodziny Quispe utracił prawa własności tych terenów³¹. Powszechnie uważa się jednak, że poszukiwanie przez *afectados* ziem o nieuregulowanym statusie prawnym było intencjonalne i miało charakter taktyczny, gdyż zbrojne zajęcie podobnych terenów otwierało

²⁹ Hiszp. Asociación de los Comités de Autodefensa de Ayacucho i Huancavelica.

³⁰ Stąd jedyne koszty zasiedlenia, jakie mieli ponieść członkowie-założyciele stowarzyszenia, to 20 soli w formie tzw. wpisowego (stanowiącego deklarację udziału danej rodziny w zasiedleniu) i następnie 450 soli jako opłata za przydzieloną parcelę (1 sol posiada wartość zbliżoną do 1 złotego); na podstawie rozmowy z Hectorem Fernandezem (biuro Komisarza ds. Pokoju i Rozwoju, Ayacucho, 7 stycznia 2010 r.).

³¹ Sam „Centurión” przedstawił mi genezę akcji zasiedleńczej w następujący sposób: „Były to tereny dawnej hacjendy, które dawno temu przekazano wspólnocie, a potem zostały podzielone między rodzeństwo Quispe. Właściciele zgodzili się sprzedać je za 3 sole za metr kwadratowy. Urządziliśmy wówczas wielką fiestę z pachamanką. Ja miałem znajomości w Ministerstwie Rolnictwa, więc pojechałem do Limy sprawdzić, czy ta rodzina na pewno miała tytuł własności tych ziem. Okazało się, że nabyli te tereny w formie nadania, która jest tymczasowa i w tym okresie już wygasła. Kiedy wróciłem do Ayacucho zażądałem, by przedstawili mi dokument własności oraz potwierdzenie o niezaleganiu z opłatami. Powiedziałem im potem, że nie zapłacę ani 15, ani 10, ani 3 sole, bo ziemie nie należą do nich tylko do państwa więc będę rozmawiał jedynie z władzami państwowymi” (rozmowa z „Centuriómem”, więzienie Yanamilla, Ayacucho, 9 stycznia 2010 r.).

możliwość ich formalnego nabycia drogą ugody między stronami konfliktu w sądzie. Co więcej, wbrew słowom mojego rozmówcy, zajęte ziemie nie były nieużytkami, lecz obejmowały zarówno pola uprawne, jak i elementy zbudowanej przez rodzinę Quispe infrastruktury (o czym szerzej dalej).

Jak wynika z relacji świadków, inwazja miała nie tylko masowy, ale także brutalny przebieg. Rozpoczęła się 10 marca 2006 r., gdy w granicach dawnej hacjendy Yanama pojawiło się kilkudziesięciu przedstawicieli Stowarzyszenia, w tym głównie uzbrojeni liderzy CAD's (często byli żołnierze) i ich krewni³². Pod groźbą użycia broni zajęli interesujące ich tereny *pampy*, na których znajdowały się zabudowania należące do rodziny Quispe, jak również dojrzewały już wówczas uprawy. Miesiąc później do pierwszych osadników dołączyło kolejnych kilkanaście tysięcy osób, co uczczono wielodniową *fiesta*, ustanawiając 10 marca, czyli dzień początku inwazji, lokalnym świętem „Yanamy” (na wzór świąt fundacyjnych obchodzonych w rocznicę założenia miejscowości lub też oficjalnego powrotu do niej po wojnie). Odpowiedzialna za inwazję organizacja CAD's została przemianowana na Stowarzyszenie Mieszkańców „Miasta Aniołów Pokoju – Yanama”³³, co zapewniło jej członkom *quasi*-formalny status nabywców zasiedlonych terenów, wskazując jednocześnie ich nowego administratora.

W trakcie akcji zasiedleńczej istniejąca infrastruktura i część zbiorów zostało zniszczonych. Choć poszkodowanej w wyniku inwazji rodzinie Quispe obiecano podjęcie negocjacji i, na ich podstawie, wykup zajętych ziem, jednocześnie zarówno właściciele terenu, jak i zainteresowani zdarzeniem dziennikarze byli zastraszani przy użyciu broni lub wręcz fizycznie atakowani przez uczestników akcji³⁴. W tym samym czasie liczący około trzydzieści hektarów obszar inwazji

³² O brutalnym przebiegu akcji zasiedleńczej mówi się w Ayacucho zupełnie powszechnie. Sam moment inwazji w następujący sposób przedstawiła mi wspomniana już współwłaścicielka Yanamy, Ilda Quispe: „[...] najbardziej ucierpiała moja kuzynka, Rosa Quispe. Tej to nawet dom zburzyli. Boże! Jak ona wtedy płakała, aż żal człowieka zabijał. Wszyscy tam wtedy poszliśmy i wszyscy ją wpieraliśmy w tym płaczu [hiszp. todos le hemos ayudado a llorar...]. Ja tam do dziś się boję iść, bo Centurión krzyczał, że tyle ludzi już zabił, że nie ma strachu by dalej zabijać”. Ta sama rozmówczyni przekazała mi, że w momencie zasiedlenia na terenie hacjendy uprawiano zboża i kukurydzę, których żniwa przypadają w maju i czerwcu. Oznacza to, że dla właścicieli Yanamy inwazja wiązała się nie tylko z grabieżą gruntów, ale również bezpośrednią szkodą finansową (rozmowa w domu rodzinnym Ildy Quispe w dzielnicy Pokras, Ayacucho, 11 stycznia 2010 r.).

³³ „Czynnik CAD's” pozostał jednak ważnym elementem wizerunku osiedla, bo zachowano go w jego pełnej nazwie, która brzmi: Asociación de Viviendas „Ciudad los Angeles de la Paz-Yanama” de los Comités de Autodefensa de Ayacucho i Huancavelica [przyp. J.P.-S.].

³⁴ Przypadków zastraszonych było wiele i polegały najczęściej na groźeniu bronią osobom kwestionującym zasadność zasiedlenia. Najbardziej brutalnym aktem przemocy okazała

podzielono na równe działki wielkości 200 m², na których miały stanąć domy blisko dwudziestu tysięcy jej beneficjentów. Ponieważ jednak wiele rodzin wycofało się z deklarowanego wcześniej udziału w zasiedleniu, przeznaczone dla nich parcele stały się przedmiotem handlu ziemią, w wyniku czego trafiały w ręce nabywców niezwiązanych z pierwotną ideą akcji. Podobna praktyka przyczyniła się do jeszcze silniejszego różnicowania i kategoryzacji mieszkańców, które zachodziły nie tylko pod kątem ich pochodzenia, ale też form użytkowania parceli. Coraz większa liczba *afectados* zaczynała bowiem korzystać z tych gruntów jako kolejnej własności w ramach stale rosnącej „puli” posiadanych miejsc zamieszkania. Jako teren podmiejski parcele „Yanamy” uważane były bowiem za korzystną lokatę kapitału i, tym samym, bardzo szybko zyskiwały na wartości (w zależności od położenia ich koszt wahał się od trzech do ośmiu tysięcy soli). Niemniej, ponieważ za ich komercjalizację odpowiadały władze Stowarzyszenia, proceder ten nie tylko nasilił krytykę opinii publicznej wobec sposobu przeprowadzenia akcji zasiedleńczej, ale również poważnie naruszył wiarygodność jej pierwotnego celu, jakim miało być zadośćuczynienie ofiarom politycznego terroru i wywołanych przezeń przesiedleń. Kulminacją kontrowersji wokół „Yanamy” stało się aresztowanie i postawienie w stan oskarżenia jej lidera, Estebana „Centurióna” Quispe. Choć jako przywódca sił chłopskich był już wówczas poszukiwany za szereg wykroczeń z czasów wojny, wraz z przeprowadzeniem inwazji stał się również symbolem negatywnych cech procesów zasiedleńczych, w tym przede wszystkim brutalności *invasores* wobec innych cywilów, uważanej przez opinię publiczną za kontynuację paramilitarnej aktywności CAD’s z okresu walki z senderyzmem³⁵.

W tym samym czasie, mimo trwających batalii sądowych z właścicielami gruntu, jak również kolejnych procesów karnych „Centurióna”, wyraźnie postępowała reorganizacja terenów inwazji jako podmiejskiego osiedla Ayacucho. Życie mieszkańców toczyło się w obrębie sektorów, których administrację powierzono wspólnotom chłopskim reprezentującym różne re-

się jednak napaść na dziennikarza Radia Atlantis, Waltera Yaraskę Quispe. W październiku 2006 r. został on zaatakowany w Ayacucho przez grupę kobiet, które, mszcząc się za jego dochodzenia medialne nt. „Yanamy”, pobiły go i okaleczyły (informację uzyskałam po raz pierwszy w styczniu 2010 r. od Ildy Quispe, niemniej potwierdzają ją również źródła internetowe; zob. m.in. *Desconocidas golpean y cortan a periodista radial*, <https://ifex.org/es/desconocidas-golpean-y-cortan-a-periodista-radial> (dostęp: 3.09.2021).

³⁵ Na podstawie rozmów z huanteńskim badaczem i aktywistą, José Coronelem (Ayacucho, siedziba UNICEF, 30 stycznia 2009 r.); Carlosem Condorim Castillo (biuro Komisarza, Ayacucho, 20 stycznia 2010 r.); liderem inwazji, „Centuriónem” (więzienie Yanamilla, Ayacucho, 9 stycznia 2010 r.) oraz członkiem władz osiedla, Julianem Llanccem (dom rodzinny w „Yanamie”, Ayacucho, 15 czerwca 2016 r.).

giony pochodzenia *afectados*. Było to typowe dla powojennych praktyk tych ostatnich, bo stwarzało warunki do uczestnictwa w przywilejach dużej społeczności, nie wykluczając przy tym zachowania odrębności własnej grupy kulturowej wyznaczonej przez granice wyznań i tradycji wspólnotowych. Centralnym wydarzeniem w życiu społecznym „Yanamy” (na które od początku inwazji kładli nacisk jej liderzy) pozostały jednak obchody rocznicy zasiedlenia, czyli *fiesta de 10 de marzo*. Co istotne, służyły one nie tylko integracji różniących się pod względem kulturowo-religijnym społeczności chłopskich, które – poprzez zaproszenie do prezentacji folkloru i praktyk kulinarnych oraz udział we wspólnej defiladzie i rywalizacjach sportowych – jednoczono wokół „Yanamy” jako symbolu siły ofiar konfliktu³⁶. Organizowane oficjalnie rocznice zasiedlenia stosunkowo szybko stały się również – przynajmniej manifestacyjnie – przestrzenią społecznej i politycznej inkluzji mieszkańców osiedla. Huczne obchody święta, w których początkowo brały udział przede wszystkim zainteresowane wsparciem *afectados* podmioty pozarządowe (i ewentualnie pojedynczy urzędnicy), w ciągu kilku lat stały się bowiem niemal obowiązkowym celem wizyt regionalnych polityków. Tak oto wiosenna i znana z ludycznego charakteru *fiesta 10 marca* „udzieliła” przestrzeni wiecom politycznym dedykowanym w sposób taktyczny stale rosnącej i jednocześnie podatnej na populistyczne obietnice grupie elektorów³⁷.

W ciągu kilku lat status prawny ziem „Yanamy” został rozstrzygnięty w sądzie, który przyznał poszkodowanym członkom rodziny Quispe symboliczne odszkodowanie od *invasores*³⁸. W tym samym czasie, korzystając z zainteresowania ze strony regionalnych polityków, władze osiedla pozyskały dla jego mieszkańców podstawowe inwestycje państwa w infrastrukturę (wytyczenie i utwardzenie dróg, elektryczność i obiekty dla szkół podstawowych). Niemniej, uregulowanie tytułów własności oraz rozwiązanie najważniejszych wyzwań infrastrukturalnych nie było jednoznaczne z rozpoczęciem regularnej rozbudowy i modernizacji „Yanamy”. Tak z powodów obiektywnych (położenie na zboczu wzgórza, brak własnych ujęć wody), jak i subiektywnych (kontrowersje

³⁶ Co wymaga podkreślenia, od początku inwazji ważna była świeckość *fiesty*. Ponieważ część ludności prowincji przyjęła w okresie wojny wyznania ewangelickie, wybór katolickiego patrona święta (który był praktykowany od czasów kolonialnych) utrudniałby uczestnictwo wszystkich mieszkańców w obchodach rocznicy; na podstawie rozmowy z „Centuriómem”, więzieniu Yanamilla, Ayacucho, 13 stycznia 2010.

³⁷ Podczas mojej ostatniej wizyty w „Yanamie” w połowie 2016 r. osiedle liczyło ponad 12 000 mieszkańców [przyp. J.P.-S.].

³⁸ W zależności od jakości ziem było to od 1 do 5 soli za m²; na podstawie rozmowy z Ildą Quispe i Hectorem Fernandezem, dom rodzinny w dzielnicy Pokras, Ayacucho, 11 stycznia 2010 r.

wokół okoliczności powstania osiedla, niejasne reguły handlu ziemią, jak również wysokie ceny parceli) pozyskanie środków na dalsze inwestycje okazywało się coraz trudniejsze. W efekcie, mieszkańcy zostali skonfrontowani z problemami, przed którymi uciekli tuż po wojnie z terenów wiejskich: złymi warunkami sanitarnymi, deficytem wody czy utrudnieniami transportowymi (które były jednoznaczne z ograniczeniem dostępu do pracy i szkoły w Ayacucho). Jak można wnioskować, osłabiło to zainteresowanie „Yanamą” ze strony nowych nabywców, a przed tymi, którzy ją współtworzyli, postawiło wyzwanie poszukiwania lepszych warunków zamieszkania. W ten sposób powrócił (!) fenomen *retorno*. Co ciekawe, rozczarowanie standardem życia pod Ayacucho dotknęło najbardziej pierwszych mieszkańców osiedla. Dysponując środkami pozyskanymi dzięki pracy w stolicy departamentu, część z nich szukała możliwości migracji do miasta lub też, nierzadko, decydowała się na reemigrację w rodzinne strony, gdzie rozbudowywała *chacrę* i wracała do pracy na roli. Ponieważ od czasu zakończenia konfliktu w wielu regionach środkowo-południowej prowincji pojawiły się inwestycje państwa w transport, infrastrukturę i szkolnictwo, w modernizowanych po wojnie, nowych ośrodkach administracyjnych terenów wiejskich³⁹ *retornantes* odnajdowali często lepsze warunki pracy, edukacji czy handlu niż w prowizorycznych i pozbawionych wody osiedlach podmiejskich, jak „Yanama”. Te ostatnie pozostały inwestycją w ziemię i, ewentualnie, miejscem rodzinnych spotkań w okresie zimy (tj. andyjskiej pory deszczowej)⁴⁰.

Zamiast zakończenia

W roku 2015 trafiłam po raz pierwszy do strefy Putis na wyżu Huanty, do której zaprzyjaźnione rodziny *afectados* obiecywały zabrać mnie od lat⁴¹. Poszukując tematu do dalszych badań, wiodłam z nimi spokojne życie, kon-

³⁹ Są to tzw. *centros poblados*, czyli stosunkowo duże, bo liczące nawet kilka tysięcy mieszkańców wsie (odpowiednik naszych gmin), które „rosły” już w czasie wojny w wyniku napływu uciekinierów ze zniszczonych stref (przez co wojsko często tworzyło w nich wspomniane już bazy antywywrotowe). Po zakończeniu konfliktu stały się nowymi centrami życia publicznego, handlu oraz edukacji na prowincji (i, jednocześnie, sposobem władz centralnych na depopulację miast).

⁴⁰ Na podstawie rozmów z José Coronelem (Ayacucho, siedziba UNICEF, 30 stycznia 2009 r.), Julianem Llanccce (dom rodzinny rozmówcy, „Yanama”, Ayacucho, 15 czerwca 2016 r.) oraz imigrantką z Chungui i mieszkanką „Yanamy”, Soraidą (urząd miejski w Carmen Alto, Ayacucho, 15 czerwca 2016 r.); zob. też *Yanama celebra aniversario en medio de carencias*, „Correo” 12.03.2017.

⁴¹ Strefa Putis to rubież nie tylko departamentu Ayacucho, ale też obszarów górskich, które przechodzą w jej wschodniej części w tzw. selwę wysoką. W jej regionie przez

centrując uwagę na procesach ich readaptacji do życia w Andach i, niełatwych do zrozumienia dla osoby z zewnątrz, mechanizmach pojednania. Im dłużej przebywałam wśród reemigrantów, tym trudniej było mi jednak dostrzec model ich zachowań migracyjnych i postawić granicę między praktykami, w ramach których miał miejsce powrót, oraz tymi, które oznaczały ucieczkę. W goszczącej mnie rodzinie młoda gospodyni odbierała okolicę jako oazę spokoju i nazywała ją „domem”. Twierdziła tak, mimo iż strefa Putis była miejscem pochodzenia jej męża, którego poznała w mieście Ayacucho i z którym rozpoczęła zupełnie nowe życie w Andach dopiero wiele lat po wojnie. Sama pochodziła ze znacznie niżej położonych i bardziej zaludnionych okolic stolicy departamentu, do której przeniosła się wraz z rodziną pod koniec lat 80. z powodu terroru, doświadczając do momentu naszego spotkania kilkunastu (!) epizodów uciezek i powrotów. Na jej powojenny „dom” na wyżu Huanty składały się nie tylko obiekty mieszkalne, ale także rozległa *chacra* jako przestrzeń upraw warzyw i hodowli zwierząt, jak również górskie trasy w kierunku szkoły, sklepu czy też domostw sąsiadów, które jej najmłodsze dzieci mogły pokonywać samodzielnie bez obaw o bezpieczeństwo. Jej mąż, urodzony na wyżu *comunero* (członek wspólnoty), również nie posiadał z Putis wielu wspomnień, choć jego przodkowie mieszkali tam od pokoleń, a w latach 30. XX w. zakupili sporą część lokalnej hacjendy. On jednak spędził ostatnie dekady w szeregach kolejnych formacji zbrojnych – wcielony jako nastolatek do sił Świetlistego Szlaku, w latach 90. trafił do więzienia, by następnie pracować dla wojska w charakterze przewodnika i wkrótce stać się liderem chłopskiej samoobrony. Co ciekawe, z całej goszczącej mnie rodziny to on czuł się na wyżu najbardziej, *nomen omen*, nieswojo, twierdząc, że nigdy „nie był chłopem”, a jego „miejsce jest w mieście”. Należy się domyślać, że podobna zmiana tożsamości była następstwem doświadczeń wojennych. To także w ich wyniku w Ayacucho czekał na niego murowany dom i uczące się, dorastające córki, jak również obowiązki zawodowe i wyzwania polityczne.

wiele lat trwały walki wojska ze Świetlistym Szlakiem, którego jednostki nadal zajmują się na tych terenach narkohandlem. Z tego powodu akt oficjalnego powrotu *putisanos* w rodzinne strony miał miejsce dopiero 2008 r., ale nawet wówczas był na tyle ryzykowany, że przez wiele następnych lat miejscowe rodziny obawiały się zabrać mnie na wyż (również przez wzgląd na własne bezpieczeństwo). Gdy w 2015 r. wznowiłam badania w Andach, sytuacja w Putis była już stosunkowo stabilna. Obecnie na strefę składa się 10 wspólnot chłopskich ze stolicą w *centro poblado* Rodeo. Niemal wszyscy ich mieszkańcy są migrantami powrotnymi (lub ich małżonkami i dziećmi; z powodu wielostronnego terroru strefa wyludniła się w okresie wojny).

Stąd też, gdy twierdził, że „wraca” do miasta, wydawało się, że chce powiedzieć, że „ucieka ze wsi”⁴².

Jeśli przyjrzeć się przedstawionym w tekście realiom życia andyjskich *retornantes*, łatwo dostrzec, że jak w soczewce skupiają w sobie źródła złożoności współczesnych procesów migracyjnych. Stanowią jednocześnie przykład *per excellence* amorficzności „powrotów” analizowanej w polskich badaniach nad migracjami między innymi przez Krystynę Romaniszyn i Dariusza Niedźwiedzkiego. Jako zjawisko społeczne charakteryzują się bowiem tak niewielką skalą powtarzalności, że trudno zmieścić je w klasycznych modelach migracyjnych jak reemigracja (bo są bardzo dynamiczne i rzadko oznaczają powrót na stałe) czy migracja wahadłowa (bo wiążą się najczęściej z cyrkulacją między wieloma miejscami pobytu, których wybór wynika z różnych motywacji)⁴³. Co więcej, jak wykazałam w tekście, andyjskie powroty odbywają się w ramach zupełnie nowej geografii mobilności przestrzennej *afectados*. W odniesieniu do tego E. Nowickiej i D. Niedźwiedzkiego oznacza to, że nie tyle biegną wzdłuż określonych tras, co raczej rozwijają się w stale rosnącej przestrzeni zachowań migracyjnych⁴⁴. W ten sposób współtworzą zjawisko taktycznej cyrkulacji migrantów, odbywającej się nie tylko między wieloma miejscami zamieszkania, ale też w obrębie różnych sieci interakcji, w których badani przeze mnie *afectados* posiadają odmienne statusy i tożsamości. Analizowany przypadek jest w tym zakresie szczególnie przez wzgląd na zarysowane w tekście, historyczno-kulturowe modele migracji w Środkowych Andach, w tym przede wszystkim tradycję „archipelagów pionowych”, czyli eksploatację przez społeczności regionu różnych stref ekologicznych. Jeśli przyjrzeć się współczesnym cyrkulacjom *afectados*, wydają się nie tyle podtrzymywać, co wręcz rozbudowywać skalę tej praktyki, wzbogacając ją o – pozyskane w czasie wojny – niewielkie parcele w mieście (i niekiedy również selwie). Większość rodzin chłopskich z terenów środ-

⁴² Na podstawie badań wśród *putisanos* w czasie ich przesiedlenia w Ayacucho (listopad 2007 r., styczeń 2009 r., styczeń 2010 r.) oraz powrotu do Putis (październik 2015 r., czerwiec 2016 r.). Nasz wspólny pobyt w Putis opisałam w tekście w czasie przeszłym, bo podobne doświadczenie raczej się nie powtórzy. Z powodu pogroźek ze strony Świetlistego Szlaku część mieszkańców wraz z najmłodszymi dziećmi uciekło z wyżu. Ich nowego miejsca zamieszkania – na moje własne życzenie – nie znam dokładnie.

⁴³ K. Romaniszyn, *op. cit.*, s. 32–35; D. Niedźwiedzki, *op. cit.*, s. 29–44; zob. również E. Nowicka, *op. cit.* oraz G. Babiński, *op. cit.* Z tych samych powodów, zgodnie z ujęciem K. Romaniszyn, nie są „definitywnymi” powrotami, przez co należałoby określać je bardziej precyzyjnie jako „quasi-powroty” lub, w wielu przypadkach, „przymusowe powroty”; K. Romaniszyn, *op. cit.*, s. 34.

⁴⁴ E. Nowicka, *op. cit.*, s. 11–14; D. Niedźwiedzki, *op. cit.*, s. 31–32.

kowo-południowej prowincji posiada bowiem współcześnie usytuowane na różnych wysokościach *chacras* (w których mieszkają głównie ludzie starsi oraz matki z najmłodszymi dziećmi i w których produkuje się żywność do własnej konsumpcji) oraz domy w ośrodkach miejskich (w których przebywają pracujący ojcowie oraz uczące się lub studiujące dzieci i w których cała rodzina spędza nierzadko zimę⁴⁵). Warto podkreślić, że miejskie „ogniwo” tras cyrkulacji ludności andyjskiej nie istniało najczęściej przed okresem konfliktu. Wszystko to sprawia, że praktyki migracyjne i wzory zamieszkiwania są w jej przypadku w widocznym stopniu zindywidualizowane (choć, jak sama wskazuję w tekście, posiadają też pewne cechy wspólne). Oznacza to, że – zgodnie z dominującymi w studiach nad mobilnością przestrzenną tendencjami – badanie powojennych powrotów w Andy wymaga podejścia interdyscyplinarnego, z uwzględnieniem zarówno dorobku „klasycznej” socjologii migracji, jak również antropologii domu, studiów nad tożsamością i swojskością/obcością, jak również fenomenem transkulturowości czy też psychologii migracji oraz elementów ekonomii.

W odniesieniu do analizowanego przeze mnie przypadku powyższa uwaga metodologiczna mnoży wyzwania. Kazus akcji zasiedleńczych *retornantes* wymaga bowiem zestawienia ze sobą zagadnień niezwykle obszernych: historii regionu, studiów nad konfliktem wewnętrznym, jak również tzw. problemu ziemi. W tym miejscu warto przyrzeć się temu ostatniemu. Jak już sygnalizowałam, w powiązaniu z inwazjami na tereny byłych hacjend oznacza on eskalację lokalnych konfliktów społecznych na różnych osiach. Poza tą oczywistą, jaką jest konfrontacja *invasores* – właściciele gruntów (czyli, w ujęciu historycznym, chłopci – ziemianie), prowadzi również do nasilenia antagonizmu chłopci – państwo (jako wyniku „zmęczenia” tych pierwszych dysfunkcyjnością państwa na prowincji tak przed, w trakcie, jak i po konflikcie), ale też chłopci – chłopci (przez wzgląd na fakt, iż reforma rolna i wojna domowa wyraźnie zróżnicowały ludność chłopską pod kątem statusu społeczno-ekonomicznego). Co warte uwagi, dla badacza spoza andyjskiej ekumeny analiza każdego z nich stanowi wyzwanie metodologiczne, w tym przede wszystkim w zakresie posługiwania się perspektywą *emic*. Wymaga ona bowiem dostrzeżenia i zrozumienia specyficznego porządku logicznego, leżącego u źródeł akcji zasiedleńczych, zgodnie z którym nieuregulowany status prawny zajmowanych ziem i przedłużające się procesy sądowe, dotyczące ich własności stanowią dla uczestników inwazji korzyść. Stąd też ich liderzy intencjonalnie poszukują terenów o niejasnym statusie prawnym, dzięki czemu

⁴⁵ Czyli wakacje, bo wypadają one w andyjskiej porze deszczowej, tj. między grudniem i marcem.

mogą prowadzić akcje zasiedlenia i, następnie, budować przez lata infrastrukturę osiedla, mając pewność, że ani państwo, ani też domniemani właściciele gruntów nie podejmą próby ich przejęcia bez rozstrzygnięć sądowych⁴⁶. Kluczowym elementem ich strategii jest również zbiorowy charakter akcji, który sprawia, że prawdopodobieństwo eksmisji nowych mieszkańców, czyli *de facto* siłowego przejęcia ziem przez innego aktora, znacząco maleje, zwiększając tym samym szanse *invasores* na polubowne rozwiązanie sporu przez sąd. Warto pamiętać, iż opisany mechanizm jest stosunkowo powszechny nie tylko w Peru, ale również innych państwach regionu, a w jego wyniku – wraz z masowym napływem uciekinierów wojennych – powstają kolejne dzielnice zarówno prowincjonalnych miast, jak i najważniejszych w kraju metropolii. Masowość procesu wynika jednak nie tylko ze skali przemocy politycznej, która powoduje ucieczki cywilów ze wsi do ośrodków miejskich, ale także swoistego przyzwolenia tak ze strony władz, jak i nierzadko opinii publicznej na akcje zasiedleńcze *afectados*. By zatem nie popełnić błędu eurocentryzmu i nie postrzegać zjawiska jedynie przez pryzmat jego kryminogennego rysu, należy spojrzeć na nie z perspektywy oddolnej, uwzględniającej między innymi jego historyczne uwarunkowania. Jeśli przyjrzeć się bowiem badaniom latynoamerykańskim, w ich świetle problem wydaje się bardziej neutralny. Zbiorowe zasiedlenia powszechnie traktowane są jako inwersja porządków kolonialnych, w ramach których tzw. presja na ziemię i wynikające z niej inwazje na tereny rolne odbywały się przez wieki kosztem ludności tubylczej. Współcześnie, drogą zorganizowanych akcji zasiedleńczych, ta ostatnia odbiera od państwa tzw. dług historyczny. Zasadność podobnych praktyk jest tym większa, jeśli problem dotyczy cywilów zaangażowanych w okresie konfliktu do działań zbrojnych, lecz przy tym nieobjętych należną im pomocą i odszkodowaniami. W ten sposób postawy mogące wydawać się zewnętrznemu obserwatorowi roszczeniowe w powojennych realiach prowincji stają się wyrazem aktywizacji – poszkodowanej w wyniku przemocy politycznej

⁴⁶ W podobną argumentację ciężko było mi uwierzyć na podstawie pierwszych rozmów na temat „Yanamay”, bo – z racji trudnych warunków bytowych, jakie w niej panują – wynik inwazji może wydawać się zewnętrznemu obserwatorowi przejawem porażki *afectados*. Dokładnie to samo ustaliłam jednak w Aykas pod Huantą. Jest to rozległy, pięknie położony teren o formie płaskowyżu, w przypadku którego w procesie parcelacji gruntów doszło najprawdopodobniej do oszustwa ze strony pośrednika sprzedaży. W efekcie, Aykas jest od wielu lat zasiedlane przez migrantów z różnych części regionu i stopniowo (ale wyłącznie oddolnie) rozwijane, bo – jak mi powiedziano – „tematu własności nikt nigdy nie rozstrzygnie, więc siłą nikogo nie wygonią”; spotkanie z władzami osiedla (Aykas, Huanta, 7 października 2016 r.) oraz rozmowa z prezydentem CAD's Putis, Dario (droga z Putis do Huanty, 7 października 2016 r.).

– ludności andyjskiej⁴⁷. Oddolną perspektywę problemu oddają słowa jednego z mieszkańców „Yanamy”. W odpowiedzi na pytanie, „czy wszyscy *invasores* są w jakimś stopniu migrantami powrotnymi”, mój rozmówca wyjaśnił: „Tak, [w Andach – przyp. J.P.-S.] wracają do swojej tożsamości, na swoją ziemię. Ale większość nie jest już w stanie oswoić się ponownie z tymi warunkami: zimnem, brakiem transportu, dróg, dostępu do pracy i szkoły. Idą więc w kierunku miast, by nie żyć nadal w warunkach dysfunkcji państwa na prowincji. To wszystko dla nas szansa na rozwój”⁴⁸.

Na koniec rozważań należy przypomnieć, iż analizowany przypadek akcji zasiedleńczej jest o tyle specyficzny, że jego „klasycznym” cechem jak masowość czy wojenna geneza towarzyszyło – dodatkowo – uczestnictwo i użycie siły ze strony uzbrojonych chłopów (w tym również byłych żołnierzy, bo część z nich odbyła wcześniej służbę wojskową). Problem ten skłania do refleksji nad współczesnymi rolami cywilnych komitetów samoobrony, na co w tym tekście nie ma jednak w rozbudowanej formie miejsca⁴⁹. Ulokowanie ich problematyki w węższym kontekście przebiegu powrotów w Andy i powiązanych z nimi inwazji pozwala natomiast zauważyć, że wojenne porządki społeczne, jakie powołały i narzuciły mieszkańcom prowincji siły samoobrony (a których modele teoretyczne zaproponowała m.in. A. Arjona), znalazły swoją kontynuację po wojnie (co zainteresowało m.in. M. Fumertona oraz C. Tapię)⁵⁰. Poza ich oczywistym, przemocowym wymiarem, uwagę zwraca również ten konstruktywny, który tak w okresie konfliktu, jak i po jego zakończeniu zdaje się stanowić następstwo słabej obecności instytucji państwowych na prowincji. Podczas gdy problem ten był szeroko badany w odniesieniu do czasu wojny (w ujęciu krytycznym wobec państwa zrobił to m.in. C. I. Degregori, J. Coronel, P. del Pino, O. Starn czy wskazany tu M. Fumerton)⁵¹, w okresie powojennym wyraźnie

⁴⁷ Zob. koniecznie: C. Blondet, C. I. Degregori, N. Lynch (red.), IEP, *Conquistadores de un nuevo mundo. De invasores a ciudadanos en San Martin de Porres. Obras escogidas VIII*, Lima 2014; jak również F. J. Lozano Martínez, *op. cit.*

⁴⁸ Wypowiedź Juliana Llancce, dom rodzinny w „Yanamie”, Ayacucho, 15 czerwca 2016 r.

⁴⁹ Temat ten podjęłam tuż po wojnie i został ujęty w tekście z 2008 r., niemniej zdecydowanie wymaga aktualizacji. Od kilku lat aktywność CAD's spada bowiem na wszystkich jej poziomach, co prawdopodobnie oznacza także jej ewolucję (w tym również w kierunkach kryminogennych); zob. J. Pietraszczyk, *op. cit.* oraz M. Fumerton, *Beyond Counterinsurgency...*, s. 69–80.

⁵⁰ A. Arjona, *op. cit.* oraz M. Fumerton, *Beyond Counterinsurgency...*, s. 69–80 i C. Tapia, *Las Rondas Campesinas, los CAD's y la Policía Rural*, [w:] Comisionado para la Paz y Desarrollo (red.), *Cultura de Paz, Seguridad Ciudadana y Comités de Autodefensa*, Ayacucho 2004.

⁵¹ Zob. przede wszystkim pracę zbiorową pod redakcją C. I. Degregoriego, *Las rondas campesinas...*, oraz M. Fumerton, *Las rondas campesinas...*, s. 470–497.

stracił na popularności. Pozwoliło to krytykom fenomenowi CAD's zredukować jego zewnętrzną percepcję do wymiaru militarnego i, w ten sposób, wzmocnić postulat pełnej demobilizacji „samoobrony” jako źródła zagrożeń dla pokoju. Nie ulega jednak wątpliwości, że po zakończeniu działań zbrojnych siły chłopskie były przez lata głównym aktorem strzegącym oddolnie interesów *afectados/retornantes*, a na ich regularną aktywność składało się nie tylko konwojowanie powrotów i zapewnienie bezpieczeństwa prowincji, ale też konsekwentne starania o programy pomocowe oraz ogromna aktywizacja społeczna i polityczna ludności chłopskiej. Jak wykazałam, jedną z form ich powojennej działalności było również inicjowanie tzw. inwazji, w wyniku których – mimo towarzyszących im kontrowersji etycznych i prawnych – powstały stosunkowo bezpieczne i służące andyjskim rodzinom w różnych okolicznościach „domy miejskie”. Stąd też badanie akcji zasiedleńczych z udziałem sił chłopskich to, poza wieloma wyzwaniem merytorycznymi, przede wszystkim trening zmiany perspektyw wymagający stałego godzenia ze sobą dystansów poznawczych między *retornantes*, aktorami państwowymi oraz osobą badacza jako zewnętrznego obserwatora głęboko nieoczywistych w swojej istocie następstw wojny.

Bibliografia

- Aguirre Cárdenas M., *Ayacucho: Vilcashuaman y Cangallo. Gloria y ocaso de una heroica región andina*, San Juan de Miraflores 2008.
- Arjona A., *Wartime Institutions: A Research Agenda*, „Journal of Conflict Resolution” 2014, vol. 58, no. 8.
- Asociación Pro Derechos Humanos, *Los Desplazados. 600 000 ciudadanos peruanos sin derechos*, Lima 2000.
- Babiński G., *Return Migration Revisited*, [w:] E. Nowicka, H. Firouzbakch (red.), *Homecoming. An Anthropology of Return Migrations*, Nomos, Kraków 2008.
- Barrantes Segura R., *Reparations and Displacement in Peru*, International Center for Transitional Justice (ICTJ) 2012.
- Benewith S., *Olas de cambio: Violencia política y desplazamiento durante la Guerra Interna en el Perú (1980–2000)*, Independent Study Project Collection 2017, 2733, https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/2733 (dostęp: 11.03.2019).
- Blondet C., Degregori C. I., Lynch N. (red.), *Conquistadores de un nuevo mundo. De invasores a ciudadanos en San Martín de Porres. Obras escogidas VIII*, Lima 2014.
- Buliński T., *Czym jest antropologizacja nauk?*, [w:] A. Pomieciński, S. Sikora (red.), *Zanikające granice. Antropologizacja nauki i jej dyskursów*, Poznań 2009.

- Cavero Carraso R., *UNSCH „...imposible es morir”. Universidad satanizada, asfixiada y violentada*, Huancayo 2005.
- Comisión de la Verdad y Reconciliación, *Hatun Willakuy. Versión abreviada del Informe Final de la CVR*, Lima 2008.
- Degregori C. I., *El surgimiento de Sendero Luminoso. Ayacucho 1969–1979*, Lima 2010.
- Degregori C. I., *Sendero Luminoso. I. Los hondos y mortales desencuentros, II Sendero Luminoso: lucha armada y utopía autoritaria*, Documento de Trabajo n. 4 y 6, Lima 1985.
- Degregori C. I. (red.), *Las rondas campesinas y la derrota de Sendero Luminoso*, Lima 1996.
- Desconocidas golpean y cortan a periodista radial*, <https://ifex.org/es/desconocidas-golpean-y-cortan-a-periodista-radial/> (dostęp: 20.07.2021).
- Fumerton M., *Beyond Counterinsurgency: Peasant Militias and Wartime Social Order in Peru's Civil War*, „European Review of Latin American and Caribbean Studies” 2018, no. 105, s. 61–86.
- Fumerton M., *Rondas Campesinas in the Peruvian Civil War: Peasant Self-Defence Organisations in Ayacucho*, „Bulletin of Latin American Research” 2001, vol. 20, no. 4, s. 470–497.
- Gorriti G., *Sendero Luminoso. Historia de la guerra milenaria en el Perú. Tomo I*, Lima 1990.
- Jiménez E., *Chungui. Violencia y trazos de memoria*, Lima 2009.
- Klarén P., *Nación y sociedad en la historia del Perú*, Lima 2004.
- Lozano Martínez F. J., *Desplazados por violencia en asentamientos humanos de Huanta y Lima. Perú*, Guadalajara 2011.
- Manrique N., *El tiempo del miedo. La violencia política en el Perú 1980–1996*, Lima 2002.
- Mayer E., *Cuentos feos de la reforma agraria peruana*, Lima 2017.
- Mesa nacional sobre desplazamiento, *Balance del proceso de desplazamiento por violencia política en el Perú (1980–1997)*, „Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM” 2002, nr 5; Web. 26 February 2019, <http://journals.openedition.org/alhim/647> (dostęp: 19.03.2019).
- Murra J., *El mundo andino. Población, medio ambiente y economía*, Lima 2014.
- Niedźwiedzki D., *Migracje i tożsamość. Od teorii do analizy przypadku*, Kraków 2010.
- Nowicka E., *Introduction. The Study of Return Migrations*, [w:] E. Nowicka, H. Firouzbakch (red.), *Homecoming. An Anthropology of Return Migrations*, Kraków 2008, s. 9–20.
- Nowicka E., Firouzbakch H., *Homecoming. An Anthropology of Return Migrations*, Kraków 2008.

- Ochatoma Paravicino J., Cabrera Romero M., *Religión y militarismo en la antigua ciudad Wari*, [w:] R. Ayala Huaytalla (red.), *Entre la región y la nación. Nuevas aproximaciones a la historia ayacuchana y peruana*, Lima 2013.
- Pereyra Chávez N. E., *Élite, poder y disciplina en el Perú temprano colonial: el caso de Huamanga, 1539–1550*, [w:] R. Ayala Huaytalla (red.), *Entre la región y la nación. Nuevas aproximaciones a la historia ayacuchana y peruana*, Lima 2013.
- Pietraszczyk J., *Peruwiańskie Komitety Samoobrony – w poszukiwaniu nowej roli społecznej*, [w:] M. Kania, A. Kaganiec-Kamieńska (red.), *Doświadczenie demokracji w Ameryce Łacińskiej*, Kraków 2008.
- Pietraszczyk-Sękowska J., *Peruwiańskie siły samoobrony chłopskiej. Od konfliktu zbrojnego do transformacji pokojowej*, t. II, Poznań 2011 (maszynopis pracy doktorskiej).
- Pietraszczyk-Sękowska J., *Powroty po(do) bliskich. O paradoksach migracji powrotnych i ich związkach z poszukiwaniami desaparecidos w Andach peruwiańskich końca XX i początku XXI wieku*, „Ameryka Łacińska” 2020, nr 1, s. 15–38.
- Posern-Zieliński A., *Wspólne obszary refleksji: społeczno-kulturowej antropologii, nauk o polityce i nauk prawnych*, [w:] A. Pomieciński, S. Sikora (red.), *Zanikające granice. Antropologizacja nauki i jej dyskursów*, Poznań 2009.
- Rodriguez Vargas M., Espinosa de Rivero O. (red.), *Multiplés retornos a una misma tierra. La situación del pueblo Asháninka de los ríos Tambo y Ené – Selva Central*, Lima 1997.
- Roel Pineda V., *Historia social y económica de la colonia*, Lima 1999.
- Romaniszyn K., *Migration Networks and Return Migration*, [w:] E. Nowicka, H. Firouzbakh (red.), *Homecoming. An Anthropology of Return Migrations*, Kraków 2008.
- Salas Olivari M., *La ciudad-región de Huamanga: de los tiempos prehispánicos a la era colonial y republicana inicial*, [w:] R. Ayala Huaytalla (red.), *Entre la región y la nación. Nuevas aproximaciones a la historia ayacuchana y peruana*, Lima 2013.
- Skoczek M., *Zmiany mobilności przestrzennej ludności Ameryki Łacińskiej jako efekt globalizacji*, [w:] M. F. Gawrycki (red.), *Ameryka Łacińska wobec wyzwań globalizacji*, Toruń 2006.
- Śniadecka-Kotarska M., *Kobiety w migracjach przesiedleńczych w Peru (1980–2000)*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2006, nr 1, s. 47–62.
- Tapia C., *Las Fuerzas Armadas y Sendero Luminoso. Dos estrategias y un final*, Lima 1997.
- Tapia C., *Las Rondas Campesinas, los CAD's y la Policía Rural*, [w:] Comisionado para la Paz y Desarrollo (red.), *Cultura de Paz, Seguridad Ciudadana y Comités de Autodefensa*, Ayacucho 2004.

Samoobrona i *retornantes*. Następstwa powojennych migracji powrotnych...

- Tung T., *Violence, Ritual and the Wari Empire. A Social Bioarchaeology of Imperialism in the Ancient Andes*, Gainesville 2012.
- Urrutia J., *Aquí nada ha pasado. Huamanga siglos XVI–XX*, Lima 2014.
- Yamada G., *Patrones de migración interna en el Perú reciente*, [w:] C. Garavito, I. Muñoz Portugal (red.), *Empleo y protección social*, Lima 2014, s. 91–124.
- Yanama celebra aniversario en medio de carencias*, „Correo”, 12.03.2017, <https://diariocorreo.pe/edicion/ayacucho/yanama-celebra-aniversario-en-medio-de-carencias-736689/> (dostęp: 22.07.2021).
- Zapata Velasco A., Pereyra Chávez N., Rojas Rojas R. (red.), *Historia y cultura de Ayacucho*, Lima 2010.
- Zevallos Trigoso N., *Desplazamientos Internos en el Perú*, Lima 2015.

Maria Antonina Łukowska*

 <https://orcid.org/0000-0002-9215-0967>

Bałuty w XXI wieku Kryzys tożsamości?

Abstrakt

Celem pracy jest ukazanie pewnego fenomenu kulturowego, jakim są łódzkie Bałuty, dzielnica podobna do innych robotniczo-przedmiejskich dzielnic miast na świecie i w Europie. Ów fenomen kulturowy polega na ich trwaniu pomimo licznych, bo pięciu kryzysów, a nawet na stopniowym rozszerzaniu po każdym z nich pojęcia „Bałuty” poza granice administracyjne tej dzielnicy. Stosując podejście etnonauki, która zakłada, iż kultura nie jest zjawiskiem materialnym, nie składa się z rzeczy, ludzi, zachowań lub uczuć, ale jest organizacją tych wszystkich składników, formą tego, co ludzie przechowują w swoim umyśle, ich modeli postrzegania, kojarzenia i interpretowania świata zastosowano metody umożliwiające poznanie gramatyki kultury Bałut z pozycji antropologii emicznej. Wykorzystano do tego zarówno źródła zastane (opracowania historyczne i antropologiczne), jak i wywołane (wywiady, wspomnienia, fotografie, publikowane i niepublikowane). Ową gramatykę kultury Bałut jako kulturowego faktu długiego trwania próbowano przedstawić poprzez historię dzielnicy jako wsi, przedmieścia i miasta w mieście, charakterystykę mieszkańców, opisu pięciu kryzysów związanych z atakiem na tożsamość kulturową Bałut i strategii jej zachowania, m.in. specyfiki języka i narracji, najistotniejszych dla dzielnicy przestrzeni (Bałucki Rynek, „Limanka”), oraz współczesnej walki o zachowanie odrębności kulturowej w dobie pandemii i lockdownu. Zaznaczono również potrzeby dalszego, pogłębionego badania konkretnych zagadnień związanych z kulturą tej dzielnicy, które nie doczekały się jeszcze odrębnych opracowań.

Słowa kluczowe: Łódź XIX, XX i XXI w., Bałuty, lokalność, tożsamość miejska, gramatyka kultury, fakty długiego trwania kulturowego, język lokalny, wieloetniczność, kryzys wartości, kolonializm, neokolonializm.

* Profesor, historyk i antropolog, Uniwersytet Łódzki, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych, Katedra Studiów Brytyjskich i Wspólnoty Narodów; e-mail: maria.lukowska@uni.lodz.pl

Bałuty in the 21st century. Identity crisis?

Abstract

The aim of the study is to present a certain cultural phenomenon, which is the Bałuty district of Łódź, a district similar to other working-class suburban districts of cities in the world and in Europe. This cultural phenomenon consists in their persistence despite numerous, five crises, and even in the gradual extension of the term “Bałuty” after each of them beyond the administrative boundaries of this district. Using an ethnoscience approach which assumes that culture is not a material phenomenon, does not consist of things, people, behaviors or feelings, but is an organization of all these components, a form of what people store in their mind, their models of perception, association and interpretation of the world, methods enabling learning the grammar of Bałut culture from the point of emic anthropology were used. Both existing etic sources (historical and anthropological studies) and induced emic sources (interviews, memories, photographs, published and unpublished) were used for this purpose. Attempts were made to present this grammar of Bałut culture as a cultural fact of long duration through the history of the district as a village, suburb and city within a city, the characteristics of its inhabitants, a description of five crises related to the attack on Bałut’s cultural identity and the strategy of its preservation, e.g. The specificity of language and narrative, the most important spaces for the district (Bałucki Rynek, “Limanka”) and the contemporary struggle to preserve cultural identity in the era of pandemic and lock down. The need for further, in-depth research on specific issues related to the culture of this district was also highlighted, which have not yet received separate studies.

Keywords: Łódź XIX, XX and XXI century, Bałuty, locality, urban identity, grammar of culture, facts of active cultural duration, local language, multi-ethnicity, crisis of values colonialism, neocolonialism.

Moim Bałutom dedykuje:

*Czasami dopada mnie tak silny zachwyt nad światem
mimo tych wszystkich strasznych rzeczy, które się tutaj wy-
darzają. I nie ma dokąd uciec przed tym zachwytem.*

Ewa Różycka. *Bałutki. Kroniki Ziemi Obiecanej*,
Łódź 2017.

Wstęp

Bałuty, dzielnica Łodzi, miasta położonego w centrum współczesnej Polski, jest jedną z tych dzielnic charakterystycznych dla wielu miast europejskich i światowych, która się kojarzy z jednej strony z wartościami odręb-

nymi w stosunku do całego miasta czy kraju, a z drugiej z zagęszczeniem tychże wartości. Bałuty można zatem porównać z nowojorskim Bronxem, z londyńskim East Endem, praskim Žižkovem, budapesztańską Kőbányą, berlińskim Kreunbergiem czy paryskimi dzielnicami Enclose-St-Laurent, gdzie jest położony słynny cmentarz Pere-Lachaise, Hale, Pepincourt, Reilly i Goblins, a ostatnio Barbes. W Polsce również inne miasta miały i mają swoje „Bałuty”. W Poznaniu to Łazarz, w Warszawie – Targówek, w Katowicach – Nikiszowiec, w Lublinie – Kośminek, a w Krakowie – Zwierzyniec, a w nim Krowodrza, Podgórze i Dębniki, wymieniane również w literaturze. Co stanowi o *genius loci* takich miejsc? Co sprawia, iż mimo upływu lat, epok, zmieniającej się sytuacji społeczno-politycznej w różnych krajach europejskich, w tym w Polsce, miejsca te nie chcą zatracać swojego charakteru i tożsamości kulturowej. Na przykładzie Łódzkich Bałut można się postarać o wyjaśnienie tego fenomenu. Jest to o tyle trudne, co ryzykowne, zważywszy na fakt, iż Autorka niniejszego szkicu od urodzenia związana jest z tą dzielnicą i to z jej zasadniczą, najstarszą częścią¹. Kierując się jednakże podejściem charakterystycznym dla etnonauki², podjęła taką próbę w okresie lockdownu spowodowanego pandemią Covid-19 i przymusowym pozostaniem w domu i jego okolicach. Dla tego podejścia teoretycznego kultura nie jest zjawiskiem materialnym, nie składa się z rzeczy, ludzi, zachowań lub uczuć, ale jest organizacją tych wszystkich składników, formą tego, co ludzie przechowują w swoim umyśle, ich modeli postrzegania, kojarzenia i interpretowania świata³.

Jest to zatem poznanie swoistej gramatyki kultury Bałut z pozycji antropologii emicznej⁴. Jej celem jest odkrycie systemów pojęciowych, jakimi ope-

¹ Materiały zawarte w artykule pochodzą z badań autorki przeprowadzonych w latach 2018–2021 w formie obserwacji uczestniczącej, wywiadów narracyjnych, ustnego przekazu rodzinnego oraz materiałów archiwalnych (zdjęciowych) do chwili obecnej nieopublikowanych. Wszystkie osoby występujące na fotografiach są osobami zmarłymi. Wywiady prowadzone były w okresie pandemii COVID-19 i lockdownu na Bałuckim Rynku, Placu Piastowskim, ulicach: Żytniej, Pawiej, Wróblej, Piwnej, Gnieźnieńskiej, B. Limanowskiego i Lutomińskiej.

² K. Kwaśniewski, *Etnonauka*, [w:] Z. Staszczak (red.), *Słownik etnologiczny. Terminy ogólne*, Warszawa–Poznań 1987, s. 105.

³ W. H. Googonough, *Cultural Anthropology and Linguistics*, [w:] D. Hymas (red.), *Language in Culture and Society*, New York 1964, s. 36.

⁴ Antropologia emiczna, stosując terminy *etic*, dokonuje każdorazowo ich konkretyzacji w ramach określonej czasoprzestrzennie kultury. Badania emiczne odkrywają zjawiska zrelatywizowane do konkretnych kultur i unikają przy tym imputacji teoretycznych ze strony badających. W. Burszta, *Emic/etic*, [w:] Z. Staszczak (red.), *Słownik etnologiczny. Terminy ogólne*, Warszawa–Poznań 1987, s. 74.

rują członkowie badanych kultur, dokonując konceptualizacji otaczającego ich świata. Ową gramatykę kultury stanowił opis wszystkich istniejących w danym społeczeństwie kulturowych wzorów myślenia, jako że nie są to tylko wzorce wspólne wszystkim członkom społeczeństwa, ale także ich lokalne i indywidualne warianty⁵.

Na specyfikę i jednostkowość kultury tej dzielnicy Łodzi składa się zarówno jej historia jako wsi, przedmieścia i osobnej części „miasta w mieście”, co stanowić miało właśnie o jej „osobności”. Na nią to składali się ludzie, od początku jej istnienia wielokulturowi, wieloreligijni i wieloetniczni, co z kolei przesądziło o jej historii w okresach przełomów historycznych i politycznych. Te stały się zaczątkiem częściowej utraty owej „osobności”, ale nie cech charakterystycznych, które do chwili obecnej pojawiają się w zachowaniach ludzi, ich specyficznym języku, miejscach ich emanacji, czyli przestrzeni, rozpoznawalnej i nazywanej. Te zjawiska sprawiają, iż Bałuty, a przynajmniej ich rdzeń, uwarunkowany historycznie i kulturowo staje się największą, rozpoznawalną przestrzenią narracyjną w mieście. Do niedawna była to przestrzeń niejako plemienna, czego wyrazem są oznaczane, widoczne granice terytoriów i wartości eksponowane w sposób wizualny, takie jak Stare Bałuty, Limanka, Żubardź itp. Autorka niniejszego szkicu przez ustawiczną przynależność do tej specyficznej lokalności postara się wskazać na kryzys owych wartości, niejako odrodzonych po kataklizmie II wojny światowej w tym miejscu, a spowodowany ingerencją czynników całkowicie obcych wobec tego mikroświata (inwazją obcości).

Wieś, przedmieście, miasto w mieście?

O historii Bałut powstało wiele pozycji historycznych, szczególnie po II wojnie światowej, która to stanowiła swoisty fenomen odrodzenia się dzielnicy właściwie unicestwionej podczas jej trwania i niemieckiej okupacji. Stały się one zatem przedmiotem zainteresowań historyków, publicystów i dziennikarzy⁶. Mówiono o osadniczym fenomenie w obrębie tzw. Nowych Bałut do wy-

⁵ S. Tyler, *Cognitive Anthropology*, New York 1969.

⁶ M. Sygulski, *Historia Bałut, t. 1: Kolonizacja*, Łódź 2003; M. Sygulski, *Historia Bałut, t. 2: Osada fabryczna Bałuty Nowe. Ludność – Zabudowa – Posesje*, Łódź 2006; B. Baranowski, H. Brodowska, *Kształtowanie się dzielnicy Bałuty w Łodzi*, „Rocznik Łódzki” 1971, t. 15 (18); J. Dylak, *Najdawniejsze dzieje podłódzkiego obszaru*, Łódź 1971; J. Dylak, *Łódź rolnicza (od połowy XVI do początków XIX w.)*, Łódź 1973; W. Biezanowski, *Łódka i inne rzeki*, Łódź 2001; M. Kulesza, M. Pawłowski, *Bałuty 1430–1915–1980*, Łódzki Komitet Dzielnicowy PZPR Łódź-Bałuty, Muzeum Historii Miasta Łodzi (po 1980); W. Puś, *Żydzi w Łodzi w latach zaborów 1793–1914*, Łódź 1998;

buchu I wojny światowej⁷. Następnie odtwarzano ich drogę od wsi, poprzez przedmieście, aż do znaczącej części dużego miasta przemysłowego. Przez cały ten proces zachowały Bałuty swoisty osobny, lokalny charakter, tworząc swoiste „miasto w mieście”. Co ciekawe, określenie „Bałuty” jako osobna jednostka administracyjna została zlikwidowana już w 1915 r., ale przetrwała przez cały okres międzywojenny, aż do dnia dzisiejszego, nie tylko w nomenklaturze urzędowej, ale również – i chyba przede wszystkim w pamięci i świadomości mieszkańców⁸. Na dzisiejsze Bałuty składa się obszar odpowiadający historycznym terenom o tej samej nazwie, ale i Stary Rynek, Radogoszcz, Doły i Łagiewniki oraz Teofilów⁹. Owa nomenklatura dla terenów, które z pierwotnymi Bałutami nie miały nic wspólnego, została rozszerzona w początkach XX w., kiedy to Bałuty z wsi zaczęły przekształcać się w przedmieście niewiele różniące się od ówczesnego, dynamicznie rozwijającego się miasta, które na swoich obrzeżach było znacznie uboższe od reprezentacyjnych dzielnic centralnych. Co więcej, Bałuty stały na drodze budowy traktu północ-południe jako głównej arterii komunikacyjnej do samego miasta. Kolejne plany przebudowy tej dzielnicy zakładały ściślejszą integrację jej z samym miastem¹⁰. Czego nie udało się dokonać w okresie międzywojennym w sprawie degradacji „osobności” Bałut, na pewno udało się zawiązką podczas okupacji hitlerowskiej w latach 1939–1945, gdyż – w porównaniu z innymi dzielnicami Łodzi – dotknęła ona najdotkliwiej tę dzielnicę jako mającą to nieszczęście, że zamieszkałą przez największą bodajże w mieście społeczność żydowską. Niemcy urządzili w północnej części Bałut getto, terytorialnie największe na ziemiach polskich. Uczynili to z kilku powodów. Przede wszystkim dlatego, że znajdował się tu historyczny teren dawnego, historycznego getta zamieszkały przez ludność żydowską, w większości ortodoksyjną. Co więcej, społeczność żydowska napływająca do miasta

R. Rosin, B. Baranowski, J. Fijałek (red.), *Łódź. Dzieje miasta*, t. 1: *Do 1918 r.*, wyd. II, Warszawa–Łódź 1988; P. Samuś (red.), *Polacy – Niemcy – Żydzi w Łodzi w XIX i XX w. Sąsiedzi dalecy i bliscy*, Łódź 1997; E. Bienias, *Dzielnica podstawowa Łódź-Bałuty*, maszynopis pracy magisterskiej w Katedrze Geografii Politycznej i Studiów Regionalnych UŁ, Łódź 1993.

⁷ K. Badziak, *Historyczne Bałuty do wybuchu II wojny światowej*, [w:] M. J. Szymański, D. Staniszevska, T. Kochelski (red.), *Bałuty. Legenda i rzeczywistość*, Łódź 2017, s. 7.

⁸ M. Szymański, *Bałuty historyczne a współczesne, czyli historia pewnego nieporozumienia*, [w:] M. J. Szymański, D. Staniszevska, T. Kochelski (red.), *Bałuty...*, s. 71.

⁹ K. Badziak, *Zarys dziejów Łodzi do 1918 roku*, [w:] S. Liszewski (red.), *Łódź. Monografia miasta*, Łódź 2009, s. 27–60.

¹⁰ *W sprawie planu regulacyjnego m. Łodzi*, Łódź 1929. Był to pierwszy atak na tożsamość Bałut.

gromadziła się w ośrodkach już zamieszkałych przez swoich współwyznawców¹¹. Bałuty były więc jedną z takich dzielnic. Drugim powodem był fakt, iż Bałuty uznane zostały przez okupanta za dzielnicę najgorzej zagospodarowaną i wymagającą renowacji dla przyszłych planów budowy niemieckiego miasta Litzmannstadt. Miały one stanowić obszar przeznaczony pod budowę luksusowego osiedla dla zasłużonych Niemców, skupionego wokół nowego placu Nordring¹². Dlatego też niewolnicza siła mieszkańców getta miała służyć pracom rozbiórkowym tego obszaru¹³. Oczywiście wiązało się to z masowymi wysiedleniami ludności nieżydowskiej z tej dzielnicy.

Po II wojnie światowej przestrzeń Bałut była w bardzo trudnej sytuacji. Właściwie składała się z gruzów, w których pozostały wyłącznie budynki murowane. Większość drewnianej zabudowy została rozebrana w czasie istnienia na tym terenie getta. Stosunkowo dobra kondycja miasta, które nie doznało większych zniszczeń wojennych, spowodowała, iż zajęto się w nim w większym stopniu produkcją na potrzeby całego kraju aniżeli warunkami życia ludności, która w nim mieszkała. Bałuty, które były słabo zindustrializowane, nie podlegały tak masowej zabudowie, jaka była udziałem południowych części miasta. W planach tego okresu¹⁴ nie uznawano już odrębności Bałut, lecz traktowano je jako kłopotliwą część miasta – słabo z nim związaną. Bałuty, pozbawione ludności żydowskiej, powoli zapełniały się ludnością wysiedloną z tego terenu podczas okupacji, a poszukującą swoich bliskich i znajomych w miejscach, w których się z nimi rozstała. Zasiadłały się zatem niejako naturalnie. Ludność polska wracała do przestrzeni znanej i oswojonej, aby odnaleźć bliskich i znajomych, zamieszkać w ocalałych domach, których właściciele również wracali. Plany modernizacji tej dzielnicy również przebiegały niezależnie od wytycznych ogólnokrajowych¹⁵. Dlatego też

¹¹ A. Rzepkowski twierdzi, iż w okresie dwudziestolecia międzywojennego tam, gdzie z reguły mieszkali katolicy, tam był najmniejszy odsetek ludności żydowskiej wyznania mojżeszowego i były to dzielnice południowe, wschodnie i zachodnie miasta. Tendencja ta z kolei była odwrócona w przypadku dzielnic o wyraźnej przewadze Żydów. A. Rzepkowski, *Ludność miasta Łodzi w latach 1918–1939*, Łódź 2008, s. 119.

¹² T. Bolanowski, *Architektura okupowanej Łodzi. Niemieckie plany przebudowy miasta*, Łódź 2013, s. 101–102.

¹³ Zakładano wyburzenie wszystkich domów na zachód od Rynku Bałuckiego. M. Szymański, *op. cit.*, s. 75.

¹⁴ K. Jaworski, *Plan 6-letni budownictwa*, Wrocław 1950; M. Wiśniewski, *Wpływ planowania przestrzennego na rozwój strefy zurbanizowanej Łodzi w okresie powojennym*, Łódź 2012.

¹⁵ A. Sumorok, *Architektura i urbanistyka Łodzi okresu realizmu socjalistycznego*, Łódź 2010.

podzielono Bałuty na pięć osiedli realizujących funkcję mieszkaniową i nawiązujących do hitlerowskich planów zagospodarowania tego obszaru, osadzonych jednak w socmodernistycznym stylu, czyli nawiązującego do modernistycznego pojmowania przedwojennego zagospodarowania przestrzeni i połączenia ideowego tej dzielnicy z resztą miasta. Dlatego też Bałuty stały się przedmiotem działań propagandowych nowej socjalistycznej władzy, wymierzonych zarówno w historyczne dziedzictwo rozwoju przemysłowego Łodzi i jej twórców – fabrykantów i kupców, ale również właścicieli prywatnych kamienic wciąż istniejących na tym terenie¹⁶. Rzeczywiście udało się w tym okresie w pewnym stopniu zmodernizować Bałuty, wyposażając je w budynki mieszkalne wysokiej jakości oraz infrastrukturę usługowo-oświatową. Jednakże późniejsze dyskusje nad podziałem administracyjnym miasta dostarczyły wielu nieporozumień, szczególnie w odniesieniu do archiwalnych dokumentów, dotyczących tej dzielnicy Łodzi. Dzisiejsze Bałuty są zatem dziwnym tworem, który jest wynikiem próby połączenia tego obszaru z tkanką miasta¹⁷. Tworem, który funkcjonuje bardziej w świadomości swoich mieszkańców jako dobro kulturowe, a nie jako wyznaczony administracyjnie obszar.



Fot. 1. Resztki Starych Bałut. Zabytkowy dom bałucki przy ul. Zgierskiej. Własność Autorki 2018 r.

¹⁶ M. Szymański, *op. cit.*, s. 81–82.

¹⁷ *Ibidem*, s. 95.



Fot. 2. W centrum – kamienica przy ul. Łagiewnickiej 37, róg ul. Spacerowej.
Miejsce urodzenia Autorki artykułu. Własność Autorki 2019 r.

Ludzie

Ten swoisty twór kulturowy o nazwie Bałuty tworzyli i tworzą w dalszym ciągu wyłącznie ludzie, czyli mieszkańcy tej dzielnicy. Może dlatego ma on najbardziej ludzki, tożsamościowy charakter spośród wszystkich dzielnic Łodzi. Sława owej tożsamości sięga daleko poza samo miasto i jest rozpoznawana w całej Polsce dzięki pewnym paradygmatom, obecnym w kulturze tej dzielnicy do dziś. Oblicze narodowościowe Bałut ukształtowało się do 1915 r. O ile we wsi Bałuty zamieszkiwała w większości ludność polska i katolicka, o tyle na Dołach i Żubardziu dominowali Niemcy. W osadzie Bałuty zaś Niemcy i Żydzi. Żydzi w tym okresie zwiększyli swój stan liczebny we wsi Bałuty stare i w osadzie Bałuty, które stopniowo zaczęły stanowić zaplecze naturalne dla rozwijającego się miasta i rezerwar siły roboczej¹⁸. Osada Bałuty stała się wielokulturowa i wielonarodowościowa. Poziom życia ludności był zbliżony niezależnie od pochodzenia i wyznania. Była to ludność z reguły robotnicza i rzemieślnicza o podobnym standardzie życia. Zamieszkiwała te same domy czynszowe i podobnie spędzała czas wolny niezależnie od świąt religijnych. Integracja owego stylu życia, przebywanie w tych samych miejscach przestrzeni publicznej i korzystanie z tej samej infrastruktury spowodowały, iż żyło się tu obok siebie, czasami w jednym domu i jednym podwórku¹⁹.

Bałuty posiadały swoich bohaterów kulturowych na swoją miarę, z których najbardziej znany był „Ślepy Maks”, którego sława rozciągnęła się również na okres powojenny. „Ślepy Maks”, czyli Menachem Bornsztajn (1890–1960) był królem łódzkiego świata przestępczego, w którym rządził żelazną ręką. Kradł, zastraszał, wymuszał haracze, dopuścił się nawet kilku morderstw. Na dźwięk jego imienia drżała cała ówczesna Łódź. Nie znosił sprzeciwu i nieposłuszeństwa, a mimo to już za życia stał się legendą. Biedni żydowscy

¹⁸ M. Sygulski, *Historia Bałut*, t. II, s. 215.

¹⁹ P. Samuś (red.), *Polacy...*; A. Walaszczyk (red.), *Na wspólnym podwórku. Łódzki tygiel kultur i wyznań*, Łódź 2017. Z przekazów rodzinnych Autorki niniejszego można dodać opowieść o swoistej symbiozie międzykulturowej w obrębie jednego sąsiedztwa dwóch młodych małżeństw żydowskiego i polskiego, kiedy to wzajemnie zapraszano się na rodzinne i świąteczne imprezy w formie udziału w szabasie rodziny polskiej z małym dzieckiem i w wigilii – rodziny żydowskiej, również z dzieckiem, dla którego choinka stanowiła wielką atrakcję, a potrawa chanukowa (jabłka z cynamonem i miodem) była wielką atrakcją wigilijną na polskich stołach. Żydowska matka podgrzewała zupę dla synka na sąsiedzkiej kuchni w okresie szabasu. Wspólnie pilnowano swoich mieszkań w czasie wyjazdów rodzinnych poza Łódź. Podobnie postąpiła rodzina żydowska w lutym roku 1940, obiecując, iż będzie doglądać dobytku rodziny polskiej skazanej na wysiedlenie podczas tworzenia getta. Po wojnie nie zastano ani domu, ani żydowskich mieszkańców. Międzypokoleniowy, rodzinny przekaz ustny (relacja babci Autorki).

mieszkańcy łódzkiej dzielnicy Bałuty śpiewali o nim piosenki. Powstała też niezliczona ilość wierszy i ballad utrwalających jego wyidealizowany obraz. Przypisywano mu w nich wiele czynów w obronie pokrzywdzonych mieszkańców Bałut, którzy mogli się do niego zgłosić po pomoc. Przed II wojną światową miejscem jego „urzędowania” był Bałucki Rynek. Maks, ten pół-analfabeta, założył „Biuro Prośb i Podań – Obrona”, które z pisaniem podań niewiele miało wspólnego, natomiast o wiele bardziej – ze skutecznym rozwiązywaniem problemów petentów. Po II wojnie światowej Maks powrócił do Łodzi, gdzie kontynuował swoją działalność „pomocową”. Powstało szereg opracowań o tej postaci²⁰, która również weszła do kultury popularnej²¹. Zna jest również ballada miejska o tej postaci²².

Pod koniec lat 20. minionego wieku zmarł Karol Kramer zwany „królem Bałut”. Podkreślano, że był najpopularniejszym i najbardziej lubianym człowiekiem mieszkającym w tej części Łodzi. A jednocześnie jednym z najbo-

²⁰ A. Mostowicz, *Ballada o Ślepym Maksie*, Łódź 1998; W. Wolański, *Ślepy Maks. Historia prawdziwa*, Łódź 2019; R. Piotrowski, *Ślepy Maks. Historia łódzkiego Al Capone*, Warszawa 2016.

²¹ Na kanwie losów łódzkiego *Janosika* powstała gra miejska *Łap złodzieja*, rozgrywająca się w kilku miejscach związanych z jego przestępczą działalnością. Menachem Bornsztajn, który przed wojną był analfabetą (czytać i pisać nauczył się dopiero po wojnie) obecny jest w kulturze jako bohater wielu książek, takich jak *Ballada o Ślepym Maksie* Arnolda Mostowicza, *Reporter przed konfesjonalem* Adama Ochockiego, *Szczury ze złego miasta* Jacka Indelaka czy *Perkalowy dybuk* Konrada Lewandowskiego. Powstało nawet piwo „Ślepy Maks”. W nawiązaniu do podobieństwa tej postaci z Al Caponem uruchomiono sieć pizzerii „Ślepy Maks”. Ślepy Maks jest również uwieczniony na łódzkim muralu.

²² *Na Bałutach w swoim domu*
Kamienicznik, zwykły drań,
Wdowę krzywdzi, dziatki krzywdzi.
Czy nie będzie siły nań?
Czekaj ty, kamieniczniku,
Krótką będzie władza twa,
Idzie właśnie ślepy Maks
I ci dobrze w dupę da.
Wdowa już w swoim mieszkaniu,
Wszyscy w koło cieszą się,
Ślepy Maks swoje zrobił.
Jak to zrobił – każdy wie.
Kamienicznik czołga się,
Ślepy Maks mu mordę skwasił,
Oko podbił, zęby wybił,
Morał z pieśni: nie czynź zła.

Ł. Włodarski, *Ślepy Maks. Dyktator z Bałut*, <http://wmrokuhistorii.blogspot.com/2015/01/slepy-maks-dyktator-z-balut.html> (dostęp: 20.08.2021).

gatszych. Należało do niego bowiem 36 największych bałuckich domów. Lubiano Kramera głównie za to, że lokatorów swych kamienic traktował jak członków rodziny²³. Przez całe życie nikogo nie eksmitował, a zubożałym lokatorom pożyczał pieniądze i potem się o nie upominał, jak podkreślali mieszkańcy Bałut. Cieszył się wśród mieszkańców tej dzielnicy wielkim szacunkiem. Często rozstrzygał w skomplikowanych sprawach handlowych, rodzinnych. Jego śmierć była dla mieszkańców Bałut wielkim szokiem. Tak jak zostawiony przez niego testament, w którym umorzył lokatorom wszystkie zaległe czynsze. Dlatego też w jego pogrzebie wzięło udział kilka tysięcy osób²⁴.

Przedwojenne Bałuty były znacznie bardziej uspołecznione od innych dzielnic miasta. Tu prawie wszyscy się znali, a przynajmniej ci, którzy mieszkali w najbliższym sąsiedztwie. Można tu było na siebie liczyć i dlatego zakładając gospodarstwa domowe, starano się mieszkać niedaleko rodziny i najbliższych przyjaciół, z reguły wynajmując mieszkania u jednego właściciela kamienicy. Tak było w przypadku Autorki i jej rodziny, która w większości wynajmowała mieszkania w kilku kamienicach i drewniakach należących do rodziny Franciszka Ogłazy²⁵. Oprócz „bohaterów” dzielnicy żyli na Bałutach zwykli ludzie, pracujący w fabrykach, prowadzący małe zakłady rzemieślnicze, zajmujący się handlem na Bałuckim Rynku (na zdjęciach przedstawiono typowe bałuckie warsztaty rzemieślnicze: naprawy samochodów i remontowo-budowlany).

W takiej rzeczywistości dorastały bałuckie dzieci pomagające rodzicom i uczące się wszystkiego, co było potrzebne, a potrzebne było wszystko w tej skromnej rzeczywistości. Uczyły się gotować proste bałuckie potrawy, wiązać firanki fillé, które królowały w bałuckich wnętrzach, szydełkować, szyć, dziergać na drutach i szydełku i wykorzystywać każdą sytuację, aby zarobić grosze na swoje dziecięce potrzeby, takie jak dostarczanie zakupów ze sklepu, wnoszenie śmieci z domów, opieka nad młodszym rodzeństwem i dziećmi sąsiadów. Ten rodzaj wychowania praktycznego uczył swoistej zaradności i umiejętności przetrwania w sytuacjach kryzysowych, których tu nie brakowało (kryzys ekonomiczny, bezrobocie rodziców, wojna i okupacja). Przy tym chroniono się nawzajem, szczególnie dotyczyło to „swoich” dziewcząt i kobiet Bałut.

²³ A. Gronczewska, *Łódzkie Bałuty – najbardziej biedna, niebezpieczna i... znana część miasta*, „Dziennik Łódzki”, 13.10.2019 r., <https://dzienniklodzki.pl/lodzkie-baluty-najbardziej-biedna-niebezpieczna-i-znana-czesc-miasta/ar/c1-14494815> (dostęp: 1.06.2021).

²⁴ *Ibidem*.

²⁵ Międzypokoleniowy rodzinny przekaz ustny (babci i dziadka Autorki). Przekaz rodzinny. M. Sygulski, *Historia Bałut*, t. 2, s. 486.



Fot. 3. Warsztat samochodowy przy ul. Tokarskiej. Lata 30. XX w. Własność Autorki.



Fot. 4. Prace budowlano-remontowe na Bałutach. Lata 30. XX w. Własność Autorki.

Od początku za Bałutami ciągnęła się zła opinia. Uważano, że tu bije serce łódzkiej przestępczości. Jej rozwojowi sprzyjała ciasna zabudowa i brak oświetlenia. Podobno przestępczość na Bałutach zmniejszyła się wraz z oświetleniem części tamtejszych ulic. Mieszkało tu też wielu biednych ludzi. Część z nich na skutek kryzysu gospodarczego, który dopadł świat i Łódź na przełomie lat 20. i 30 XX w., kiedy to wielu mieszkańców straciło pracę. Czasem, by wyżywić rodzinę, wiązali się z działającymi na Bałutach bandami²⁶.

Podkreślano też przestępczy charakter Bałut. Dochodziło tu podobno do bratobójczych walk. Co rusz ktoś ginął od noża lub kuli z rewolweru. Nikt nawet nie kwapił się, by znaleźć sprawców. „Ludzie tam zobojętnieli na wszystko, zahartowali się na widok krwi” – zauważały gazety. Skarżono się też, że gnieźdzą się tam nie tylko bandyci, złodzieje, alfonsi i męty społeczne. „Obok nich żyją tysiące bałuckich dzieci!” – alarmowano. – „Skazane są na niedozór i ulice, przez samo swe urodzenie na tragicznym przedmieściu. Predestynowane są na zagładę!”²⁷ Sercem przestępczości były okolice ulicy Limanowskiego, do dziś rozpoznawalne jako „Limanka”. Echa tej specyficznej atmosfery lumpenproletariacko-„honorowej” przetrwały do dziś, o czym doniosła stacja TVN24 w 2016 r.²⁸

W tej swoistej przestrzeni toczyło się życie towarzyskie z reguły ograniczone tylko do niedzieli, gdyż w pozostałe dni pracowano lub „starano się zarobić na utrzymanie”. Łączono wówczas wśród ludności chrześcijańskiej życie religijne z wypoczynkiem szczególnie w okresie wiosenno-letnim. Czas wypoczynku i czas świąteczny celebrowano z poszanowaniem czasu świątecznego ludności żydowskiej. Dlatego też robiono ostatnie zakupy żywności w sklepikach żydowskich w piątek w południe, wiedząc, iż będzie można je zrobić dopiero w niedzielę. Nierzadko brano udział w świętowaniu sąsiadów tego wyznania. Z archiwum rodzinnego Autorki pochodzą fotografie pokazujące owo niedzielne „świętowanie”.

²⁶ *Bałuty Łódź okiem mieszkańców*. „Bałuciarzem trzeba się urodzić” [sonda, zdjęcia], <https://tulodz.pl/spoleczenstwo,mieszkancy,baluty-lodz-okiem-mieszkancow-baluciarzem-trzeba-sie-urodzic-sonda-zdjecia,new,mg,4,70.html,11771> (dostęp: 22.06.2020).

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ „Morda nie szklanka, love story Limanka”. On z Sosnowca, ona z „Limanki”, czyli jednej z najbardziej niebezpiecznych części łódzkich Bałut. Poznali się przez internet i nawet zamieszkali razem na kilka dni. Bałuckie love story nie miało jednak szczęśliwego finału, a dziewczyna rozstała się z chłopakiem w taki sposób, że grozi jej do trzech lat więzienia. 10 marca 2016, 12:55, <https://tvn24.pl/lodz/morda-nie-szklanka-love-story-limanka-ra626257-3177287> (dostęp: 20.06.2020).



Fot. 5. Bałuckie elegantki w drodze z kościoła p.w. Najświętszej Marii Panny (plac Kościelny) do domu. Ulica Łagiewnicka koniec lat 20. XX w. W tle dzieci żydowskie. Własność Autorki.

Najczęściej spotykano się na imprezach rodzinnych imieninowych, urodzinowych i rocznicowych. Były to imprezy organizowane w domu przy współudziale rodziny i sąsiadów. Imprezy tego typu odbywały się również po II wojnie światowej w tych samych miejscach.



Fot. 6. Impreza imieninowa w kamienicy przy ul. Tokarskiej 8 przy współudziale rodziny Kocików-Kamińskich oraz sąsiadów. Lata 30. XX w. Własność Autorki.



Fot. 7. Uroczystość weselna w kamienicy przy ul. Tokarskiej 8 przy współudziale rodziny Kamińskich. Przełom lat 40. i 50. XX w. Własność Autorki.



Fot. 8. Majówka/czerwcówka szkoły podstawowej na Bałutach w Lesie Łagiewnickim. Lata 20. XX w. Własność Autorki.



Fot. 9. Bałucka majówka rodzin Saweljewów, Lublinów i ich sąsiadów. Koniec lat 40-tych lub początek lat 50-tych XX w. Własność Autorki.

Okres wiosenno-letni obfitował w wyprawy poza miasto najczęściej do nieodległego Lasu Łągiewnickiego lub Arturówka, gdzie biesiadowano przez cały dzień, tworząc rodzaj pikniku połączonego z potańcówką na świeżym powietrzu. Ten rodzaj spędzania wolnego czasu był bardzo powszechny w różnych kategoriach wiekowych.

Tego typu rozrywki były bardzo popularne w całej Łodzi i doczekały się opracowań naukowych²⁹. Las Łągiewnicki położony nieopodal Bałut był ulubionym miejscem odwiedzin w niedziele i święta, szczególnie w czasie dorocznego odpustu św. Antoniego i w czasie Zielonych Świątek³⁰. Oczywiście po drugim kryzysie, jakim była II wojna światowa, i powrocie dawnych mieszkańców na Bałuty te same przedwojenne rozrywki były kontynuowane.

W życiu mieszkańców Bałut niebagatelną rolę odgrywało kino. Pierwszy salon filmowy powstał w pobliżu Bałuckiego Rynku. Rynek ze względu na swój charakter był wymarzonym miejscem na prowadzenie kinematografu, jednak pierwsze kino powstało tutaj, o dziwo, dopiero w 1930 r. pod nazwą Raj. Założył je Franciszek Pfeifer, właściciel lokalu przy Rynku Bałuckim 5, który dostrzegł w tej formie rozrywki możliwość dobrego zarobku. W 1931 r. zmieniło nazwę na Ars. Budynek kina składał się z dwóch poczekalni, kabiny z aparatem firmy „Teofil Jarosz”, sali projekcyjnej oraz balkonu. Przy wejściu znajdowała się kasa i kantor. Po zakończeniu działań wojennych kino pod nową nazwą Świt zostało otwarte w kwietniu 1946 r. W połowie lat 60. gruntownie je zmodernizowano, przebudowano kabinę projekcyjną, odbyła się korekta dźwiękowa przeznaczona dla 246 osób widowni, a także wymiana sieci elektrycznej oraz ekranu na dostosowany do filmów panoramicznych³¹. Łódzkie elegantki uczęszczały do tego kina przed II wojną światową na prawie wszystkie seanse. Kopiowały sukienki największych gwiazd filmowych (np. Poli Negri), które około tygodnia później można było kupić na Bałuckim Rynku³².

²⁹ M. Piestrzeniewicz, *Rozrywka Łodzian na przełomie XIX i XX w.*, Łódź 2010; M. Piestrzeniewicz, *Zabawa i rozrywka łodzian na „wolnym powietrzu” na przełomie XIX i XX wieku*, [w:] W. Puś (red.), *Studia z dziejów historii społeczno-gospodarczej*, t. 5, Łódź 2008; M. A. Łukowska, *Fabrykant łódzki we wspomnieniach robotników*, Łódź 2007, s. 63–64; I. Lechowa, *Tradycyjne zwyczaje świąteczne w środowisku robotniczym 1890–1939*, „Prace i Materiały Muzeum Archeologicznego i Etnograficznego w Łodzi. Seria Etnograficzna” 1967, nr 11, s. 156–157.

³⁰ B. Kopczyńska-Jaworska, *Zwyczaje i obyczaje ludności Łodzi*, [w:] R. Rosin (red.), *Łódź. Dzieje miasta*, t. 1, Łódź 1988, s. 493–508; W. Pawlak, *Minionych zabaw czar, czyli czas wolny i rozrywka w dawnej Łodzi*, Łódź 2001.

³¹ *Kino Świt. Baedeker łódzki*, <http://baedekerlodz.blogspot.com/2015/12/kino-swit-ars-raj-baucki-rynek-5.html> (dostęp: 15.08.2021).

³² Ustny przekaz międzypokoleniowy.

Nieodłączną częścią stylu życia na Bałutach była kuchnia i jedzone tam potrawy. Był to swoisty konglomerat kuchni polskiej, żydowskiej, niemieckiej i wschodniej (ukraińskiej i rosyjskiej), której nie rozróżniano w przestrzeni jednego gospodarstwa domowego. Była to kuchnia biedna, wykorzystująca najtańsze produkty, ale smaczna i pożywna, w przeważającej części wegetariańska. Mięso jedzono od święta i w niedziele i była to tzw. „piąta ćwiartka”, czyli podroby wieprzowe dla chrześcijan i drobiowe dla Żydów³³. Inwencja gastronomiczna owej „kuchni biedy” była niezwykła, począwszy od śniadań, na które dzieci bałuckie chętnie jadły macę lub czerstwą chałkę moczoną w mleku i jajku, smażoną na maśle i były to swojskie „francuskie tosty” niezależnie od wyznania. Mężczyźni preferowali tzw. „rozmaitość” czyli 10-dekowe paczuski salcesonu, leberki (leberwurst, czyli pasztetowej), kaszanki i czarnej kiszki z dwiema kajzerkami, które kupowano w polskich sklepach rzeźniczych i wędliniarskich. Na obiad królowały zupy: zalewajka, zarucajka, zupa-dziad, parzybroda, kartoflanka, ogórkowa (czyli polska saljanka), barszcz ukraiński, fasolowa, grochowa i krupnik, w sezonie szczawiowa, botwinka, zupy owocowe i chłodniki z botwinki lub ogórka. Były to zupy wegetariańskie, rzadko „zapalane” słoniną lub stopionym boczkiem. Pierogi ruskie, ukraińskie i sezonowe – z owocami były szczególnie lubiane przez dzieci. Jednogarnkowe dania obejmowały kapustę z grochem, zapożyczony od Żydów czulent, tzw. placendy, czyli placki drożdżowe z nadzieniem z grochu smażone na głębokim oleju najczęściej spożywane w dni postu. Można je było spożywać na zimno w postaci śniadania do pracy. Królowały śledzie, których nazwy zostały zapomniane (mleczaki, majtasy, byczki, moskaliki, uliki, minogi itd.), w których specjalizowali się Żydzi, a chrześcijanie chętnie spożywali w czasie dni postnych. Z warzyw królowała kapusta pod każdą postacią, ogórki kiszane, chętniej spożywane niż konserwowe, ale i mizeria z octem, oczywiście sezonowo. Na kolację prym wiodła smażona kaszanka, leberka i czarna kiszka na gorąco oraz cebula duszona w oleju lub na słoninie, kluski „żelazne” z serem i okrasą, no i oczywiście chleb z domowym smalcem i ogórkiem kiszonym³⁴. Gospodynie bałuckie wykazywały w tym względzie ogromną inwencję i przedsiębiorczość, wykorzystując wszystko, co zostało z poprzedniego dnia do nowego dania czy do zupy w dniu następnym.

³³ A. Wojciechowska, *Fifka i żulik, czyli domowa kuchnia łódzka*, Łódź 2014, s. 9.

³⁴ Przekaz rodzinny. Te i inne przysmaki kuchni bałuckiej można znaleźć w opracowaniu A. Wojciechowskiej, *Fifka i żulik...*; książce A. Zarębskiej, I. Borowskiej, *Łódzka kuchnia regionalna*, Łódź 2017; A. Zarębskiej, I. Borowskiej, *Łódzka kuchnia czterech kultur*, Łódź 2015 oraz w dwujęzycznej pracy I. Borowskiej, *Łódzka kuchnia regionalna (wersja polsko-angielska)*, Łódź 2017. Część z nich pochodzi z przepisów rodzinnych, z archiwum Autorki.

Język i określenia

To, co charakteryzowało Bałuty, to specyficzny język, po którym poznawało się ich mieszkańców. Ukazał się również *Bałucki Słownik* powstały podczas badań terenowych pracowników Centrum Dialogu im. Marka Edelmana³⁵. Autorka niniejszego tekstu „uzupełniła” słownik wyrażeniami pochodzącymi z tradycji rodzinnej oraz z badań prowadzonych w latach 2018–2021 w obrębie Bałut, a szczególnie Bałuckiego Rynku o dodatkowe charakterystyczne wyrażenia. Wcześniej o języku Łodzi wypowiadali się językoznawcy łódzcy³⁶, zwracając jednak uwagę na nazewnictwo grup narodowościowych, religijnych i etnicznych i wskazując na liczne wpływy języka jidysz na język Bałut. W praktyce – co udało się zaobserwować Autorce – szereg określeń łączono z określoną grupą narodowościową i przenoszono na ludzi zupełnie z nią niezwiązanych. I tak *żydowskie kiepele* mógł mieć ktoś zdolny do prowadzenia lukratywnych interesów niezależnie od swojego pochodzenia. Podobnie było z *oszwabić*, inaczej *oszukać*, które łączono z niemiecką nacją, tak jak *ocyganić* z nacją romską. W swoich zapiskach z prowadzonych badań Autorka zauważyła, iż niezwykle bogactwo nazewnictwa dotyczy określeń ludzi, ich charakteru i sposobów postępowania. Jest przy tym niezwykle lakoniczne. I tak mężczyzna mógł być *burakiem i barachłem, szpagatową inteligencją, chachmentem, przydupasem, absztyfikantem, szmendesem lub szmendrekiem, neptkiem, bubkiem, frajerem lub dupenszwancem i kołowatym* (roztargnionym). Kobieta lub dziewczyna mogła być *galanta, aniołek szarpany w skrzydełka, cukierek maczany w truciźnie, co nie da sobie w kij (lub w kaszę) dmuchać, bez kija nie przystęp, pyskata lub mordziasta lub na otknaj się, lub jak fryga, ewentualnie kołowatej babci wnuczką*, co było określeniami pełnymi szacunku. W stosunku do relacji z innymi ludźmi można było postępować *Naser mater, zachachmencić, zabajtlować, oszwabić, wycyckać, wyglancować, sknocić* coś komuś lub *wypulić, obsztorcować od góry do dołu*. Można też było zrobić coś *siajowo*, to znaczy bardzo źle. Określenie to podobno wywodziło się z wyrobów bawełnianych niejakiego Szai, który słynął z produkcji niskiej jakości. Samemu można było *skapcanieć, latać za kimś jak kot z pęcherzem, dostać szmergla, zwichrować się, oczadzić, zwinklować się, ocipieć, skołowacieć, dostać szajby lub kuku*

³⁵ K. Iwański i Centrum Dialogu im. Marka Edelmana, *Słownik Bałucki*, <https://www.centrumdialogu.com/baluckisownik> (dostęp: 11.07.2021).

³⁶ M. Kamińska, *Wzmianki o koegzystencji Polaków i Żydów w tekstach opowiadań robotników łódzkich (analiza językowa)*, [w:] W. Puś, S. Liszewski (red.), *Dzieje Żydów w Łodzi 1820–1944*, Łódź 1991, s. 165–179; M. Kamińska, *Łódź jako teren badań językoznawczych*, „Rozprawy Komisji Językowej ŁTN” 1975, t. XXI, s. 57–68; M. Kamińska, *O metodzie badań nad językiem mieszkańców wielkich miast*, „Rozprawy Komisji Językowej ŁTN” 1977, t. XXIII, s. 103–113.

na muniu albo też *mantykować po nocy, zejść na psy*. Język Bałut odzwierciedlał również stany duchowe mieszkańców, i tak *ganc pomada* mówiło się, gdy było wszystko jedno. Gdy się w coś wątpiło, mówiono *Kiedy? Gdy byli Szwedy*. Gdy się komuś niedowierzało, mówiono: *Płyn potokiem nie rynsztokiem*. Odrębna nomenklatura dotyczyła również nazewnictwa potraw tu gotowanych i pieczonych jak: *prazoki* (prażuchy), *angielka*, *chałka*, *żulik* (słodki chlebek z rodzynkami i przyprawami), *fifka* (cienka żupa na samych jarzynach), *dudki* lub *letkie* (gulasz z płuczek wieprzowych). O nazwach zup wspomniano wcześniej³⁷. Nazewnictwo dotyczyło również poszczególnych części Bałut, jak już wspomniana Limanka, ale nie tylko³⁸. Do języka Bałut sięgnęli również administratorzy największego w Łodzi ośrodka handlowo-usługowego – Manufaktura. Podczas renowacji obiektu na płotach zasłaniających roboty budowlane umieszczono pseudodialegi i wypowiedzi postaci: *Galanty plan* i *Siajowo nie będzie*.



Fot. 10. Napis na parkanie zasłaniającym remont parkingu Centrum Handlowego „Manufaktura” przy ul. Karskiego 5 w Łodzi. 5.06.2020. Własność Autorki.

³⁷ Dokumenty osobiste (przepisy domowe); por. też: A. Wojciechowska, *op. cit.*

³⁸ Z powodów edukacyjno-wychowawczych Autorka nie zamieściła w tekście bałuckich wypowiedzi sąsiadów, przyjaciół i krewnych na temat postaw i zachowań ludzi, którzy uzyskali większe możliwości finansowe, aby się wywyższać stylem życia i wzbudzać zawiść innych (np. *Nie widziała d... słońca, ogorzała od miesiąca (księżycy)*, lub *Wyżej s....a niż d... ma* itp.). Nie zamieszczono również wulgaryzmów odnoszących się do osób i ich zachowań nieakceptowanych przez środowisko. Przekaz rodzinny. Te bardziej wulgarne wypowiedzi na temat postaw i zachowań ludności Bałut Autorka pozostawia dla specjalistycznych analiz językoznawczych, wykraczających poza ramy tej pracy.

Rynek jest tylko jeden!

Centrum życia Bałut, ich sercem pozostawał Rynek Bałucki, który od swego powstania w 1850 r. nieprzerwanie kontynuował swoją działalność, która wykroczyła poza wyłącznie handlową. Podczas wszelkich kryzysów, które dotykały Bałuty w ich długiej historii, pełnił istotną funkcję wymiany informacji, kontaktów oraz przestrzeni zdobywania środków do życia mieszkańców dzielnicy. Niestety, Bałucki Rynek nie doczekał się swojego własnego opracowania, mimo iż stanowi „fakt długiego trwania kulturowego” przynajmniej w przestrzeni Bałut i Łodzi³⁹. Rynek w języku przeciętnego łodzianina jest tylko jeden – Bałucki. Wynika to z faktu, iż w Łodzi nigdy nie było Rynku Starego Miasta. Ten, który powstał dopiero w latach 50. XX w. nie został „powołany” przez mieszkańców, a raczej „nadany” czy „narzucony” przez władze. Do dziś jednak pozostaje on martwy, pozbawiony życia społecznego, gdyż utracił swoich rodzimych mieszkańców – łódzkich Żydów. O ile zawsze był jeden rynek, tzn. Bałucki, o tyle wszystkie inne, które istniały i istnieją w obrębie miasta, noszą inne miana np. „Górniak” (hala w dzielnicy Łódź-Górna), „Zielony Rynek” (przy ul. Zielonej na placu Barlickiego), Targowisko Wodny Rynek przy ul. Przybyszewskiego, Targowisko Miejskie przy ul. Lipiec Reymontowskich. „Czerwony Rynek” przy ul. Rzgowskiej oraz Łódzka Giełda Samochodowa przy ul. Puszkina stanowią odrębne byty handlowo-usługowe, niektóre poza historycznym terenem dawnej Łodzi. Bałucki Rynek funkcjonuje w świadomości łodzian, szczególnie mieszkańców Bałut, jako połączenie trzech administracyjnie wyodrębnionych jednostek. Są to Bałucki Rynek właściwy, który został zabudowany halami handlowymi w latach 2007–2009, najbardziej „dziki” i „pierwotny” rynek przy ulicy Ceglanej oraz targowisko przy ul. Dolnej, też częściowo zabudowane halami. Najbardziej skrajna część tego targowiska stanowi teren wzdłuż ulicy Dolnej, aż do ul. Łagiewnickiej i jest nazywany „Pchlim targiem”, Dolna-Ceglana lub „Bazarem staroci”. Wszystkie te części stanowią jeden Bałucki Rynek, który miał i ma tę właściwość, iż w przypadku wyłączenia którejś z jego części w celach remontowo-budowlanych „odradza” się w innym miejscu, jak to było podczas budowy hal przy głównym Bałuckim Rynku. Przedsiębiorcy przenieśli się wówczas nie tylko

³⁹ Dla F. Braudela wydarzenia polityczne (bitwy, wojny, *etc.*) stanowią najpłytszą warstwę historii, na głębszym poziomie znajdują się procesy gospodarcze. Przemiany cywilizacyjne i religijne budują poziom najgłębszy, który jest zarazem najważniejszy dla zrozumienia całości dziejów. Z perspektywy długiego trwania większość wydarzeń politycznych jest nieistotna czy wręcz niezauważalna. F. Braudel, *Długie trwanie*, Warszawa 1999.

na Ceglaną, ale również na puste place wzdłuż ulicy Limanowskiego oraz Zgierskiej, aż do placu Kościelnego. Skąpa literatura przedmiotu, dotycząca tego tworu kulturowego istniejącego od połowy XIX w. sprawia, iż czeka on wciąż na swoje odrębne opracowanie. Twór ten funkcjonować zaczął jako przestrzeń wielokulturowej aktywności gospodarczej, łączącej w sobie zarówno działania legalne, jak i nielegalne. Był przestrzenią wymiany informacji, podobnie do bazarów wschodnioeuropejskich, miejscem poszukiwania zatrudnienia legalnego i nielegalnego, schronienia, pomocy, przyjaciół i obrony przed wrogami, poszukiwania dóbr wszelakich i miejscem rozwiązywania problemów gospodarczo-bytowych. Był również – i jest – przestrzenią rozrywki, zawierania transakcji handlowych, nie zawsze legalnych.

Bałucki Rynek zawsze był wielojęzyczny i wielokulturowy. Stanowił tygiel „swojskości”, gdzie wszyscy się znali. Koniec tej sytuacji przyszedł, podobnie jak w innych miejscach Bałut, wraz z wybuchem II wojny światowej. Zlikwidowano wówczas wielokulturowość Bałut i rozpoczął się okres drugiego wielkiego kryzysu tej dzielnicy, znacznie przekraczającego okres wielkiego kryzysu ekonomicznego. Ten kryzys polegał bowiem na segregacji i kategoryzacji mieszkańców dzielnicy, a także na ich unicestwieniu i to zarówno ludności polskiej, jak i żydowskiej.

Do chwili obecnej właściwie mamy do czynienia wyłącznie z opracowaniami dotyczącymi Bałuckiego Rynku w okresie, gdy był on włączony do przestrzeni getta Litzmannstadt⁴⁰ i nazywał się Baluter Ring⁴¹. Pełnił funkcję serca getta. Tu rozdzielano żywność i opał, przydzielano surowce do poszczególnych resortów i odbierano gotowe produkty. Tu stykała się niemiecka i żydowska administracja. Tu ważyły się losy tysięcy ludzi⁴². Zaraz po wojnie baraki na Bałuckim Rynku, w których mieściły się biura administracji getta, zostały rozebrane. Dziś ten teren w żaden sposób nie przypomina, jak wyglądało to w czasie wojny. Natomiast część kamienic wokół rynku przetrwała⁴³. Po II wojnie światowej niezniszczalny „duch” (*genius loci*) Bałuckiego Rynku odżył, a nawet się nasilił, gdyż do dzielni-

⁴⁰ *Miejsca związane z Żydami zachodnimi w Litzmannstadt Ghetto*, Rynek Bałucki, <https://www.centrumdialogu.com/miejsca-zwiazane-z-zydami-zachodnioeuropejski-mi/rynek-balucki>; *Bałucki Rynek (Baluter Ring)*, https://www.lodzgetto.pl/balucki_rynek.html,3 (dostęp: 3.07.2021).

⁴¹ *Bałucki Rynek (Baluter Ring)*, <https://www.lodzgetto.pl> (dostęp: 3.07.2021); <http://baedekerlodz.blogspot.com/2015/04/litzmannstadt-getto-baucki-rynek.html> (dostęp: 3.07.2021).

⁴² *Ibidem*.

⁴³ *Ibidem*.

cy powrócili dawni jej mieszkańcy, oczywiście ci, którzy przeżyli. Rynek znów się stał wielojęzyczny, gdyż oprócz nielicznej grupy ocalałych Żydów i Polaków pojawili się Rosjanie, Ukraińcy i inne nacje nowych wojsk okupacyjnych.

Bałucki Rynek dziś znów stał się wielojęzyczny, chociaż nie brzmi już na nim język jidysz ani niemiecki. Najłatwiej w chwili obecnej porozumieć się w języku rosyjskim z Ukraińcami, Białorusinami, Ormianami, Gruzinami, Mołdawianami i innymi wschodnimi narodowościami, które są obecne w ekonomicznej przestrzeni współczesnego miasta. Rynek tym sposobem jest obecnie przestrzenią nieustającego performansu⁴⁴ oraz ciągłej narracji⁴⁵. Autorka artykułu dwukrotnie w roku przemierza ze studentami tę przestrzeń, prowadząc tam zajęcia praktyczne dotyczące performansu w kulturze i życiu codziennym. W takim samym duchu powstało studium tego miejsca w 2017 r. zawężające jednakże tylko do tzw. „Pchlego Targu” przy ul. Dolnej i Ceglanej⁴⁶ zawężające je jednakże do wyłącznie „reliktu” przeszłości w hipernowoczesności, z którym to sądem Autorka niniejszego się nie zgadza, uznając to miejsce za jeden z elementów narracji tożsamości Bałut i przyczółek walki z ową narzucaną przez czynniki zewnętrzne (polityczne i gospodarcze), a nie pochodzącą z wyboru ludzi tu żyjących, obcą formułą życia.

⁴⁴ E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, tłum. H. Datner-Śpiewak, P. Śpiewak, oprac. i słowem wstępnym opatrzył J. Szacki, wyd. I: Warszawa 1977; wyd. II: Warszawa 2000; wyd. III: Warszawa 2008; E. Goffman, *Piętno. Rozważania o zranionej tożsamości*, tłum. A. Dzierżyńska, J. Tokarska-Bakir, wstęp do wyd. pol. J. Tokarska-Bakir, Gdańsk 2005; wyd. II: 2007; E. Goffman, *Zachowanie w miejscach publicznych: o społecznej organizacji zgromadzeń*, tłum. O. Siara, red. nauk. i przedm. do wyd. pol. G. Woroniecka, Warszawa 2008; E. Goffman, *Rytuał interakcyjny*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa 2006.

⁴⁵ Narracja jest tu rozumiana w sensie retorycznym. Cyceron zdefiniował ją jako wyjaśnienie będące podstawą wiarygodności argumentacji w danej sprawie. Celem narracji jest, jak to ujął Arystoteles, takie wyjaśnienie faktów, aby odbiorca uwierzył, że były takie właśnie, jak je chce przedstawić mówca. Arystoteles zgadzał się z obserwacją, że narracja oddzielona od etyki może zostać użyta jako narzędzie szkodliwe. Twierdził, że twórcza symbioza etyki i narracji była niezbędnym elementem nauk humanistycznych. M. Korkolko, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1990, s. 30–31. Do nauk o kulturze ten termin w kontekście postpamięci jako narracji o narracji wprowadziła Marianne Hirsch – M. Hirsch, *Żaloba i postpamięć*, przeł. K. Bojarska, [w:] E. Domańska (red.), *Teoria wiedzy o przeszłości na tle współczesnej humanistyki*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2010.

⁴⁶ D. Staniszevska, *Pchli targ Dolna – Ceglana – miejsce, które ocalało w hipernowoczesności*, [w:] M. J. Szymański, D. Staniszevska, T. Kochelski (red.), *Bałuty. Legenda...*, s. 97–126.

Terytorium plemienne?

Przykładem terytorium „plemiennego” Bałut może być tu osławiona „Liman-ka”, czyli ulica Limanowskiego⁴⁷, na której króluje duch kibiców piłkarskich ŁKS-u (Łódzkiego Klubu Sportowego) działającego jak specyficzna organizacja plemienna, starająca się wyznaczyć granice swego oddziaływania poprzez coraz liczniejsze graffiti w najbardziej niedostępnych miejscach. Ulica ma 3,3 km długości. Rozpoczyna się przy ul. Zgierskiej, a kończy w rejonie dworca Łódź Żabieniec. Do 1933 r. była ul. Aleksandrowską. Wtedy jej patronem został Bolesław Limanowski, działacz Polskiej Partii Socjalistycznej. W czasie wojny Niemcy nazwali ją Alexanderhofstrasse. Po wojnie znów stała się ul. Limanowskiego. Jednak wiele osób mówi, że to po prostu „Liman-ka”. Niektórzy twierdzą, że tę nazwę zawdzięcza kibicom piłkarskim. Już przed wojną na ul. Limanowskiego mówiło się „Limanka”. Ulica ta zawsze miała swój charakter. Jej starzy mieszkańcy opowiadają, że ten, kto był stąd, czyli z „Limanki”, nie musiał się bać. Jednak obcy powinni się mieć na baczności. Wiele osób nie ukrywa, że kiedyś działały tu różne bandy. Wszystko jednak się skończyło w latach 70. XX w. Niektórzy ze starych mieszkańców ul. Limanowskiego, zwłaszcza mający za sobą konflikt z prawem, nie mogli przeżyć, że do wybudowanych na tej ulicy wieżowców wprowadzono milicjantów i wojskowych⁴⁸. Stały w miejscu, gdzie kiedyś było gospodarstwo, staw, a w zasadzie glinianka. Niedaleko ul. Piekarskiej stała kuźnia. Jej właściciel miał wielki, czarny karawan, którym woził trumny. Starsi mieszkańcy ul. Limanowskiego żałują też, że nie ma już restauracji „Bagatela”, która mieściła się przy ul. Drukarskiej. Było to miejsce „załatwiania spraw” często pozostających w konflikcie z prawem oraz miejsce zawierania znajomości, również tych prywatnych, kończących się małżeństwem⁴⁹. Na Limance „rządzą” kibice. To bowiem rejon fanów Łódzkiego Klubu Sportowego. Na murach wielu kamienic przeczyta się napis: „ŁKS Limanka”. Kibice z Limanki wpisali się w historię klubu. To oni pierwsi wywiesili na stadionie flagę z herbem Łodzi i napisem ŁKS. Na starym stadionie tego klubu siadali zawsze w sektorze sąsiadującym ze słynną Galerą. „Limankę” nazywa się więc stolicą kibiców ŁKS-u, którzy zwykli mówić: „Morda nie szklanka, ŁKS Limanka”. Ulica ta i zamieszkali przy niej ludzie byli i są przykładem pokonywania narzucanej z zewnątrz przez władze zarówno przedwojenne, jak i powojenne „obcych” wzorców niezależnie,

⁴⁷ A. Gronczewska, *Historia ulicy Limanowskiego. „Limanka” groźna już przed wojną*, <https://lodz.naszemiasto.pl/historia-ulicy-limanowskiego-limanka-grozna-juz-przed-wojna/ar/c2-3999361> (dostęp: 12.07.2021).

⁴⁸ A. Gronczewska, *op. cit.*

⁴⁹ Przekaz rodzinny.

czy ich źródłem były niemieckie władze okupacyjne, czy sowiecki komunizm, osiedlając tu pracowników aparatu bezpieczeństwa. „Limanka” i jej mieszkańcy niejako „wsyali” te obce wzorce i „przekuwali” na styl życia, który tu panował i panuje, czego dowodem mogą być prasowe doniesienia, o których była mowa wcześniej⁵⁰. W dużej mierze przyczyniła się do tego „plemienna” działalność kibiców ŁKS-u i ich niezwykle ekspansywna narracja⁵¹, udowadniająca, iż sport na każdym poziomie, nawet tym lokalnym, jest silnym kulturowym czynnikiem integrującym. Mało tego – staje się swoistym „językiem” uniwersalnym, pozwalającym elementom obcym, napływowym czy narzuconym odnaleźć swoją tożsamość w obrębie wspólnoty⁵².



Fot. 11. Graffiti na jednej ze starych kamienic na Bałutach. Styczeń 2020. Własność Autorki.

⁵⁰ *Relacja*, <https://tvn24.pl/lodz/morda-nie-szklanka-love-story-limanka-ra626257-3177287> (dostęp: 12.07.2021).

⁵¹ Ostatnia fotografia przedstawia fasadę boczną domu autorki, który stoi na granicy Starego Miasta (ul. Czarnkowska) i Żubardzia (ul. Gandhiego), która to granica oddziela terytorium kibiców ŁKS-u (Stare Miasto i „Limanka” oraz RTS Widzew (Żubardź). Napis powstał w nocy, tuż po renowacji elewacji budynku dla zaznaczenia granicy „plemiennej”. Archiwum Autorki.

⁵² *Bałuty Łódź okiem mieszkańców*. „Bałuciarzem trzeba się urodzić”, <https://tulodz.pl/spoleczenstwo,mieszkancy,baluty-lodz-okiem-mieszkancow-baluciarzem-trzeba-sie-urodzic-sonda-zdjecia,new,mg,4,70.html,11771> (dostęp: 12.07.2021).



Fot. 12. Napis na murze starej kamienicy przy ul. Gnieźnieńskiej w Łodzi. Sierpień 2021. Własność Autorki.



Fot. 13. Graffiti na murze bloku przy ul. Gandhiego 2, który stoi na granicy Starego Miasta i Żubardzia. Październik 2020. Własność Autorki.

Kryzys wartości czy kryzysy, które przewyciężono?

Podobnie do ulicy Limanowskiego całe terytorium Bałut podlegało licznym kryzysom wartości pochodzącym spoza społeczności Bałut. Wspomniane już przedwojenne postrzeganie Bałut jako „wrzodu” na zdrowym ciele miasta z powodu kryzysu ekonomicznego nie doprowadziło do systemowej zmiany charakteru tej dzielnicy. Uczynili to dopiero Niemcy w latach 1939–1945 podczas okupacji miasta. Przygotowywali się do tego znacznie wcześniej, bo od chwili dojścia Hitlera do władzy w 1933 r. Łódź jako jedno z największych miast w Europie Środkowo-Wschodniej i zarazem jedno z głównych centrów mniejszości niemieckiej w Polsce od dawna była przedmiotem zainteresowania państwa niemieckiego. Wzrosło ono szczególnie po dojściu Hitlera do władzy w 1933 r. i wiązało się z ogólnym zainteresowaniem nazistowskiego państwa problemami narodowościowymi⁵³ oraz „wytworzeniem tu jednolitej rasowo, duchowo-psychicznie i narodowo-politycznie ludności niemieckiej”. Zamierzano to osiągnąć przez zniemczenie części społeczeństwa polskiego, wydalenie pozostałych osób, nieobjętych akcją wynarodowienia, oraz osadnictwo Niemców. Zasadniczym środkiem depolonizacji miały być wysiedlenia. Planowano objąć nimi 5,4 mln Polaków. Ponadto zamierzano wypędzić wszystkich Żydów i Cyganów. Co do ludności polskiej – zamierzano ją stopniowo „zagłodzić”⁵⁴.

Wcielenie Łodzi do Rzeszy spotkało się z wielką niechęcią Josepha Goebbelsa, który odmawiał Łodzi miana miasta europejskiego, a na wieść o włączeniu jej do okręgu poznańskiego zapisał w swoim dzienniku: „Dlaczego ta sterta śmiecia ma się stać teraz niemieckim miastem? Chęć zniemczenia Łodzi to syzyfowa praca”⁵⁵. Jak się miało okazać, był to śmieć, o który Niemcy się potknęli. Od początku swej działalności, czyli od stycznia 1939 r., na terenie Łodzi Niemcy-okupanci wysiedlili 28 tysięcy Polaków, głównie z terenów nowoczesnych osiedli i dzielnic willowych (osiedle im. Montwiłła-Mireckiego na Polesiu Konstantynowskim, Karolew, Julianów, Radogoszcz i Śródmieście), zasiedlając je ludnością niemiecką przybyłą z terenów wschodniej

⁵³ D. Siepracka, J. Wróbel, *Litzmannstadt – eksperyment narodowościowy na ziemiach polskich*, „CEJSH. The Central European Journal of Social Sciences and Humanities” 2008, nr 1 (12), s. 229–253, <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-c7e7a846-88a1-44da-a6b1-8b8620b8454c> (dostęp: 3.07.2021).

⁵⁴ *Ibidem*, s. 235. J. Sehn, *Hitlerowski plan walki biologicznej z narodem polskim*, „Biuletyn Głównej Komisji Badania Zbrodni Niemieckich w Polsce” 1948, t. 4, s. 111–113; M. Cygański, *Z dziejów okupacji hitlerowskiej w Łodzi 1939–1945*, Łódź 1965, s. 45.

⁵⁵ D. Siepracka, J. Wróbel, *op. cit.*, s. 236.

Europy⁵⁶. Wybudowano nawet osobne osiedle na Julianowie, do dziś noszące nazwę „Berlinek”⁵⁷. Szyskanowanie ludności polskiej przed jej wysiedleniem z terenu Bałut polegało m.in. na biciu i poniżaniu Polaków idących chodnikiem ulicami Bałut lub zrywaniu z Polek lepszej odzieży zimowej w celach rabunkowych, przez żandarmów niemieckich⁵⁸. Zlikwidowano życie zbiorowe, odcięto mieszkańców od informacji i wprowadzono kategoryzację ludności, nie tylko izolując grupę aryjską od niearyjskiej, ale również wewnątrz każdej z grup. Przypominało to segregację rasowo-wyznaniową. W obrębie własnej grupy Niemcy wyróżniali również kategorie. Na najniższym szczeblu niemieckości znajdowali się volksdeutsche, szczególnie wyznania katolickiego. Dokonywano morderstw na kapłanach ewangelicko-augsburskich, którzy nie popierali polityki nazistowskiej⁵⁹.

⁵⁶ *Ibidem*, s. 239. Niewielka literatura poświęcona dyskryminacji i represjom w stosunku do ludności polskiej z terenu Bałut dopomina się o kompleksowe zbadanie tego zagadnienia i wskazanie, iż represje bałuckie w stosunku do ludności tu zamieszkałej nie dotyczyły jedynie ludności żydowskiej, ale przede wszystkim polskiej, którą stąd wyrugowano w celu tworzenia getta. Wśród opracowań tego typu należy wymienić: S. Datner, J. Gumkowski, K. Leszczyński, *Wysiedlenie ludności z ziem polskich wcielonych do Rzeszy*, „Biuletyn Głównej Komisji Badania Zbrodni Hitlerowskich w Polsce” 1960, t. 12; M. Cygański, *Z dziejów okupacji hitlerowskiej w Łodzi 1939–1945*, Łódź 1965; A. Krzemiński, *I stamtąd już nie wróci nikt*, „Polityka” 2004, nr 34; D. Kubiak, *Zarządzenia władz hitlerowskich w sprawie wysiedleń ludności polskiej i żydowskiej z tak zwanego Kraju Warty*, „Teki Archiwalne” 1973, nr 14; Ilustrowana Encyklopedia Łodzi, t. 10, *Czas Okupacji 1939–1945, – Litzmannstadt*, https://uml.lodz.pl/files/public/dla_mieszkanca/o-miescie/Ilustrowana_Historia_Lodzi/ENcyklopedia_lodzi_nr10.pdf (dostęp: 20.08.2020).

⁵⁷ Osiedle wybudowane przez niemieckiego okupanta podczas II wojny światowej – jedno z czterech na terenie Łodzi (podobne znajduje się na Stokach oraz przy ulicy Milionowej i Łęczyckiej; nieco inne na Helenówku). To przeznaczone było dla niemieckich urzędników. Najlepiej utrzymane z wszystkich czterech – na części budynków zachowała się oryginalna dachówka, okiennice czy drzwi wejściowe. Z tyłu domów do dziś znajdują się niewielkie działki. Łodzianie błędnie sądzą, iż miało być zbudowane na planie swastyki, rozpoznawalnej dla lotników niemieckich. *Osiedle Berlinek*, https://fotopolska.eu/Osiedle_Berlinek_Lodz (dostęp: 1.08.2021).

⁵⁸ Przekaz rodzinny dotyczący futra, które żandarm zdarł siłą z pleców członkini rodziny w styczniu, gdy wracała z kościoła. Kobieta chciała podarować żołnierzowi futro wraz z „tuberkulozą” i w ten sposób ocalała się przed rabunkiem. Zaradność kobiet bałuckich uniemożliwiała często taki rabunek, podobnie jak wynalazek „tyfusu” na potrzeby wizyty w Arbeitsamcie. Przepis na „tyfus”: Trzy do pięciu grudek karbidu połkniętych na pusty żołądek i zjedzenie pół kilograma surowych tartych ziemniaków. Ustny przekaz rodzinny ciotki Autorki i fotografie z archiwum rodzinnego.

⁵⁹ Przykładem może być Juliusz Bursze (1862–1942) biskup Kościoła Ewangelicko-Augsburskiego w RP. Polski męczennik z okresu II wojny światowej, zamordowany przez Niemców. W. Gastpary, *Biskup Bursche i sprawa polska*, Warszawa 1972.

Niemcy uderzyli w struktury Kościoła Katolickiego, który pozostał jedyną przestrzenią społeczną na Bałutach. Wkrótce zamierzano wymordować kapłanów jako przedstawicieli inteligencji polskiej⁶⁰. Mieszkańcy Bałut byli w większości robotnikami, których przymusowo wykorzystywano dla pracy na rzecz Rzeszy. W stosunku do ludności polskiej wprowadzono praktyki regulacji urodzin w celu obniżenia populacyjności tej grupy narodowościowej. Zarządzenie wprowadzone 10 września 1941 r. zabraniało wstępować w związki małżeńskie po ukończeniu 28. roku życia, kobiety – po 25. Rozważano nawet wprowadzenie sterylizacji Polaków i zakazano małżeństw mieszanym rasowo⁶¹.

W nieporównywalnie gorszej sytuacji byli Żydzi zamieszkujący Łódź, a Bałuty w szczególności. Wynikało to z nazistowskiej mentalności niemieckiej, która traktowała całą ludność wschodniej Europy za gorszy gatunek ludzkości, zaś Żydów *Ostjuden* za groźnych, prymitywnych i pałających nienawiścią do cywilizowanej części Europy, w tym w szczególności Niemców⁶². W samej Łodzi w 1939 r. mieszkało około 233 tysięcy Żydów, szczególnie w Łodzi i okolicach. Dlatego stali się oni obiektem ataków, grabieży i upokorzeń publicznych w takiej skali, która przeraziła nawet najwyższe władze III Rzeszy i spowodowała wprowadzenie obostrzeń w tym zakresie ze względów propagandowych⁶³. Inwazja niemieckiej „obcości”, czyli legitymizowanej

⁶⁰ D. Siepracka, J. Wróbel, *op. cit.*, s. 240–246. O tzw. Operacji Tannenberg, czyli masowych mordów na inteligencji polskiej z roku 1939 opowiada film z 2019 r. *Listy śmierci*, reż. Hanna Zofia Etemudi. Historycy występujący w tym filmie walczą o nazwanie masowych mordów dokonywanych na polskiej inteligencji, nauczycielach, księżach, harcerzach, urzędnikach państwowych i patriotach na terenach wcielonych do Rzeszy, w tym w Kraju Warty jako ludobójstwa, które nie podlega przedawnieniu. Metodycznych mordów dokonywano według wcześniej powstałych list osobowych, a sporządzali je miejscowi Niemcy, aby podwyższyć swój status narodowościowy. Jest to jednak temat, który wciąż oczekuje odrębnego opracowania w szczególności do Łodzi i Bałut. Por.: D. Kubiak, *Zarządzenia władz hitlerowskich w sprawie wysiedleń ludności polskiej i żydowskiej z tak zwanego Kraju Warty*, „Teki Archiwalne” 1973. O martyrologii dzieci łódzkich traktuje opracowanie: J. Fijałek (red.), *Zbrodnie hitlerowskie wobec dzieci i młodzieży Łodzi oraz okręgu łódzkiego*, Okręgowa Komisja Badania Zbrodni Hitlerowskich, Łódź 1979.

⁶¹ D. Siepracka, J. Wróbel, *op. cit.*, s. 240.

⁶² *Ibidem*, s. 241.

⁶³ O skali tych działań mówi bogata literatura przedmiotu, dotycząca działań niemieckich przeciw ludności żydowskiej w Łodzi, zarówno oparta na źródłach historycznych, jak i dokumentach osobistych świadków i ofiar tej polityki. Por.: W. Puś, S. Liszewski (red.), *Dzieje Żydów w Łodzi 1820–1944*, Łódź 1991; A. Eisenbach (oprac.), *Getto łódzkie*, Warszawa 1946; I. H. Rubin, *Żydzi w Łodzi pod niemiecką okupacją 1939–1945*, Londyn 1988; J. Baranowski i in. (oprac. i red. nauk.), przy współpr. S. Feucherta i in., konsultacja

narzuconej władzy okupacyjnej wyzwoliła w rodzimej, niejako „sąsiedzkiej” niemieckiej wspólnocie bałuckiej nieprzebrane pokłady agresji i nienawiści, chęci udowodnienia oddania „nowej władzy” i uzasadnienia swojej „niemieckości” i to z tej strony dochodziło do największych aktów gwałtów, zaboru mienia i upokarzania niedawnych sąsiadów. Wykorzystywano w tym również ową „sąsiedzką” wiedzę o zasobach Żydów.

Już 11 grudnia 1939 r. namiestnik Kraju Warty Arthur Greiser wprowadził przymus noszenia gwiazdy Dawida z prawej strony piersi i na plecach. Szykany te miały na celu systematyczne usuwanie Żydów z życia publicznego miasta⁶⁴. Takie działania w stosunku do Żydów zaczęły wzbudzać współczucie Polaków zamieszkujących Bałuty i chęć pomocy sąsiadom, dlatego postanowiono odizolować aryjską część ludności od Żydów. Getto łódzkie utworzono 8 lutego 1940 r. W nocy z 30 kwietnia na 1 maja 1940 r. dzielnicę żydowską zamknięto. W maju 1940 r. znalazło się w niej – na niewielkiej przestrzeni – 163 777 osób. Pod względem liczebności była to druga po Warszawie dzielnica żydowska w okupowanej Europie. Na getto przeznaczono północną dzielnicę Starego Miasta, część Marysina oraz Bałut⁶⁵. Ludność polska zamieszkująca ten teren została w trybie natychmiastowym wysiedlona, bez możliwości spakowania najpotrzebniejszych rzeczy. Pozbawiono ją nie tylko miejsca zamieszkania, ale całego dobytku, gdyż można było zabrać jedynie to, co się dało wynieść w rękach. Najdotkliwiej odczuły to rodziny z dziećmi, gdyż nie wiedziały – w panice, co będzie potrzebne. Ludność ta została przeznaczona do przymusowych robót na rzecz Rzeszy, część do Generalnego Gubernatorstwa, a dzieci, które się do tego nadawały rasowo – na zniemczenie⁶⁶. Utworzenie getta spowodowało zerwanie więzi łączących pol-

i opieka merytoryczna P. Samuś, F. Tych, *Kronika Getta Łódzkiego 1941–1944*, t. 1–5, Uniwersytet Łódzki, Centrum Badań Żydowskich. Katedra Literatury i Kultury Niemiec, Austrii i Szwajcarii i Archiwum Państwowe w Łodzi, Łódź 2009; M. Polit: „*Moja żydowska dusza nie obawia się dnia sądu*”. *Mordechaj Chaim Rumkowski; Prawda i zmyślenie*, Warszawa 2012; A. Sitarek, „*Otoczone drutem państwo*”. *Struktura i funkcjonowanie administracji żydowskiej getta łódzkiego*, Łódź 2015; M. Polit, K. Radziszewska, A. Sitarek, J. Walicki, E. Wiatr (red.), *Encyklopedia getta. Niedokończony projekt archiwistów z getta łódzkiego*, Łódź 2015; Film: *Fotoamator*, reż. D. Jabłoński, 1998.

⁶⁴ D. Siepracka, J. Wróbel, *op. cit.*, s. 243.

⁶⁵ *Ibidem*, s. 244; D. Kubiak, *Zarządzenia władz hitlerowskich w sprawie wysiedleń ludności polskiej i żydowskiej z tak zwanego Kraju Warty*, „Teki Archiwalne” 1973, nr 14.

⁶⁶ Mieszkańców Bałut uratować mogła znajomość języka niemieckiego, umiejętności zawodowe i pewna nabyta tu przemyślność. I tak rodzina Autorki artykułu uciekła do osady cukrowniczej Ostrowy k. Krośniewic, gdzie najbliższa rodzina była zatrudniona w cukrowni i posiadała mieszkanie służbowe oraz przydomowy ogródek. Dzięki temu, iż ojciec rodziny wykonywał zawód hydraulika i jak większość łodzian znał język niemiecki

szych i żydowskich mieszkańców Bałut. Wysiedlanych z Bałut Polaków lokowano na peryferiach Łodzi. Wokół getta starano się osiedlać volksdeutsche uchodzących za lojalnych wobec władz III Rzeszy i pilnujących owego braku kontaktu. Wyjątek czyniono jedynie w przypadku budynków o gorszym standardzie, gdzie Niemcy nie chcieli mieszkać. Doprowadziło to do znacznej izolacji getta.

Jednocześnie teren całej Łodzi podlegał ostrej polityce germanizacyjnej i kolonizacyjnej, czemu służyć miały transporty ludności niemieckiej z terenów wschodniej Europy, która zawłaszczając przejęte od Polaków mienie (mieszkania, przedsiębiorstwa i cały dobytek)⁶⁷. Łódź miała być miastem niemieckim Litzmannstadt zamieszkałym przez Niemców tej „gorszej kategorii”, bo ze wschodniej Europy. Taka polityka segregacji rasowej i narodowościowej w kulturze „ubóstwa” spowodowała nieodwracalne zerwanie więzi towarzysko-sąsiedzkich wytwarzanych przez lata niezależnie od narodowości i religii. Dlatego też Bałuty okaleczone przez getto i wysiedlenia właściwie opustoszały. Masowa eksterminacja ludności żydowskiej, wysiedlenia Polaków z tego terenu, tryumf nacji niemieckiej, która w szybkim tempie i kosztem sąsiadów uzyskała status społeczny spowodowały spustoszenie dzielnicy nie tylko materialne, ale przede wszystkim kulturowe i społeczne.

Sytuacja zmieniła się diametralnie w roku 1945, po wyzwoleniu Łodzi i ucieczce Niemców, szczególnie tych „zasłużonych” dla III Rzeszy, z tego miasta. Warto zacytować tu konkluzję badaczy dotyczącą owej Goebbelsowskiej „sterty śmiecia”, jak określił on Łódź. Piszą oni:

Eksperyment narodowościowy, trwający w Łodzi od jesieni 1939 r., dopełnił się zimą 1945 r. w sposób przez nazistów zupełnie nieoczekiwany. Ich intencją było, aby Łódź na trwałe stała się miastem czysto niemieckim. W ciągu pięciu lat cel ten realizowano z brutalną bezwzględnością i przy użyciu zbrodniczych metod. Rezultaty tego eksperymentu okazały się jednak bardzo nietrwałe. Już jesienią 1944 r. stało się jasne, że Wehrmacht nie będzie w stanie zagrozić wojskom sowieckim drogi do granic III Rzeszy. Władze nazistowskie musiały w tajemnicy przygotować plany ewakuacji ludności niemieckiej. Co lepiej zorientowani w sytuacji Niemcy wyjeżdżali sami, zresztą wbrew surowym zakazom władz. Plany ewakuacji wprowadzono w życie w połowie stycznia 1945 r., gdy znad Wisły ruszyła wielka ofensywa Armii Czerwonej. W warunkach srogiej zimy, gdy tempo natarcia Rosjan było niezwykle szybkie, ewakuacja okazała się spóźniona i przemieniła się w katastrofę humanitarną. Na szlakach odwrotu tysiące

mógł zdobyć tam zatrudnienie. Prowincja zapewniała również dostęp do produktów rolnych poza reglamentacją i możliwość ratunku od głodu. Ustny przekaz rodzinny dziadków Autorki. Por. *Wypędzeni. Polskie ofiary niemieckiego obozu w Konstancynie Łódzkiej*, Konstancynów Łódzki 2013.

⁶⁷ D. Siepracka, J. Wróbel, *op. cit.*, s. 250. Rodzina Autorki utraciła salon fryzjerski w Śródmieściu na rzecz Niemca – osiedleńca z Łotwy. Ustny przekaz rodzinny ojca Autorki.

ludzi zginęły z mrozu i głodu oraz od kul i bomb nacierających wojsk sowieckich. Wielu spośród tych, którzy nie zdążyli uciec, padło ofiarą prześladowań ze strony czerwonoarmistów i ludności polskiej odreagowującej horror kilkuletniej okupacji⁶⁸.

Były też osobiste dramaty Niemców, którzy Łódź uznawali za swój *Heimat* w znacznie większym stopniu niż ideologiczną III Rzeszę, o czym wspominają historycy Łodzi.

Po roku 1945 nastąpiły powroty mieszkańców Bałut, głównie po to, aby się przekonać, co z niej ocalało. Nie zastano już ani swoich żydowskich sąsiadów, ani nawet domów. Pozostawiano wiadomości dla przyjaciół i rodziny o powrotach i powoli „odzyskiwano” dzielnicę dla siebie. Ożył Bałucki Rynek, miejsce wymiany skąpych dóbr, jakie pozostały, i jedzenia, stając się przestrzenią handlu wymiennego i katalizatorem przedsiębiorczości mieszkańców. Kolejny jednak kryzys był związany z wkroczeniem Armii Czerwonej, po której nie pozostały prawie żadne zegarki w domach. Po tej grabieży nastąpiła kolejna, związana z władzą ludową i narzuconymi przez nią obostrzeniami, wynikającymi z „obcych”, narzuconych wzorców w stosunku do tych, które tu panowały i odzyskiwały ciągłość. Drobne elementy dobytku i skromne zapasy jedzenia, gromadzone przez mieszkańców dla własnych dzieci, padały łupem funkcjonariuszy władzy ludowej i Milicji Obywatelskiej pod pretekstem rewizji i konfiskaty dóbr z szabru, w duchu swoistego „odwetu ubóstwa”⁶⁹. Ubóstwo i gospodarka niedoborów towarzyszyła mieszkańcom Bałut aż do roku 1989. Uspołecznione środki produkcji i usługi były niewystarczające, ale Rynek Bałucki znajdował na to odpowiednie rozwiązania. Od chwili zakończenia wojny przez cały okres komunizmu „uzupełniał” potrzeby mieszkańców całego miasta dzięki przedsiębiorczości i przemyślności mieszkańców dzielnicy. Na rynku było wszystko, bez kartek i reglamentacji, wytwarzane chałupniczo, bez akcyzy.

Narzucona „obcość” w postaci władzy ludowej, obcej dotychczasowym doświadczeniom i wartościom środowiska mieszkańców, wraz z doświadczeniami okupacyjnymi wyzwoliła w rodzinach, które tu powróciły po wyzwoleniu, swoistą solidarność rodzinno-sąsiedzka. Była ona szczególnie potrzebna w chwili tzw. „trzeciego ataku na Bałuty” i ich tożsamość kulturową w imię zwalczania zapóźnienia rozwojowego. Tym razem był to atak ze strony go-

⁶⁸ *Ibidem*, s. 251.

⁶⁹ Kilkakrotnie MO wykorzystywała np. nieobecność dorosłych w domu, wynosiła zgromadzone jedzenie i niszczyła świadomie zabawki dzieci wykonane chałupniczo przez rodziców jako „przeżytki burżuazyjne” w mieszkaniach pod pozorem rewizji antykorupcyjnej. Na interwencje poszkodowanych mieszkańców odpowiadała: *My też musimy jeść!* Na oskarżenie w sprawie niszczenia zabawek twierdzono: *Ja nie mam, to Ty też nie musisz!* Ustny przekaz rodzinny matki i dziadka Autorki.

spodarki centralnie sterowanej, który nastąpił w latach 50. i 60. ubiegłego wieku. Dotyczył on Starego Miasta i Bałut potraktowanych łącznie, szczególnie po unicestwieniu społeczności żydowskiej. O kolejnych etapach tego ataku szczegółowo wspomina M. Szymański, ukazując architektoniczno-urbanistyczną jego stronę, inspirowaną komunistyczną ideologią⁷⁰. Bałuty stały się wówczas obiektem gruntownej przebudowy szczególnie w ówczesnej propagandzie odzwierciedlonej w prasie⁷¹. Chodziło o całkowitą przebudowę dzielnicy, którą uznano za „relikt” burżuazyjny i której niedostatek był wynikiem działalności ekonomicznej kupców i fabrykantów. Dlatego też Bałuty na tej polityce względnie zyskały, gdyż budownictwo nowych osiedli w latach 50. i 60. na obrzeżach Starego Miasta (np. osiedle Władysław Bytomskiej), na Żubardziu i Dołach było względnie wysokiej jakości. Później było gorzej. Niewydolność systemu spowodowała, iż infrastruktura usługowa nie nadążała za powstawaniem nowych budynków blokowych. Mieszkańcy Bałut po „odzyskaniu” swojej dzielnicy nierzadko skazani byli na przenoszenie się do nowego budownictwa. Co ciekawe, wybierano lokalizację jak najbliższą miejsc, które opuszczali. Podobnie było z ich rodzinami. Rodzina stała się w tym okresie, a szczególnie w następnym – przełomu lat 80. i 90. specyficzną instytucją wielousługowo-kredytową i rozrywkową. Spędzano w jej obrębie dużą ilość czasu wolnego z różnych okazji rodzinnych i świątecznych. Wspólnie i wzajemnie pomagano sobie w pracach i remontach domowych i rozwiązywano niejako „chałupniczo” wszystkie większe i mniejsze problemy egzystencjalne. Ta właśnie potrzeba sprawiała, iż nie chciano oddalać się z miejsc, które znano, i od ludzi, którym ufano. Szczególnie więzi te nasiliły się w stanie wojennym i w okresie kryzysu ekonomicznego, który po nim nastąpił. Co ciekawe, a nie doczekało się do tej pory osobnego opracowania, to

⁷⁰ M. Szymański, *Bałuty historyczne a współczesne, czyli historia pewnego nieporozumienia*, [w:] M. J. Szymański, D. Staniszevska, T. Kochelski (red.), *Bałuty. Legenda...*, Łódź 2017, s. 71–96.

⁷¹ *Z zaniedbanej dzielnicy – nowoczesne osiedle*, „Dziennik Łódzki” 1950, nr 235, s. 5; *Pieśń o Bałutach*, „Dziennik Łódzki” 1950, nr 291, s. 3; *Bałuty – dzielnica przyszłości*, „Dziennik Łódzki” 1950, nr 273, s. 4; *Bałuty – nowa dzielnica*, „Dziennik Łódzki” 1951, nr 268, s. 4; *Siedem razy Łódź*, „Dziennik Łódzki” 1953, nr 127, s. 2; *Pasierby łódzkiego handlu*, „Dziennik Łódzki” 1958, nr 13, s. 4; *Brawo, Komitet Blokowy nr 11*, „Dziennik Łódzki” 1959, nr 223, s. 4; *Od 1 stycznia mieszkamy w nowych dzielnicach*, „Dziennik Łódzki” 1960, nr 1, s. 4; *Bałuty w 5-latce*, „Dziennik Łódzki” 1961, nr 302, s. 4; *Bałuckie inicjatywy czytelnicze*, „Dziennik Łódzki” 1965, nr 130, s. 3; *Bałuty fabryką fabryk*, „Dziennik Łódzki” 1967, nr 22, s. 1; *Dzielnica przyszłości*, „Dziennik Łódzki” 1968, nr 231, s. 4; *Gruba Kaśka w Łodzi*, „Dziennik Łódzki” 1969, nr 20, s. 4; *Bałuty w roku bieżącym*, „Dziennik Łódzki” 1969, nr 2, s. 3; *Bałuckie awanse i kłopoty*, „Dziennik Łódzki” 1969, nr 112, s. 3.

fakt przenoszenia owych więzi rodzinno-sąsiedzkich na nowe osiedla i nowe budownictwo, które gromadziło mieszkańców z całych Bałut, ale podtrzymywało ów paradygmat „naszości”, „bycia stąd” i „bycia u siebie”. Powstawały swoiste grupy sąsiedzkie, które poznawały się lub rozpoznawały i uczestniczyły we wszystkich wydarzeniach rodzinnych (narodziny dzieci, komunie wspólnie obchodzone, śluby i pogrzeby). Pomagano sobie sąsiedzko w domowych naprawach, doglądano mieszkań i po prostu na siebie liczono. Było to swoiste przeniesienie więzi bałuckich na nowe miejsce⁷². Zawłaszczano przestrzeń według własnych potrzeb, a nie planów wytyczanych przez komunistyczne władze⁷³.

Kolejna, czwarta fala ataku nastąpiła w latach 90. XX w., w których nastąpiła transformacja. Jej ofiarą padły prawie wszystkie zakłady włókiennicze w Łodzi. System kartkowy, reglamentacja i powszechny niedobór towarów i usług odbił się również na życiu mieszkańców Bałut. Rozkwitł wówczas Rynek Bałucki, na którym dominować zaczęli handlarze zza wschodniej granicy – z Rosji, Białorusi i Ukrainy, oferując towary, których nie można było dostać w sklepach w Polsce. Z rodzimych towarów wyprzedawano przede wszystkim wysokiej jakości materiały pochodzące z upadłych fabryk łódzkich, papierosy reglamentowane na kartki, alkohole bez akcyzy i rzeczy najpotrzebniejsze dla niemowląt, których dystrybucja państwowa była niewystarczająca. Przedsiębiorczość mieszkańców Bałut umożliwiła im mieszkańcom w miarę godne funkcjonowanie w ówczesnej rzeczywistości. Niestety ofiarą transformacji padały również instytucje, które na Bałutach miały duże znaczenie praktyczne i symboliczne, takie jak przedwojenna Kasa Chorych przy ulicy Łągiewnickiej 36. Gmach ten jest swoistą narracją Bałut, gdyż symbolizuje ich losy i „nietrafne eksperymenty” ówczesnych i obecnych władz miasta. Umieszczony na nim napis w formie ballady nowiniarskiej, tak charakterystycznej dla folkloru miejskiego, jest swoistym krzykiem oskarżycielskim i głosi:

Stoi gmach okazały
Z wojennej pożogi ocalały.
Władze miasta zapomniały
Ile krzywdy ludzkiej te mury widziały.
Żli ludzie historii odbudować nie dają,
Czy coś z tego mają?

⁷² Badania Autorki w latach 1989–2021 w obrębie społeczności sąsiedzkiej i rodziny Autorki – mieszkańców bloków przy ulicach Gandhiego, Czarnkowskiej, Zgierskiej, Juljanowskiej, Wrocławskiej.

⁷³ K. Stefański, *Bałuty, czyli kłęska socrealizmu*, „Tygiel Kultury” 1999; B. Ciarkowski, *Łódź, która nie powstała*, Łódź 2016.



Fot. 14. Gmach dawnej Kasy Chorych, powojennego szpitala im. Heleny Wolff, przy ul. Łagiewnickiej 36. Lipiec 2020. Własność Autorki.

Instytucja ta, która ma bardzo chlubną przeszłość i po II wojnie światowej nie tylko była miejscem narodzin nowego pokolenia Łoździan, ale również jako wspaniała naturalna scenografia filmowa „zagrała” w *Vabank II*, czyli *Riposta*⁷⁴ popada w ruinę podczas aktualnego, piątego ataku na Bałuty. Obok, przy ulicy Tokarskiej, w bezpośrednim sąsiedztwie szpitala im. Heleny Wolf dokonuje się kolejna ruina.



Fot. 15. Ruina i śmietnisko przy ul. Tokarskiej między ul. Ceglaną (Bałucki Rynek) i Łagiewnicką na zapleczu d. szpitala im. Heleny Wolff. Lipiec 2020. Własność Autorki.

⁷⁴ *Vabank II, czyli Riposta*, reż. J. Machulski 1985.

Piąty atak na Bałuty ma miejsce obecnie. Jest on związany z globalizacją, gospodarką rynkową oraz inwazją deweloperów, którzy wnoszą osiedla pozbawione jakiegokolwiek kultury architektonicznej i lekceważące kontekst historyczno-kulturowy, w jakim powstają⁷⁵. Wszystkie te inwestycje powstają w większości na historycznym terenie Getta Litzmannstadt, o czym przypomina się nawet w środkach komunikacji miejskiej. Te osiedla przypominające „wilcze szançe” lub „nazistowskie bunkry” urągają pamięci o nim.

Ta inwazja „obcości” jest w tym miejscu postrzegana przez stałych mieszkańców okolic ul. Bazarowej, placu Piastowskiego i ul. Lutomierskiej (ulice Pawia, Wróbla, Piwna, Żytńia, Rybna, Gnieźnieńska) jako manifestacja pieniądza, siedziby dla „ludzi lepszych” niż oni sami, „klatki dla korposzczurów” i ludzi niemających nic wspólnego z wartościami Bałut⁷⁶. Nieco bardziej „ludzkie” i „bałuckie” oblicze miało mieć osiedle w sąsiedztwie między ul. Drewnowską, ul. Zachodnią, ul. Lutomierską i ul. Żytńią. Obecny właściciel terenu (deweloper mieszkaniowy) nie chciał zdradzać szczegółów jego wyglądu. Dla tej nieruchomości wydano w magistracie kilka decyzji o warunkach zabudowy. Zgodnie z nimi może tam powstać dziewięć budynków z mieszkaniami, biurami, lokalami handlowo-usługowymi oraz hotelem⁷⁷. Tymczasem wygląda na to, iż wszelkie wstępne założenia projektu z posza-

⁷⁵ Wszystkie zabudowania przy ul. Drewnowskiej 43/55 (niemal naprzeciwko Manufaktury), które dawniej zajmował producent farmaceutyków Polfa Łódź, są obecnie równane z ziemią. Prace potrwają do końca marca. *Burzą budynki dawnej Polfy*, „Ekspres Ilustrowany” (IZJ), 12.02.2017, <https://rynekpierwotny.pl/oferty/atal-sa/apartamenty-drewnowska-43-lodz-baluty-baluty-centrum-9014/> (dostęp: 21.07.2021).

⁷⁶ Określenia pochodzą od mieszkańców okolic placu Piastowskiego i są wynikiem badań Autorki prowadzonych przy ulicach Piwnej, Pawiej, placu Piastowskiego, Gnieźnieńskiej, Żytńiej i Bazarowej w latach 2019–2021.

⁷⁷ Fabryka tkanin Aleksandra Hirsza Damskiego. Na tej samej nieruchomości co willa Aleksandra Adamskiego vel Hirsza Damskiego znajduje się jego była fabryka. Data jej powstania sięga roku 1895, kiedy to powstała tu farbiarnia i wykończalnia tkanin wełnianych. Pierwszy właściciel zatrudniał 78 robotników, zaś roczny obrót wynosił 155 tys. rubli. W 1904 r. nowym właścicielem został Hanftwurzel i S-ka. Do wybuchu I wojny światowej nie zmieniano profilu produkcji. Do 1939 r. zakład przechodził z rąk do rąk. Leon Kryłowiecki, Kalman Kaszub, Wilhelm Bau to kolejni właściciele. W przedwojennej fabryce K. Kaszuba pracowało ok. 1200 osób. Produkcja obejmowała przede wszystkim męskie swetry oraz miliony nauszników. Gros produkcji szło na potrzeby wojska. Po roku 1945 zakład upaństwowiono i istniał tutaj oddział Zakładów Przemysłu Wełnianego im. Wiosny Ludów, <http://polskaniezwykla.pl/web/pla-ce/40264,lo-dz-fabryka-aleksandra-hirsza-damskiego.html> (dostęp: 5.07. 2021), <https://drewnowska77.pl/o-projekcie/> (dostęp: 5.07.2021).

nowaniem jego pierwotnej struktury są lekceważone. Mieszkańcy Łodzi mają dość deweloperskiej arogancji i lekceważenia potrzeb mieszkańców w imię jak największych zysków. Przykładem reakcji na ową inwazję „obcości” był protest mieszkańców Bałut przeciwko budowie osiedla na terenie byłego gimnazjum na Dołach⁷⁸.

Narracyjność wartości Bałut

Piąty atak na tożsamość Bałut wywołał swoistą jej manifestację, tym razem na murach w formie graffiti i murali, co sprawia, iż czynią one z tej dzielnicy najbardziej „narracyjną” dzielnicę miasta. Napisy te, mówiące wprost o wartościach tu panujących wśród mieszkańców i powszechnie uznawanych, stają się przedmiotem „dialogu”. Anonimowy Artysta, który tak się określa, jest Autorem większości z nich⁷⁹. Napisy te tworzą paradygmat wartości uznawanych w tej dzielnicy przez większość jej stałych mieszkańców. I tak u wejścia do Bałuckiego Rynku wita nas napis „Wolność, Równość, Bałuty”, żebyśmy wiedzieli, w jakiej „krainie” jesteśmy. W innej części Bałut, przy ulicy Wojska Polskiego, widzimy „Bóg, Humor, Ojczyzna”, żeby zmanifestować, iż nie bierze się tu życia zbyt poważnie. Przy ulicy Lutomińskiej widnieje stary napis, że „Całe Bałuty nie jedzą mięsa ... w piątek”, co nawiązuje do tej biednej kuchni przeszłości, która tutaj panowała, i chrześcijańskiego obyczaju. W najbrzydszych miejscach, rozpadających się budynków i odpadających tynków, Artysta napisał „Piękno i Prawda”, „Piękno, Prawda, Dobro” lub „Nieoczywiste Piękno”, gdyż wszystko na Bałutach jest nieoczywiste⁸⁰. Niektóre z oryginalnych napisów zostały zamalowane, na przykład napis przy wjeździe na Limanowskiego od strony Zachodniej: „Witamy w krainie prawdy i piękna”. Powstają też nowe, oryginalne, tworzone przez innych twórców graffiti, identyfikujących się z tymi wartościami⁸¹.

⁷⁸ W. Pierzchała, 27 lipca 2021, 7:05 *Protest przeciwko budowie blokowiska w Łodzi. Mieszkańcy Bałut protestują przeciw budowie na terenie byłego gimnazjum*, <https://lodz.nasze-miasto.pl/protest-przeciwko-budowie-blokowiska-w-lodzi-mieszkanicy/ar/c1-8384526> (dostęp: 5.07.2021).

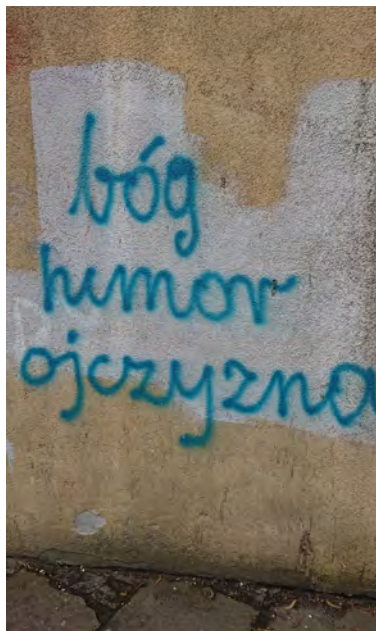
⁷⁹ I. Desperak, *Piękno i Prawda na Bałutach*, wrzesień 2018, <http://miastol.pl/piekno-i-prawda-na-balutach/> (dostęp: 5.07.2021).

⁸⁰ Na Bałutach jest dużo piękna w rozpadających się, zdegradowanych budynkach, które są zastępowane trochę bezdusznie, na siłę, bez zachowania charakteru tego miejsca przez coś nowego, a jednocześnie wyrzuca się to, co było. Napisy „Piękno i Prawda” występują na ulicach Wróblej, Obornickiej i Wrześnińskiej.

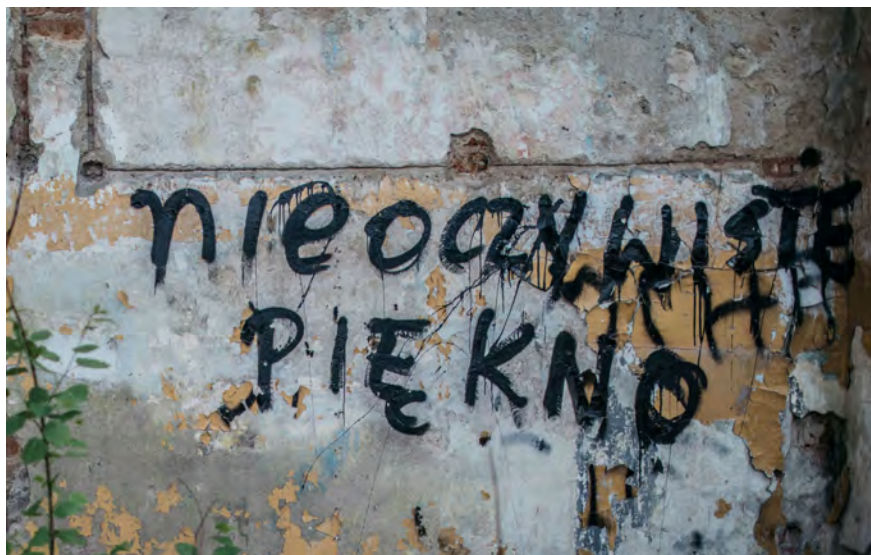
⁸¹ *Ibidem*.



Fot. 16. Napis na murze kamienicy przy ul. Limanowskiego róg ul. Zachodniej, obecnie zatynkowany. Lipiec 2019. Własność Autorki.



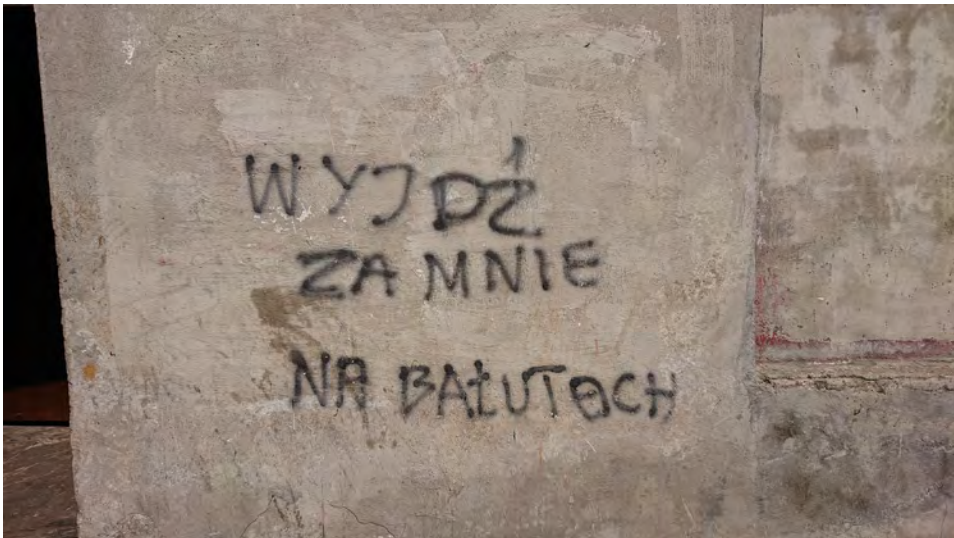
Fot. 17. Napis na starej kamienicy przy ul. Wojska Polskiego. Czerwiec 2021. Własność Autorki.



Fot. 18. Napis na ruinie kamienicy przy ul. Limanowskiego róg ul. Zachodniej. Czerwiec 2020. Własność Autorki.



Fot. 19. Napis na starej kamienicy przy ul. Limanowskiego. Sierpień 2021. Własność Autorki.



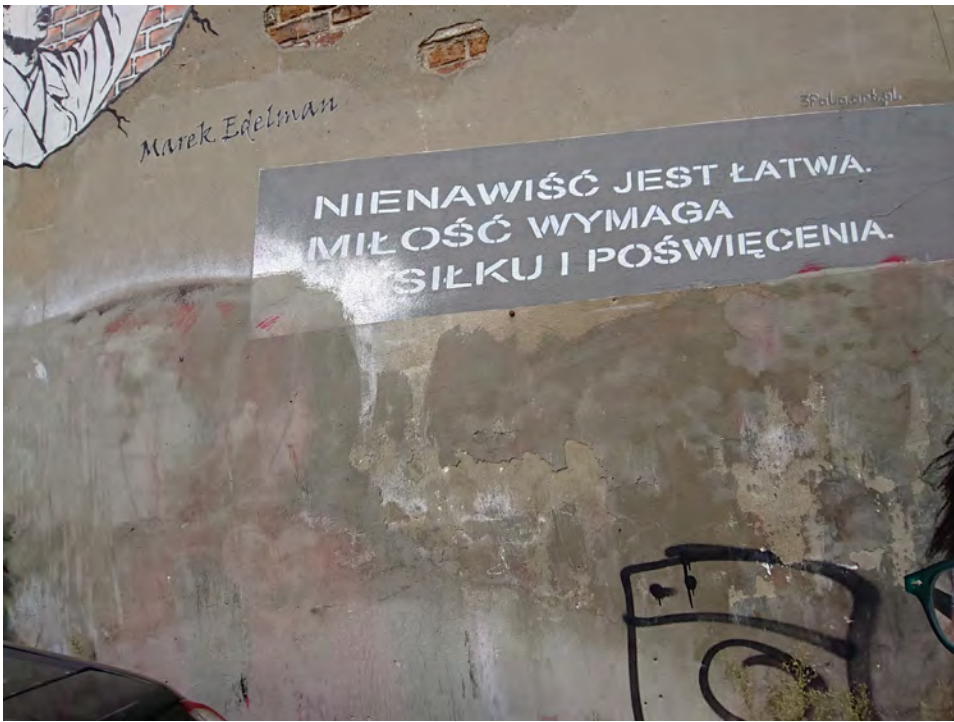
Fot. 20. Napis na starej kamienicy przy ul. Franciszkańskiej. Sierpień 2021. Własność Autorki.



Fot. 21. Napis na murze kamienicy przy ul. Łągiewnickiej róg ul. Organizacji WiN. Luty 2020. Własność Autorki.

Napisy głoszą, że mieszkańców cechuje „współodczuwanie” lub wręcz „empatia”, że wolą „Tu i Teraz”, i że „Żyjemy kiedyś”. Również zadaje się pytanie, „czy jesteśmy tu razem, czy osobno?” Ponadto napisy obwieszczają, że żyją tu „Ludzie honoru”, kochają „Mamę i Bałuty”, kocha się również „życie i Bałuty”, że „Wszędzie dobrze, ale na Bałutach najlepiej”. Miłość zajmuje bardzo wiele miejsca w życiu mieszkańców, gdyż „Nocami Bałuty, gwiazdy, Chopin i Ty”, „Jak zakochać się, to tylko na Bałutach”, można się również tu „powiesić” i dlatego „Wydź za mnie na Bałutach”, gdyż „Jeśli nie kocha się Bałut wszystko jest zagmatwane i trudne”, dlatego „Nie bądź smutny”. Oczywiście, niektóre z nich podtrzymują „złą sławę Bałut”. Tuż pod neonem „Bałuty” przy ul. Wojska Polskiego znajduje się taki oto napis: „Pozdrowienia do więzienia. Trzymajcie się chłopaki”.

Owa rekonstrukcja paradygmatu wartości wyznawanych przez mieszkańców wpisuje się zarówno w narrację tego, co było w tej dzielnicy i tego, co być powinno⁸². Napisy pojawiają się bowiem w miejscach, o których pozostało tylko wspomnienie, a mianowicie w obszarze dawnego getta, które dzięki muralom obecnym w swojej przestrzeni uzyskało w latach ostatnich bardzo zindywidualizowany charakter. Patrząc na nie, myślimy o konkretnych ludziach, a nie danych statystycznych z ich zagłady. Na murach obecne są sylwetki dzieci getta w całym jego dawnym obszarze, ale również znamienne słowa Marka Edelmana przy ul. Bojowników Getta Warszawskiego: „Nienawiść jest łatwa. Miłość wymaga wysiłku i poświęcenia”.



Fot. 22. Mural przy ul. Bojowników Getta Warszawskiego. Wrzesień 2020. Własność Autorki.

Obok, przy ul. Franciszkańskiej, istnieje mural pamięci Stelli i Salomei, które to wpisują się w wartości wykształcone i trwające na Bałutach.

⁸² W bezpośrednim sąsiedztwie muralu przy zbiegu ulic Pasterskiej i WiN napis głosi: „Miłością. Ripostowałyśmy miłością”, a umieszczony w oknie jednego z lokali usługowych na Starym Rynku z kolei: „To tu odbywają się wszystkie transakcje spod lady płynące z otwartego serca (nowe światy ujrzone i niezapomniane)”. I. Desperak, *op. cit.*



Fot. 23. Mural Stelli i Salomei przy ul. Franciszkańskiej. Sierpień 2021. Własność Autorki.



Fot. 24. Graffiti przy ul. Wojska Polskiego, pod neonem „Bałuty”. Sierpień 2021. Własność Autorki.

Podsumowanie

Bałuty to dzielnica o niezwyklej historii, „dziwny twór”⁸³, biedny i niepasujący do reszty miasta, który próbowano „zszyć” z leżącym nieopodal Śródmieściem i „lepszymi” dzielnicami. Bałuty żyły własnym życiem, wytwarzały swoje, trwałe wartości, niezależne od stanu posiadania, a oparte na wielokulturowym dorobku w zakresie przedsiębiorczości, zaradności, sile przetrwania nawet najdotkliwszych zakrętów historii, bezpowrotnej utraty znacznej części ich mieszkańców, ataków różnych ideologii, które nie ustają do chwili obecnej i być może nie ustaną w przyszłości. Bałuty dzięki swemu społecznieniu, wytwarzaniu więzi tych najsilniejszych, bo ponad podziałami narodowościowymi, wyznaniowymi i obyczajowymi, opartymi na przyjaźni, wspólnym pokonywaniu biedy i niedostatku, swoistej solidarności rodzinnej i sąsiedzkiej w dużej mierze przeniosły te wartości do nowych osiedli, które tam powstawały. Tworzono wspólnoty mieszkańców, te rzeczywiście, a nie formalne, bo oparte na pomocy wzajemnej, życzliwości i zainteresowaniu. Wiele z tych zagadnień nie doczekało się odrębnych opracowań ani historycznych, ani antropologicznych, ani też socjologicznych, a zasługują na to. Wciąż czeka na swoje opracowanie problem bałuckich kobiet, ich umiejętności wymiany wielokulturowych doświadczeń, swoistej waleczności o przetrwanie i zdobywanych dzięki temu umiejętności. Opracowania wymaga problem dzieciństwa na Bałutach, dawniej i współcześnie. Wciąż niedopracowany i otwarty jest problem języka Bałut, spędzania czasu wolnego, gustów estetycznych. Na osobne opracowanie monograficzne wciąż czeka Bałucki Rynek jako fenomen gospodarczy, społeczny i kulturowy. Bałuty, jak wskazują na to zjawiska kulturowe lat ostatnich, to „stan świadomości”, „paradygmat” kultury, który mieszkańcy miasta noszą w sobie i oddziałują na otoczenie, to fakt „długiego trwania kulturowego”, który jest odrębnym dziedzictwem, i który może bezpowrotnie zniknąć podobnie jak istniejące tu niegdyś domy i gospodarstwa oraz żyjący tu ludzie, którzy są jego nosicielami. Może dlatego Bałuty wykroczyły poza granice swojego geograficzno-administracyjnego uzasadnienia i rozciągnęły się na inne obszary, które ich nie stanowiły w przeszłości. Może musi również przetrwać „zła sława” Bałut w Polsce i rozpoznawalność ich w Europie i na świecie, jeśli będzie należycie pielęgnowana, opisywana i uświadamiana. Być może jest ona największą bronią w walce o własną tożsamość z inwazjami „obcości”.

⁸³ M. Szymański, *op. cit.*, s. 95.

Bibliografia

- Badziak K., *Historyczne Bałuty do wybuchu II wojny światowej*, [w:] M. J. Szymański, D. Staniszevska, T. Kochelski (red.), *Bałuty. Legenda i rzeczywistość*, Łódź 2017.
- Badziak K., *Zarys dziejów Łodzi do 1918 roku*, [w:] S. Liszewski (red.), *Łódź. Monografia miasta*, Łódź 2009.
- Bałucki Rynek (Baluter Ring)*, https://www.lodzgetto.pl/balucki_rynek.html (dostęp: 3.07.2021).
- Bałuckie awanse i kłopoty*, „Dziennik Łódzki” 1969, nr 112.
- Bałuckie inicjatywy czytelnicze*, „Dziennik Łódzki” 1965, nr 130.
- Bałuty – dzielnica przyszłości*, „Dziennik Łódzki” 1950, nr 273.
- Bałuty – nowa dzielnica*, „Dziennik Łódzki” 1951, nr 268.
- Bałuty fabryką fabryk*, „Dziennik Łódzki” 1967, nr 22.
- Bałuty Łódź okiem mieszkańców. „Bałuciarzem trzeba się urodzić”* [sonda, zdjęcia], <https://tulodz.pl/spoleczenstwo,mieszkancy,baluty-lodz-okiem-mieszkancow-baluciarzem-trzeba-sie-urodzic-sonda-zdjecia,new,mg,4,70.html,11771> (dostęp: 22.06.2020).
- Bałuty w 5-latce*, „Dziennik Łódzki” 1961, nr 302.
- Bałuty w roku bieżącym*, „Dziennik Łódzki” 1969, nr 2.
- Baranowski B., Brodowska H., *Kształtowanie się dzielnicy Bałuty w Łodzi*, „Rocznik Łódzki” 1971, t. 15 (18).
- Baranowski J. i in. (oprac. i red. nauk.), przy współpr. S. Feucherta i in., konsultacja i opieka merytoryczna P. Samuś, F. Tych, *Kronika Getta Łódzkiego 1941–1944*, t. 1–5, Uniwersytet Łódzki, Centrum Badań Żydowskich. Katedra Literatury i Kultury Niemiec, Austrii i Szwajcarii i Archiwum Państwowe w Łodzi, Łódź 2009.
- Bienias E., *Dzielnica podstawowa Łódź-Bałuty*, maszynopis pracy magisterskiej w Katedrze Geografii Politycznej i Studiów Regionalnych UŁ, Łódź 1993.
- Bieżanowski W., *Łódka i inne rzeki*, Łódź 2001.
- Bolanowski T., *Architektura okupowanej Łodzi. Niemieckie plany przebudowy miasta*, Łódź 2013.
- Borowska I., *Łódzka kuchnia regionalna (wersja polsko-angielska)*, Łódź 2017.
- Braudel F., *Długie trwanie*, Warszawa 1999.
- Brawo, Komitet Blokowy nr 11*, „Dziennik Łódzki” 1959, nr 223.
- Burszta W., *Emic/etic*, [w:] Z. Staszczak (red.), *Słownik etnologiczny. Terminy ogólne*, Warszawa–Poznań 1987.
- Burzą budynki dawnej Polfy*, „Ekspres Ilustrowany” (IZJ), 12 lutego 2017, <https://rynekpierwotny.pl/oferty/atal-sa/apartamenty-drewnowska-43-lodz-baluty-baluty-centrum-9014> (dostęp: 21.07.2021).

- Ciarkowski B., *Łódź, która nie powstała*, Łódź 2016.
- Cygański M., *Z dziejów okupacji hitlerowskiej w Łodzi 1939–1945*, Łódź 1965.
- Datner S., Gumkowski J., Leszczyński K., *Wysiedlenie ludności z ziem polskich wcielonych do Rzeszy*, „Biuletyn Głównej Komisji Badania Zbrodni Hitlerowskich w Polsce” 1960, t. 12.
- Desperak I., *Piękno i Prawda na Bałutach*, wrzesień 2018, <http://miastol.pl/pienko-i-prawda-na-balutach/> (dostęp: 5.07.2021).
- Dylik J., *Łódź rolnicza (od połowy XVI do początków XIX w.)*, Łódź 1973.
- Dylik J., *Najdawniejsze dzieje podłódzkiego obszaru*, Łódź 1971.
- Dzielnica przyszłości*, „Dziennik Łódzki” 1968, nr 231.
- Eisenbach A. (oprac.), *Getto łódzkie*, Warszawa 1946.
- Fabryka tkanin Aleksandra Hirsza Damskiego*, <http://polskaniezwykla.pl/web/place/40264,lodz-fabryka-aleksandra-hirsza-damskiego,html> (dostęp: 5.07.2021).
- Fijałek J. (red.), *Zbrodnie hitlerowskie wobec dzieci i młodzieży Łodzi oraz okręgu łódzkiego*, Okręgowa Komisja Badania Zbrodni Hitlerowskich, Łódź 1979.
- Fotoamator*, reż. D. Jabłoński, 1998.
- Goodenough W. H., *Cultural Anthropology and Linguistics*, [w:] E. Hymas (red.), *Language in Culture and Society*, New York 1964.
- Goffman E., *Człowiek w teatrze życia codziennego*, tłum. H. Datner-Śpiewak, P. Śpiewak, oprac. i słowem wstępnym opatrzył J. Szacki, wyd. I: Warszawa 1977, wyd. II: Warszawa 2000, wyd. III: Warszawa 2008.
- Goffman E., *Piętno. Rozważania o zranionej tożsamości*, tłum. A. Dzierżyńska, J. Tokarska-Bakir, wstęp do wyd. pol. J. Tokarska-Bakir, Gdańsk, wyd. I: 2005, wyd. II: 2007.
- Goffman E., *Rytuał interakcyjny*, tłum. Alina Szulżycka, Warszawa 2006.
- Goffman E., *Zachowanie w miejscach publicznych: o społecznej organizacji zgromadzeń*, tłum. O. Siara, red. nauk. i przedm. do wyd. pol. G. Woroniecka, Warszawa 2008.
- Gronczewska A., *Historia ulicy Limanowskiego. „Limanka” groźna już przed wojną*, 30 stycznia 2017, 12:44 <https://lodz.naszemiasto.pl/historia-ulicy-limanowskiego-limanka-grozna-juz-przed-wojna/ar/c2-3999361> (dostęp: 12.07.2021).
- Gronczewska A., *Łódzkie Bałuty – najbardziej biedna, niebezpieczna i... znana część miasta*, „Dziennik Łódzki”, 13.10.2019 r., <https://dzienniklodzki.pl/lodzkie-baluty-najbardziej-biedna-niebezpieczna-i-znana-czesc-miasta/ar/c1-14494815> (dostęp: 1.06.2021).
- Gruba Kaśka w Łodzi*, „Dziennik Łódzki” 1969, nr 20.
- Hirsch M., *Żałoba i postpamięć*, przeł. K. Bojarska, [w:] E. Domańska (red.), *Teoria wiedzy o przeszłości na tle współczesnej humanistyki*, Poznań 2010.

- Indelak J., *Szczury ze złego miasta*, Łódź 1990.
- Iwański K. i Centrum Dialogu im. Marka Edelmana, *Słownik Bałucki*, <https://www.centrumdialogu.com/baluckislownik> (dostęp: 11.07.2021).
- Jaworski K., *Plan 6-letni budownictwa*, Wrocław 1950.
- Kamińska M., *Łódź jako teren badań językoznawczych*, „Rozprawy Komisji Językowej ŁTN” 1975, t. XXI.
- Kamińska M., *O metodzie badań nad językiem mieszkańców wielkich miast*, „Rozprawy Komisji Językowej ŁTN” 1977, t. XXIII.
- Kamińska M., *Wzmianki o koegzystencji Polaków i Żydów w tekstach opowiadań robotników łódzkich (analiza językowa)*, [w:] W. Puś, S. Liszewski (red.), *Dzieje Żydów w Łodzi 1820–1944*, Łódź 1991.
- Kino Świt. *Baedeker łódzki*, <http://baedekerlodz.blogspot.com/2015/12/kino-swit-ars-raj-baucki-rynek-5.html> (dostęp: 15.08.2021).
- Kopczyńska-Jaworska B., *Zwyczaj i obyczaj ludności Łodzi*, [w:] R. Rosin (red.), *Łódź. Dzieje miasta*, t. 1, Łódź 1988.
- Korolko M., *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1990.
- Krzemiński A., *I stamtąd już nie wróci nikt*, „Polityka” 2004, nr 34.
- Kulesza M., Pawłowski M., *Bałuty 1430–1915–1980*, Łódzki Komitet Dzielnicowy PZPR Łódź-Bałuty, Muzeum Historii Miasta Łodzi (po 1980).
- Kwaśniewski K., *Etnonauka*, [w:] Z. Staszczak (red.), *Słownik etnologiczny. Terminy ogólne*, Warszawa–Poznań 1987.
- Kubiak D., *Zarządzenia władz hitlerowskich w sprawie wysiedleń ludności polskiej i żydowskiej z tak zwanego Kraju Warty*, „Teki Archiwalne” 1973, nr 14.
- Kubiak D., *Zarządzenia władz hitlerowskich w sprawie wysiedleń ludności polskiej i żydowskiej z tak zwanego Kraju Warty*, „Teki Archiwalne” 1973, nr 14, Ilustrowana Encyklopedia Łodzi, t. 10: Czas Okupacji 1939–1945 – Litzmannstadt, https://uml.lodz.pl/files/public/dla_mieszkanca/o-miescie/Ilustrowana_Historia_Lodzi/ENcyklopedia_lodzi_nr10.pdf (dostęp: 20.08.2020).
- Lechowa I., *Tradycyjne zwyczaje świąteczne w środowisku robotniczym 1890–1939*, „Prace i Materiały Muzeum Archeologicznego i Etnograficznego w Łodzi, „Seria Etnograficzna”, nr 11, Łódź 1967.
- Lewandowski K., *Perkalowy dybuk*, Wrocław 2009.
- Listy śmierci*, reż. H. Z. Etemadi, 2019 r.
- Łukowska M. A., *Fabrykant łódzki we wspomnieniach robotników*, Łódź 2007.
- Miejsca związane z Żydami zachodnimi w Litzmannstadt Ghetto, Rynek Bałucki*, <https://www.centrumdialogu.com/miejsca-zwiazane-z-zydami-zachodnioeuropejskimi/rynek-balucki> (dostęp: 2.07.2021).
- „Morda nie szklanka, love story Limanka”. *On z Sosnowca, ona z „Limanki”*, 10 marca 2016, 12:55, <https://tvn24.pl/lodz/morda-nie-szklanka-love-story-limanka-ra626257-3177287> (dostęp: 20.06.2020).

- Mostowicz A., *Ballada o Ślepym Maksie*, Łódź 1998.
- Ochocki A., *Reporter przed konfesjonalem, czyli jak się w Łodzi przed wojną robiło gazetę*, Łódź 1980.
- Od 1 stycznia mieszkamy w nowych dzielnicach*, „Dziennik Łódzki” 1960, nr 1.
- Osiedle Berlinek*, https://fotopolska.eu/Osiedle_Berlinek_Lodz (dostęp: 1.08.2021).
- Pasierby łódzkiego handlu*, „Dziennik Łódzki” 1958, nr 13.
- Pawlak W., *Minionych zabaw czar, czyli czas wolny i rozrywka w dawnej Łodzi*, Łódź 2001.
- Pierzchała W., *Protest przeciwko budowie blokowiska w Łodzi. Mieszkańcy Bałut protestują przeciw budowie na terenie byłego gimnazjum*, 27 lipca 2021, 7:05 <https://lodz.naszemiasto.pl/protest-przeciwko-budowie-blokowiska-w-lodzi-mieszkanicy/ar/c1-8384526> (dostęp: 5.07.2021).
- Piesterzeniewicz M., *Rozrywka Łodzian na przełomie XIX i XX w.*, Łódź 2010.
- Piesterzeniewicz M., *Zabawa i rozrywka łodzian na „wolnym powietrzu” na przełomie XIX i XX wieku*, [w:] W. Puś (red.), *Studia z dziejów historii społeczno-gospodarczej*, t. V, Łódź 2008.
- Pieśń o Bałutach*, „Dziennik Łódzki” 1950, nr 291.
- Piotrowski R., *Ślepy Maks. Historia łódzkiego Al Capone*, Warszawa 2016.
- Polit M., *„Moja żydowska dusza nie obawia się dnia sądu”*. Mordechaj Chaim Rumkowski; *Prawda i zmyślenie*, Warszawa 2012.
- Polit M., Radziszewska K., Sitarek A., Walicki J., Wiatr E. (red.), *Encyklopedia getta. Niedokończony projekt archiwistów z getta łódzkiego*, Łódź 2015.
- Puś W., *Żydzi w Łodzi w latach zaborów 1793–1914*, Łódź 1998.
- Rosin R., Baranowski B., Fijałek J. (red.), *Łódź. Dzieje miasta*, t. 1: *Do 1918 r.*, Warszawa–Łódź 1988.
- Rubin I. H., *Żydzi w Łodzi pod niemiecką okupacją 1939–1945*, Londyn 1988.
- Rzepakowski A., *Ludność miasta Łodzi w latach 1918–1939*, Łódź 2008.
- Samuś P. (red.), *Polacy – Niemcy – Żydzi w Łodzi w XIX i XX w. Sąsiedzi dalecy i bliscy*, Łódź 1997.
- Sehn J., *Hitlerowski plan walki biologicznej z narodem polskim*, „Biuletyn Głównej Komisji Badania Zbrodni Niemieckich w Polsce” 1948, t. 4.
- Siedem razy Łódź*, „Dziennik Łódzki” 1953, nr 127.
- Siepracka D., Wróbel J., *Litzmannstadt – eksperyment narodowościowy na ziemiach polskich*, „CEJSH. The Central European Journal of Social Sciences and Humanities” 2008, nr 1 (12), s. 229–253, <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-c7e7a846-88a1-44da-a6b1-8b8620b8454c> (dostęp: 3.07.2021).
- Sitarek A., *„Otoczone drutem państwo”. Struktura i funkcjonowanie administracji żydowskiej getta łódzkiego*, Łódź 2015.

- Staniszewska D., *Pchli targ Dolna – Ceglana – miejsce, które ocalało w hipernowoczesności*, [w:] *Bałuty. Legenda i rzeczywistość*, Łódź 2017.
- Stefański K., *Bałuty, czyli kłeska socrealizmu*, „Tygiel Kultury” 1999.
- Sumorok A., *Architektura i urbanistyka Łodzi okresu realizmu socjalistycznego*, Łódź 2010.
- Sygulski M., *Historia Bałut, t. 1, Kolonizacja*, Łódź 2003.
- Sygulski M., *Historia Bałut, t. 2, Osada fabryczna Bałuty Nowe. Ludność – Zabudowa – Posesje*, Łódź 2006.
- Szymański M., *Bałuty historyczne a współczesne, czyli historia pewnego nieporozumienia*, [w:] M. J. Szymański, D. Staniszewska, T. Kochelski (red.), *Bałuty. Legenda i rzeczywistość*, Łódź 2017.
- Tyler S., *Cognitive Anthropology*, New York 1969.
- Vabank II, czyli Riposta*, reż. J. Machulski 1985.
- Walaszczyk A. (red.), *Na wspólnym podwórku. Łódzki tygiel kultur i wyznań*, Łódź 2017.
- Wiśniewski M., *Wpływ planowania przestrzennego na rozwój strefy zurbanizowanej Łodzi w okresie powojennym*, Łódź 2012.
- Włodarski Ł., *Ślepy Maks. Dyktator z Bałut*, <http://wmrokuhistorii.blogspot.com/2015/01/slepy-maks-dyktator-z-balut.html> (dostęp: 20.08.2021).
- Wojciechowska A., *Fifka i żulik, czyli domowa kuchnia łódzka*, Łódź 2014.
- Wolański W., *Ślepy Maks. Historia prawdziwa*, Łódź 2019.
- W sprawie planu regulacyjnego m. Łodzi*, Łódź 1929.
- Wypędzeni. Polskie ofiary niemieckiego obozu w Konstancynie Łódzkim, Konstancynów Łódzki* 2013.
- Z zaniedbanej dzielnicy – nowoczesne osiedle*, „Dziennik Łódzki” 1950, nr 235.
- Zarębska A., Borowska I., *Łódzka kuchnia czterech kultur*, Łódź 2015.
- Zarębska A., Borowska I., *Łódzka kuchnia regionalna*, Łódź 2017.