

15 | 2014

ZARZĄDZANIE W KULTURZE



ISSN 1896-8201

ZARZĄDZANIE W KULTURZE

15 | 2014



CULTURE **M**ANAGEMENT

Edited by
Ewa Kocój
Emil Orzechowski
Joanna Szulborska-Łukaszewicz

15 | 2014



ZARZĄDZANIE W **K**ULTURZE

Pod redakcją
Ewy Kocój
Emila Orzechowskiego
Joanny Szulborskiej-Łukaszewicz

„Zarządzanie w Kulturze”, 2014, 15, 1–4, red. Ewa Kocój, Emil Orzechowski, Joanna Szulborska-Lukaszewicz
„Culture Management”, 2014, 15, 1–4, ed. by Ewa Kocój, Emil Orzechowski, Joanna Szulborska-Lukaszewicz
Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego MCCCXXXVII
Jagiellonian University Scholarly Fascicle MCCCXXXVII

RADA NAUKOWA

Alina Felea (Kiszyniów, Republika Mołdawii), *Jan Hynnar* (Praga), *Dorota Ilczuk* (Warszawa), *Aleksander Naumow* (Wenecja), *Bogusław Nierenberg* (Kraków), *Matthias Theodor Vögt* (Görlitz, Niemcy)

REDAKTOR NACZELNY

Emil Orzechowski

KOMITET REDAKCYJNY

Lukasz Gawel, Alicja Kędziora, Ewa Kocój, Rafał Maciąg, Emil Orzechowski, Joanna Szulborska-Lukaszewicz

PROJEKT OKŁADKI

Agnieszka Winciorek

Na okładce: Salon Heleny Modrzejewskiej, Fundacja Wspierania Badań nad Życiem i Twórczością Heleny Modrzejewskiej, ul. Sienna 5, 31-041 Kraków, fot. Adam Walanus

Czasopismo dofinansowane przez Urząd Miasta Krakowa oraz Uniwersytet Jagielloński ze środków Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej, a także Instytutu Kultury.

© Copyright by Uniwersytet Jagielloński

Wydanie I, Kraków 2014

All rights reserved

Niniejszy utwór ani żaden jego fragment nie może być reprodukowany, przetwarzany i rozpowszechniany w jakikolwiek sposób za pomocą urządzeń elektronicznych, mechanicznych, kopiujących, nagrywających i innych oraz nie może być przechowywany w żadnym systemie informatycznym bez uprzedniej pisemnej zgody Wydawcy.

ISSN 1896-8201

e-ISSN 2084-3976

ISBN 978-83-233-3827-7

Nakład 160 egz.

Pierwotną wersją czasopisma „Zarządzanie w Kulturze” (e-ISSN 2084-3976) jest wersja online, publikowana kwartalnie w internecie na stronie: www.ejournals.eu. Niniejsza edycja zawiera teksty z roku 2014 wydane w wersji elektronicznej czasopisma.



www.wuj.pl

Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego

Redakcja: ul. Michałowskiego 9/2, 31-126 Kraków

tel. 12-663-23-80, tel./fax 12-663-23-83

Dystrybucja: tel. 12-631-01-97, tel./fax 12-631-01-98

tel. kom. 506-006-674, e-mail: sprzedaz@wuj.pl

Konto: PEKAO SA, nr 80 1240 4722 1111 0000 4856 3325

Spis treści

Wstęp	IX
Informacja o autorach artykułów i redaktorach naukowych czasopisma	XIII
	213

Zeszyt 4

ZARZĄDZANIE KULTURĄ

Ewa Bogacz-Wojtanowska, <i>Niezamierzone konsekwencje działań organizacji pozarządowych</i>	335
Ewa Głazek, <i>Luki prawne w aktach prawnych dotyczących kultury</i>	349
Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, Monika Jedynek, <i>Znaczenie kraju pochodzenia (COO) w ocenie mało i wysoko angażujących produktów przez młodych konsumentów w Polsce</i>	359

LITERATURA WSPÓŁCZESNA

Piotr Marecki, <i>Strategies for coping with emptiness. The youngest generation in the literary field in Poland</i>	377
Aleksandra Munteanu, <i>Różnice i podobieństwa koncepcji światopoglądowych w sztukach Eugène'a Ionesco i Sławomira Mrożka</i>	385

MISCELLANEAUS: SPRAWOZDANIA, DONIESIENIA, ARTYKUŁY RECENZYJNE

Katarzyna Barańska, Julia Chervinska, <i>Kultura na Euromajdanie</i>	391
Dorota Majkowska-Szajer, <i>Ważne, bo własne. O rodzinnym obiegu dziedzictwa</i> ..	405

Wstęp

Oddajemy Państwu piętnasty – podwójnie jubileuszowy – numer czasopisma naukowego „Zarządzanie w Kulturze”. W roku 2014 przypadają dwie ważne uroczystości związane z istnieniem czasopisma: siedemdziesięciolecie urodzin jego twórcy – prof. dr. hab. Emila Orzechowskiego oraz piętnastolecie istnienia serii. To prof. dr. hab. Emil Orzechowski, ówczesny dziekan Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ (1996–2004), inicjator założenia Instytutu Kultury UJ (2009) oraz Przewodniczący Rady Instytutu Kultury UJ i kierownik Katedry Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury UJ (2009 – do dzisiaj) był pomysłodawcą i głównym orędownikiem powstania czasopisma przed ponad 15 laty. Dostrzegając potrzebę istnienia pisma podejmującego problematykę zarządzania kulturą, w tym instytucjami i organizacjami działającymi w tym sektorze w celu efektywniejszego wykorzystania zasobów, jakimi dysponują, prof. Emil Orzechowski zainicjował w roku 1999 powstanie serii zeszytów naukowych UJ – „Zarządzanie w Kulturze”. Czasopismo znakomicie wypełniło lukę na polskim rynku naukowym i wydawniczym. Dzięki staraniom redaktora naczelnego przeszło 15 lat istnienia czasopisma zaowocowało 15 tomami, w tym 10 rocznikami (1999–2009) oraz 5 rocznikami podzielonymi na kwartalne zeszyty (2010–2014). Łącznie opublikowano w nich ponad 200 artykułów naukowych. W czasie redakcji czasopismo nawiązało kontakt z partnerami z innych ośrodków naukowych w Polsce, m.in. z Warszawy, Cieszyna, Lublina, Łodzi, Opola i z zagranicy, w tym z Niemiec, Gruzji, Czech, Rosji, Rumunii, Republiki Mołdawii, Ukrainy i Litwy. Jest otwarte na różne perspektywy naukowe: praktyków-menedżerów działających w sektorze kultury, teoretyków i praktyków naukowców zarządzających kulturą oraz przedstawicieli rozmaitych dyscyplin naukowych – teatrologów, historyków, historyków sztuki, kulturoznawców, antropologów kulturowych, socjologów, filologów, medioznawców i zarządzających mediami. Od początku istnienia wizja prof. Emila Orzechowskiego jako redaktora naczelnego opierała się na prezentowaniu różnych opcji naukowych: od dojrzałych i ukształtowanych badaczy oraz praktyków – profesorów, doktorów habilitowanych, doktorów, doktorantów, magistrów, po stawiających dopiero pierwsze kroki adeptów zarządzania. Czasopismo zawdzięcza także prof. Emilowi Orzechowskiemu gruntowne zmiany. Dzięki staraniom Profesora, a także dzięki jego umiejętności budowania zespołu współpracowników, czasopismo znalazło się na liście B czasopism punktowanych Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, początkowo z liczbą 2, następnie 6, a obecnie 9 punktów. Czasopismo znajduje się obecnie w licznych zagranicznych bazach danych, w tym: *CEEOL (Central and Eastern European Online Library)*, *CEJSH (The Central Eu-*

ropean Journal of Social Sciences and Humanities), *Index Copernicus International*, *ProQuest*, *EBSCO Publishing*, *Zeitschriftendatenbank (ZDB)*, *WorldCat*. Począwszy od tomu 12 wydanego w roku 2011, „Zarządzanie w Kulturze” otrzymało też nową szatę graficzną, prezentującą na okładkach architekturę polskich i zagranicznych instytucji kultury.

W obecnym, 15 numerze czasopisma autorzy podjęli w artykułach tematykę dziedzictwa kulturowego oraz zarządzania wybranymi polskimi i zagranicznymi instytucjami kultury. Część pierwszą tworzą teksty poświęcone teoretycznym zagadnieniom związanych z dziedzictwem kulturowym. Otwierają je rozważania Joanny Hańderek dotyczące postmodernistycznych i poststrukturalnych możliwości rozumienia unikatowej konstrukcji, jaką jest pojęcie „tradycja”. Rafał Maciąg rozważa problematykę dziedzictwa kulturowego w kontekście humanistycznej teorii zarządzania. Podkreśla, że dziedzictwo kulturowe funkcjonuje współcześnie w rozdwojeniu jako przedmiot badań – wydaje się dobrze ustabilizowane pojęciowo, a nawet określone dokładnie przez wiele wyczerpujących definicji, ale pojawiają się głosy specjalistów przeciwne tej pewności, będące świadectwem dostrzeżenia konfliktów pojawiających się w praktyce. Kolejne artykuły dotyczą praktycznych analiz tematyki dziedzictwa kulturowego – prawnej ochrony jego niematerialnego wymiaru (Teodora Konach), tożsamościowego wymiaru regionalnego dziedzictwa Podhala i Beskidu Śląskiego (Urszula Lehr), szwajcarskich zmagania z dziedzictwem kulturowym (Magdalena Zych) oraz możliwości badania dziedzictwa kulturowego za pomocą fotografii dokumentalnej (Alicja Kędziora). Problematykę tę kontynuują artykuły zawarte w części 3 czasopisma: Anna Góral podkreśla rolę współpracy między interesariuszami w zarządzaniu dziedzictwem kulturowym, Gabija Surdokaitė-Vitienė przedstawia dziedzictwo kulturowe Litwy (na przykładzie ludowej sztuki i spotykanego w niej tematu Pasji Chrystusa), Ewa Kocój prezentuje zabytki z Listy Światowego Dziedzictwa Kulturowego w Rumunii i toczący się wokół nich dyskurs, a Krzysztof Kowalski analizuje na przykładzie Stoczni Gdańskiej w Polsce problematykę europejskiego znaku dziedzictwa kulturowego.

Znaczną część tegorocznego numeru czasopisma zajmują artykuły dotyczące zarządzania kulturą i analizy wybranych instytucji oraz projektów kulturalnych. Katarzyna Barańska zastanawia się nad problematyką Kulturowej Odpowiedzialności Zarządzania, którą traktuje jako swoiste nawiązanie do strategii zarządzania firmą, zwanej Korporacyjną Odpowiedzialnością Społeczną, tak istotną we współczesnym zarządzaniu humanistycznym. Joanna Szulborska-Lukaszewicz, na podstawie cyklu debat *Z kulturą o kulturze – kultura pod ścianą*, zorganizowanych w Instytucie Kultury w roku akademickim 2013/2014, przedstawia najważniejsze problemy w zarządzaniu publicznymi instytucjami artystycznymi w Polsce, w tym dotyczące kondycji artystycznych instytucji kultury, barier ich rozwoju, mocnych i słabych stron funkcjonowania w formie publicznych instytucji kultury, szans i zagrożeń oraz ich konkurencyjności w stosunku do podmiotów prywatnych i organizacji pozarządowych podejmujących realizację celów społecznych. Ewa Bogacz-Wojtanowska śledzi niezamierzone konsekwencje działań organizacji pozarządowych, jakimi są m.in.: pa-

ternalizm, partykularyzm, *path dependence*, czyli zależność od wyznaczonej ścieżki, inercja organizacyjna, procesy kooptacji oraz hybrydyzacji. Ewa Głazek przedstawia luki prawne istniejące w aktach prawnych dotyczących kultury, które mogą prowadzić do negatywnych i nieodwracalnych błędów w tej dziedzinie. Małgorzata Budzianowska-Drzewiecka i Monika Jedynak prezentują wyniki badań dotyczące znaczenia kraju pochodzenia przy ocenie produktów wśród młodych dorosłych (studentów) i jego wykorzystania w budowaniu strategii marki. Czasopismo kończą dwa artykuły dotyczące literatury współczesnej w Polsce: Piotra Mareckiego, który opisuje dynamikę zmian i zasad innowacji w dziedzinie literatury polskiej po roku 1989 na przykładzie pierwszego pokolenia polskich pisarzy, urodzonych po 1989 roku i wychowanych jako obywatele europejscy bez pamięci komunizmu, oraz Aleksandry Munteanu, która zestawia koncepcje światopoglądowe w twórczości Sławomira Mrożka i Eugène'a Ionesco.

Serdecznie dziękujemy Profesorowi Emilowi Orzechowskiemu za powołanie i merytoryczne prowadzenie czasopisma przez 15 lat. Liczymy na kolejne owocne lata współpracy, podpowiedzi i motywowanie do zmian.

Chcielibyśmy również podziękować naszym autorom za owocną współpracę naukową, zachęcając do dalszych przemyśleń i publikacji na łamach czasopisma. Dziękujemy też naszym sponsorom, dzięki którym obecny okazały numer jubileuszowy mógł się ukazać, a mianowicie: Urzędowi Miasta Krakowa, Dziekanom Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ oraz władzom Instytutu Kultury UJ.

*Ewa Kocój
Joanna Szulborska-Lukaszewicz*

Informacja o autorach artykułów i redaktorach naukowych czasopisma

Dr hab. Katarzyna Barańska – adiunkt Instytutu Kultury UJ. Autorka licznych artykułów z zakresu antropologii i muzeologii oraz książek: *Muzeum Etnograficzne. Misje, struktury, strategie*; *Muzeum w sieci znaczeń. Zarządzanie z perspektywy nauk humanistycznych*.

Członek Prezydium Polskiego Komitetu Narodowego Międzynarodowej Rady Muzeów (ICOM), Stowarzyszenia Historyków Sztuki i Polskiego Towarzystwa Ludoznawczego (Prezes Oddziału Krakowskiego).

Dr hab. Ewa Bogacz-Wojtanowska – doktor habilitowany nauk humanistycznych w zakresie nauk o zarządzaniu, adiunkt Katedry Zarządzania Organizacjami Publicznymi i Obywatelskimi w Instytucie Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego. Jej zainteresowania badawcze dotyczą: zarządzania publicznego, zarządzania organizacjami pozarządowymi, relacji sektora pozarządowego z sektorem publicznym i komercyjnym oraz roli organizacji pozarządowych w społeczeństwie obywatelskim.

Mgr Anna Bojarska – animator i menedżer kultury. W 2014 roku uzyskała tytuł magistra. Podczas studiów działała w Studenckim Kole Naukowo-Artystycznym Pedagogów UMCS oraz Studenckim Kole Pedagogów i Animatorów Zabawy, będąc przez rok jego wiceprzewodniczącą. W 2011 roku zorganizowała i poprowadziła projekt naukowy pt. „Postawy nauczycieli wobec dzieci nieśmiałych z klas I–III” zakończony publikacją wyników badań. W latach 2010–2011 przeszła szkolenie przygotowujące do pracy z grupą przy wykorzystaniu Metody KLANZA. Stypendystka Stypendium Rektora UMCS, Stypendium Marszałka Województwa Lubelskiego, Stypendium Prezydenta Miasta Lublina oraz w 2013 roku Stypendium Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego za dorobek osiągnięć naukowych. Współpracowała m.in. z Europejską Fundacją Społeczną „Godne Życie”, Akademickim Centrum Kultury UMCS „Chatka Żaka”, Placówką Wsparcia Dziennego JUTRZENKA, Domem Pomocy Społecznej Betania, oraz Dzielnicowym Domem Kultury „Węglin” (projekt: „Spotkania z Patronem”).

Zainteresowania naukowe: kultura współczesna, postmodernizm, animacja i marketing w kulturze, edukacja domowa, kobieta i macierzyństwo.

Dr Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka – adiunkt Instytutu Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prowadzi badania dotyczące zachowań konsumentów i nowych form komunikacji marketingowej na rynku polskim oraz w kontekście różnic kulturowych. Zainteresowania naukowo-badawcze koncentrują się na jednym segmencie rynku – młodych konsumentach.

Julia Chervinska (Ukraina) – absolwentka Kijowskiego Narodowego Uniwersytetu Ekonomicznego im. Wadyma Getmana i Uniwersytetu Jagiellońskiego w ramach Stypendialnego Programu im. Lane’a Kirklanda. Pracownik naukowy Narodowego Muzeum Sztuki Dekoracyjnej Ukraińskiej Ludowej. Interesuje się sztuką narodową, kulturą różnych państw, współczesnymi technikami zarządzania muzeami.

Dr Marek Chyliński – adiunkt Instytutu Politologii Collegium Civitas Uniwersytetu Opolskiego, dziennikarz i menedżer mediów, twórca Instytutu Dziennikarstwa Polska-press w Warszawie. Reprezentuje środowisko polskich wydawców prasy w Radzie World Association of Newspapers (WAN), jest przewodniczącym Sądu Koleżeńskiego Izby Wydawców Prasy w Warszawie. Współautor, wraz ze szwajcarskim medioznawcą Stephaniem Russ-Mohlem, podręcznika *Dziennikarstwo*; I wyd. Warszawa 2007, II wyd. 2008.

Mgr Ewa Głazek – urodzona w Krakowie. Absolwentka wydziału prawa oraz studiów podyplomowych Zarządzanie kulturą. Czynn timer angażująca się w życie swego miasta, wolontariuszka kilku Festiwali Kultury Żydowskiej w Krakowie. Zawodniczka Krakowskiego Klubu Curlingowego. Lubi dobrą książkę oraz muzykę klasyczną i filmową.

Dr Maria Golda-Sobczak – prawnik, politolog, zatrudniona w Instytucie Kultury Europejskiej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza z siedzibą w Gnieźnie. Prowadzi badania z zakresu ochrony dóbr kultury, ochrony zabytków i dziedzictwa narodowego, prawa autorskiego, systemów prasowych, sytuacji mniejszości narodowych.

Dr Anna Góral – z wykształcenia i zawodu menedżerka. Specjalizuje się w projektach współpracy międzynarodowej, zwłaszcza kulturalnej. Zawodowo związana obecnie ze Stowarzyszeniem Gmin i Powiatów Małopolski. Jej zainteresowania skupiają się wokół miejsca kultury w rozwoju regionów, ekonomiki dziedzictwa kulturowego oraz innowacji w zarządzaniu kulturą. W wolnym czasie pasjonatka kultury i sztuki ludowej.

Dr hab. Joanna Hańderek – adiunkt Instytutu Filozofii Uniwersytetu Jagiellońskiego, specjalność: filozofia kultury, kulturoznawstwo, egzystencjalizm, współczesna filozofia, współczesne problemy w kontekście filozofii i socjologii kultury oraz historii filozofii.

Mgr Veronika Héda – studentka kierunku zarządzania kulturą Uniwersytetu Jagiellońskiego, stypendystka Międzynarodowego Funduszu Wyszehradzkiego. Absolwentka studiów pierwszego stopnia na kierunku filologii polskiej Uniwersytetu im. Loránda Eötvösa w Budapeszcie. Interesuje się polsko-węgierskimi związkami kulturowymi oraz promowaniem języka i kultury polskiej oraz węgierskiej za granicą. Współpracuje z Centrum Węgierskim w Krakowie.

Dr Monika Jedynak – adiunkt Instytutu Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu Jagiellońskiego. Zainteresowania naukowe koncentrują się wokół współczesnych problemów zarządzania logistyką, w szczególności zarządzania logistycznym procesem obsługi klienta, organizacyjnych uwarunkowań absorpcji wiedzy w relacjach przedsiębiorstw z dostawcami a także marketingu.

Dr Alicja Kędziora – doktor nauk humanistycznych, autorka monografii *Polskie życie teatralne w Rosji w latach 1882–1905*, artykułów naukowych z zakresu historii teatru, za-

rzędzenia pamięcią o artyście, redaktorka prac edytorskich związanych z postacią Heleny Modrzejewskiej, współautorka podręcznika do nauczania języka polskiego jako obcego. Laureatka nagrody „Ars Quaerendi” oraz stypendium Fundacji na Rzecz Nauki Polskiej. Adiunkt w katedrze Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury WZiKS UJ. Kierownik Pracowni Dokumentacji Życia i Twórczości Heleny Modrzejewskiej.

Dr Ewa Kocój – etnografka, antropolożka kultury, adiunkt Instytutu Kultury WZiKS UJ. Interesuje się problematyką dziedzictwa kulturowego, religijnością ludową, antropologicznymi interpretacjami wyobrażeń i symboli kulturowych; duchowością prawosławną kręgu Karpat. Ważne miejsca w jej badaniach zajmują także ikona prawosławną, sztuka ludowa oraz problematyka wielokulturowości. Autorka książek: *Świątynie, postacie, ikony. Malowane cerkwie i monastery Bukowiny Południowej w wyobrażeniach rumuńskich*, 2006; *Święci rumuńscy* (wspólnie z J. Charkiewiczem), 2012; *Pamięć starych wieków. Symbolika czasu w rumuńskim kalendarzu prawosławnym*, 2013 oraz licznych artykułów naukowych wydanych w Polsce i za granicą. Zastępca redaktora naczelnego i redaktor tematyczny czasopisma „Zarządzanie w Kulturze”. Współzałożycielka Towarzystwa Polsko-Rumuńskiego w Krakowie, członkini Komisji Bałkanistyki PAN o/Poznań, Komisji Zarządzania Kulturą i Mediami PAU oraz Polskiego Towarzystwa Ludoznawczego.

Mgr Teodora Konach – doktorantka Instytutu Kultury WZiKS UJ. Absolwentka Centrum Europejskiego Uniwersytetu Warszawskiego oraz studiów magisterskich zarządzanie kulturą IK WZiKS UJ. Interesuje się międzynarodową polityką kulturalną, lobbieniem w dziedzinie polityki kulturalnej w ramach Unii Europejskiej, ochroną dziedzictwa niematerialnego, kwestiami prawno-dogmatycznymi w odniesieniu do konstrukcji praw kulturalnych, prawami człowieka.

Dr Krzysztof Kowalski – pracuje w Katedrze Dziedzictwa Europejskiego Instytutu Europeistyki UJ. Specjalizuje się w zakresie antropologii polityki, teorii dziedzictwa i pamięci. Jest autorem dwóch monografii *O istocie dziedzictwa europejskiego – rozważania* (MCK, Kraków, 2013) i *Europa: mity, modele, symbole*, 2002.

Mgr Agnieszka Kruszyńska – animator kultury, pedagog, doktorantka Pedagogiki UMCS, Naczelny Koordynator Studenckiego Koła Naukowo-Artystycznego Pedagogów UMCS, wolontariuszka Akademickiego Centrum Kultury UMCS „Chatka Żaka” oraz programu „PROJEKTOR – wolontariat studencki”. W latach 2011–2013 była członkinią Koła Naukowego Animatorów i Pedagogów Zabawy UMCS, Koordynatorem ds. programowych podczas Dni Animacji Kultury (2014), Koordynatorem ds. Inicjatyw Kulturalnych podczas XXI Zjazdu Historyków Studentów (2013) oraz stażystką Narodowego Centrum Kultury w ACK UMCS „Chatka Żaka”. Współpracowała m.in. z ACK UMCS „Chatką Żaka”, Fundacją „5Medium” (projekt SURFERZY – poznaj niebezpieczeństwo w sieci), Stowarzyszeniem Homo Faber (festiwal WATCH DOCS. Prawa Człowieka w Filmie oraz *Wsparcie integracji dzieci uchodźców 2012*), Szkołą Super Babci i Super Dziadka w Lublinie (Gra Miejska, Zabawa Mikołajkowa oraz seminarium wojewódzkim nt. *Rola dziadków wychowaniu wnuków*), Stowarzyszeniem Kresowa Akademia Smaku (Europejski Festiwal Smaku 2012), Stowarzyszeniem WIOSNA (projekt AKADEMIA PRZYSZŁOŚCI rok 2011), Stowarzyszeniem „Civitas Christiana” O/Chełm (Dni Kultury Chrześcijańskiej 2010), Centrum Wolontariatu O/Chełm (2008/2010).

W 2011 roku uczestniczyła w projekcie naukowym pt. „Postawy nauczycieli wobec dzieci nieśmiałych z klas I–III”, który zakończył się publikacją wyników badań.

Zainteresowania naukowe: animacja kultury, dziedzictwo kulturowe, regionalizm, marketing i zarządzanie w działalności kulturalnej, historia wychowania.

Mgr Izabela Kurczewska – doktorantka na Wydziale Kulturoznawstwa i Filologii Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie. Absolwentka Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej w Łodzi, uczestniczka kursów Business and Management of Entertainment na UCLA, USA.

Zainteresowania naukowe: przemiany gatunków w telewizji, transmedialność, technologie cyfrowe i zmiany społeczno-kulturowe. Zawodowo związana z Havas Sports & Entertainment jako Head of Entertainment.

Dr hab. Urszula Lehr – prof. nadzwyczajny PAN (Instytut Archeologii i Etnologii PAN), członek PTL, Komisji Etnograficznej PAU, Folkore Fellows. Badania terenowe różnematyczne prowadzone w regionach Karpat Polskich (Podhale, Beskid Śląski, Beskid Żywiecki, Beskid Sądecki), projekty badawcze: starość, identyfikacja kulturowa emigrantów polskich w Londynie (w opracowaniu). Zainteresowania naukowe: aspekty komunikacji interpersonalnej, relacje transcendentale w kontekście wierzeń ludowych, etnologia starości, kultura śmierci, tożsamość kulturowa. Ważniejsze publikacje: *Niekochani zmarli*, „Etnografia Polska” t. 50 (2006); *U schyłku życia. Starość mieszkańców wsi Beskidu Śląskiego i Podhala* (2007); *Traditional and Rural Etiology as a Category of Cultural Phenomenon*. Alimori, „Journal of Ethnology and Anthropology”, vol. 1 (2009); *Verbalized Word: A Magical Creator of the Reality*. Alimori, „Journal of Ethnology and Anthropology”, vol. 1 (2010); *The transcendental side of life. Aquatic Demons in Polish Folklore* [in:] *Estonia and Poland. Creativity and tradition in cultural communication* (2013).

Dr hab. Rafał Maciąg – adiunkt Zakładu Zarządzania i Ekonomiki Mediów Instytutu Kultury UJ, główne pole zainteresowań to nowe media w aspekcie kulturowym i zarządzanym ze szczególnym uwzględnieniem internetu i jego technologicznych oraz biznesowych podstaw.

Mgr Dorota Majkowska-Szajer – antropolożka kultury, absolwentka Instytutu Etnologii i Antropologii Kulturowej UJ w Krakowie. Publikowała m.in. w „Kontekstach” i miesięczniku „Znak”. Pracuje w Muzeum Etnograficznym im. Seweryna Udzieli w Krakowie, zaangażowana w projekty badawcze (*Pamiętka rodzinna, Wesela 21*), przedsięwzięcia edukacyjne, wystawiennicze i wydawnicze.

Dr Piotr Marecki – absolwent polonistyki i filmoznawstwa na Uniwersytecie Jagiellońskim, adiunkt Katedry Kultury Współczesnej Instytutu Kultury UJ, od początku swojej działalności pisarskiej i wydawniczej interesuje się wszystkim, co w kulturze polskiej niezależne, wywrotowe, marginesowe i źle widziane. Świadczą o tym liczne redagowane przezeń prace zbiorowe – między innymi: *Tekstylika. O rocznikach siedemdziesiątych* (2002, wspólnie z Michałem Witkowskim i Igozem Stokfiszewskim) i *Tekstylika bis. Słownik młodej polskiej kultury* (2006), *Traktat o życiu Krzysztofa Niemczyka na użytek młodych pokoleń* (2006, wspólnie z Anną Ptaszkowską i Marcinem Hernasem), *Kultura niezależna w Polsce 1989–2009* (2010). Dowodzą tego także przeprowadzone przezeń wywiady rzeki, między innymi z Andrzejem Żuławskim (2008, wspólnie z Piotrem Kle-

towskim), Andrzejem Barańskim (2009), Grzegorzem Królikiewiczem (2010, wspólnie z Piotrem Kletowskim) i Marianem Pankowskim (2011), a zwłaszcza książki autorskie – *Pospolite ruszenie. Czasopisma kulturalno-literackie w Polsce po 1989 roku* (2005) i *Kino niezależne w Polsce 1989–2009. Historia mówiona* (2009).

Mgr Alexandra Munteanu – absolwentka filologii polskiej na Uniwersytecie w Bukareszcie. Interesuje się kulturą polską i literaturą współczesną.

Prof. dr hab. Bogusław Nierenberg – specjalizuje się w zarządzaniu i ekonomice mediów oraz reklamie. Autor dziewięciu monografii oraz kilkudziesięciu artykułów naukowych dotyczących mediów, reklamy, zarządzania i komunikacji rynkowej, ale także dziennikarstwa oraz gatunków dziennikarskich.

Dr inż. Dominik Orłowski – pracownik naukowo-dydaktyczny wyższej szkoły niepublicznej o kierunku turystycznym. W swoich badaniach koncentruje się na zagadnieniach związanych z wykorzystaniem dziedzictwa kulinarnego w turystyce, turystyce kulinarnej w Polsce i na świecie oraz turystyce etnograficznej. Uczestnik konferencji naukowych poświęconych tej tematyce. Współredaktor monografii *Turystyka kulturowa a regiony turystyczne w Polsce, Związki polskiego dziedzictwa kulturowego z turystyką, Dziedzictwo kulturowe Polski i jego znaczenie w turystyce*, jak również licznych artykułów, prezentowanych w wielu periodykach naukowych. Członek Stowarzyszenia Muzeów na Wolnym Powietrzu w Polsce.

Prof. dr hab. Emil Orzechowski – profesor zwyczajny, specjalista w zakresie: teatrologii, zarządzania kulturą, zarządzania szkołami wyższymi; absolwent filologii polskiej na Uniwersytecie Jagiellońskim, wykładowca m.in. w Stanford University, State University of New York of Buffalo. Zajmuje się zagadnieniami historii teatru, kultury środowisk polonijnych, polityki kulturalnej, organizacji instytucji kultury, promocji dóbr kulturalnych w kraju i za granicą oraz zarządzaniem szkołami wyższymi w Polsce i na świecie. Prowadzi badania i publikuje prace naukowe oraz popularne z wymienionych zakresów.

Stypendysta Fundacji Kościuszkowskiej i Fundacji Fulbrighta. W roku 1973 współpracował z J. Gotem przy organizacji pierwszych w Polsce studiów teatrologicznych. Był wicedyrektorem Instytutu Filologii Polskiej. W roku 1995 zorganizował lektorat języka polskiego w Szkole Medycznej dla Obcokrajowców, którego prace koordynuje do dziś. W roku 1996 zorganizował pierwsze w Polsce studia z zakresu zarządzania kulturą; prowadzi je do tej pory jako studia licencjackie, magisterskie i podyplomowe. Zapoczątkował wydawanie serii prac tłumaczonych (uznanych światowych pozycji z zakresu zarządzania kulturą: Hagoort 1997, Bendixen 2001, Schuster 2007), serię zeszytów naukowych „Zarządzanie kulturą” (dotąd 12 pozycji) oraz serię spotkań i druk wykładów z cyklu „Ambasador” (ambasadorzy o polityce kulturalnej swoich państw; dotąd ok. 50).

W latach 1996–2004 pełnił funkcję Dziekana WZiKS UJ. Inicjator utworzenia w UJ Instytutu Kultury. Obecnie prof. zw. dr hab. Emil Orzechowski jest Przewodniczącym Rady Instytutu Kultury UJ.

Autor 10 książek własnych (w tym 5 nagrodzonych przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego), ok. 150 artykułów naukowych oraz wielu popularnych drukowanych w Polsce i w USA; większość dotyczy teatru krakowskiego, teatru amatorskiego w Galicji, zarządzania kulturą i polityki kulturalnej.

Mgr Weronika Pokojka – absolwentka zarządzania w sektorze publicznym w Instytucie Spraw Publicznych UJ oraz SUM zarządzania kulturą oraz zarządzania mediami w Instytucie Kultury UJ. Obecnie doktorantka Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ. Prywatnie fascynatka ruchu *urban exploring*, uwielbia muzea i architekturę.

Dr Gabija Surdokaitė-Vitienė – historyk sztuki, pracuje w Instytucie Badania Kultury Litwy (Lithuanian Culture Research Institute). Zajmuje się sztuką kościelną i religijną sztuką ludową. W roku 2009 obroniła doktorat na temat Chrystusa Frasobliwego w sztuce litewskiej.

Dr Joanna Szulborska-Lukaszewicz – dr nauk humanistycznych w zakresie zarządzania kulturą, teatrolog, adiunkt Instytutu Kultury na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ, pracownik administracji samorządowej z wieloletnim doświadczeniem. Stypendium Ministerstwa Edukacji Narodowej 2004–2006 (dwa lata pracy na Uniwersytecie im. Konstantyna Presławskiego w Szumen, Bułgaria). Sekretarz Komisji Zarządzania Kulturą i Mediami PAU.

Obszary zainteresowań naukowych: polityka kulturalna oraz strategie rozwoju kultury w Polsce i Europie, zarządzanie publicznymi instytucjami kultury, zarządzanie teatrami w Europie, monitoring i ewaluacja w sektorze kultury. W roku 2009 w serii Biblioteka Zarządzania Kulturą, ukazała się jej publikacja: *Polityka kulturalna w Krakowie*. Autorka wielu artykułów naukowych.

W latach 2009–2010 koordynowała prace nad przygotowaniem Strategii Rozwoju Kultury w Krakowie na lata 2010–2014, przyjętej przez Radę Miasta Krakowa. Inicjatorka cyklu debat „Z KULTURĄ O KULTURZE – KULTURA POD ŚCIANĄ” realizowanych przez IK UJ wspólnie z Fundacją dla Modrzejewskiej i „Dziennikiem Polskim” (I edycja cyklu, 7 debat w okresie wrzesień 2013 – maj 2014, poświęcona była problematyce artystycznych instytucji kultury).

Dr inż. Magdalena Woźniczko – pracownik naukowo-dydaktyczny Wyższej Szkoły Ekologii i Zarządzania w Warszawie (na specjalności usługi gastronomiczne i dietetyka), Uczelni Warszawskiej im. Marii Skłodowskiej-Curie w Warszawie (na kierunku turystyka i rekreacja, na specjalności hotelarstwo i gastronomia). Jest członkiem Stowarzyszenia Muzeów na Wolnym Powietrzu. Specjalizuje się w szeroko rozumianej gastronomii w turystyce i hotelarstwie. W swojej pracy naukowej zajmuje się zagadnieniami związanymi z wykorzystaniem dziedzictwa kulinarnego Polski w rozwoju i promocji turystycznej regionów. Zainteresowania badawcze dotyczą też: znaczenia kuchni narodowych w turystyce, turystyki kulinarnej, etnoturystyki, a także walorów tradycyjnej kultury ludowej i ich wykorzystania w turystyce. Uczestniczy w seminariach, warsztatach, targach branżowych oraz ogólnopolskich i międzynarodowych konferencjach naukowych związanych z gastronomią w turystyce i hotelarstwie. Jest autorką i współautorką ponad 100 artykułów naukowych opublikowanych w monografiach i zeszytach naukowych. W druku jest przygotowana książka *Turystyka kulinarna*.

Dr Michał Zawadzki – pracuje na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ, absolwent socjologii i filozofii na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. Jego zainteresowania naukowe obejmują nurt krytyczny w naukach o zarządzaniu, patologie organizacyjne, problemy zarządzania kulturą organizacyjną oraz

patologie kulturowe edukacji menedżerskiej. W 2011 roku otrzymał stypendium European Educational Research Association dla wyróżniających się młodych naukowców z Europy Wschodniej. Laureat Stypendium Naukowego Miasta Krakowa w roku akademickim 2008/2009. Perkusista w krakowskim zespole jazzrockowym Uda.

Mgr Magdalena Zych – etnografka, antropolożka kultury, w Muzeum Etnograficznym im. Seweryna Udzieli w Krakowie koordynuje projekty badawcze (m.in. zakończony „dzieło–działka” o kulturze ogródków działkowych, „Wesela 21” na temat obrzędowości weselnej). W IEiAK UJ przygotowuje pracę doktorską o kolekcjach tworzonych współcześnie w muzeach etnograficznych.

Ewa Bogacz-Wojtanowska

NIEZAMIERZONE KONSEKWENCJE DZIAŁAŃ ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

SŁOWA KLUCZE: organizacje pozarządowe, niezamierzone konsekwencje działań jednostek i organizacji, efekt odwrócenia

KEY WORDS: non-governmental organizations, perverse effect, unintended and unanticipated consequences of purposive organizational action

Abstract

THE UNINTENDED CONSEQUENCES OF INTENTIONAL ACTIONS OF NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS

The aim of this paper study is to recognize the unintended and unanticipated consequences of intentional actions of non-governmental organizations. This concept used by theorists and researchers, was developed mainly by R. Merton and R. Boudon. This subsequently led to a detailed contemporary analysis of paternalism, particularism, “dirty” networks and cooptation and hybridization in the third sector, as results of organizational action. In the article, readers can find examples of unintended consequences of actions of Polish non-governmental organizations.

Wstęp

Zwykle działanie uznajemy za zachowanie, które ma znaczenie. Nasza aktywność – indywidualna, grupowa czy organizacyjna, na ogół przynosi jakieś oczekiwane skutki. Każde celowe działanie w konsekwencji ma prowadzić do konkretnych rezultatów, które chcemy osiągnąć czy uzyskać. Tymczasem, jak od przeszło dwu stuleci dowodzą teoretycy różnych dyscyplin naukowych, celowe działanie może przynosić także skutki niezamierzone – takie, których w naszym działaniu nie przewidzieliśmy i których się nie spodziewaliśmy. Dlatego też celem niniejszego opracowania jest rozpoznanie niezamierzonych skutków celowych działań organizacji pozarządowych, jak również skutków działań podejmowanych przez instytucje

publiczne wobec organizacji pozarządowych. Podjęcie tego tematu nie ma tylko poznawczego charakteru. Organizacje pozarządowe w debacie publicznej oraz w większości rozważań naukowych uznawane są za te, których działania są *par excellence* pozytywne – tworzą i podtrzymują istotne wartości społeczne, realizują usługi społeczne, reprezentują interesy słabszych i niedostrzeganych przez państwo, a także stanowią niezbędną tkaninę, wypełniającą przestrzeń pomiędzy państwem a jednostką. Czy rzeczywiście jednak zawsze skutki działań organizacji pozarządowych są przez nie oczekiwane i takie, jakie zamierzały osiągnąć? Czy procesy organizacyjne i społeczne, które uruchamiają lub w których uczestniczą, nie zawsze mają tylko pozytywny rezultat, zarówno z ich perspektywy, jak i grup społecznych czy społeczeństwa jako całości? Postaram się krótko na te pytania odpowiedzieć.

Niezamierzone konsekwencje działań społecznych – główne koncepcje teoretyczne

Niezamierzone konsekwencje zwykle uznaje się za niedostrzegalne i nieprzewidziane skutki prowadzonych działań¹. Teoretycy różnych dyscyplin naukowych rozpoznają ich znaczenie – w naukach przyrodniczych, politycznych, socjologii czy demografii. Zainteresowanie dotyczy także badaczy organizacji i zarządzania – w szczególności w obszarze zarządzania projektami, kierowania ludźmi w organizacjach czy w procesach podejmowania decyzji². Warto jednak przyjrzeć się historii tej koncepcji. Jednym z pierwszych badaczy, który dostrzegł kwestie związane z konsekwencjami działań prowadzonych przez określone organizacje, był Alexis de Tocqueville. Ten „odkrywca” organizacji obywatelskich i demokracji amerykańskiej zauważył pewien paradoks polegający na tym, że publiczne wspieranie osób słabszych i biednych w konsekwencji prowadzi do wzrostu liczby osób, które korzystają z publicznego wsparcia³. Tocqueville zauważył konformizm i beczynność tych, którzy są odbiorcami opiekuńczej aktywności państwa. Pomaganie przynosi więc niezamierzony skutek w postaci zwiększenia liczby beneficjentów wsparcia, gdy oczekujemy, że ich liczba będzie właśnie z powodu wsparcia maleć. Z kolei „ojciec” socjologii, Emile Durkheim zwracał uwagę, że poprawa sytuacji ekonomicznej społeczeństw może spowodować spadek poczucia szczęścia czy zadowolenia jednostek.

Najważniejszy wkład w badania, wskazujące na istnienie niezamierzonych i niedostrzeganych skutków działań społecznych ma Robert Merton. Skutki te zaistniałyby, gdyby konkretne działanie nie zostało podjęte; dotyczy to zarówno działań zorganizowanych, jak i niezorganizowanych. Zdaniem Mertona, skutki mogą mieć

¹ L.C. Harris, E. Ogbonna, *Unintended Consequences of Culture Interventions: a study of unexpected outcomes*, „British Journal of Management” 2002, vol. 13, s. 31–49.

² Tamże, s. 31–49.

³ A. Tocqueville, *Raport o pauperyzmie* (z koment. G. Himmelfarb i wstępem P. Śpiewaka), Warszawa 2009.

zarówno pozytywny, jak i negatywny charakter, w zależności od przyjętej perspektywy. Można je bowiem rozpatrywać z perspektywy aktora działającego, innych zaangażowanych w działanie podmiotów/aktorów społecznych, społecznej struktury, a także kultury i cywilizacji⁴. Merton zwraca też uwagę na kwestię antycypacji nieoczekiwanych skutków działania, która bywa trudna do uchwycenia, gdyż zwykle:

- nie posiadamy wystarczającej wiedzy, by antycypować skutki własnych działań,
- popełniamy błędy w założeniach i ocenie przeszłości,
- natychmiastowe skutki przesłaniają nam także dostrzeżenie przyszłych konsekwencji,
- podstawowe wartości utrudniają ocenę przyszłych konsekwencji.

I wreszcie, według Mertona istnieją samospełniające się prorocтва, nieoznaczające czytania boskich zamysłów, lecz fakt społeczny, który się tworzy w chwili, gdy zostaje wypowiedziany⁵.

W ostatnich trzydziestu latach największy wkład w rozwój koncepcji niezamierzonych skutków działań społecznych wnieśli Raymond Boudon i Albert Hirschman. Boudon wprowadził pojęcie „efektu odwrócenia” w szerszym znaczeniu, oznaczające skutki działania, których jednostka (lub szerzej – organizacja lub instytucja, podążając z Mertonem – jako forma zorganizowana i niezorganizowana) nie pragnęła, chociaż były godne pożądania, oraz skutki niechciane i niegodne pożądania. Powołuje się przy tym na Goethego, w słynnym zresztą cytacie: „Jam częścią tej siły, która wiecznie zła pragnąc, wiecznie czyni dobro”⁶. Hirschman z kolei efekt odwrócenia uznaje za szczególnie i najbardziej ekstremalny przypadek niezamierzonych rezultatów działania⁷.

Warto także zauważyć, że efekt odwrócenia bywa także nazywany paradoksem, skutkiem ubocznym, efektem zewnętrznym⁸. Można więc, za Karlem Popperem, stwierdzić, że najciekawsze sytuacje pojawiają się wtedy, gdy chcemy poznać niezamierzone, a także niepożądane konsekwencje własnych działań. Inaczej jednak przemawia jedna z najbardziej znanych metafor w naukach społecznych – „niewidzialna ręka” rynku Adama Smitha, wskazuje także na pozytywne a niezamierzone konsekwencje działań – działanie dla własnego pożytku i własnego zysku w rezultacie w sposób nieświadomy przyczynia się do wspierania interesu całego społeczeństwa, co ważne, znacznie lepiej niż wtedy, gdyby podejmowano te działania intencjonalnie. Stąd nieprzewidziane konsekwencje działań społecznych można rozpatrywać także w pozytywnym sensie.

⁴ R.K. Merton, *The Unanticipated Consequences of Purposive Social Action*, „American Sociological Review” 1936, vol. 1 (6), s. 894–904.

⁵ Tamże, s. 894–904.

⁶ R. Boudon, *Efekt odwrócenia*, Warszawa 2008, s. 15.

⁷ A. Hirschman, *Two Hundred Years of Reactionary Rhetoric: the Case of Perverse Effect*, *The Tanner Lectures on Human Values*, University of Michigan 1988.

⁸ R. Boudon, dz. cyt.

Organizacje pozarządowe i niezamierzone skutki ich działań

Organizacje pozarządowe i ich działania również można poddać ocenie w obszarze niezamierzonych konsekwencji czy nieoczekiwanych rezultatów ich działania. Przede wszystkim należy zacząć od tego, co można nazwać „grzechem pierworodnym” organizacji pozarządowych. „Grzech” ten jest wynikiem przyczyn powstania i założonych celów działania organizacji pozarządowych, a także ich immanentnych cech, niewydolności, jak je nazywa Lester Salamon⁹. Chodzi o to, że trzeci sektor jako przedstawiciel grup społecznych, lokalnych społeczności, reprezentuje interesy mniejszości, co może prowadzić do takich jego niewydolności, jak paternalizm i partykularyzm. Ten pierwszy pojawia się wtedy, gdy organizacja pozarządowa podejmuje się działań na rzecz określonych grup społecznych, najczęściej słabszych czy wykluczonych. Niezamierzony skutek jej działań, który można nazwać paternalizmem, oznacza ingerowanie w działanie osób, którym służy organizacja, w celu ich ochrony i wsparcia, a co ogranicza ich wolność. Paternalizm organizacji pozarządowej może być niezamierzonym skutkiem działań organizacji, zwłaszcza w sytuacji, gdy grupa społeczna, której służy, jest wyjątkowo słaba i potrzebująca wielowymiarowej pomocy. Niezamierzony paternalizm to pomoc, ale i kontrola, a także ograniczanie wolności i wyboru, choć podyktowane zwykle dobrymi intencjami organizacji, jak również uzależnienie odbiorców pomocy od wsparcia.

Partykularyzm z kolei wynika niejako z immanentnych cech trzeciego sektora – czyli skupienia na wybranej grupie społecznej lub sprawie, co prowadzi do ignorowania potrzeb innych grup czy innych spraw, rywalizacji czy walki o tę właśnie grupę lub sprawę, kosztem innych. Niezamierzony skutek jest tutaj oczywisty – skuteczna walka o usługi czy środki dla jednej grupy wyklucza inną grupę z usług czy dostępu do środków. Skrajny partykularyzm może prowadzić do nadmiernego skupienia na pewnych grupach społecznych, tworzenia luk i dublowania usług realizowanych z publicznych środków.

Inni badacze także dowodzili, że aktywność organizacji pozarządowych może mieć negatywny wpływ na niektóre procesy społeczne. Organizacje pozarządowe jako reprezentantki mniejszości próbują poszukiwać wpływów i tworzyć grupy nacisku, kształtując protekcjonizm państwa, dokonują próby ograniczania konkurencji i w rezultacie dławią wzrost gospodarczy oraz innowacje, zgodnie z myślą Mancura Olsona: silne społeczeństwo – słaba gospodarka¹⁰. Efekty niezamierzone z działalności organizacji pozarządowych dostrzega także Joel Migdal, z perspektywy państw, zwłaszcza młodych, które tworzą dopiero własne struktury. Niezależne podmioty po-

⁹ L.M. Salamon, *Of Market Failure, Voluntary Failure, and Third-Party Government: Toward a Theory of Government – Nonprofit Relations in the Modern Welfare State*, „Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly” 1987, vol. 16, nr 1–2, s. 29–49; L.M. Salamon, *Partnerzy w służbie publicznej. Zakres i teoria stosunków rządu z organizacjami nonprofit*, IPiSS/Materiały z zagranicy, z. 3, nr 41, Warszawa 1993, s. 20–25.

¹⁰ R. Putnam, *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Kraków–Warszawa 1995, s. 274.

zarządowe określają własne cele i w rezultacie negatywnie wpływają na rozszerzenie możliwości działania państwa¹¹.

Literatura przedmiotu dotycząca organizacji pozarządowych i ich aktywności dostarcza także innych przykładów niezamierzonych rezultatów działań. Wskazuje się chociażby pewne paradoksy związane z kształtowaniem zdolności organizacyjnych i budowaniem na ich podstawie strategii organizacji pozarządowych. Pierwszy z nich można powiązać z koncepcją *path dependence*, czyli zależnością od wyznaczonej ścieżki¹². W jej świetle obecne i przyszłe decyzje organizacji w dużej mierze zależą od przeszłości, historycznie ukształtowanych decyzji i sposobów działania. Wybrane ścieżki, utarte sposoby aktywności, jeśli są korzystne, powodują wystąpienie sprzężeń zwrotnych i samowzmacniające się procesy. Mogą one powodować większą skłonność do wyboru tych wyznaczonych już ścieżek. Stąd koncepcja *path dependence* tłumaczy skłonność organizacji do opierania się w swoich strategiach i działaniach z nich wynikających na tych zdolnościach, które dotychczas przynosiły sukces organizacji. Sytuacja jest korzystna dla organizacji, gdy nie mamy do czynienia z gwałtownymi zmianami w otoczeniu, gdy jednak one nastąpią, zaistnieje duże zagrożenie dla organizacji i często niezamierzone skutki zarówno ich działań, jak i działań podejmowanych w otoczeniu i wpływających na nie same.

Drugi paradoks związany ze zdolnościami organizacyjnymi opiera się na koncepcji inercji organizacyjnej¹³. W organizacji pozarządowej polega ona na tym, że środowisko wymaga od organizacji ciągłości działania, utrwalania wybranych procesów i struktur organizacyjnych. Pozwala to postrzegać organizację jako stabilną, realnie działającą i godną zaufania. Nikt nie wspiera organizacji pozarządowej, która nie ma swojej siedziby, nie podejmuje żadnej aktywności, nie realizuje projektów itd. Może to jednocześnie prowadzić do błędnej adaptacji do oczekiwań otoczenia, które jest zmienne i wymaga od organizacji szybkiej reakcji na tę zmianę. Istotą wyjścia z tego „błędneho koła” jest uruchomienie zdolności organizacyjnych w taki sposób, aby przewyciężyć inercję organizacji. Posłużyć się tutaj można także tzw. paradoksem Ikara, czyli metaforą, która pokazuje, że są organizacje pozarządowe, które wolą się unicestwić niż zmienić sposoby działania.

Wśród niezamierzonych skutków działań organizacji pozarządowych warto wymienić dwa, które wiążą się z jednym z najistotniejszych procesów we współczesnych organizacjach pozarządowych, czyli współpracą z innymi podmiotami – instytucjami publicznymi czy przedsiębiorstwami. Zwykle organizacje pozarządowe podejmują współpracę i oczekują następujących rezultatów¹⁴:

¹¹ J.S. Migdal, *Strong States, Weak States: Power and Accommodation* [w:] M. Weiner, S.P. Huntington (eds.), *Understanding Political Development: an analytic study*, Boston 1987, s. 391–434.

¹² G. Schreyögg, M. Kliesch-Eberl, *How Dynamic Can Organizational Capabilities Be? Towards A Dual-Process Model Of Capability Dynamization*, „Strategic Management Journal” 2007, vol. 28, s. 913–933.

¹³ Tamże.

¹⁴ E. Bogacz-Wojtanowska, *Zdolności organizacyjne a współdziałanie organizacji pozarządowych*, Kraków 2013.

- pozyskania zasobów, w szczególności środków finansowych umożliwiających podjęcie działalności przez organizację,
- rozszerzenia świadczonych przez organizację usług lub wprowadzenia zupełnie nowych, których oczekują określone grupy społeczne,
- obniżenia kosztów usług, a jednocześnie poprawy ich jakości,
- integrowania programów realizowanych oddzielnie przez organizacje pozarządowe i publiczne.

Współdziałanie może przynosić także nieprzewidziane skutki, za które najczęściej uznaje się procesy kooptacji oraz hybrydyzacji. Proces kooptacji następuje wtedy, gdy jedna organizacja próbuje zawłaszczyć lub silnie wpływać na drugą. Kooptację organizacji pozarządowej można zauważyć, w sytuacji gdy inna organizacja wprowadza do jej władz lub członków pewną grupę osób, aby osiągnąć własne cele. Może się to przejawiać poprzez stopniową zmianę tożsamości organizacyjnej¹⁵. Zresztą Jennifer M. Brinkerhoff zwraca uwagę, że do kooptacji organizacji pozarządowej może dojść wtedy, gdy organizacja posiada niski poziom tożsamości organizacyjnej oraz jednocześnie wysoki poziom wzajemności dotyczącej najczęściej celów i sposobów działania. W tej sytuacji jedna z organizacji poddaje się wpływowi i przywództwu drugiej, co stopniowo prowadzi do utraty tożsamości organizacyjnej¹⁶.

Kooptacja dostrzegalna jest stosunkowo często przy instytucjonalizacji ruchów społecznych. Przykładowo, współpraca z biznesem może powodować ograniczenie krytycznego spojrzenia organizacji pozarządowej, która powstała w wyniku zmian w ramach ruchu społecznego, i w rezultacie niezamierzone skutki. Organizacje pozarządowe realizujące usługi publiczne są także często zagrożone procesami kooptacji ze względu na większe wpływy i możliwości organizacji publicznych, które wynikają z asymetrii siły. Kooptacja może być spowodowana trzema czynnikami¹⁷:

- rozwojem sponsoringu jako formy współpracy organizacji pozarządowych i prywatnych, który może prowadzić do uzależnienia tych pierwszych od zasobów organizacji sponsorujących. W rezultacie to sponsorujące przedsiębiorstwo „rozdaje karty” w działaniu organizacji pozarządowej – na przykład przez sponsorowanie wybranych z własnej perspektywy projektów czy działań,
- tworzeniem powiązań produktowych w ramach marketingu dobrej sprawy, które mogą prowadzić do uzależnienia się od jednego źródła zasobów finansowych dostarczanych przez współpracujące z organizacją pozarządową przedsiębiorstwo,
- tworzeniem ścisłych powiązań pomiędzy organizacjami na poziomie liderów lub menedżerów organizacji. Powoduje to w rezultacie niejasne etycznie relacje międzyorganizacyjne, które mogą np. skutkować utratą reputacji.

¹⁵ D. Baur, H.P. Schmitz, *Corporations and NGOs: When Accountability Leads to Co-optation*, „Journal of Business Ethics” 2012, vol. 106, nr 1, s. 9–21.

¹⁶ J.M. Brinkerhoff, *Government – Non-profit Partnership: a Defining Framework*, „Public Administration and Development” 2002, vol. 22, nr 1, s. 19–30.

¹⁷ D. Baur, H.P. Schmitz, dz. cyt., s. 9–21.

Wynikiem współpracy, zwykle niezamierzonym i często także niechcianym przez organizacje pozarządowe, jest proces hybrydyzacji. Co ważne, organizacje w swoim działaniu mogą tego procesu *de facto* nie dostrzegać. Można go powiązać z dwiema zmianami zachodzącymi w wielu organizacjach pozarządowych. Pierwsza dotyczy umacniania się obszaru produkcji dóbr i usług w aktywności organizacji pozarządowych, co skutkuje umacnianiem tożsamości biznesowej w organizacjach czy – jak nazywają ten proces badacze – marketyzacją lub komercjalizacją organizacji pozarządowych. Druga zmiana polega na tym, że organizacje pozarządowe korzystające ze wsparcia sektora publicznego mogą stopniowo upodabniać się do organizacji publicznych przez biurokratyzację stylów i sposobów działania, usztywnienie struktur organizacyjnych czy zmianę kultury organizacyjnej. W wyniku tych dwóch procesów można dostrzec stopniowe zacieranie granic między organizacjami wywodzącymi się z różnych sektorów, upodabnianie się organizacji oraz tworzenie sieci rozległych współzależności. Procesy te rozpoznano już w latach siedemdziesiątych ubiegłego wieku, zauważając zacieśnienie relacji pomiędzy organizacjami różnych sektorów. Zjawisko hybrydyzacji jako nieprzewidzianej konsekwencji współpracy w organizacjach pozarządowych przejawia się w postaci¹⁸:

- upodobniania kultur organizacyjnych, zwłaszcza w obszarze wzorów zachowań organizacyjnych, do instytucji publicznych czy przedsiębiorstw, co zwykle przejawia się w zmianie języka używanego dotychczas w organizacjach pozarządowych (pojawiają się określenia: firma, biznes),
- przenikania z sektora prywatnego do pozarządowego metod i technik zarządzania kiedyś właściwych tylko dla przedsiębiorstw, a dziś już coraz powszechniejszych w organizacjach trzeciego sektora (np. narzędzia marketingu, budżetowania i kontrolingu, planowanie strategiczne),
- skupieniu na mierzalnych wynikach, sprawozdaniach i procedurach – co skutkuje stałymi możliwościami pozyskiwania środków ze źródeł publicznych, a jednocześnie wprowadza stopniowe zmiany w sposobach działania.

Przykłady niezamierzonych konsekwencji działań organizacji pozarządowych w Polsce

Przenosząc rozważania nad niezamierzonymi konsekwencjami działania na organizacje pozarządowe w Polsce, warto przyjrzeć się kilku podstawowym kwestiom. Jest to o tyle ważne, że przywoływane tutaj koncepcje nieprzewidzianych konsekwencji czy efekty odwrócenia mają sens, gdy pokażemy je na konkretnych przykładach. Na początek należy zauważyć, że w Polsce można już znaleźć badaczy, którzy dostrzegają wyraźnie bądź efekty odwrócenia, bądź szerzej – niezamierzone konsekwencje działań organizacji pozarządowych. Przede wszystkim należy tu-

¹⁸ E. Bogacz-Wojtanowska, dz. cyt.

taj wspomnieć Piotra Frączaka¹⁹, który zauważył (zresztą nie on jedyny) przeniesienie na grunt polskich organizacji pozarządowych w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku wiedzy, technik i metod funkcjonowania zagranicznych organizacji pozarządowych. Dzięki zagranicznemu wsparciu przeniesiono sposoby działania, a mianowicie znane na świecie metody zbierania funduszy, budowane struktury i metody zarządzania. Skutek uboczny tej „implementacji” oznacza jednak pewien trzeciosektorowy problem w Polsce – „bezydeowość” organizacji pozarządowych, brak wyraźnie wyodrębnionych celów i wartości. Innymi słowy, skupienie na rozwoju organizacyjnym, czego tworzące się w Polsce w latach dziewięćdziesiątych organizacje pozarządowe nie potrafiły, skończyło się utratą najważniejszych wartości – choć przecież nikt spośród działaczy pozarządowych tego nie chciał. Kontrowersyjna to teza, ale gdy popatrzymy na wyniki badań, które wskazują, że ponad 20% polskich organizacji pozarządowych nie wie, dla kogo działa, po co działa i jakie są rezultaty ich działania, nie wydaje się ona jednak tak nieuzasadniona.

Istotne i współczesne studium konsekwencji działań organizacji pozarządowych prezentuje Katarzyna Górniak, odnosząc się do aktywności niektórych filantropijnych organizacji pozarządowych, których działania powodują efekt odwrócenia²⁰. Zwraca uwagę w szczególności na takie działania organizacji pozarządowych, które są istotne z punktu widzenia problemów pewnych grup społecznych (w szczególności słabych, defaworyzowanych, zmarginalizowanych) i wiążą się z włączeniem ich problemów w dyskurs publiczny, uznaniem ich i uprawomocnieniem. Ich działania polegają na aktywności w mediach oraz manipulacyjnym i nierzetelnym używaniu danych, zgodnie z zasadą – szlachetny cel społeczny uświęca środki, fałszywej lub niejasnej retoryki w celu poszerzenie pól działania, wreszcie aktywności organizacji jako celu samego w sobie i przekonaniu o swojej wyjątkowości oraz szczególności własnego funkcjonowania²¹. Niepożądane skutki takiego działania są często bardzo bolesne nie tylko dla tych organizacji pozarządowych, które podejmują takie działania, lecz także dla ich beneficjentów (którym to miały pomagać!), oraz dla wizerunku całego trzeciego sektora. Przede wszystkim bowiem prowadzą do lekceważenia, przemilczania czy stygmatyzacji tych, których organizacje miały wspierać, prywatyzują pomoc poprzez monopolizację i uprzywilejowanie w dyskursie publicznym (co nigdy nie jest korzystne dla odbiorców usług) i wreszcie upowszechniają stereotypy o braku profesjonalizmu oraz amatorszczyźnie organizacji pozarządowych.

Przykłady te nie wyczerpują jednak ciekawych przypadków, w których można dostrzec nieprzewidziane konsekwencje celowej aktywności trzeciego sektora. Warto przyjrzeć się wspomnianym już wyżej procesom współpracy organizacji pozarządowych w Polsce, w szczególności z instytucjami publicznymi. Badania dowodzą, że oprócz wielu korzyści, jakie przynosi publiczno-pozarządowa współpraca w Polsce,

¹⁹ P. Frączak, *W poszukiwaniu tradycji. Dwa dwudziestolecia pozarządowych inspiracji*, Warszawa 2013.

²⁰ K. Górniak, *Efekt odwrócenia w działaniach organizacji pozarządowych. Dyskursywna analiza kilku zdarzeń*, „Kwartalnik Trzeci Sektor” 2013, nr 30, s. 32–41.

²¹ Tamże, s. 37–41.

można także zauważyć skutki niepożądane i niezamierzone. Chciałam zwrócić uwagę na dwa – moim zdaniem najważniejsze – wspomniane już wyżej upaństwowienie trzeciego sektora i oligarchizację. Upaństwowienie, na które zwracają uwagę badacze na świecie od lat osiemdziesiątych ubiegłego wieku – podkreślając, że współdziałanie bardzo często przynosi skutki w postaci uzależnienia trzeciego sektora od sektora publicznego (zwłaszcza w sferze finansowej), oznacza zmianę celów w kierunku oczekiwanym przez organizacje publiczne, jak również po części utratę zaufania społecznego organizacji²².

Oligarchizacja sektora jest problemem bardziej złożonym. Wynika między innymi z warunków społecznych i politycznych, w jakich funkcjonują organizacje pozarządowe i publiczne w Polsce. Chodzi głównie o słabe więzi obywatelskie, niski kapitał społeczny, rozpowszechnienie amoralnego familizmu, atrofie więzi moralnych, postawy klientelistyczne²³, czyli warunki, w których od lat współdziałają polskie organizacje pozarządowe, a które sprzyjają powstawaniu „brudnych” sieci. Są to sieci wynikające ze znajomości, kontaktów, układów, oparte na niejasnych wzajemnych korzyściach, rodzinnych powiązaniach, których cechą charakterystyczną jest także to, że nie są jawne. Pozwalają one na przykład organizacjom pozarządowym omijać procedury przy współpracy, wygrywać konkursy na realizację zadania publicznego, w zamian zaś organizacje pozarządowe zatrudniają w realizowanych przez siebie projektach znajomych, rodzinę i przyjaciół w ramach sieci. „Brudne” sieci wspierają tworzenie lokalnych pozarządowo-publicznych monopolii, jak zauważają Magdalena Dudkiewicz i Grzegorz Makowski²⁴, które uniemożliwiają dostęp nowych organizacji pozarządowych do istniejących układów i powiązań. „Brudne” sieci burzą zaufanie, petyfikują zastane układy i wzajemne zależności, co może prowadzić do zahamowania rozwoju nie tylko współdziałania, ale także całego sektora pozarządowego. Brudne sieci umacniają także wspomniany przez badaczy w Polsce układ „swoich” organizacji pozarządowych i „swoich” organizacji publicznych. Oznacza on współpracę tylko na poziomie własnych gmin, bez dopuszczenia innych organizacji spoza terenu, jak również z perspektywy organizacji pozarządowych zaniechanie współdziałania poza lokalną strukturą – z powodu braku umiejętności szukania partnera poza układem wypracowanym w sieci. Skutek niezamierzony i często niewiązany z tym problemem to właśnie postępująca oligarchizacja trzeciego sektora w Polsce, gdyż duże organizacje nie posiadają konkurencji w postaci małych, które współpracują tylko na poziomie lokalnym, mogą więc spokojnie pozyskiwać projekty i kontrakty na poziomie centralnym oraz regionalnym, budując swoje zdolności i powiększając zasoby²⁵.

²² M. Lipsky, S.R. Smith, *Nonprofit Organizations, Government, and The Welfare State*, „Political Science Quarterly” 1989, vol. 104, s. 625–648; A. Rymśza, *Partnerzy służby publicznej? Wyzwania współpracy sektora pozarządowego z administracją publiczną w świetle doświadczeń amerykańskich*, „Kwartalnik Trzeci Sektor” 2005, nr 3, s. 53–66.

²³ E. Bogacz-Wojtanowska, dz. cyt.

²⁴ M. Dudkiewicz, G. Makowski, *Współpraca między organizacjami pozarządowymi i administracją samorządową. Problemy, wyzwania i rekomendacje*, Warszawa 2011.

²⁵ Ewa Bogacz-Wojtanowska, dz. cyt.

Na ciekawy paradoks, który można obserwować także w Polsce, zwracają uwagę Christine Bennett, Hakkyun Kim i Barbara Loken²⁶. Dowodzą, że organizacje pozarządowe, które odnoszą sukces w poszukiwaniu środków finansowych od firm w ramach sponsoringu, tracą indywidualnych darczyńców. Podobną sytuację można obserwować w przypadku niektórych organizacji pozarządowych w Polsce, które budując swój wizerunek wiarygodnej, wspieranej przez różne podmioty organizacji, skutecznej w swoich działaniach, pozyskującej środki z różnorodnych źródeł, notują spadek zainteresowania indywidualnych darczyńców, którzy nie chcą ich wpierać swymi datkami. Co istotne i paradoksalne – nie wiąże się to z kwestią zaufania do organizacji, raczej właśnie z zaufaniem, że ta konkretna organizacja sobie „poradzi”, zaś indywidualni darczyńcy mogą wesprzeć inną, słabszą organizację, nieradzącą sobie z pozyskiwaniem funduszy. Podobną sytuację można zaobserwować w przypadku organizacji pozarządowych, podejmujących ekonomiczną aktywność, czyli prowadzących działalność gospodarczą. Sukces na tej niwie często paradoksalnie oznacza dla nich skutek w postaci spadku zaufania społecznego, choć powinien przecież być postrzegany jako element wzrostu zaufania – dowód na zaradność organizacji, umiejętność pozyskiwania środków na działalność z różnych źródeł. Oznacza to, że niezamierzonym skutkiem sukcesu organizacyjnego jest spadek legitymizacji społecznej.

Jednym z najbardziej wyrazistych przykładów niezamierzonych konsekwencji działań społecznych, a precyzyjniej – polityki publicznej, są alokacje jednoprocen-towe. Intencjonalnie twórcy ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (w tym także organizacje pozarządowe w Polsce) oczekiwali, że możliwość przekazania przez podatników jednego procent podatku wywoła wspieranie różnych organizacji, zwłaszcza lokalnych. Rezultat jest jednak nie taki jak oczekiwano, innymi słowy pojawiły się nieoczekiwane konsekwencje wprowadzenia ustawy o działalności pożytku publicznego i wolontariacie, nie tylko dla organizacji pozarządowych, lecz także dla całego systemu pożytku publicznego w Polsce. Po pierwsze, alokacje jednoprocen-towe rozkładają się bardzo nierównomiernie, w sposób absolutnie często „niepubliczny”. Kilka czy kilkanaście organizacji pozarządowych otrzymuje największą część jednoprocen-towego tortu²⁷. W szczególności duże kwoty pozyskują fundacje medialne, jak również te organizacje, które zbierają pieniądze na subkonta swoich klientów, na których także ciąży „obowiązek” poszukiwania jak największej liczby osób przekazujących podatek na rzecz organizacji. Istotne jest także to, że środki pochodzące z jednego procent pozwalają organizacjom pożytku publicznego rosnąć w „siłę” – mają one dzięki temu możliwości pozyskiwania lepszych pracowników, którzy potrafią pisać wnioski grantowe, skutecznie walczyć o środki od przedsiębiorców i bez przeszkód je rozliczać. W rezultacie mechanizm, który miał wspomagać finansowo organizacje trzeciego sektora, wspiera tylko większe organi-

²⁶ C.M. Bennett, H. Kim, B. Loken, *Corporate sponsorships may hurt non profits: Understanding their effects on charitable giving*, „Journal of Consumer Psychology” 2013, vol. 23, nr 3, s. 288–300.

²⁷ Zestawienia organizacji pożytku publicznego – przychody z 1% w 2013 r., <http://www.pozYTEK.gov.pl/OPP,-zestawienia,3572.html> [odczyt: 12.07.2014].

zacje, tworzy – jak twierdzi Grzegorz Makowski – „demokrację szlachecką” (jako kontrargument dla częstego porównania mechanizmu jednego procent do demokracji bezpośredniej)²⁸ – elitę najsilniejszych, wspomaganych i dobrze sobie radzących organizacji, które nie stanowią nawet 10% ogółu organizacji pozarządowych w Polsce. Skutek niekorzystny i niezamierzony jest w przypadku alokacji jednoprocenowych ewidentny – stworzony system miał wspierać wszystkie organizacje pozarządowe, a wspiera elitę, najbardziej organizacyjnie sprawne organizacje trzeciego sektora.

Kończąc, chciałbym przytoczyć jeden z najbardziej ciekawych przykładów efektu odwrócenia, który spotkałam, badając od wielu lat trzeci sektor. Sprawa dotyczy Krakowa. Pewne stowarzyszenie chciało zaadaptować do swoich celów budynek, który był jednym z zabytków decydujących o tożsamości i wizerunku dzielnicy miasta. Organizacja wspierana była przez władze miasta, które przekazały jej władanie obiektem, a także przez władze centralne (finansowo). Zakładana koncepcja wzbudziła bardzo gwałtowny sprzeciw mieszkańców dzielnicy, ich walkę ze stowarzyszeniem, która spowodowała powstanie nowej organizacji pozarządowej, a jej cele związane były m.in. z ochroną dzielnicy. Rezultatem protestów były: wycofanie zagwarantowanych wcześniej pieniędzy na projekt i zmiany przeznaczenia budynku oraz wstrzymanie planów przebudowy. Społeczność lokalna wygrała ten spór – po około 10 latach i wielu sprawach sądowych budynek wrócił do zasobów miasta. Niezamierzone skutki działań organizacji pozarządowej, która bez konsultacji i rozumienia potrzeb społeczności lokalnej próbowała zmienić istotny dla niej budynek w obiekt kongresowo-hotelowy, są różnorodne – zarówno pozytywne, jak i negatywne. Powstała nowa organizacja pozarządowa, mieszkańcy dzielnicy zintegrowali się przeciw działaniom organizacji chcącej wprowadzić zmianę, wycofano poparcie władz lokalnych i centralnych. Co ważne – skutki są negatywne dla organizacji, pozytywne dla społeczeństwa, jednak w dłuższej perspektywie także negatywne, gdyż do tej pory budynek nie jest zagospodarowany, nie służy lokalnej społeczności. Według organizacji zabytek miał służyć wielu użytkownikom – ale nie takim i nie w taki sposób, jak widzieli to tamtejsi mieszkańcy. Nie próbowano negocjować z lokalną społecznością sposobu wykorzystania budynku, narzucając z góry swoją wolę. Skutek i efekt odwrócenia polega przede wszystkim na zanegowaniu istoty własnej działalności – organizacja pozarządowa działająca wbrew lokalnej społeczności, której z natury swojej powinna służyć. Dalej – odrzucenie przez mieszkańców (a także publicznych grantodawców). I wreszcie wynik końcowy – zupełnie odwrotny od zamierzonego – budynek i teren do dziś nie są wykorzystywane, mimo podjęcia działań przez różne organizacje. Warto tutaj wspomnieć także i o tym, że działania organizacji pozarządowej były skrajnie nieetyczne.

²⁸ G. Makowski, *Wiele twarzy jednego procenta*, raport Fundacji Instytutu Spraw Publicznych, Projekt KOMPAS II, Warszawa 2012, s. 15–16.

Podsumowanie

Jak pokazałam na powyższych przykładach, nawet działania istotnych dla społeczeństwa obywatelskiego organizacji pozarządowych mogą przynosić negatywne skutki, często niewynikające z intencjonalnie podjętych złych decyzji czy działań, raczej z kontekstu, sytuacji społecznej i zestawu różnorodnych czynników, które wpływają na ich aktywność. Powyższe rozważania mają jednak także ogólniejszy wniosek, który być może dla wielu czytelników będzie dość kontrowersyjny. Wydaje się bowiem, że im więcej sektora publicznego w otoczeniu organizacji pozarządowych, tym ryzyko niezamierzonych skutków ich działań większe. Im więcej „demiurgów” i „kształtowania” trzeciego sektora – tym więcej niezamierzonych patologii i niekorzystnych skutków jego działania. Problem w tym, że trzeci sektor jest w Polsce i na świecie poddawany silnej presji instytucjonalnej i coraz bliżej mu do sektora publicznego. Warto więc rekomendować organizacjom pozarządowym dogłębną analizę ich działania, taką, która pozwoli im na wyeliminowanie tych negatywnych skutków działania, jakie już zostały zidentyfikowane i można je przewidzieć.

Bibliografia

- Baur D., Schmitz H.P., *Corporations and NGOs: When Accountability Leads to Co-optation*, „Journal of Business Ethics” 2012, vol. 106, nr 1, s. 9–21.
- Bennett C.M., Kim H., Loken B., *Corporate sponsorships may hurt nonprofits: Understanding their effects on charitable giving*, „Journal of Consumer Psychology” 2013, vol. 23, nr 3, s. 288–300.
- Bogacz-Wojtanowska E., *Zdolności organizacyjne a współdziałanie organizacji pozarządowych*, Monografie Instytutu Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2013.
- Boudon R., *Efekt odwrócenia*, Warszawa 2008.
- Brinkerhoff J.M., *Government – Non-profit Partnership: a Defining Framework*, „Public Administration and Development” 2002, vol. 22, nr 1, s. 19–30.
- Dudkiewicz M., Makowski G., *Współpraca między organizacjami pozarządowymi i administracją samorządową. Problemy, wyzwania i rekomendacje*, Warszawa 2011.
- Frączak P., *W poszukiwaniu tradycji. Dwa dwudziestolecia pozarządowych inspiracji*, Ogólnopolska Federacja Organizacji Pozarządowych, Warszawa 2013.
- Górniak K., *Efekt odwrócenia w działaniach organizacji pozarządowych. Dyskursywna analiza kilku zdarzeń*, „Kwartalnik Trzeci Sektor” 2013, nr 30, s. 32–41.
- Harris L.C., Ogbonna E., *Unintended Consequences of Culture Interventions: a study of unexpected outcomes*, „British Journal of Management” 2002, vol. 13, s. 31–49.
- Hirschman A., *Two Hundred Years of Reactionary Rhetoric: the Case of Perverse Effect*, The Tanner Lectures on Human Values, University of Michigan 1988.
- Lipsky M., Smith R.E., *Nonprofit Organizations, Government, and The Welfare State*, „Political Science Quarterly” 1988, vol. 104, s. 625–648.
- Makowski G., *Wiele twarzy jednego procenta*, raport Fundacji Instytutu Spraw Publicznych, Projekt KOMPAS II, Warszawa 2012, s. 15–16.
- Merton R.K., *The Unanticipated Consequences of Purposive Social Action*, „American Sociological Review” 1936, vol. 1 (6), s. 894–904.

- Migdal J.S., *Strong States, Weak States: Power and Accommodation* [w:] M. Weiner, S.P. Huntington (eds.), *Understanding Political Development: an analytic study*, Boston 1987, s. 391–434.
- Putnam R., *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Kraków–Warszawa 1995.
- Rymsza A., *Partnerzy służby publicznej? Wyzwania współpracy sektora pozarządowego z administracją publiczną w świetle doświadczeń amerykańskich*, „Kwartalnik Trzeci Sektor” 2005, nr 3, s. 53–66.
- Salamon L.M., *Of Market Failure, Voluntary Failure, and Third-Party Government: Toward a Theory of Government – Nonprofit Relations in the Modern Welfare State*, „Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly” 1987, vol. 16, nr 1–2, s. 29–49.
- Salamon L.M., *Partnerzy w służbie publicznej. Zakres i teoria stosunków rządu z organizacjami nonprofit*, IPiSS/Materiały z zagranicy, z. 3, nr 41, Warszawa 1993.
- Schreyögg G., Kliesch-Eberl M., *How Dynamic Can Organizational Capabilities Be? Towards A Dual-Process Model Of Capability Dynamization*, „Strategic Management Journal” 2007, vol. 28, s. 913–933.
- Tocqueville A., *Raport o pauperyzmie* (z koment. G. Himmelfarb i wstępem P. Śpiewaka), Kraków 2009.
- Zestawienia organizacji pożytku publicznego – przychody z 1% w 2013 roku*, <http://www.pozytek.gov.pl/OPP,-zestawienia,3572.html> [odczyt: 12.07.2014].





Ewa Głazek

LUKI PRAWNE W AKTACH PRAWNYCH DOTYCZĄCYCH KULTURY

SŁOWA KLUCZE: Konstytucja, luki prawne, dziedzictwo narodowe

KEY WORDS: Constitution, loopholes, national heritage

Abstract

LOOPHOLES IN POLISH LEGISLATION CONCERNING CULTURE

Every legal system has got loopholes. We can distinguish a few different types of loopholes, like extra legem loophole (a legislative act does not describe the actual state) or intra legem loophole (a legislative act contains imprecise formulations, which results in a not very specific regulation). The Polish legislative system is not an exception. An extra legem loophole can be noticed in the museums act, which lacks information concerning open-air ethnographic museums, ways of protecting and securing them. The deficiency of a given act can be perceived as a form of a loophole and the example of cultural centers illustrates perfectly how the absence of a separate act makes their functioning more difficult. Lacks of definition in acts may result in serious losses. Intangible cultural goods can be set as an example of how they slowly disappear from Polish tradition and culture. It does happen that a legislator leaves some “missing parts” in a legislative system deliberately. This can be noticed especially in new fields of law. The purpose of such an action is to observe by the legislator how new issues appear with the new branches of law. The Polish legislative system gradually blends in with the European Union directives, which results in reducing the number of loopholes. We need to remember, though, that excessive elaboration in this matter is unwanted.

Każdą dziedzinę życia regulują przepisy prawne, nie inaczej jest w strefie kultury. Możemy w niej wyróżnić kilka podstawowych ustaw, takich jak: ustawa prawo autorskie i prawa pokrewne, o ochronie zabytków i dziedzictwa kultury, o organizacjach pożytku publicznego i wolontariacie, o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej. Są one swoistymi podwalinami systemu prawnego regulującego sferę kultury w Rzeczypospolitej Polskiej. Przepisami szczegółowo regulującymi są rozporządzenia Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Jednakże, jak w każdej dziedzinie, i tutaj możemy odnaleźć luki prawne. Te luki, szczególnie w dziedzinie kultury, bywają niebezpieczne, gdyż skutkiem braku uregulowań jest luz decyzyjny, który może prowadzić do nieodwracalnych błędów. Nie każdy jednak brak przepisów należy traktować jak lukę. Luka powstaje w momencie, kiedy ustawodawca, tworząc przepis, nie przewidział wszystkich ewentualności. Oczywiście, zdarza się celowe pozostawienie luki w prawie, można to zaobserwować szczególnie w nowych dziedzinach.

W języku prawniczym możemy wyróżnić kilka rodzajów luk. Najczęściej można zaobserwować: *luki extra legem* (akt prawny nie wypowiedzi się o danym stanie faktycznym, chociaż powinien), *luki intra legem* (akt prawny zawiera mało precyzyjne sformułowania, co skutkuje mało konkretną regulacją)¹. W mniejszym lub większym zakresie występują też inne luki (na przykład: luka postulatyczna, kiedy stan faktyczny nie znajduje odbicia w przepisach prawa; czy luka ewolucyjna – uregulowanie nie obejmuje stanu rzeczywistego, gdyż przepisy są dezaktualizowane przez zmieniającą się rzeczywistość). Argumentacja prawnicza wypracowała kilka sposobów usuwania takich „białych plam”. Jednym z nich jest wnioskowanie *per analogiam*, a dokładniej analogia *legis*, czyli z ustawy (gdyż wyróżnić możemy jeszcze analogie *iuris*, czyli z prawa), które służy usuwaniu *luk extra legem*². Analogia *legis* polega na stosowaniu normy prawnej odnoszącej się do jakiegoś stanu faktycznego, do innego stanu nieuregulowanego przez ustawodawcę. Istotnym czynnikiem zastosowania tego rodzaju analogii jest podobieństwo obu stanów oraz podobne skutki, jakie mogą wywołać te stany. Tę analogię można stosować tylko w obrębie jednego aktu prawnego.

Innym sposobem jest wnioskowanie *a fortiori*, czyli z uzasadnienia. Podzielić je można na dwa podstawowe rodzaje: *a maiori ad minus* i *a minori ad maius*³. Pierwszy rodzaj (wnioskowanie z silniejszego na słabsze) występuje w przepisach mających charakter uprawniający lub nakazujący, a polega na tym, iż osoba lub podmiot prawa, które są zobowiązane lub uprawnione do czynienia więcej, tym samym są uprawnione do czynienia mniej. Drugie wnioskowanie (z uzasadnienia słabszego na silniejsze) możemy stosować wobec przepisów zakazujących. Jeśli nie wolno czynić mniej podmiotowi, to nie może też czynić więcej. W niektórych gałęziach prawa istnieje zakaz stosowania analogii, na przykład w prawie karnym. Analogia posiada ważne znaczenie w prawie administracyjnym i cywilnym. Jednak w wielu dziedzinach prawa stosowanie analogii jest ograniczone ze względu na szczególną ochronę pewnych wartości lub zabezpieczenie stabilności prawa⁴.

Możemy przypuszczać, że w dziedzinie, jaką jest kultura, sztuka i dziedzictwo narodowe, dopuszczalne jest ograniczone wnioskowanie. Jednakże w niektórych

¹ http://prawo-administracyjne.wyklady.org/wyklad/781_luki-w-prawie.html [odczyt: 2.02.2014].

² Tamże.

³ http://prawo-administracyjne.wyklady.org/wyklad/781_luki-w-prawie.html [odczyt: 2.02.2014].

⁴ http://prawo-administracyjne.wyklady.org/wyklad/781_luki-w-prawie.html [odczyt: 8.02.2014].

szczególnych przypadkach wystąpienie luki prawnej jest niedopuszczalne i niesie za sobą daleko idące negatywne konsekwencje.

Obecna ustawa o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami z 2003 roku⁵ uchyliła swoją poprzedniczkę, czyli ustawę z 15 lutego 1962 roku o ochronie dóbr kultury⁶. Wprowadziła kilka nowych rozwiązań dotyczących kultury⁷. W artykule 3 odnajdujemy definicję zabytku:

[...] nieruchomość lub rzecz ruchoma, ich części lub zespoły, będące dziełem człowieka lub związane z jego działalnością i stanowiące świadectwo minionej epoki bądź zdarzenia, których zachowanie leży w interesie społecznym ze względu na posiadaną wartość historyczną, artystyczną lub naukową.

W tym też artykule znajdujemy podział na: zabytek ruchomy (art. 3 pkt 2), nieruchomy (art. 3 pkt 2) oraz archeologiczny (art. 3 pkt 4). Dalsza część ustawy w sposób kompleksowy zapewnia różne formy ochrony i opieki nad zabytkami.

Co jednak w przypadku niematerialnych dóbr kultury? Dziedzictwo narodowe, bo o tym mowa, NIE zostało uwzględnione w ustawie, choć jest bardzo ważnym elementem kultury. Konstytucja w artykule 5 gwarantuje pieczę państwa nad dziedzictwem narodowym, zaś w kolejnym artykule zapewnia upowszechnienie i równy dostęp do dóbr kultury (art. 6 ust. 1) oraz zapewnia Polakom zamieszkałym poza granicami ojczyzny pomoc w zachowaniu ich związku z kulturalnym dziedzictwem narodowym (art. 6 ust. 2)⁸.

Na uwagę zasługują tutaj zwroty: „dóbr kultury”, „dziedzictwo narodowe” i „dobra narodowe”. Chociaż ustawodawca stosuje je obok siebie, nie są one tożsame. Dziedzictwo narodowe zdawać by się mogło pojęciem szerszym od dóbr kultury, gdyż oprócz materialnych form takich, jak na przykład zabytek posiada też nienamalcalne aspekty na przykład: techniki tkackie, tańce ludowe, melodie i pieśni regionalne oraz tradycyjne. Nic bardziej mylnego. Dobra kultury mają znaczenie globalne, są ważne ze względu na wkład człowieka w tworzenie historii, odnajdywaniu nowych nurtów w sztuce, czy też rozwijaniu nauki

W ustawie o muzeach⁹, w art. 22 ust. 1 czytamy, że muzealia są rzeczami (ruchomymi i nieruchomymi) oraz: „Muzealia stanowią dobro narodowe”. Dobra narodowe są fizycznym bytem gwarantującym ciągłość tożsamości narodowej. Zwrot użyty w ustawie jest frazą kładącą szczególny nacisk na przedmioty (lub miejsca) mające duże znaczenie dla Narodu Polskiego (historyczne, naukowe, artystyczne). Za przykład można podać Zamek Królewski na Wawelu; dla Polaków to dobro narodowe.

⁵ Ustawa z 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, Dz.U. z 2003 r. Nr 162, poz. 1568 ze zm.

⁶ Ustawa z 15 lutego 1962 r. o ochronie dóbr kultury, Dz.U. z 1999 r. Nr 98, poz. 1550 ze zm.

⁷ J. Hołda, Z. Hołda, D. Ostrowska, *Prawne podstawy działalności kulturalnej*, Kraków 2005, s. 134.

⁸ <http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm> [odczyt: 2.02.2014].

⁹ Ustawa z dnia 21 listopada 1996 r. Dz.U. z 2012 poz. 987, cyt. za: <http://bip.mkidn.gov.pl/pages/legislacja/prawo-w-dziale-kultura-i-ochrona-dziedzictwa-narodowego/dziedzictwo-narodowe.php> [odczyt: 2.02.2014].

Historyczne miejsce panowania władców Polski oraz ich spoczynku, miejsce, które było niemyym świadkiem ważnych dla nas wydarzeń, natomiast dla turystów jest dobrem kultury, pozostałością po minionych czasach, zaświadczyającą o wysokim stopniu rozwoju i kultury minionych epok.

Brak ustawowej definicji stanowi poważną lukę prawną. Nie bez znaczenia jest tutaj też fakt, iż pełna nazwa resortu kultury to: Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, że nie ma nawet zarysu ustawowej definicji dziedzictwa narodowego; można jedynie próbować sformułowania podstawowej definicji.

W tym czasie niepowtarzalne dziedzictwo narodowe pozostaje bez opieki i ochrony ze strony państwa, chociaż ustawa zasadnicza zapewnia taką protekcję. Ustawa o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami realizuje konstytucyjną gwarancję odnośnie do materialnych dóbr kultury, a przecież na dziedzictwo narodowe składają się nie tylko zabytki, ale też wielopokoleniowe tradycje i folklor.

Prawo autorskie jest dziedziną prawa, która powstała, aby chronić prawa twórców do swoich dzieł¹⁰. Pierwsza ustawa o prawie autorskim powstała 29 marca 1926 roku¹¹ i obowiązywała do roku 1952, w którym to roku została zastąpiona. Drugim aktem prawnym dotyczącym prawa autorskiego na ziemiach polskich była ustawa z 10 lipca 1952 roku¹². Obecna ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych¹³ jest trzecim aktem z tego zakresu prawa. Wyraźną nowością, sygnalizowaną już w tytule, jest regulacja praw pokrewnych, czyli praw artystów-wykonawców, praw do nadań, fonogramów i wideogramów¹⁴. Ważną sprawą jest też unormowanie przepisów dotyczących programów komputerowych oraz dopasowanie poszczególnych przepisów do prawa międzynarodowego i dyrektyw Unii Europejskiej.

Jednym z zagadnień, tej ustawy jest miejsce publiczne i możliwość czerpania zysków z utworów, które przedstawiają tę przestrzeń. Zdawać by się mogło, że sprawa jest oczywista, przyjmijmy jednak za przykład to, że fotograf chciałby wydać album ze zdjęciami wewnątrz krakowskich bibliotek. Artykuł 33 pkt 1 ustawy o prawach autorskich i prawach pokrewnych¹⁵ wymienia enumeratywnie: drogi, ulice, place lub ogrody, zaś pkt 2 tegoż artykułu, chociaż posiada już zbiór otwarty, jednak zastrzega „[...] tylko w katalogach i w wydawnictwach publikowanych dla promocji tych utworów, a także w sprawozdaniach o aktualnych wydarzeniach w prasie i telewizji, jednakże w granicach uzasadnionych celem informacji”. Nie może być zatem tutaj opcji dla komercyjnego rozpowszechnienia. Artykuł 33 te same ustawy stanowi, iż: „Wolno korzystać z utworu w postaci obiektu budowlanego, jego rysunku, planu lub innego ustalenia w celu odbudowy lub remontu obiektu budowlanego”, cele w nim są również wymienione enumeratywnie. Na uwagę zasługuje tutaj również słowo „korzy-

¹⁰ J. Hołda, Z. Hołda, D. Ostrowska *Prawne podstawy działalności kulturalnej*, s. 142.

¹¹ Ustawa z dnia 29 marca 1926 r. o prawie autorskim, Dz.U. z 1935 r. Nr 36 poz. 260.

¹² Ustawa z dnia 10 lipca 1952 r. o prawie autorskim, Dz.U. z 1952 r. Nr 34 poz. 234 ze zm.

¹³ Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Dz.U. z 2006 r. Nr 90 poz. 631 ze zm.

¹⁴ R. Golał, *Prawo kultury i sztuki. Zbiór przepisów z komentarzem*, Warszawa 1997, s. 253.

¹⁵ <http://bip.mkidn.gov.pl/pages/legislacja/prawo-w-dziale-kultura-i-ochrona-dziedzictwa-narodowego/prawo-autorskie.php> [odczyt: 2.02.2014].

stać”, a nie „rozpowszechniać”, jakie zastosowano w art. 33. Korzystanie ma węższe znaczenie od rozpowszechniania, gdyż korzystanie w tym wypadku polega na indywidualnym użytku, zaś rozpowszechnianie (w ujęciu art. 6 ust. 1 pkt 3 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych) jest procesem, w którym utwór za zezwoleniem twórcy został w jakikolwiek sposób udostępniony publicznie.

Aby zmierzyć się z tym kazusem, należy poszukać definicji „miejsca publicznego”. W polskim prawie nie ma zdefiniowanego tego pojęcia, ale zgodnie z zasadą analogii, możemy się oprzeć na definicji „budynku użyteczności publicznej”, którą znajdziemy w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 roku w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz.U. z 2002 roku Nr 75 poz. 690)¹⁶. Rozporządzenie w §3 pkt 6 określa enumeratywnie, co możemy uznać za budynek użyteczności publicznej: „rozumie się przez to budynek przeznaczony dla [...] kultury, kultu religijnego, oświaty, szkolnictwa wyższego, nauki, [...] oraz inny ogólnodostępny budynek przeznaczony do wykonywania podobnych funkcji”. Jak dostrzegamy, cechą główną jest przeznaczenie budynku. Biblioteki na podstawie art. 4 ust. 2 ustawy z 27 czerwca 1997 roku o bibliotekach (Dz.U. z 2012 r. poz. 642)¹⁷ mają wśród swoich zadań działalność edukacyjną i naukowo-badawczą, więc spełniają wymóg stawiany w wyżej wymienionym rozporządzeniu. Jednak przywołany ustęp zawiera słowo „może”, które niweluje ustawy wymóg (jaki jest w ust. 1 tego art.), aczkolwiek wnikając głębiej w interpretację, można się pokusić o stwierdzenie, że nie istnieje chyba w Polsce biblioteka, która nie realizowałaby zadań wymienionych w art. 4 ust. 2. Z czystym zatem sumieniem możemy przyjąć, iż biblioteka spełnia „wymogi” miejsca publicznego.

Wyżej wymieniony przykład stwierdza jednoznacznie, że w tak ważnej ustawie brakuje definicji miejsca publicznego, ponadto ustawodawca, dając wyliczenie enumeratywne w art. 33 pkt 1, zamknął tym drogę prawną dla innych miejsc z pewnością będących miejscami publicznymi.

Ustawa z dnia 15 lutego 1962 roku o ochronie dóbr kultury i o muzeach (Dz.U. z 1962 Nr 10 poz. 48)¹⁸ była pierwszym aktem prawnym, który zawierał określenie muzeum (rozdział VIII). W roku 1996 została uchwalona ustawa o muzeach¹⁹, zmieniająca nieco zawartość i nazwę swojej macierzystej ustawy na: ustawę o ochronie dóbr kultury²⁰. Po wielu zmianach, ustawa o muzeach doczekała się ujednoczenia w 2012 roku²¹.

Muzeum to jedna z podstawowych instytucji kultury kreująca wrażliwość estetyczną i kulturową, przekazująca kolejnym pokoleniom wiedzę o osiągnięciach i stylu życia przodków. Warto zwrócić uwagę na kwestię skansenów. Muzea na wolnym

¹⁶ <http://isip.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20020750690> [odczyt: 2.02.2014].

¹⁷ <http://bip.mkidn.gov.pl/pages/legislacja/prawo-w-dziale-kultura-i-ochrona-dziedzictwa-narodowego/prawo-biblioteczne.php> [odczyt: 2.02.2014].

¹⁸ <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19620100048> [odczyt: 10.02.2014].

¹⁹ Ustawa z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach, Dz.U. z 1997 r. Nr 5 poz. 24, cyt. za <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19970050024> [odczyt: 10.02.2014].

²⁰ Ustawa z dnia 15 lutego 1962 r. o ochronie dóbr kultury, Dz.U. z 1962 r. Nr 10 poz. 48 ze zm.

²¹ Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 27 lipca 2012 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy o muzeach, Dz.U. z 2012 r. poz. 987.

powietrzu najlepiej obrazują nam styl życia ludzi w dawnych wiekach, ich wyroby, sztukę, aczkolwiek w ustawie o muzeach obiektów tego typu się nie znajdzie. Skanseny to specyficzne formy muzeów, chociaż realizują wszystkie cele określone w art. 1 i 2, są bardziej narażone na wandalizm, kradzież czy zniszczenia muzealiów wskutek sił natury lub klęsk żywiołowych. Najlepszym tego typu przykładem jest Państwowe Muzeum Auschwitz – Birkenau, z którego parę lat temu skradziono (niszcząc!) napis znad bramy głównej „Arbeit macht frei”. Rzecz jasna, z muzeum kradzionych jest wiele rzeczy (drut kolczasty, tory, szpile), ale nie odbiły się (i nie odbijają, gdyż co roku odnotowuje się takie przypadki) one takim echem, jak kradzież napisu.

Brak wydzielenia tematyki skansenów w ustawie o muzeach powoduje zmniejszone nakłady na ochronę tego rodzaju placówek. Rozporządzenie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w sprawie zabezpieczenia zbiorów w muzeach przed pożarem, kradzieżą i innymi niebezpieczeństwami grożącymi zniszczeniem lub utratą zbiorów, a także dotyczące sposobów przygotowania zbiorów do ewakuacji w razie powstania zagrożenia²², nie jest wystarczające. Skanseny i muzea zawierające cenne eksponaty umieszczone w wolnej przestrzeni, powinny posiadać dodatkowe przepisy umożliwiające właściwe zabezpieczenie tych obiektów. Podstawowe formy ochrony, jakie zapewniają zwykłe muzea swoim zasobom, są niekiedy niemożliwe do zastosowania w skansenie, nie da się przecież umieścić w szklanej gablocie całej lokomotywy czy chaty wiejskiej.

Chociaż ustawa o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie²³ pochodzi z Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej (Departament Pożytku Publicznego), w sposób szczególnie wpływa na sferę działalności kulturalnej. Wolontariat pochodzi od łacińskiego słowa *volontarius*, co oznacza dobrowolny. Odzwierciedla to idee wolontariatu, czyli dobrowolną, bezpłatną i świadomą pracę na rzecz innych lub całego społeczeństwa.

W art. 2 pkt 3 tej ustawy odnajdujemy w słowniczku ustawową definicję wolontariusza: „osoba fizyczna, która ochotniczo i bez wynagrodzenia wykonuje świadczenia na zasadach określonych w ustawie” w tym punkcie następuje odesłanie do ostatniego działu. W dziale trzecim w art. 42 ust. 1 wymienione są w sposób enumeratywny podmioty, na rzecz których wolontariusze mogą wykonywać świadczenia. Wielkim zaskoczeniem dla mnie jest pkt 2 dotyczący: „organów administracji publicznej [...]”. Rzadko już dzisiaj spotyka się w organach administracji publicznej tego

²² Rozporządzenie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 1 grudnia 2008 r. w sprawie zabezpieczenia zbiorów w muzeach przed pożarem, kradzieżą i innym niebezpieczeństwem grożącym zniszczeniem lub utratą zbiorów oraz sposobów przygotowania zbiorów do ewakuacji w razie powstania zagrożenia, Dz.U. z 2008 r. Nr 229 poz. 1528, cyt. za <http://bip.mkidn.gov.pl/pages/legislacja/prawo-w-dziale-kultura-i-ochrona-dziedzictwa-narodowego/dziedzictwo-narodowe.php> [odczyt: 20.02.2014].

²³ Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 27 października 2010 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, Dz.U. z 2010 r. Nr 234, poz. 1536 ze zm., cyt. za <http://dziennikustaw.gov.pl/DU/2010/s/234/1536/1> [odczyt: 2.02.2014].

typu ochotników. Ta pozycja powinna zniknąć, nawet nie z racji martwego przepisu, lecz z powodu niemożliwości pociągnięcia do odpowiedzialności, tak jak jest to możliwe w przypadku urzędnika. Oczywiście, przepisy (art. 44 ust. 5) dają możliwość pociągnięcia do odpowiedzialności na podstawie kodeksu cywilnego. Nie jest to jednak taka sama odpowiedzialność, jak odpowiedzialność urzędnika.

W ostatnim czasie wykształciły się dwa typy wolontariatu – wewnętrzny i zewnętrzny. Zewnętrzny wolontariat określa ustawa – osoba fizyczna świadczy bezinteresownie pracę na rzecz danego podmiotu lub społeczeństwa. Wolontariat wewnętrzny jest po części ujęty w art. 42 ust. 3, lecz ogranicza się on tylko i wyłącznie do członków stowarzyszenia. Wolontariat wewnętrzny to bezpłatne, dobrowolne i świadome wykonywanie świadczeń dla instytucji, która jest pracodawcą wolontariusza. Ten typ wolontariatu to nie tylko fizyczna praca, ale też pomysły i nowe rozwiązania mające na celu na przykład usprawnienie działalności, poprawę zewnętrznego wizerunku czy zainteresowanie lub przyciągnięcie obywateli do konkretnej instytucji. Nacisk należy położyć na tym, iż te pomysły mają służyć rozwojowi instytucji, w której są zatrudnieni wolontariusze, a nie na przykład reklamie, którą zleciła zewnętrzna firma, krótko mówiąc, działanie musi mieć bezpłatny charakter. Ten rodzaj wolontariatu często działa pod innymi nazwami, na przykład: koło pomocy, towarzystwo przyjaciół itp., można też zauważyć go w prywatnych korporacjach, gdzie spotkać można na przykład: „pudło na pomysły” – to też jest przejaw wolontariatu wewnętrznego. Ustawodawca, ograniczając te formy wolontariatu w przepisie ustawy, zamknął pole możliwości. Ta forma pomocy zachęcałaby korporacje do stawania się mecenasami instytucji kultury. Dawaloby to też możliwość lepszego zapoznania się z ideą wolontariatu i promocji kultury.

Brak aktu prawnego niższego szczebla też jest rodzajem luki prawnej. To tak zwana luka swoista charakteryzująca się tym, że brak jest normy (najczęściej aktu niższego szczebla, regulującego w sposób szczegółowy daną problematykę), o której jest mowa w innym akcie prawnym (przeważnie akcie wyższego rzędu)²⁴. Zazwyczaj jest to spowodowane niezakończeniem procesu legislacyjnego przez ustawodawcę. Oczywiście, nie zawsze brak unormowania stanowi lukę prawną, jak wspomniane było wcześniej, niekiedy ustawodawca specjalnie pozostawia lukę. Może to dotyczyć nowej dziedziny prawa, umożliwiać obserwację wyłaniających się problemów, które w późniejszym czasie zostaną odpowiednio uregulowane prawnie; albo też w mniemaniu ustawodawcy wydzielenie problematyki danego podmiotu, która została zawarta w innym, obszerniejszym akcie prawnym, stanowiłoby mnożenie niepotrzebnych bytów prawnych i prowadziłyby do podważenia zasady przejrzystości systemu prawa.

Jednak nieustanny rozwój doprowadza do sytuacji wymuszenia na ustawodawcy wyodrębnienia pewnej problematyki z „macierzystej” ustawy i stworzenia odrębnego aktu prawnego. Taką sytuację mogliśmy zaobserwować na przykładzie ustawy o ochronie dóbr kultury i o muzeach²⁵, z której wyodrębniono w późniejszym cza-

²⁴ http://prawo-administracyjne.wyklady.org/wyklad/781_luki-w-prawie.html [odczyt: 2.02.2014].

²⁵ Ustawa z 15 lutego 1962 r., Dz.U. z 1962 r. Nr 10 poz. 48 ze zm., cyt. za: R. Golał, *Prawo kultury i sztuki. Zbiór przepisów z komentarzem*, s. 114.

sie ustawę o muzeach. Podobna sytuacja powinna zaistnieć w odniesieniu do domów kultury. Obecnie te unormowania znaleźć możemy w ustawie o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (Dz.U. z 2012 r. poz. 406)²⁶. Domy kultury są najliczniejszą grupą jednostek kultury. Zasady dotyczące ich powstania, dzielenia, łączenia, likwidacji i działania odnaleźć można w ustawie z 25 października 1991 roku o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, która stanowi podstawową regulację z zakresu organizacji kultury w Polsce²⁷. Artykuł 1 ust. 1 tej ustawy wyjaśnia, iż „Działalność kulturalna [...] polega na tworzeniu, upowszechnianiu i ochronie kultury”, z czego należy wnioskować, że priorytetem jest tworzenie i upowszechnianie kultury, a dopiero na dalszym planie jej ochrona. Wynika to stąd, iż upowszechnianie kultury jest najlepszą formą jej ochrony. Pamięć i wiedza o dziedzictwie, czy rozwijanie umiejętności artystycznych jest przekazywaniem kultury kolejnym pokoleniom, a dzięki temu nie znika ona z przestrzeni. Artykuł 2 wymienia w sposób otwarty formy organizacyjne działalności kulturalnej. Należy zwrócić uwagę, że wszystkie te formy – z wyjątkiem domów kultury – są ukierunkowane na daną dziedzinę kultury i nie kształcą w innym kierunku.

Dzisiaj domy kultury kojarzone są z przestarzałą instytucją z poprzedniej epoki. Sprawowały one wtedy funkcję nie tylko edukacyjną, ale i integrującą lokalną społeczność. Jednak ten status trwał do momentu transformacji, gdyż po niej domy kultury, aby się utrzymać, musiały zacząć pobierać opłaty za dostęp do wcześniej bezpłatnych zajęć. Przez to utraciły w społeczeństwie pozycję instytucji kultury i służą dzisiaj raczej do uzupełniania braków edukacyjnych młodzieży. Funkcję krzewienia kultury w młodym pokoleniu przejęły placówki organizacji pozarządowych. Oczywiście, niektóre domy kultury utrzymują swoją funkcję społeczną, przede wszystkim na terenach wiejskich, gdzie społeczność lokalna nie jest dla siebie tak bardzo anonimowa, jak w dużych aglomeracjach.

Ustawa o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej zawiera podstawowe zagadnienia funkcjonowania instytucji kultury. Gwarantując jednocześnie mecenat państwa i samorządu nad prowadzoną działalnością kulturalną w postaci wspierania oraz promocji twórczości, edukacji i inicjatyw kulturalnych czy opieki nad zabytkami²⁸ (art. 1 ust. 2). Należy jednak zauważyć, że prowadzenie działalności jest uzależnione od majątku, który na ten cel przekazuje organizator²⁹. W dzisiejszych czasach kryzysu kultura nie jest na pierwszym miejscu na liście najważniejszych potrzeb człowieka, dlatego ważne, aby uświadomić społeczeństwu, że umiejętność jej docenienia jest bardzo istotna.

Domy kultury dają podwaliny kulturalne kolejnym pokoleniom, dlatego wymagają odłączenia ich problematyki od głównej ustawy i osobnego aktu prawnego, który powinien na nowo uregulować kwestie związane z domami kultury. Ta potrzeba wyodrębnienia problematyki domów kultury z roku na rok przybiera na sile.

²⁶ <http://bip.mkidn.gov.pl/pages/legislacja/obowiazujace-przepisy-po-zmianach/ustawa-o-organizowaniu-i-prowadzeniu-dzialalnosci-kulturalnej.php> [odczyt: 2.02.2014].

²⁷ R. Golał, *Prawo kultury i sztuki. Zbiór przepisów z komentarzem*, s. 31.

²⁸ J. Hołda, Z. Hołda, D. Ostrowska, *Prawne podstawy działalności kulturalnej*, s. 71.

²⁹ Tamże, s. 74.

Trudno jednoznacznie definiować słowo „kultura”, jednak nie można zaprzeczyć, że jest ona ważną sferą życia. Należy raczej mówić, że *Ona jest*, a nie staje się³⁰ częścią naszego życia. Każdy z nas inaczej ją pojmuje, widzi, czuje, odbiera. Kulturę jako szeroko rozumiane dziedzictwo przodków należy chronić. Polska jest w trudnym położeniu – w czasie II wojny światowej wiele dóbr kultury zostało zniszczonych lub też wywiezionych poza granice ojczyzny, gdzie zaginęły, niekiedy bezpowrotnie, dlatego tak ważne jest, aby chronić to, co pozostało.

System prawny dotyczący sfery kultury rozwija się w dobrym kierunku. Harmonizuje się systematycznie z dyrektywami prawa międzynarodowego – w szczególności Unii Europejskiej – jednakże wymaga kilku uzupełnień. Oczywiście, nie ma to na celu stworzenia systemu zamkniętego, bez luzu decyzyjnego. Rzecz jasna, występuje więcej luk (mniejszych lub większych) w innych aktach prawnych z zakresy kultury, jednak dla przykładu przedstawiłam po jednej luce z wybranych ustaw.

Luki mogą stać się kluczowym problemem lub barierą dla podmiotów, zaś te utrudnienia mogą być niedostrzegalne dla ustawodawcy. Dlatego ważne jest, aby komunikacja między nimi była płynna. Dobre praktyki, które mogą się przyjąć w przypadku interpretacji poszczególnych aktów prawnych, mogą stanowić wspianą podstawę do wprowadzenia potrzebnej nowelizacji. Nie zawsze istnieją dobre praktyki dotyczące danego problemu, a wybieranie za każdym razem drogi sądowej nie stanowi długofalowego rozwiązania. Dlatego ważne jest likwidowanie „białych plam” w prawie, które występują w newralgicznych punktach. Fundamentalne jest zapewnienie przyszłym pokoleniom szerokiego dostępu do kultury, dlatego ważne, aby ustawy regulujące dziedzinę kultury były na wysokim szczeblu uszczegółowienia. Nie na najwyższym, gdyż celem nie powinno być zamknięcie systemu, a jedynie rozwiązanie problemów.

Jednakże ustawodawca, zamykając niektóre obszary, w ten sposób bardzo dobrze chroni formy pomocy, jakie może otrzymać instytucja kultury. Przykładowo: wyszczególnienie konkretnych podmiotów, na rzecz których wolontariusze mogą świadczyć pracę. Dzięki takiemu posunięciu nie jest możliwe nadużywanie idei wolontariatu, jak choćby w korporacjach, dla których korzystniej byłoby ustanowić u siebie darmowy wolontariat, niż zatrudnić nowych pracowników.

Podsumowując, polski system, choć posiada kilka luk prawnych i daje przez to nadmierny luz decyzyjny, jednak jest systemem rozwijającym się w dobrym kierunku. Powoli zmierza w stronę nowoczesnego zarządzania kulturą, wyłączając systematycznie problematykę poszczególnych podmiotów kultury i ustanawiając ich własne unormowania. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego aktywnie uczestniczy w wielu formach i przejawach aktywności kulturalnej (dając patronat); współpracuje na arenie międzynarodowej z innymi państwami i instytucjami międzynarodowymi, takimi jak: UNESCO. Daje to pozytywną perspektywę na nadchodzące lata.

³⁰ F. Inglis, *Kultura*, Warszawa 2007, s. 26.

Bibliografia

Monografie

- Golat R., *Prawo kultury i sztuki. Zbiór przepisów z komentarzem*, Warszawa 1997.
- Hołda J., Hołda Z., Ostrowska D., *Prawne podstawy działalności kulturalnej*, Kraków 2005.
- Inglis F., *Kultura*, Warszawa 2007.

Podstawowe akty prawne

- Ustawa z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. z 2006 r. Nr 90 poz. 631 Nr 94 poz. 658 Nr 121 poz. 843, z 2007 r. Nr 99 poz. 662 Nr 181 poz. 1293, z 2009 r. Nr 157 poz. 1241, z 2010 r. Nr 152 poz. 1016).
- Ustawa z dnia 27 czerwca 1997 roku o bibliotekach wraz z obwieszczeniem Marszałka Sejmu RP z dnia 22 maja 2012 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu (Dz.U. z 2012 r. poz. 642).
- Ustawa z dnia 15 lutego 1962 roku o ochronie dóbr kultury i o muzeach (Dz.U. z 1962 r. Nr 10 poz. 48, zm.: Dz.U. z 1983 r. Nr 38 poz. 173, z 1989 r. Nr 35 poz. 192, z 1990 r. Nr 34 poz. 198 i Nr 56 poz. 322, z 1995 r. Nr 141 poz. 692, z 1996 r. Nr 106 poz. 496 i z 1997 r. Nr 5 poz. 24).
- Ustawa z 25 października 1991 roku o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (Dz.U. z 2012r. poz. 406).
- Ustawa z dnia 23 lipca 2003 roku o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz.U. z 2003 r. Nr 162 poz. 1568).
- Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 roku o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz.U. z 2010 r. Nr 234 poz. 1536 ze zm.).
- Ustawa z dnia 21 listopada 1996 roku o muzeach (Dz.U. z 1997 Nr 5 poz. 24).
- Rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 roku w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz.U. z 2002 r. Nr 75 poz. 690).
- Rozporządzenie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 1 grudnia 2008 roku w sprawie zabezpieczenia zbiorów w muzeach przed pożarem, kradzieżą i innym niebezpieczeństwem grożącym zniszczeniem lub utratą zbiorów oraz sposobów przygotowania zbiorów do ewakuacji w razie powstania zagrożenia (Dz.U. z 2008 r. Nr 229 poz. 1528).

Źródła internetowe

- <http://isap.sejm.gov.pl/index.jsp> [odczyt: 2.02.2014].
- <http://dziennikustaw.gov.pl/> [odczyt: 2.02.2014].
- <http://mkidn.gov.pl/> [odczyt: 8.02.2014].
- <http://prawo-administracyjne.wyklady.org> [odczyt: 10.02.2014].

Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, Monika Jedynek

ZNACZENIE KRAJU POCHODZENIA (COO) W OCENIE MAŁO I WYSOKO ANGAŻUJĄCYCH PRODUKTÓW PRZEZ MŁODYCH KONSUMENTÓW W POLSCE

SŁOWA KLUCZE: kraj pochodzenia, młodzi konsumenci, ocena produktu, intencja zakupu

KEY WORDS: country of origin, young consumers, product evaluation, purchase intention

Abstract

IMPORTANCE OF THE COUNTRY-OF-ORIGIN IN EVALUATION OF LOW AND HIGHLY INVOLVING PRODUCTS AMONG YOUNG ADULTS IN POLAND

The objective of this paper is to analyze the impact of the country-of-origin on product evaluation and purchase intention among young adults (students), using an experimental approach.

The study explored the effects of two sub-components of COO with three countries (homeland – Poland; foreign: Italy and Romania), for two products: highly involving (washing machine) and low involving (chocolate).

Findings suggest that the COO (sub-components) is a factor differentiating the respondents' choices and confirm the legitimacy of the study of the impact of COO in the case of the differentiated products.

Wykorzystanie efektu kraju pochodzenia (*country of origin*, COO) w strategii marki pozwala specjalistom ds. marketingu na kształtowanie u konsumentów postaw wobec produktów. Jednak zakres rekomendacji dotyczących implementacji praktycznych dostępnych w literaturze przedmiotu jest zróżnicowany, co wynika w części z niekonsekwencji w sposobie definiowania samego terminu przez badaczy, jak i wykorzystywania technik badawczych opartych głównie na atrybucji.

Artykuł przedstawia wyniki badań dotyczące znaczenia kraju pochodzenia przy ocenie produktów wśród młodych dorosłych (studentów). Jest próbą wskazania moż-

liwości zastosowania podejścia eksperymentalnego do opisu zależności, uwzględniającego wielowymiarowe ujęcie efektu kraju pochodzenia i jego oddziaływanie na ocenę produktów przez ten segment rynku. Uwzględniając złożoność zagadnienia, wykorzystano techniki statystycznego opisu zależności pomiędzy krajem pochodzenia a stosunkiem wobec produktów, oceną ich jakości oraz zamiarem zakupu.

Neograniczony przepływ dóbr i większa dostępność produktów wytworzonych poza granicami kraju macierzystego wymusiły konieczność podejmowania przez przedsiębiorstwa decyzji odnoszących się do wykorzystania efektu kraju pochodzenia (*country of origin*, COO) w strategii marketingowej. Specjaliści ds. marketingu mogą poprzez właściwe jego wykorzystanie kształtować pozytywne nastawienie odbiorców do produktów bądź neutralizować skutki ich negatywnego postrzegania w procesie podejmowania decyzji zakupowych. Jednak nie w każdym przypadku znaczenie efektu kraju pochodzenia jest takie samo. Dla przykładu, wyniki badań wskazują, że konsumenci z mniej rozwiniętych krajów preferują obce marki pochodzące z bardziej rozwiniętych regionów w ich opinii reprezentujących wyższą jakość¹. Wskazuje to na konieczność pomijania kraju pochodzenia w tworzeniu wizerunku marki w przypadku firm lokalnych na rynkach słabo rozwiniętych, natomiast w przypadku marek firm globalnych należy zmniejszać niepewność efektu kraju pochodzenia danego produktu poprzez zwiększanie skojarzeń z krajem, z którego pochodzą².

Niniejsze opracowanie koncentruje się na konsumenckiej ocenie znaczenia kraju pochodzenia. Jego celem jest analiza oddziaływania kraju pochodzenia na ocenę produktów wśród polskich młodych konsumentów w zależności od rodzaju produktu. Uwzględniając złożoność zagadnienia, założono, że kraj pochodzenia może oddziaływać na stosunek do produktów, ocenę jakości produktów oraz zamiar zakupu.

Efekt kraju pochodzenia – sposoby definiowania

W literaturze przedmiotu przytaczanych jest wiele definicji efektu kraju pochodzenia. Akcentują one oddziaływanie informacji dotyczących kraju pochodzenia na stosunek i zachowanie konsumentów wobec produktu czy marki. Wieloznaczność ich związana jest bezpośrednio z operacjonalizacją pojęcia. Kraj pochodzenia może być traktowany jako jeden z wielu atrybutów produktu uwzględnianych przez nabywcę w ramach ewaluacji oferty rynkowej przy nabywaniu dóbr (model sumaryczny) bądź może odnosić się do efektu halo, w ramach którego afekt z kraju przenoszony jest na ocenę jakości produktu³. Występuje tu analogia do oddziaływania stereotypu, który jest uruchamiany szczególnie w przypadku nieposiadania przez konsumentów informacji czy własnych doświadczeń (niewielkiej wiedzy na temat samego produktu).

¹ G. Zhuang, X. Wang, L. Zhou, N. Zhou, *Asymmetric effects of brand origin confusion. Evidence from the emerging market of China*, „International Marketing Review” 2008, vol. 25, nr 4, s. 441–457.

² Tamże.

³ R. Saran, N. Gupta, *Country of Origin Vs. Consumer Perception: A Literature Review*, „Journal of Marketing Management” 2012, vol. 11, nr 4, s. 66–75.

Większość wcześniejszych badań definiowała efekt kraju pochodzenia jednoaspektowo, na podstawie miejsca wytworzenia produktu⁴. Jednak ze względu na zmiany wynikające z globalizacji rynku nie jest obecnie możliwe identyfikowanie kraju pochodzenia dóbr jedynie poprzez tę przesłankę. Alternatywą jest konceptualizacja kraju pochodzenia jako konstruktów wieloaspektowego. Zmiany wynikające z globalizacji rynku nie pozwalają obecnie na identyfikację pochodzenia dóbr jedynie według miejsca finalnego ich wytworzenia. Alternatywą jest uwzględnienie wielowymiarowego modelu. Jednym z prekursorów ujmowania efektu kraju pochodzenia przy uwzględnieniu kilku wymiarów był Paul Chao⁵. Już na początku lat dziewięćdziesiątych zaproponował badanie kraju pochodzenia na podstawie podziału na kraj wytworzenia/montażu produktu i kraj zaprojektowania. Wyniki przeprowadzonych przez niego badań wskazały istotność obu wymiarów przy jednoczesnym braku interakcji pomiędzy nimi⁶. Zapoczątkowało to dyskusję dotyczącą liczby i rodzaju wymiarów, które należy uwzględniać, analizując oddziaływanie efektu kraju pochodzenia. Najczęściej reprezentowane stanowisko precyzuje kraj pochodzenia na podstawie takich wymiarów, jak: wspomniany kraj wytworzenia produktu oraz kraj montażu produktu, kraj zaprojektowania produktu i kraj pochodzenia marki. Gary S. Insch i J. Brad McBride uwzględniają także kraj wytworzenia części⁷. W innych opracowaniach pojawia się kraj lokalizacji zarządu (podejmowania decyzji marketingowych) czy kraj pochodzenia kultury⁸. Z kolei w literaturze polskojęzycznej wymieniane są: kraj pochodzenia właściciela przedsiębiorstwa (własność kapitału), kraj pochodzenia marki, kraj pochodzenia technologii, kraj pochodzenia surowców⁹.

Wielowymiarowe definiowanie efektu kraju pochodzenia wiąże się z koniecznością identyfikacji kraju pochodzenia przez konsumentów na podstawie wiązki wskazówek. Pierwsze opracowania dotyczące efektu kraju pochodzenia opierały się na tradycyjnym podziale według miejsca wytworzenia produktów: na krajowe i zagraniczne. Za wskazówkę służącą do identyfikacji wykorzystywano jedynie informację *made in*. Nieaktualność tradycyjnego podziału sprawia, że u konsumentów pojawia się problem niepewności identyfikacji kraju pochodzenia. Niesie to z sobą konieczność ustalenia rodzaju wskazówek, na podstawie których możliwa jest identyfikacja poszczególnych wymiarów efektu kraju pochodzenia przez nabywców. Konsumentom poza przytoczonymi informacjami o kraju wytworzenia (*made in*) wykorzystują

⁴ A. Josiassen, A. Assaf, *Country-of-origin contingencies: their joint influence on consumer behaviour*, „Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics” 2010, vol. 22, nr 3, s. 294–313.

⁵ P. Chao, *Partitioning country of origin effects: consumer evaluations of a hybrid product*, „Journal of International Business Studies” 1993, vol. 24, nr 2, s. 291–306.

⁶ Tamże.

⁷ G.S Insch, J.B. McBride, *The impact of COO cues on customer perceptions of product quality: a binational test of the decomposed COO construct*, „Journal of Business Research” 2004, vol. 57, nr 3, s. 256–265.

⁸ R. Saran, N. Gupta, *Country of Origin Vs. Consumer Perception: A Literature Review*, „Journal of Marketing Management” 2012, vol. 11, nr 4, s. 66–75.

⁹ J. Śnihur, *Postawy etnocentryczne mieszkańców lubuskiego w świetle badań ankietowych*, Zeszyty Naukowe US, Ekonomiczne Problemy Usług, 2010, nr 54, s. 594.

w tym celu np. kod kreskowy, dane teledadresowe producenta, język opisu produktu czy nazwę produktu (tabela 1).

Tabela 1. Wskazówki pozwalające na identyfikację wybranych subkomponentów efektu kraju pochodzenia produktu

Subkomponenty efektu kraju pochodzenia produktu (COO)	Wskazówki pozwalające na identyfikację kraju pochodzenia	
	Charakter obiektywny	Charakter subiektywny
Kraj pochodzenia/wytworzenia produktu (COM – <i>country of manufacture</i>)	znak <i>made in</i> kod kreskowy	język opisu rozwiązania graficzne podkreślające przynależność do danego kraju (flaga, narodowe atrybuty)
Kraj pochodzenia marki (COB – <i>country of brand</i>)	dane teledadresowe producenta	nazwa produktu (marka) sposób zapisu logotypu rozwiązania graficzne – logotyp slogany reklamowe
Kraj pochodzenia technologii (COD – <i>country of design</i>)	wskazanie kraju, z którego pochodzi licencja	narodowe symbole jakości
Kraj montażu (COA – <i>country of assembly</i>)	wskazanie kraju montażu	–

Źródło: opracowanie własne

Co ważne, konsumenci, identyfikując kraj pochodzenia produktu na podstawie wiązki atrybutów, nie mają pewności ich właściwej interpretacji. Nieumiejętność identyfikacji i odróżnienia produktów/marek krajowych i zagranicznych jest podstawą efektu niepewności kraju pochodzenia marki (*brand origin confusion* – BOC)¹⁰. W przypadku problemów z identyfikacją kraju wytworzenia to wskazówki utożsamiane z pochodzeniem marki mają większe znaczenie przy wyborze konkretnego dobra, szczególnie w krajach rozwijających się. W takiej sytuacji nazwa marki wprost może komunikować kraj pochodzenia (L'oreal Paris – przykład marki zagranicznej, dr Irena Eris – przykład marki krajowej) bądź przez zapis sugerować określony kraj (pisownia zgodna z językiem danego kraju). Ponadto wskazówki dotyczące kraju pochodzenia mogą być zawarte w umieszczonym na produkcie sloganie reklamowym czy w specyficznych rozwiązaniach graficznych (ukazanie charakterystycznego elementu wizualnego dla danego kraju). Należy jednak podkreślić, że wskazówki dotyczące języka opisu produktu mogą być mylące, ponieważ wynikają często z obo-

¹⁰ G. Zhuang, X. Wang, L. Zhou, N. Zhou, *Asymmetric effects of brand origin confusion. Evidence from the emerging market of China*, „International Marketing Review” 2008, vol. 25, nr 4, s. 441–457.

wiązujących przepisów prawa dotyczących dopuszczenia produktów do sprzedaży. Ponadto specjaliści ds. marketingu w niektórych przypadkach celowo wykorzystują efekt niepewności kraju pochodzenia marki (BOC), nazywając czy promując produkty/marki na podstawie konotacji z innym krajem niż macierzysty¹¹.

Oddziaływanie efektu kraju pochodzenia na ocenę produktów w procesie zakupu

Od lat sześćdziesiątych XX wieku znaczenie efektu kraju pochodzenia w procesie nabywania dóbr jest często analizowane przez badaczy¹². Przegląd polskojęzycznej literatury przedmiotu potwierdza złożoność zagadnienia i wielość podejmowanych wątków. Równocześnie, pomimo długiej historii badań, w literaturze przedmiotu można znaleźć szereg sprzecznych wniosków dotyczących zakresu i uwarunkowań oddziaływania kraju pochodzenia na przekonania nabywców i intencję zakupu produktów.

Bhaskaran i Sukumaran podjęli się analizy przyczyn niejasności w tym obszarze¹³. Doszukują się ich przede wszystkim w odmiennych kulturowo kontekstach badań oraz zróżnicowanej metodologii. Autorzy nawiązują do sygnalizowanego wcześniej braku spójności w sposobie definiowania kraju pochodzenia. Zwracają uwagę, że uwzględnianie jednoaspektowej definicji kraju pochodzenia prowadzi do przeceniania oddziaływania zmiennej na intencję zakupu przez respondentów. Poza odmienną conceptualizacją zmiennej w badaniach stosowano także zróżnicowane schematy badawcze, zarówno jakościowe i ilościowe. Pytano o deklaracje konsumentów dotyczące znaczenia kraju pochodzenia jako atrybutu produktu wprost bądź maskując czynnik w ramach rozbudowanej listy innych atrybutów. Zdecydowanie mniejsza część zrealizowanych badań wykorzystywała podejście eksperymentalne, np. bazując na przykładowych formatach reklamowych z wieloma wskazówkami umieszczonymi w przekazie. Przy czym Bhaskaran i Sukumaran podkreślają, że nawet w przypadku różnych schematów eksperymentalnych wyniki nie były jednoznaczne.

Porównywano marki rodzime i zagraniczne, realizując badania w jednym kraju bądź porównawcze. Część z nich koncentrowała się na analizie znaczenia kraju pochodzenia (na jednym konkretnym rynku) w odniesieniu do określonej kategorii produktu, inne dotyczyły stosunku do konkretnych produktów pochodzących z różnych krajów bądź zmierzały do porównywania wizerunków różnych krajów w odniesieniu do różnych kategorii produktowych.

¹¹ Na rynku polskim sytuacja zaistniała w przypadku wielu marek odzieżowych, np. House, Americanos, Wittchen i inne.

¹² A. Josiassen, *Young Australian consumers and the country-of-origin effect: Investigation of the moderating roles of product involvement and perceived product-origin congruency*, „Australasian Marketing Journal” 2010, nr 18, s. 23–27.

¹³ S. Bhaskaran, N. Sukumaran, *Contextual and methodological issues in COO studies*, „Marketing Intelligence & Planning” 2007, s. 66–81.

Wyniki badań potwierdzają, że dla wielu konsumentów efekt kraju pochodzenia jest ważną wskazówką przy ocenie produktów krajowych i zagranicznych¹⁴. Jednak nie wszyscy konsumenci w tym samym zakresie korzystają z efektu kraju pochodzenia, co wskazuje na kontekstowość oddziaływania i możliwość ewoluowania.

Większość prezentowanych wyników potwierdza oddziaływanie kraju pochodzenia przede wszystkim na ocenę jakości produktu, w mniejszym stopniu na stosunek do produktu oraz intencję zakupu¹⁵. Jednak C.Y. Wong, Michael J. Polonsky i Romane Garma wykazali, że nie zawsze występuje taka zależność¹⁶. Badacze, analizując oddziaływanie kraju pochodzenia na wybory młodych konsumentów w Chinach, stwierdzili brak zależności pomiędzy wymiarami kraju pochodzenia (subkomponentami COO) a oceną jakości produktu oraz intencją zakupu. Różnice w uzyskanych wynikach można powiązać z czynnikami kulturowymi i odmiennością gospodarczą Chin, gdzie konsumenci są stawiani w sytuacji dokonywania wyboru wyrobów hybrydowych bądź przeznaczanych na inne rynki, ale w większości wytwarzanych w ich kraju macierzystym. Nie bez znaczenia może być też fakt, że wcześniejsze badania realizowane były głównie w krajach wysoko rozwiniętych o pozytywnym wizerunku (w większości anglojęzycznych), zatem nie wydawała się dyskusyjna pozytywna postawa konsumentów wobec produktów pochodzących z tych krajów. Otrzymany wynik wskazuje na konieczność przeprowadzania badań na zróżnicowanych kulturowo rynkach na podstawie produktów pochodzących z odmiennych krajów. Jest to zgodne z opinią Nicolasa Papadopoulosa i Louise'a Heslopa, którzy podkreślają, że zakres oddziaływania efektu kraju pochodzenia zależy od zróżnicowania krajów, które brane są pod uwagę, oraz od rodzaju produktu¹⁷. Przekonanie to jest tym bardziej trafne, im bardziej analiza metodyki dostępna w literaturze przedmiotu badań wskazuje na wykorzystanie różnych rozwiązań. Część z nich koncentrowała się na analizie znaczenia kraju pochodzenia (na jednym konkretnym rynku) w odniesieniu do określonej kategorii produktu, inne dotyczyły stosunku do konkretnych produktów pochodzących z różnych krajów bądź zmierzały do porównywania wizerunków różnych krajów w odniesieniu do różnych kategorii produktowych.

W tym kontekście jedną z ważniejszych decyzji jest wybór kategorii i typu produktów uwzględnionych w badaniu. Dokonany przegląd badań potwierdza przeprowadzanie ich na podstawie dwóch podstawowych kategoryzacji. Większość badań opiera się na podziale produktów według stopnia zaangażowania w podejmowanie

¹⁴ Z. Ahmed, J. Johnson, L.C. Boon, *Does country of origin matter for low-involvement products?*, „International Marketing Review” 2004, nr 21 (1), s. 102–120.

¹⁵ P.W.J. Verlegh, J.E.M. Steenkamp, *A review and meta-analysis of country-of-origin research*, „Journal of Economic Psychology” 1999, nr 20, s. 521–546; B.A.S. Martin, M.S.W. Lee, C. Lacey, *Countering negative country of origin effects using imagery processing*, „Journal of Consumer Behaviour” 2011, nr 10, s. 80–92.

¹⁶ C.Y. Wong, M.J. Polonsky, R. Garma, *The impact of consumer ethnocentrism and country of origin sub-components for high involvement products on young Chinese consumers' product assessments*, „Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics” 2008, vol. 20, nr 4, s. 455–478.

¹⁷ N. Papadopoulos, L.A. Heslop, *Product-Country Images: Impact and Role in International Marketing*, „International Business Press” 2000; C.Y. Wong, M.J. Polonsky, R. Garma, *The impact...*, s. 455–478.

decyzji nabywczych i na poziomie ceny produktu rozumianym jako wielkość środków finansowych przeznaczanych na zakup, co pozwala na wyodrębnienie produktów mało i wysoko angażujących. W badaniach Handona pojawia się także kategoryzacja ze względu na okoliczności konsumpcji (produkty konsumowane publicznie – prywatnie)¹⁸. Ponadto prowadzenie badań wymaga wskazania konkretnego, przykładowego dobra (bądź dóbr). Trudność w tym przypadku wynika z faktu, że część produktów jest silnie identyfikowana ze względu na kraj pochodzenia (samochody, perfumy, żywność), a w odniesieniu do innych (np. detergenty) skojarzenie nie jest tak silne¹⁹.

Najwięcej badań dotyczących oddziaływania efektu kraju pochodzenia prowadzono na podstawie przykładowych produktów wysoko angażujących, głównie luksusowych. Zdecydowanie mniej z nich miało charakter porównawczy, taktując jako podstawę ocen produkty mało i wysoko angażujące²⁰. Z przeprowadzonych badań wynika, że przy nabywaniu produktów wysoko angażujących (luksusowych) kraj pochodzenia wykorzystywany jest jako wskazówka przy podejmowaniu decyzji o zakupie, co nie oznacza, że w przypadku produktów mało angażujących kraj pochodzenia nie jest istotną przesłanką. Zdaniem Hana, konsumenci także wykazują tendencję do posługiwania się krajem pochodzenia w odniesieniu do produktów mało angażujących oraz mniej znanych. Wiąże się to z faktem, że formułowanie ocen dotyczących atrakcyjności oferty rynkowej w ramach procesu podejmowania decyzji o zakupie wymaga analizowania przez konsumentów zewnętrznych oraz wewnętrznych atrybutów produktu. Wewnętrzne cechy produktu są specyficzne dla konkretnego dobra i nierozdzielnie z nim związane (np. smak). W przypadku zewnętrznych atrybutów, do których zalicza się markę, cenę czy miejsce zakupu, analizuje się wiązkę cech, które pozwalają dookreślić dobro, jednak nie dotyczą jedynie konkretnego typu produktu²¹. Do tej grupy cech należy także kraj pochodzenia, który może być wskazówką dla konsumentów podejmujących decyzje nabywcze (przed zakupem), jak i do formułowania ocen pozakupowych²².

Prowadzone badania w zakresie wykorzystania kraju pochodzenia jako wskazówki przy podejmowaniu decyzji ujawniły pewne zależności. Między innymi w odniesieniu do wiedzy konsumentów na temat produktów oraz dostępności informacji o ofercie rynkowej.

W miarę jak konsumenci zwiększają wiedzę o produkcie (przyzwyczajają się do jego obecności), znaczenie efektu kraju pochodzenia maleje. W przypadku osób ma-

¹⁸ R. Saran, N. Gupta, *Country of Origin...*

¹⁹ T. Tseng, G. Balabanis, *Explaining the product-specificity of country-of-origin effects*, „International Marketing Review” 2011, 28 (6), s. 581–600.

²⁰ A. Josiassen, *Young Australian consumers and the country-of-origin effect: Investigation of the moderating roles of product involvement and perceived product-origin congruency*, „Australasian Marketing Journal” 2010, nr 18, s. 23–27.

²¹ R. Veale, P. Quester, A. Karunaratna, *The role of intrinsic (sensory) cues and the extrinsic cues of country of origin and price on food product evaluation*, 3rd International Wine Business & Marketing Research Conference, Montpellier, 6–7–8 July 2006, <http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2010/05/Veale.rtf.pdf> [odczyt: 15.07.2014].

²² Tamże.

jących ograniczoną wiedzę czy indywidualne doświadczenie z produktami z danego kraju zauważono, że częstsze jest poleganie na efekcie kraju pochodzenia przy formowaniu opinii na temat produktu²³. Ponadto konsumenci angażujący się w poszukiwanie informacji słabiej reagują na efekt kraju pochodzenia. Poza tym większe znaczenie konsumenci przypisują krajowi pochodzenia (oraz innym zewnętrznym atrybutom) w przypadku, gdy jest mało konkretnych i wiarygodnych informacji dostępnych na rynku, gdy konsumenci zaangażowani są w zakup produktów ocenianych przez nich jako ważne/kosztowne oraz gdy wizerunek kraju i kategoria produktu są ściśle powiązane (np. francuskie perfumy).

O ile nie jest kwestionowane oddziaływanie efektu kraju pochodzenia na ocenę produktu, o tyle nie do końca znany jest mechanizm je wyjaśniający. Trudność wyjaśnienia na poziomie kognitywnym wynika ze złożoności efektu kraju pochodzenia.

Oddziaływanie efektu kraju pochodzenia w literaturze przedmiotu opisywane jest za pomocą dwóch ujęć. Pierwsze z nich traktuje kraj pochodzenia jako jeden z wielu atrybutów produktu uwzględnianych przez nabywcę w ramach ewaluacji oferty rynkowej przy nabywaniu dóbr (model sumaryczny). Drugie ujęcie odnosi się do efektu halo, w ramach którego efekt z kraju przenoszony jest na ocenę jakości produktu²⁴. Występuje tu analogia do oddziaływania stereotypu, który jest uruchamiany szczególnie w przypadku nieposiadania przez konsumentów informacji czy własnych doświadczeń (niewielkiej wiedzy na temat samego produktu). Natomiast w przypadku konsumentów o większej wiedzy dotyczącej nabywanej kategorii dóbr uwzględniany jest przez nich kraj pochodzenia jedynie w sytuacji, gdy informacje dotyczące atrybutów produktów są niejednoznaczne. Ponadto wykazano, że konsumenci koncentrują się na kraju pochodzenia produktu wtedy, gdy są słabo zmotywowani (COO jest stereotypem pozwalającym na ocenę produktu)²⁵.

Efekt kraju pochodzenia jest jedną z przesłanek pozwalających na ocenę produktu przez pryzmat wizerunku konkretnego kraju (automatyczne stereotypizowanie). Produkty z krajów o pozytywnym wizerunku są automatycznie wyżej oceniane niż te pochodzące z krajów o negatywnym wizerunku²⁶. Pozytywny wizerunek kraju może być zatem traktowany jako wartość dodana w tworzeniu strategii produktu. Inaczej rzecz się kształtuje w przypadku produktów, które pochodzą z krajów o negatywnym, słabym wizerunku. Jest to istotnie w kontekście badań Bretta Martin, Michaela Lee i Charlotte Lacey, którzy uwzględniając silną zależność pomiędzy negatywnym wizerunkiem kraju a oceną produktu, prowadzili badania dotyczące możliwości osłabiania oddziaływania negatywnego wizerunku kraju pochodzenia²⁷. Wykazali, że możliwe jest osłabienie tego efektu przez kreowanie wyobrażeń.

²³ P. Chao, G. Würher, T. Werani, *Celebrity and foreign brand name as moderators of country-of-origin effects*, „International Journal of Advertising” 2005, nr 24 (2), s. 173–192.

²⁴ R. Saran, N. Gupta, *Country of Origin...*

²⁵ P.W.J. Verlegh, J.E.M. Steenkamp, *A review and meta-analysis...*

²⁶ B.A.S. Martin, M.S.W. Lee, C. Lacey, *Countering negative country of origin effects using imagery processing*, „Journal of Consumer Behaviour” 2011, nr 10, s. 80–92.

²⁷ Tamże.

Założenia i metodyka przeprowadzonych badań

Prezentowane badanie stanowi nawiązanie do badań przeprowadzonych przez Wong, Polonsky i Garma, stąd celowo skupiono się jedynie na segmencie młodych konsumentów. Celem było znalezienie odpowiedzi na pytanie, jak kraj pochodzenia produktu oddziałuje na ocenę tego produktu przez młodych polskich konsumentów w zależności od ich typu.

Uwzględniając wyniki wcześniejszych badań, przyjęto, że kraj pochodzenia może oddziaływać na ocenę produktu rozumianą jako stosunek do produktu, ocena jego jakości oraz intencja zakupu. Założono, że ocena produktu może być zależna od wizerunku kraju, z którego produkt pochodzi, co niosło z sobą konieczność uwzględnienia nie tylko kategoryzacji macierzysty – zagraniczny, ale także doboru krajów przez walidację ich wizerunku wśród konsumentów (pozytywny i negatywny). Na podstawie wyników badań ogólnopolskich dotyczących stosunku Polaków do innych narodów zdecydowano się na wybór dwóch krajów²⁸. Włoch – kraju, który polskim respondentom nasuwa skojarzenia pozytywne w zakresie wytwarzanych dóbr, i Rumunii – kojarzącej się negatywnie. Spodziewano się, że młodzi polscy konsumenci będą wyżej oceniać produkty zagraniczne, które pochodzą z kraju pozytywnie postrzeganego w Polsce, niższych ocen spodziewano się w przypadku kraju o negatywnym wizerunku.

Kluczowe w badaniu było zdefiniowanie kraju pochodzenia produktu. Oparto je na wielowymiarowym modelu efektu kraju pochodzenia, uwzględniając dwa podstawowe wymiary/subkomponenty – kraj wytworzenia produktu (COM) i kraj pochodzenia marki (COB). Nie uwzględniono innych wymiarów ze względu na specyfikę produktów dobranych do badania.

Zdecydowano, że badania będą się opierały na dwóch kategoriach produktów: mało i wysoko angażujących. Dodatkowym kryterium doboru przykładowych typów produktów był fakt występowania na rynku polskim zróżnicowanej oferty ze względu na kraj pochodzenia, w tym dostępność dóbr z Polski. Ponadto założono, że respondenci powinni mieć możliwość nabywania takich produktów. Celowo zdecydowano się na badanie oparte na typie produktu, nie na konkretnych markach dostępnych na rynku polskim, co pozwoliło uniknąć oceniania produktu na podstawie innych atrybutów (przede wszystkim wynikających z doświadczeń z marką). Ostatecznie wybrano czekoladę (przykładowy produkt mało angażujący) oraz pralkę (produkt wysoko angażujący).

Zastosowano quasi-eksperymentalne ujęcie²⁹. Respondenci proszeni byli o ustosunkowanie się do propozycji zakupu dwóch typów produktów (mało wysoko angażujący) pochodzących z trzech celowo wybranych krajów: Polski (kraj macierzysty respondentów) oraz dwóch krajów zagranicznych, w tym jednego o pozytywnym wizerunku wśród Polaków (Włochy), drugiego o negatywnym wizerunku (Rumunia). Respondenci proszeni byli o identyfikację kraju pochodzenia na podstawie każde-

²⁸ *Stosunek Polaków do innych narodów*, CBOS, Warszawa, luty 2013.

²⁹ Przyjęta metodyka badań została zmodyfikowana w stosunku do badań Wong, Polonsky i Garma, między innymi z powodu konieczności uwzględnienia specyfiki polskich konsumentów.

go z dwóch wybranych subkomponentów kraju pochodzenia odrębnie. W rezultacie każdy z respondentów proszony był o ustosunkowanie się do dwunastu różnych sytuacji wyboru produktu. Przygotowane specjalnie w tym celu scenariusze odnosiły się do symulacji wyboru produktu na podstawie dostępnych na etykietach produktu danych. Zawierały one takie same podstawowe informacje o cechach produktu (cena, skład i podstawowe jego parametry) oraz zróżnicowane informacje dotyczące kraju pochodzenia. W przypadku kraju wytworzenia (COM) było to oznaczenie *made in*. Do identyfikacji kraju pochodzenia marki (COB) wykorzystano nazwę produktu (tłumaczenie nazwy *smaczna* w przypadku czekolady oraz *niezawodna* w przypadku pralki) oraz informację o siedzibie producenta (stolice krajów).

W badaniu wykorzystano trzy wymiary dotyczące oceny produktów (stosunek do produktu, ocenę jakości oraz intencję zakupu), w których przypadku respondenci byli proszeni o wyrażanie swoich ocen według siedmiostopniowej skali (1–7, gdzie 1 oznaczało najniższą ocenę). Przy czym w przypadku oceny stosunku do produktu oraz oceny jakości wykorzystano skalę dyferencjału semantycznego, natomiast w odniesieniu do oceny intencji zakupu – skalę pojedynczą.

Testowanie zależności wymagało posłużenia się analizą wariancji ANOVA/MANOVA jednoczynnikową i dla układów czynnikowych.

W badaniach wzięli udział młodzi konsumenci powyżej 19. roku życia ze względu na fakt, że badanie oddziaływania kraju pochodzenia wymaga osiągnięcia określonego poziomu wiedzy społeczno-ekonomicznej. Ponadto za takim wyborem przemawia fakt, iż są oni segmentem rynku mającym możliwość kupowania produktów z różnych krajów (co wynika z ich mobilności, częstości użytkowania Internetu), a co się z tym wiąże – COO może być elementem oddziałującym na ich postrzeganie/ocenę produktu.

Dane zebrane zostały na podstawie ankiety audytoryjnej, co pozwoliło na uzyskanie wysokiego odetka zwrotów. Technika taka była wykorzystywana w przypadku badań nad oddziaływaniem efektu kraju pochodzenia przez Wong z zespołem.

Ostatecznie ze 164 kwestionariuszy rozdystrybuowanych wśród studentów 136 wykorzystano w analizie wyników. Wszyscy badani byli studentami Uniwersytetu Jagiellońskiego różnych specjalności na kierunku zarządzanie. Dobór takiej jednostki badania wynikał z wykorzystania próby o podobnej charakterystyce w przypadku badań z zakresu efektu kraju pochodzenia realizowanych wcześniej oraz z przekonania, że stanowią oni w miarę homogeniczną grupę konsumentów (jeśli się uwzględni zainteresowania, aspiracje).

Ze względu na brak ograniczeń wiekowych wśród studentów w Polsce odrzucono wszystkie kwestionariusze wypełnione przez osoby powyżej 30. roku życia, zawiązując tym samym zróżnicowanie wiekowe do przedziału 20–30 lat. Średnia wieku respondentów wynosiła 24 lata. 34% z nich miało 23 lata (modalna). Większość badanych stanowiły kobiety (71%). Wśród respondentów przeważały osoby mieszkające w dużych miastach (prawie 57%), będące w stałych związkach (tabela 2).

Większość respondentów (prawie 85%) to osoby pracujące. W subiektywnej ocenie respondentów byli oni średnio zadowoleni z osiąganego dochodu (średnia 4.97, modalna 4.0, min. 1, max 7). Jedynie 5 respondentów było rodzicami.

Tabela 2. Charakterystyka próby badawczej

Charakterystyka respondentów		Liczba odpowiedzi (n = 136)	Procent (%)
Płeć	kobieta	96	71
	mężczyzna	40	29
Miejsce zamieszkania	wieś	24	17.647
	miasto poniżej 30 tys. mieszkańców	17	12.5
	miasto 30–100 tys. mieszkańców	17	12.5
	miasto powyżej 100 tys. mieszkańców	77	56.618
	brak danych	1	0.735
Status zawodowy	pracujący	115	84.56
	niepracujący	21	15.44
Stan cywilny	w związku	81	60
	singiel	55	40

Źródło: opracowanie własne

Oddziaływanie kraju pochodzenia produktu przy ocenie produktu przez młodych konsumentów

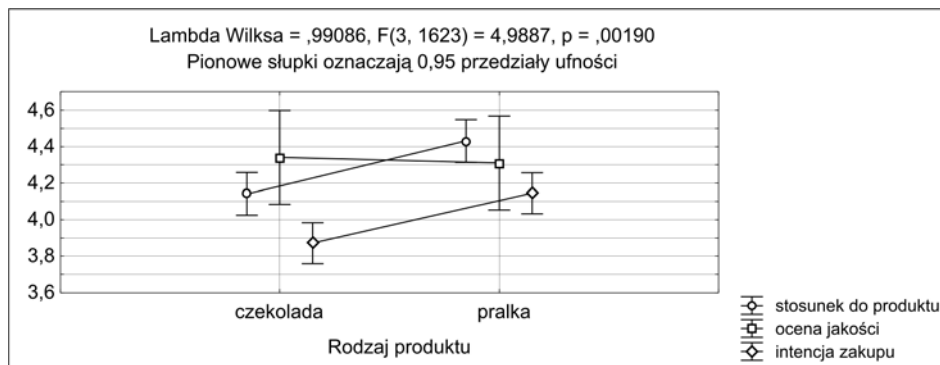
Przeanalizowano relacje dotyczące oceny produktu zarówno na podstawie ANOVA jednoczynnikowej oraz dla układów czynnikowych. Ponadto, szukając szczegółowych zależności, analizy powtarzano dla każdego z wymiarów oceny produktu oddzielnie.

Analiza wyników uwzględniająca relację pomiędzy oceną produktu (stosunek do produktu, ocena jakości produktu i intencja zakupu) a zmiennymi niezależnymi (rodzaj kraju, znaczenie kraju pochodzenia oraz rodzaj produktu) ujawniła istotną statystycznie zależność pomiędzy oceną produktu przez młodych konsumentów a rodzajem produktu oraz krajem.

Wyniki badań wskazują, że ocena produktów w ramach trzech analizowanych wymiarów jest różna. Najbardziej pozytywnie respondenci określili swój stosunek do produktów ($m = 4,25$), najniższą intencją zakupu towarów ($m = 4,01$).

Jak zaznaczono, wystąpiło istotnie statystycznie zróżnicowanie w ocenach produktu w zależności od jego rodzaju (wykres 1).

Wyższa ocena przypisana została pralce (produkt wysoko angażujący). Zależność dotyczy dwóch wymiarów stosunku do produktu ($p = 0,00064$) oraz oceny intencji zakupu ($p = 0,0007$). Pojawiła się tendencja wskazująca na deklarowanie pozytywnego stosunku do produktu oraz chęci zakupu w przypadku pralki na wyższym poziomie niż czekolady. Wyniki takie mogą świadczyć o tym, że dostarczone infor-



Wykres 1. Ocena produktów mało i wysoko angażujących wśród badanych respondentów

Źródło: opracowanie własne

macje (opisy koncentrujące się na walorach produktu w połączeniu z identyfikatorami kraju pochodzenia) nie są wystarczająco zachęcające w przypadku nabywania produktów mało angażujących (czekolada). Można to wytłumaczyć, odnosząc się do sposobu podejmowania decyzji o zakupie, ponieważ w przypadku czekolady decyzja ma często charakter rutynowy lub następuje pod wpływem impulsu (czyli czynników nieuwzględnionych w modelu eksperymentalnym).

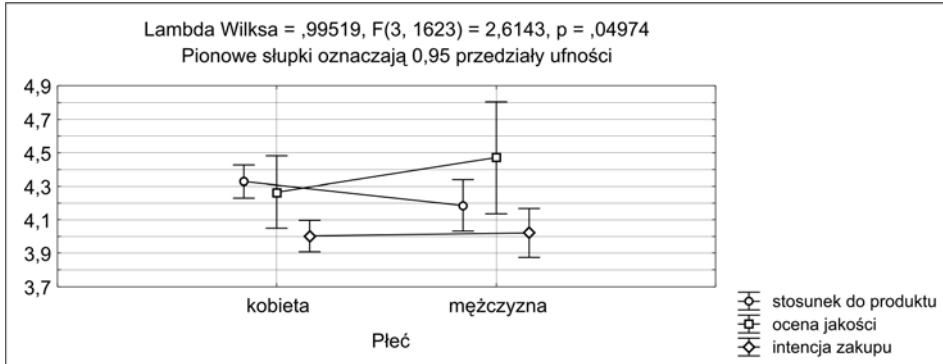
Inaczej rzecz się kształtuje w przypadku oceny jakości produktu. Tu zależność nie występuje.

Przeanalizowano także relację w analogicznych układach, uwzględniając płeć respondentów (wykres 2). Zarysowała się tendencja do różnicowania oceny produktów w zależności od płci, przy czym nie jest ona istotna statystycznie. Mężczyźni nieznacznie wyżej oceniali jakość produktów, przy jednoczesnym krytycznym stosunku do samego produktu. Jednak analiza każdego z wymiarów oceny produktu w zależności od płci wskazywała na brak istotności statystycznej, zatem otrzymane wyniki nie potwierdzają, aby kobiety i mężczyźni inaczej oceniali produkty na podstawie dostarczonych informacji.

Druga ujawniona zależność dotyczyła zróżnicowania oceny produktu w zależności od kraju pochodzenia ($p = 0,0000$) – wykres 3. We wszystkich analizowanych wymiarach oceny produktu zdecydowanie najniżej oceniane były produkty pochodzące z Rumunii, kraju o negatywnym wizerunku w Polsce. Ponadto poza przypadkiem oceny jakości produktu niżej oceniono produkty zagraniczne (jakość produktów włoskich oceniono na podobnym poziomie jak polskich).

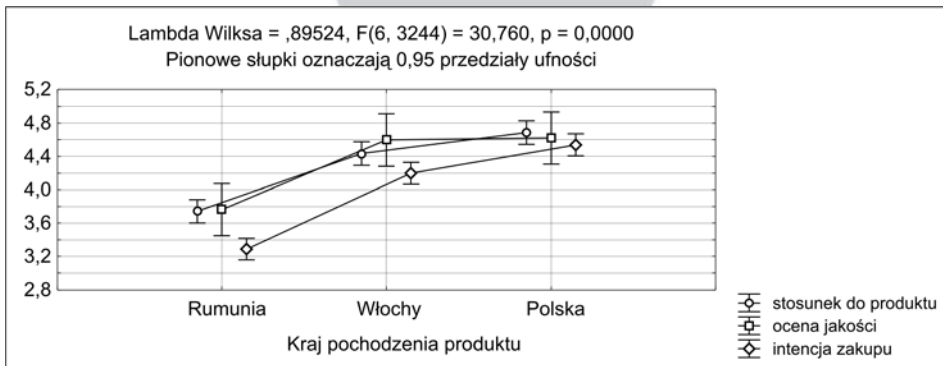
Interpretacja zależności wymagała ustalenia wizerunku trzech badanych krajów. Respondenci zapytani wprost o ocenę wizerunku krajów pozytywnie ocenili Polskę ($m = 5,3455$) oraz Włochy ($m = 4,7573$), natomiast negatywny wizerunek respondenci przypisali Rumunii ($m = 3,1470$).

Otrzymane wyniki potwierdzają założenie stereotypizowania produktów na podstawie wizerunku kraju (wykres 4). Niższe oceny otrzymywały produkty z kraju o ne-



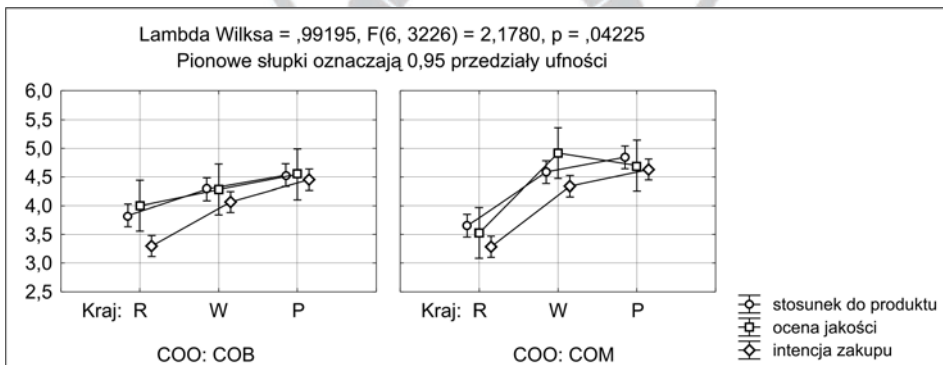
Wykres 2. Ocena produktów w zależności od płci respondenta

Źródło: opracowanie własne



Wykres 3. Ocena produktów w zależności od kraju pochodzenia

Źródło: opracowanie własne



Wykres 4. Zróżnicowanie oceny produktu w zależności od kraju ich pochodzenia i sposobu jego identyfikacji

Źródło: opracowanie własne

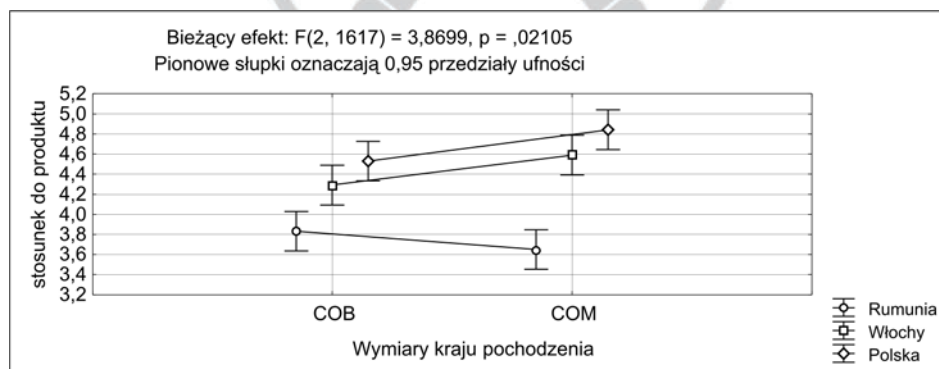
gatywnym wizerunku i odwrotnie. Zastanawiająca jest jednak wysoka ocena wizerunku Polski, jak i produktów z Polski. Wynik można interpretować, odnosząc się do etnocentryzmu konsumenckiego, co nie było uwzględnione w badaniu. Przy czym, co ciekawe, w przypadku oceny jakości produktu nie pojawiła się różnica w ocenie produktów polskich i włoskich, co może wskazywać na konieczność uwzględnienia nie tylko ogólnej oceny wizerunku, ale także konkretnych jego składowych, które mogą być trafnie bądź nie dopasowane do produktu.

Wyniki badań nie dały natomiast podstaw do stwierdzenia, że istnieje zależność pomiędzy stosunkiem do produktu, oceną jego jakości i intencją zakupu a sposobem identyfikacji kraju pochodzenia (konkretnym subkomponentem kraju pochodzenia).

Uwzględnione dwa wymiary – kraj wytworzenia produktu (COM) oraz kraj pochodzenia marki (COB) nie różnicowały ocen. Wynik świadczy o tym, że respondenci identyfikowali produkty niezależnie od wskazówek im dostarczonych w podobny sposób. Jednak pojawiła się tendencja wskazująca na niższe ocenianie produktu (we wszystkich wymiarach) w przypadku kraju pochodzenia marki (COB). Ujawniona tendencja jest o tyle interesująca, że może wskazywać, iż informacja o kraju wytworzenia (*made in*) jest bardziej konkretną wskazówką, pozwalającą na trafną identyfikację kraju, stąd efekt oddziaływania kraju pochodzenia był silniejszy przy określaniu walorów produktu.

Analiza ANOVA dla układów czynnikowych uwzględniająca relację pomiędzy oceną produktu (stosunek do produktu, ocena jakości produktu i intencja zakupu) a zmiennymi niezależnymi (rodzaj kraju, wymiar COO oraz rodzaj produktu) wskazała na relację pomiędzy oceną produktu a rodzajem kraju i wymiarem COO ($p = 0,04225$).

Wynika z tego, że odmiennie oceniane są produkty pochodzące z różnych krajów w przypadku, gdy są identyfikowane na podstawie kraju wytworzenia (COM) bądź kraju marki (COB) – wykres 5. W przypadku identyfikacji kraju pochodzenia



Wykres 5. Zróznicowanie stosunku do produktu w zależności od kraju ich pochodzenia i sposobu identyfikacji (subkomponentu COO)

Źródło: opracowanie własne

marki oceny były do siebie bardziej zbliżone (mniejsze odchylenie średnich ocen) niż w przypadku identyfikacji przez *made in*. Warto odnotować, że w przypadku identyfikacji kraju pochodzenia na podstawie wskazania miejsca wytworzenia (co zmniejsza niepewność pochodzenia produktu) najwyżej oceniana była jakość produktów pochodzących z Włoch. Stanowi to potwierdzenie wcześniejszej obserwacji, że pomimo pozytywnego wizerunku Polski w opinii respondentów, brakować mogło dopasowania wizerunku kraju do tego atrybutu produktu. Potwierdza się zatem założenie, że sam pozytywny wizerunek kraju nie jest wystarczającą przesłanką pozwalającą na efektywne wykorzystanie kraju pochodzenia w strategii produktu.

Przeprowadzono także analizy w układach dla poszczególnych wymiarów oceny produktu. ANOVA dla układów czynnikowych uwzględniająca relację pomiędzy intencją zakupu produktu a zmiennymi niezależnymi (rodzaj kraju, wymiar COO oraz rodzaj produktu) nie wykazała istotnej statystycznie relacji. Jedynie w przypadku relacji pomiędzy stosunkiem do produktu a krajem i wymiarem COO ($p = 0,02105$) relacja była istotna statystycznie.

W przypadku Polski oraz Włoch stosunek do produktu jest pozytywny, szczególnie gdy kraj identyfikowany jest przez wskazania dotyczące kraju wytworzenia. Natomiast w przypadku Rumunii oceny wykazują odwrotną tendencję. Nie tylko stosunek do produktów jest negatywny, ale też i identyfikacja przez kraj wytworzenia zwiększała krytycyzm oceny.

Otrzymany wynik wskazuje, że informacje o kraju pochodzenia marki (COB) nie są w takim stopniu wystarczające dla respondentów, aby trafnie zidentyfikować kraj. Posłużenie się samą nazwą w przypadku produktu z Rumunii spowodowało, że respondenci wyżej oceniali produkt w porównaniu z produktami oznaczonymi informacją *made in*.

Wnioski i ograniczenia przeprowadzonych badań

Wyniki badań wskazują, że kraj pochodzenia produktu jest czynnikiem różnicującym oceny polskich młodych konsumentów, ale w ograniczonym zakresie. Zdecydowana różnica dotyczy oddziaływania pozytywnego/negatywnego wizerunku kraju. Przyjęte subkomponenty kraju pochodzenia nie różnicują natomiast istotnie statystycznie ocen respondentów, co świadczy o tym, że respondenci identyfikują podobnie kraj pochodzenia produktu zarówno na podstawie informacji dotyczących kraju wytworzenia, jak i kraju pochodzenia marki. Co istotne, pojawiły się pewne różnice w ocenie jakości produktu oraz stosunku do produktu w przypadku produktów z poszczególnych krajów w zależności od tego, czy były identyfikowane przez pryzmat *made in* czy kraju pochodzenia marki. Wyniki wskazują zatem na istotne znaczenie samego wizerunku kraju, który odgrywa symboliczną rolę. Ponadto podkreślają konieczność refleksji nad możliwością poprawnej identyfikacji kraju pochodzenia jedynie na podstawie informacji dotyczących nazwy marki.

Wyniki potwierdzają zasadność prowadzenia badań dotyczących oddziaływania kraju pochodzenia w powiązaniu z rodzajem produktu. Respondenci różnicowali

swoje oceny w zależności od tego, czy oceniali produkt nisko czy wysoko angażujący. Otrzymane wyższe oceny pralki mogą wskazywać na istotniejsze znaczenie kraju pochodzenia w przypadku tej kategorii produktów. Taka interpretacja jest zgodna z wynikami wcześniejszych badań wskazujących, że efekt oddziaływania kraju pochodzenia jest bardziej zauważalny w przypadku produktów wysoko angażujących.

Do otrzymanych wyników należy podchodzić jednak z pewną ostrożnością. Ograniczenia mogą wynikać z doboru produktów. Prowadzenie badań wymaga na poziomie operacjonalizacji konkretyzacji przynajmniej ich kategorii, jednak dyskusyjne może być zainteresowanie badanych osób zakupem czekolady czy pralki, co może stanowić podstawę do wyjaśnienia niskiej intencji zakupu. Warto byłoby zatem rozszerzyć zakres dobranych do badań produktów. Ponadto problematyczny może się też okazać dobór krajów. Potwierdziło się przekonanie, że walidacja wizerunku jest istotną przesłanką oddziałującą na ocenę produktu. Jednak w badaniu nie został uwzględniony aspekt właściwego dopasowania wizerunku kraju do kategorii produktu, co nie pozwala na określenie, czy fakt niedopasowania wizerunku kraju do kategorii produktu może być podstawą do zróżnicowania oddziaływania efektu kraju pochodzenia w przypadku produktów pochodzących z krajów pozytywnie ocenianych.

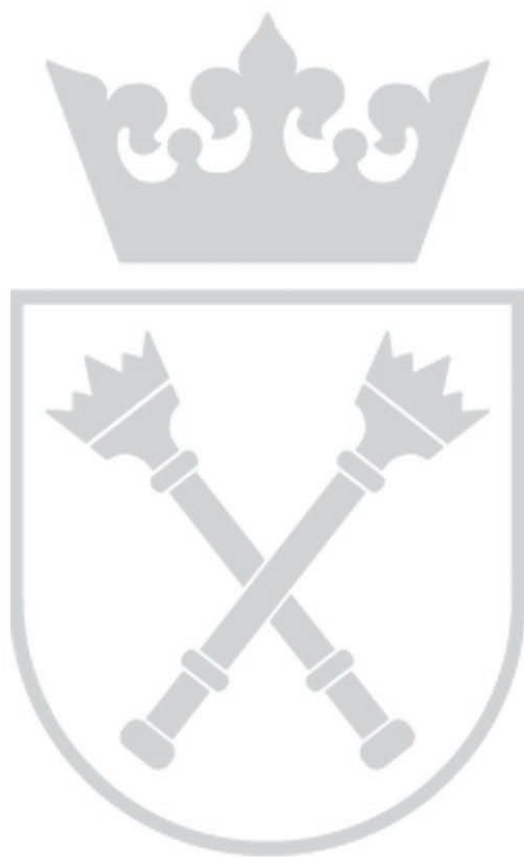
Należy także wspomnieć o tym, że wyniki odnoszą się do młodych konsumentów posiadających wyższe wykształcenie. Stanowią oni specyficzny rodzaj nabywców mających wiedzę na temat procesów globalizacyjnych (studenci kierunku zarządzanie). Ponadto specyfika młodych konsumentów łączy się z faktem, że ich normy kulturowe nie są jeszcze w pełni zakorzenione. Często podróżują, spotykają się z przedstawicielami innych krajów, ponadto często są krytyczni wobec stereotypów dotyczących krajów.

Bibliografia

- Chao P., Wührer G., Werani T., *Celebrity and foreign brand name as moderators of country-of-origin effects*, „International Journal of Advertising” 2005, nr 24 (2), s. 173–192.
- Chao P., *Partitioning country of origin effects: consumer evaluations of a hybrid product*, „Journal of International Business Studies” 1993, vol. 24, nr 2, s. 291–306.
- Han C.M., *Country image: Halo or summary construct?*, „Journal of Marketing Research” 1989, vol. 26, nr 2, s. 222–229.
- Insch G.S., McBride J.B., *The impact of COO cues on customer perceptions of product quality: a binational test of the decomposed COO construct*, „Journal of Business Research” 2004, vol. 57, nr 3, s. 256–265.
- Josiassen A., Assaf A., *Country-of-origin contingencies: their joint influence on consumer behaviour*, „Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics” 2010, vol. 22, nr 3, s. 294–313.
- Josiassen A., *Young Australian consumers and the country-of-origin effect: Investigation of the moderating roles of product involvement and perceived product-origin congruency*, „Australasian Marketing Journal” 2010, nr 18, s. 23–27.
- Koubaa Y., *Country of origin, brand image perception, and brand image structure*, „Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics” 2008, vol. 20, nr 2, s. 139–155.
- Martin B.A.S., Lee M.S.W., Lacey C., *Countering negative country of origin effects using imagery processing*, „Journal of Consumer Behaviour” 2011, nr 10, s. 80–92.

- Saran R., Gupta N., *Country of Origin Vs. Consumer Perception: A Literature Review*, „Journal of Marketing Management” 2012, vol. 11, nr 4, s. 66–75.
- Šnihur J., *Postawy etnocentryczne mieszkańców lubuskiego w świetle badań ankietowych*, Zeszyty Naukowe US, Ekonomiczne Problemy Usług, 2010, nr 54, s. 594.
- Stosunek Polaków do innych narodów*, CBOS, Warszawa, luty 2013.
- Tseng T., Balabanis G., *Explaining the product-specificity of country-of-origin effects*, „International Marketing Review” 2011, 28 (6), s. 581–600.
- Veale R., Quester P., Karunaratna A., *The role of intrinsic (sensory) cues and the extrinsic cues of country of origin and price on food product evaluation*, 3rd International Wine Business & Marketing Research Conference, Montpellier, 6–8 July 2006, <http://academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2010/05/Veale.rtf.pdf> [odczyt: 15.07.2014].
- Wong C.Y., Polonsky M.J., Garma R., *The impact of consumer ethnocentrism and country of origin sub-components for high involvement products on young Chinese consumers' product assessments*, „Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics” 2008, vol. 20, nr 4, s. 455–478.
- Zhuang G., Wang X., Zhou L., Zhou N., *Asymmetric effects of brand origin confusion. Evidence from the emerging market of China*, „International Marketing Review” 2008, vol. 25, nr 4, s. 441–457.





Piotr Marecki

STRATEGIES FOR COPING WITH EMPTINESS THE YOUNGEST GENERATION IN THE LITERARY FIELD IN POLAND¹

KEY WORDS: Sociology of Literature, Post-1989 Polish Literature, Pierre Bourdieu, literary generations

SŁOWA KLUCZE: socjologia literatury, literatura polska po 1989 roku, Pierre Bourdieu, literackie pokolenia

Abstract

The author describes the dynamics of change and rules of innovation in the Polish post-1989 literary field, applying tools from Pierre Bourdieu's sociology of art. The starting point is the work of the first generation of Polish writers born after 1989, raised as European citizens with no memory of communism (e.g. Dominika Ożarowska, Dominika Dymińska, Daniel Kot). Their projects are shown as innovative and distinct from the previous literary movements, established and consecrated in the 1990s and early 2000s.

The Lukewarm Generation

I would like to talk about the re-birth of the Polish literary field after the fall of communism and the political transformation. I shall begin with the work of the youngest Polish authors, those born after the year 1989, who are currently in their twenties. In order to sketch the relations, tensions and confrontations in this field, I shall use the terminology devised by a sociologist of art, Pierre Bourdieu. In Bourdieu's theory, a field is a place where the avant-garde fights against what is consecrated, and by avant-garde (which in Bourdieu's theory does not have historical connotations) we mean that which introduces something new, which is on the side of cultural production, and is charac-

¹ Financed by the National Science Center as a part of research grant „**Post-1989 Polish Literature in the light of Pierre Bourdieu's Theory**”, number 2011/01/D/HS2/05129.

terized by a high risk level, as opposed to what is consecrated, meaning already accepted and established. Bourdieu's terminology and his thoughts on the birth of the field in 19th-century France (as explained in his book *The Rules of Art*²) are ideal for explaining the situation in Poland after 1989 (before 1989 literary production was steered centrally and subject to various forms of control and censorship). So what formations are confronted in the contemporary field of Polish literature?

I believe that it is appropriate to underline the uniqueness of literature created by the very youngest authors, since they are the first generation to be born and to write in independent Poland. It is thus not surprising that in 2010 the publication of a novel by the 19-year-old Dominika Ożarowska, *Nie uderzy żaden piorun* [No Lightning Will Strike]³, the first novel by a representative of this generation and about it, resulted in a heated discussion – not only literary, but also sociological. Two years later Dominika Dymińska, a student of linguistics from Warsaw, made her literary debut with the book *Mięso* [Meat]⁴, which won awards and praise from critics. On the website of the Ha!art publishing house, for a few months now, yet another young author has been publishing his prose, a serial novel titled *Kierunkowy 0-22* [Area code 0-22]⁵. I'm speaking of Daniel Kot, the head editor of the e-zine *Kofeina*, which was the first to publish literature written by teenagers, his peers. Do these three debuts form a consistent generational narrative? Undoubtedly, if we consider the presented attitudes and subject matter. Is this what this formation will look like as a certain historical literary or sociological entity?

What do the works of the “children of the Third Republic of Poland” have in common? What is communicated by the formation and generation that has neither any memory of communism and the martial state of the 1980s, nor of the critical enthusiasm of the *Solidarność* (Solidarity) movement? What characterizes the writing of authors raised on the media and a free market, who were teenagers when Poland became part of the European Union?

Ożarowska's book has been very often dubbed a generational narrative, a mirror for the “post-” generation. One literary critic, when discussing the words most frequently appearing in Ożarowska's book, singles out “Nothing, boredom, nihilism, nullity, mockingness...”⁶, while another reviewer seconds her with “unidimensionality, passivity, boredom”⁷. All who have commented on the book unanimously repeat

² P. Bourdieu, *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*, transl. A. Zawadzki, Kraków 2001.

³ D. Ożarowska, *Nie uderzy żaden piorun*, Kraków 2010.

⁴ D. Dymińska, *Mięso*, Warszawa 2012.

⁵ D. Kot, *Kierunkowy 0-22*, <http://www.ha.art.pl/prezentacje/29-projekty/2408-daniel-kot-ludwik-lis-kierunkowy-0-22.html> [Accessed: April 29, 2013].

⁶ M. Nawisielska, *Na pohybel krytykom, czyli jak nie „czytać” książki Dominiki Ożarowskiej „Nie uderzy żaden piorun”*, <http://www.ha.art.pl/komentarze/866-magdalena-nawisielska-na-pohybel-krytykom-czyli-jak-nie-czytac-ksiazki-dominiki-ozarowskiej-nie-uderzy-zaden-piorun.html> [Accessed: April 29, 2013].

⁷ M. Wilk, *Czekając na piorun*, „Dekada Literacka” 2010, nr 4–5, <http://www.dekadaliteracka.pl/?id=4852> [Accessed: April 29, 2013].

that it is built around the fact that nothing happens, and the basis for the plot is a total lack of events. Ożarowska's characters are seventeen, come from good homes, and attend a good high school. Their most serious problems are that they already have everything and that probably nothing will happen (the lightning bolt mentioned in the title will not strike).

One critic, Jaś Kapela, wrote about Ożarowska's book: "Ożarowska describes a reality where nothing more can happen, where waiting for a miracle is unbreakably linked with the status quo. Her characters ostentatiously drink tea, as if it were a credo. And even when there's vodka, it changes nothing. Because it can't change anything. No change is possible. Towards a world conceptualized this way one can feel only disgust. But even this disgust does not turn into hatred, it remains a lukewarm feeling, a shrug of the shoulders"⁸. To prove that not only older critics and sociologists lament over the young generation, it is worth examining the way the children of the Third Republic of Poland describe themselves.

A Mirror for the "Post-" Generation

in a scene depicting the aftermath of a party, Dominika Ożarowska describes her characters in the following way:

Kasia [with an] indulgent expression, which, it seems, has become customary for her face. [...] Wanda [...] an embodiment of diligence, sensibility, camaraderie – fifty kilograms of common sense, strangely lifeless. Next to her slept Janka. Further Tomcio – he's not worthy of words, and next to him Badył – a fucking minion, a conformist without personality. Next to Badył, Kalka, the same, but even worse. Next Bela, an anonymous being, afraid to say anything, boring, blank and useless, a waste of space begging for attention. Who's next? Cyryl who can't decide whom to like, so he likes everyone equally – and Kornel, who got high no one knows when and grinned at everyone and everything, fucking junkie. Only the wind howls in his brain full of holes. Oh, and Magda, an absolute zero, lack of initiative, easy resignation, a carcass of average ambitions. They sat there, a chorus of stupid gobs open wide with laughter⁹.

Kamila H. Kurzeja, her main protagonist, declares in turn: "I represent mockingness. I profess nullity. I waive the banner of emptiness. Mockingness, nullity and emptiness the ideological set dearest to the collective heart of the masses"¹⁰.

A similar feeling of emptiness is present in the work of Dymińska, who, however, contrary to Ożarowska, does not portray a community, but only one heroine, whom she describes from her youngest years. When the character is about to begin university, she writes:

⁸ J. Kapela, *Biblia pokolenia JP II*, <http://www.krytykapolityczna.pl/Jas-Kapela/Biblia-pokolenia-JP-II/menu-id-244.html> [Accessed: April 29, 2013].

⁹ D. Ożarowska, *Nie uderzy...*, p. 100–101.

¹⁰ D. Ożarowska, *Nie uderzy...*, p. 83.

I do not cry the entire week. My studies begin, I meet a lot of new people, who do not interest me one bit. All the students look alike. They are colorless. They are constantly babbling, even though they have nothing to say, all the time there is someone replying to somebody, even though nothing is of interest to anyone. The life of a student consists of creating context for smiling at each other¹¹.

The final note is delivered by a character from Daniel Kot's prose who wanders the streets of the capital with his friends, having conversations that sound like: "Yeah, maybe, dunno, fuck, clear rules, I need clear rules, fucking rhythmic, there are no limits, the only regularity in my life is day and night, and even this – not always. Get it?"¹² or "Emptiness occurs in two states – self-aware and unaware. Emptiness fills us to the brim, but we either call it emptiness or just a strangely crappy feeling"¹³.

The Nuisance of Everyday Life

It is interesting that in all of the above-mentioned works we witness a deep persuasion that there is no future. Ożarowska's dreadfully conscious character, Kuka, says she "will try everything early on, and will get bored with it quickly". She knows that she will have to choose her studies prudently, take out a loan, buy an apartment just like the one where she lived with her parents, from which she will have a view "dreamed of by real estate investors"¹⁴. In phrases like these, the young author from Kraków seems to take on an accusative tone against the Polish unconditional acceptance of capitalism and neoliberal ideology. In the sociological discussions that started after the book's publication, it was often underlined that the claims present in the description of Kuka's friends were very accurate. The following observations were made: the youth do not want to become involved, they do not want to build social capital, they have stopped being citizens and think in categories of individualism and egoism (this is a mighty blow for the architects of Polish democracy, which was founded on the involvement of millions of Poles in the Solidarity social movement). This status is best exemplified by the author herself: "It [the generation] doesn't have such a thing as common ideals, a generally imposed enemy against whom it could unite, as, for example, the generations twenty or thirty years older, who had their communism. And we? We've already got free Poland, a free hand, we have facilities, we have parents who can support us, etc. And there seems to be little of something like romantic rebellion, and you grow cynical early..."¹⁵.

It is difficult to say that the literature of the youngest generation is critical, because it is lukewarm. However, if there is someone singled out, it is the parents, who

¹¹ D. Dymińska, *Mięso*, p. 158.

¹² D. Kot, *Kierunkowy...*

¹³ D. Kot, *Kierunkowy...*

¹⁴ D. Ożarowska, *Nie uderzy...*, p. 83.

¹⁵ *Niedorelacja ze spotkania z Dominiką Ożarowską w Kombinatorze*, <http://niedoczytania.pl/niedorelacja-ze-spotkania-z-dominika-ozarowska-w-kombinatorze/> [Accessed: April 29, 2013].

both in Ożarowska's and Dymińska's novels appear to lack contact with their children. These novels speak about a generation of parents who have lost, who are not considered role models by their children. "Parents [...] have compromised themselves as role models, as rebels, as hippies, and now, after the transformation, they have established their own businesses, their ambitions are satisfied by the purchase of a plasma TV. And confronted with this we do not even feel like fighting, because we know that exactly the same will happen to us"¹⁶.

The characters' expectations have rather simple limits: "And on the weekend, an important thing – you can meet with friends, be bored together, talk about nothing". Ożarowska's characters do not talk much with each other while they hang around at parties, malls, and houses, because they know almost everything about each other from Facebook – where they were, what they feel. They exchange small-talk about the weather or about abortion, and all the important social issues are simplified by them to the lowest level of a simple conversation about the weather. Naturally, Ożarowska does not spare us these conversations about nothing, empty dialogues stretching through endless pages without any conclusion. Dymińska's heroine has even fewer conversations – she communicates with the world and successive partners through the Internet. Daniel Kot's character presents us with a similar sensation of boredom: "Successive days blurred in time, like ripples on the surface of a lake, slowly beginning to resemble each other, dissolving chronological frames. In order to remember what I did two days ago, I have to look through the photos on my phone, and if this doesn't help, realize where I woke up"¹⁷. It is worth mentioning that the first suggested version of the title was *Uporczywa codzienność* [The Nuisance of Everyday Life]. It is also worth mentioning that boredom and tepidity in Kot's universe generate the most pleasure for his skater characters, and hedonism reveals itself as a strategy for coping with emptiness.

In comparison to Ożarowska's work, the novel by Dymińska published two years later constitutes a step further. Unlike Ożarowska's and Kot's characters, Dymińska tries to fill in the emotional void of her heroine through sex, which for her is everything but sex. The self-conscious character, lacking contact with her divorced parents, creates an identity for herself on the Internet, the way she wants to be. She starts to flirt, photographs her breasts and edits them in Photoshop, and begins to have sex with random men. She is not searching for a real person – she takes away her virginity with a cucumber smeared with oil, makes contact with someone through the Internet, and only later meets the man for a while, for an act of unsatisfactory sex (the man turns out to be a pedophile). Later, there are more men and other forms of killing emptiness such as alcohol and drugs, intertwined with the death of her grandma and a relationship with a young writer. While in Ożarowska's book we see characters paradoxically formed and grown up (although they are seventeen, they are deeply persuaded they won't change), Dymińska's book is about a process of individuation,

¹⁶ *Niedorelacja ze spotkania z Dominiką Ożarowską...*

¹⁷ D. Kot, *Kierunkowy...*

building an identity, which will turn out to be a fiasco and will only lead to emptiness; sexual adventures turn out to be a prologue to a mock life. Such scarce events constitute the plot of the book, written in a style that is – in the words of a reviewer – “dry, crippled, emotionless”¹⁸. In one of her interviews, the author herself, in turn, described the form of her prose as follows: “I created something like Polaroids, short scenes or only descriptions. Later, I built a plot around it. In fact, I did it for the publishing house. Because I would rather have left it the way it was”¹⁹.

All of these books are about nothing, about the lack of phenomena such as rebellion, activity, community, involvement, enthusiasm. They depict a deficit. The characters from the pages of these works blend into one whole, a mass, an amorphous organism, they are all alike. One of the characters kills her boredom by drinking coke and eating cookies, others hang around shopping malls. In Daniel Kot’s work of prose titled *Nic się nie dzieje* [Nothing Happens] the characters speak the following words:

- Another day lost?
- From a life out of control – he replies unmistakably with a quote²⁰ and we grin at each other.
- Perfect air for a good binge, the wind worries me a little, so what options have we got? Because rather not outside, unless there’s some flat for afterwards?²¹

Resigning from Creating Institutions and Communities

If we assume that literature tells us a great deal about society and we are able to read society through it, the novels by Ożarowska, Kot and Dymińska are something very new in the Polish public sphere. It is significant that after the premiere of Ożarowska’s book, the first ones to comment on it were sociologists, who were only later joined by literary critics. The sociologist Jan Sowa wrote: “All the imaginings about growing up as a period of rebellion, storm and stress, all the stereotypes portraying youth as a time when one longs to change the world, all the beliefs about the excessive idealism and enthusiasm of teenagers are confronted with an utter and absolute lack of ideals, lack of activity and lack of interest”²². As Sowa pointed out, the first free generation growing up in an independent country stopped being citizens who care about public interest; in fact, anything that goes beyond the egoistically considered individual is nonexistent in their language. These one-dimensional peo-

¹⁸ <http://experymentt.wordpress.com/2012/10/12/dominika-dyminska-mieso-recenzja/> [Accessed: April 29, 2013].

¹⁹ <http://kultura.onet.pl/ksiazki/literatura/dominika-dyminska-to-nie-tylko-powiesc-oseksie,1,5225219,artykul.html> [Accessed: April 29, 2013].

²⁰ From a rap song by the Polish rapper Peja, titled “Dzień stracony” [A Lost Day].

²¹ *Ha!art. Kierunkowy 0-22. Second episode*, <http://www.ha.art.pl/prezentacje/47-uporczywa-codziennosc-0-22/2435-daniel-kot-kierunkowy-0-22-nic-sie-nie-dzieje.html> [Accessed: April 29, 2013]; D. Kot, *Kierunkowy 0-22. Odcinek 2. Nic się nie dzieje*.

²² J. Sowa, *Dyskretna nuda młodej burżuazji*, „Tygodnik Powszechny” 2010, nr 15, http://tygodnik.onet.pl/30,0,43846,dyskretna_nuda_mlodej_burzuazji,artykul.html [Accessed: April 29, 2013].

ple, avoiding any rebellion or critical potential, seem to avoid community most of all, because it is the enemy of neoliberal ideology.

Polish literary formations after 1989 can be characterized through a description of the institutions that create and promote them, and through the involvement of individuals associated with these institutions. In the case of the young generation, this translates into an immense atrophy and failure to create their own institutions. This is a manifestation of the difference between those who are the youngest and the formations that began and functioned in Poland in the 1990s and at the beginning of the 21st century. The main gap is caused by the fact that they do not have any memory of the People's Republic of Poland and of the way work and social activities were organized under communism. This was deeply experienced by the formation that entered the literary scene during the period of political transformation. Creating institutions was often facilitated by their experience in the dissident movement and their involvement in the so-called third circulation, which was an alternative to the samizdat. From these circles emerged the creators of institutions that gave birth to the literary field in Poland after the year 1989, who shaped the hierarchies and decided about debuts, introducing innovations and steering the logic of change at the time. Robert Tekieli, the editor of the magazine *Brulion*, Paweł Dunin-Wąsowicz, the founder of *Lampa i Iskra Boża*, as well as Rafał Grupiński, head of *Czas Kultury* (the first two are connected with alternative culture, the latter is associated with a radical faction of *Solidarność Walcząca* – Fighting Solidarity) are figures who decided on the greatest number of literary debuts and awards. The authors they helped promote, who today are “consecrated”, established names for themselves in the Polish public sphere (Tokarczuk, Stasiuk, Pilch, Filipiak, Świetlicki, Varga), and accepted the political changes in the 1990s rather enthusiastically, which is visible in their literary strategies, strongly privatizing and mythographic. Both of these types of strategies are connected with an effort to establish a certain order, a new cosmos after the disintegration of a world, and to form a new hierarchy (in Poland, this occurred both on an institutional and esthetic level).

Another change on the literary scene was introduced by those born a decade later, who also have their own institutions (foundations, associations, e.g. *Ha!art*, *Portret*, *Meble*, *Krytyka Polityczna*), exploding with a large critical potential, involvement, and the will to undertake subjects relating to social issues overlooked in the 1990s. This is connected with the unconditional acceptance of the new order after 1989, which, however, lasted but a decade. In the socially engaged novels written in a critical spirit by the writers who are now in their thirties, the subjects excluded in the 1990s return. Among them, unemployment (Sieniewicz, Odija, Dzido), consumption and corporatism (Shuty), gender inequality (Chutnik), sexual minorities (Witkowski, Schilling, Zygmunt), ethnic minorities (Paziński), restricted access to abortion (Dzido), the brainwashing role of the media (Masłowska), religious hypocrisy (Czerski), and drugs (Piątek).

Avant-Garde?

Using Bourdieu's terminology, in accordance with the logic of change indispensable for the functioning of the field, the clash should occur between the ideologically blank generation of the 1990s and the radically different older formations which are today in strongly established positions. However, it is difficult to speak of any kind of fight or acts of rebellion, aiming for distinction, when these attitudes are simply alien to the youngest generation (it can be taken for granted that they have not created any institutions or manifestos). It is difficult to expect such things from a formation that behaves as if tomorrow it were to be run over by a truck (Dominika Ożarowska's feeling, voiced during her first meeting for the promotion of her book in the Nowa Huta district of Kraków).

Translated by *Aleksandra Malecka*



Alexandra Munteanu

RÓŻNICE I PODOBIENSTWA KONCEPCJI ŚWIATOPOGLĄDOWYCH W SZTUKACH EUGÈNE'A IONESCO I SŁAWOMIRA MROŻKA

SŁOWA KLUCZE: śmierć, różnica, podobieństwo, piekło, społeczeństwo, uległość, reguła, destruktywny, wpływ, konsekwencja, wizja, pesymistyczny, nihilizm, strach, człowieczeństwo, kondycja ludzka, tragizm, wolność, ograniczenie, świat, opozycja, ideologia, bezsensowność, bezużyteczny, szczęście, porażka, pragnienie, bunt, porządek, społeczny, polityczny, teatr, indywidualność, osobowość

KEY WORDS: Death, difference, similarity, hell, society, conformism, rule, destructive, influence, effect, vision, pessimism, nihilism, fear, humanity, human condition, tragic, freedom, limit, world, opposition, ideology, absurd, useless, happiness, failure, wish, revolution, order, social, political, theatre, individualism, personality

Abstract

SIMILAR AND DIFFERENT ASPECTS OF WORLD REPRESENTATION IN THE WORKS OF EUGENIO IONESCO AND SŁAWOMIR MROŻEK

The goal of the paper is to compare the way two authors, S. Mrożek and E. Ionesco, perceive the world, and how that perspective is reflected in their plays. By analyzing some of their works, I will show the main differences and similarities that we can encounter, focusing on main themes. The whole essay is concentrated around the idea of death, which is clearly visible in the plays of both authors; however, each of them has a distinct approach to it, and I intend to point out that difference.

Teatr absurdu, termin wprowadzony do teorii literatury przez Martina Esslina, jest teatrem, który „usiłuje wyrazić sens bezsensowności kondycji ludzkiej oraz niedostatek racjonalnego stanowiska przez zamierzone zaniechanie racjonalnych środków”¹. Pośród jego założycieli wymienić należy takich autorów, jak Eugène Io-

¹ M. Esslin, *The Theatre of The Absurd*, Londyn 1968, s. 24 (jeśli nie zaznaczono inaczej, tłum. własne).

nesco, Samuel Beckett, Arthur Adamov ze względu na absurdalność i niezrozumiałość przedstawionych światów. Rzeczywiście, twórców tych łączy zerwanie z tradycyjnym teatrem, w którym zbiegały się w jednym punkcie zakończenie dzieła oraz rozwiązanie wszystkich konfliktów. W ich sztukach porzucono przewidywalne zakończenia, żadne reguły nie są przestrzegane, co powoduje zaskoczenie u czytelników i widzów, którzy nie są w stanie odgadnąć dalszego rozwoju akcji. Dzieje się tak, ponieważ teatr absurdu ukazuje człowieka zagubionego, bezsilnego w nieustannej, daremnej walce ze swoim losem; dzieła te pozostawiają kondycję ludzką w jej absurdalności, unikając odpowiedzi na kluczowe pytanie, czy jest ona w końcu absurdalna, czy też nie².

Celem mojego artykułu jest porównanie teatru Eugène'a Ionesco z teatrem Sławomira Mrożka. Szczególnie pragnę zaakcentować wyraźne różnice światopoglądowe pomiędzy sztukami tych dwóch autorów, a także wspólne idee, które odnajdujemy w ich twórczości.

Po uważnej lekturze sztuk Ionesco można stwierdzić, że charakterystyczny dla jego teatru jest pewien niepokój czy lęk. Źródło teatru Ionesco odnajdujemy w udręce człowieka myślącego nieustannie o śmierci, w jego buncie przeciwko swojej skończonej egzystencji, a jednocześnie świadomego, że jego sprzeciw jest bezsensowny, bowiem może on zakończyć się jedynie porażką. W prawie każdej sztuce czytelnik mierzy się z tematem śmierci, bezcelowością życia, daremnością wysiłków człowieka unikającego swojego losu. Możliwe, że Ionesco porusza te tematy, ponieważ „nihilizm, bunty, złorzeczenia to wszystkie jego środki do definiowania siebie, do wyzwolenia wszystkich swoich wewnętrznych upiórów”³. Ta obsesja śmierci, powracająca w jego sztukach, mogłaby być wytłumaczona słowami autora: „Boję się. Ogarnęło mnie niegdyś uczucie nieuchronności śmierci. Było we mnie takie rozprzężenie, taki popłoch, krzyk ze wszystkich trzewi, przerażona odmowa całej mej istoty. Nie istnieje we mnie nic, co chciałoby się pogodzić ze śmiercią”⁴.

Jako przykład tej obsesji śmierci i „ontologicznej próżni” wybrałam tragiczną *Krzeseł*, w której Ionesco podejmuje problem wątpliwego sensu życia lub nawet jego bezsensowność⁵. Na początku sztuki dwie postacie – Stary i Stara – poruszają rozmaite tematy, opowiadają różne historie, które mogą być prawdziwe lub fałszywe. Rzeczywiście przygotowują oni swój ostatni spektakl, który musi oddawać ich szczęście i problemy, ich żale i radości – innymi słowy, istotę ich życia. A spektakl ten odbywa się przed niewidzialną i niemą publicznością: to przedstawienie toczy się bowiem przed krzesłami, których podczas sztuki przybywa tyle, że uczucie uduszenia i owładnięcia staje się powszechne. Przemówienie na temat ich życia będzie wygłoszone przez Mówcę, ponieważ Stary nie ma „tego talentu” – „Jakież to wszystko ma znaczenie teraz, kiedy tobie, mój drogi Mówco i przyjacielu, zostawiam [...] troskę o promieniowanie światła mojego umysłu na potomność... Objaw więc światu

² Tamże, s. 25.

³ W przedmowie B. Elvina, *Teatru I-II*, Bukareszt 1968, s. 12.

⁴ E. Ionesco, *Nu*, Bukareszt 2002, s. 86.

⁵ M. Călinescu, *Eugène Ionesco: teme identitare și existențiale*, Iași 2006, s. 174.

moją filozofię”⁶. W konsekwencji, sądząc, że ich historia zostanie opowiedziana i że będą mieli „przynajmniej swoją ulicę”, Stara i Stary rzucają się przez okna do wody. W obliczu śmierci oboje mają to samo życzenie, świadome czy nieświadome, co każdy z nas: nie umrzeć bez śladu, zostawić coś po własnym odejściu. Byli spokojni, że ich śmierć nie jest na próżno, przekonani, że Mówca będzie wykonywał swoją misję... Ale on jest równie niemy i nierealny jak publiczność, przed którą odgrywał się spektakl, a więc nie wszystkie oczekiwania Starych będą spełnione. Finał tej sztuki pokazuje, jak człowiek się zachowuje wobec śmierci, przed tą fatalną siłą, której jest świadomy, ale z którą nie może się pogodzić. Człowiek nie jest bowiem w stanie wyobrazić sobie, co to znaczy nie być w tym świecie, z kolei pycha dyktuje mu, aby zostawił coś po sobie, aby nie zniknął daremnie. Sztuka *Krzesła* pokazuje nam, jak my wszyscy „jesteśmy zamknięci pomiędzy granicami naszych doświadczeń, jakby w niepowodzeniu, a każde działanie ludzkie żywi się pychą śmieszłą, kończąc się bezskutecznością, mieszkanką zbijającą z tropu tragizmu i komizmu”⁷.

Jak trafnie zauważa Saint Tobi, teatr Ionesco jest teatrem śmierci i piekła⁸. Jednak, śmierć w koncepcji Ionesco może oznaczać nie tylko śmierć ciała lub duszy, ale także zanegowanie indywidualności wraz z wejściem w społeczeństwo, bądź jej zaprzepaszczenie, jak nam ukazuje farsa *Kubuś, czyli Uległość*. Kubuś nie może się oprzeć presji społecznej wywieranej na nim, by ostatecznie jednak ulec żądaniom swojego otoczenia. Uległość wobec żądań społeczeństwa jest synonimem całkowitego dostosowania się do tych reguł – czasem absurdalnych („Lubię ziemniaki ze skwarkami!”) – oraz utraty indywidualnego sposobu myślenia i zachowywania się. Ionesco oddaje jednolitość i homogeniczność społeczeństwa przez identyczny sposób nazywania postaci oraz przez przywdzianie im masek, ponieważ w społeczeństwie człowiek musi przybrać rolę, tzn. włożyć na twarz maskę⁹. Pośród wszystkich postaci Kubuś jest jedyny, który nie ma na sobie maski, ponieważ tylko on zatrzymał swoją osobowość i indywidualność (przez chwilę). Z tego powodu jego rodzina nie może go zaakceptować, nie może się pogodzić z faktem, że ich syn chce być inny. Na początku rodzina usiłuje przekonywać Kubusia różnymi sposobami, sięgając po zarzuty czy prośby. Ich podstęp przynosi skutek tylko wtedy, gdy odizolują i odrzucają Kubusia. Wówczas Kubuś zdaje sobie sprawę, że nie można pozostać sobą i jednocześnie żyć w tym środowisku, a jego pragnienie zachowania tożsamości staje się mniej ważne niż wola bycia zaakceptowanym. W konsekwencji pierwszym krokiem wobec tej uległości jest wymawianie zdania „Lubię ziemniaki ze skwarkami!”, mimo że to nieprawda. Wraz z rozwojem fabuły uległość ta staje się totalna, chociaż nie z powodu argumentów matki, ojca lub siostry, ale z powodu słabości Kubusia wobec Roberty II¹⁰. Podsumowując, należy stwierdzić, że ta sztuka Ionesco ostrzega nas przed faktem, iż ulec presji społeczeństwa, oznacza wyrzeczenie się wyjątkowości,

⁶ E. Ionesco, *Nu*, Bukareszt 2002.

⁷ B. Elvin, dz. cyt., s. 29.

⁸ Saint Tobi, *Ionesco Ou A la Recherche du Paradis Perdu*, Paris 1973, s. 101.

⁹ Saint Tobi, dz. cyt., s. 102.

¹⁰ M. Călinescu, dz. cyt., s. 153.

że po każdym ustępstwie następuje kolejne – „sztuka przedstawia jedno z tych wcale niepoważnych wyrzeczeń, bowiem życie zazwyczaj [...] nie wymaga zdradzeń zniesławiających, zadowolając się małymi ustępstwami które są, och!, początkiem nieskończonego szeregu transakcji, tchórzostw i upokorzeń”¹¹.

Jeżeli sedno sztuki *Kubuś, czyli uległość* odnajdujemy w śmierci indywiduum, potrzebnej, by móc wejść w społeczeństwo, to *Nosorożec* przedstawia inną formę śmierci – duchową, wywołaną przez bezwarunkowe przyjęcie pewnej ideologii. W tej sztuce Ionesco posługuje się alegorią wielce sugestywną – metamorfozą ludzi w nosorożce – aby wyrazić, jak ideologie totalitarne, faszystowskie, oddziałują na człowieka. Opisując takie fenomeny, jak depersonalizacja, autoperswazja, adaptowanie się do grupy, Ionesco przekazuje „przesłanie, które jest, koniec końców, niczym innym jak modelem rozumienia zjawisk społecznych, chorób społeczno-ideologicznych z istotnymi konsekwencjami historycznymi, katastroficznymi czy nawet nawoływaniem do oporu, choć jednostkowym i niepewnym”¹². Jak w większości sztuk Ionesco, na początku *Nosorożca* panuje nużąca atmosfera – jesteśmy świadkami rozmowy, w której Jean czyni swojemu przyjacielowi Bérengerowi ostre wyrzuty w związku z jego niedbałym trybem życia. Równowaga całej tej sytuacji będzie zakłócona dość gwałtownie przez pewną anomalię¹³: przez placyk przechodzi bowiem nosorożec. Na początku jest mowa tylko o jednym, by ziemię opanowały tysiące nosorożców – Bérenger jest ostatnim człowiekiem broniącym rozpaczliwie swojego człowieczeństwa. W obliczu przemiany postacie mają tylko alternatywę: utrzymać swoją osobowość i indywidualność lub podążyć za stadem i przemienić się w nosorożce. Wszyscy z otoczenia Bérengera pragną zrzec się własnej ludzkiej natury, przytaczając różne powody. Daisy, na przykład, jest zafascynowana ich wyglądem, postrzega je jak bogów, myśląc, że to „się nie da porównać z tym gorącym zapalem, z tą niezwykłą energią, jaka promieniuje z otaczających nas istot”. Jednak Daisy ma także inny powód – naiwna, ma nadzieję, że jeżeli stanie się nosorożcem, będzie mogła rozmawiać z resztą i przekonać ich do powrotu do ludzkiego stanu: „Trzeba znaleźć *modus vivendi*. Trzeba się z nimi porozumieć. [...] musimy spróbować – wniknąć w ich psychologię, nauczyć się ich języka”. Tylko Bérenger odmawia kategorycznie tej przemiany, ponieważ ma „zatwardziałą tożsamość człowieka”¹⁴ – „No, to niech będzie! Będę się bronił przeciwko całemu światu! [...] Przeciwko całemu światu będę się bronił, przeciwko wszystkim będę się bronił! Jestem ostatni, do końca będę człowiekiem! Ja nie kapituluję!” Bérenger nie wyrzeka się swojego człowieczeństwa, nie może zaakceptować nawet na chwilę idei, że on też mógłby się przemienić, gdyby tylko ta „choroba” była zaraźliwa; idea metamorfozy w nosorożca wydaje mu się okropna¹⁵. Zatem *Nosorożec*, powstały wobec ówczesnych Ionesco przemian spo-

¹¹ B. Elvin, dz. cyt., s. 20.

¹² M. Călinescu, dz. cyt., s. 263.

¹³ *Teatru I-II*, w przedmowie G. Ionesco, Bukareszt 1970, s. XVI.

¹⁴ M. Călinescu, dz. cyt., s. 281.

¹⁵ J.H. Donnard, *Ionesco dramaturge ou l'artisan et le démon*, Paris 1966, s. 138.

łecznych, jest analizą zjawisk ideologicznych, które mogą mieć destrukcyjny wpływ, ograniczając nieodwracalnie sposób myślenia i wypaczając moralność.

Jak zostało ukazane, teatr Ionesco może być nazywany „teatrem śmierci” ze względu na poruszone tematy oraz perspektywę nihilistyczną. Zarówno Ionesco, jak i Mrożek należą do tych autorów, których sztuki pragną zwrócić naszą uwagę na bardzo ważne problemy. O ile jednak teatr Ionesco jest determinowany przez tę pesymistyczną wizję prowadzącą do ostateczności, o tyle o teatrze Mrożka nie da się powiedzieć tego samego. Bez wątplenia, można stwierdzić, że idea śmierci stanowi jedną z centralnych idei teatru Mrożka, tak jak w przypadku teatru Ionesco, ale różnicą zasadniczą pomiędzy ich sztukami jest ujęcie tego właśnie tematu. Dla Ionesco śmierć jest czymś przerażającym, ale dla Mrożka, „le sens est dans la mort, ce qui est à la fois grotesque et très enraciné dans une tradition polonaise préférant la mort dans un combat à la vie”¹⁶. Sztuki obu autorów napędzają widzom i czytelnikom strachu, lecz Mrożek, w odróżnieniu od Ionesco, pragnie ich również rozbawić.

Zarówno w sztukach Mrożka, jak i Ionesco, mamy do czynienia z pewnym fatalizmem, który nie odstępuje człowieka ani na krok, a także z kwestią zniewolenia. Koncepcja władzy, wobec której człowiek jest bezsilny i zmuszony wypełniać wszystkie jej rozkazy, choćby nawet absurdalne, jest obecna w sztuce *Strip-tease*. Przedstawia ona dwie postacie, Pan I i Pan II, którzy przychodzą nie wiadomo skąd i po co do pewnego pokoju, gdzie staną się więźniami. W *Strip-tease*, Mrożek porusza problem wolności, na działania tych postaci wpływa bowiem zawsze ich sposób rozumienia wolności; dlatego ta sztuka może być interpretowana „jako historia o zniewoleniu, w której ofiary przy pomocy stereotypowych wyobrażeń o wolności usiłują zachować swoją godność wobec bezosobowej i bezwzględnej siły”¹⁷. Różnicę pomiędzy Panami stanowi ich stosunek do wolności: pierwszy rozumie ją w sposób pasywny, drugi z kolei – aktywny. Mrożek przedstawia te dwie sprzeczne opinie, nie opowiadając się po żadnej ze stron. W rezultacie Pan I wybiera totalną „wolność wewnętrzną”, ale Pan II nie może się zgodzić z rozumowaniem Pana I, sądząc, że zrobienie czegoś jest jedynym sposobem ucieczki z tego pokoju; w konsekwencji, po zamknięciu drzwi puka do nich, również do ścian, nawet „udaje rybaka”. W końcu, rozważania obu okazują się bezużyteczne, ich działania, aktywne czy pasywne, nie znaczą nic przed wyższą władzą – zawsze będą ulegać Ręce. Jakie znaczenie ma ta Ręka? Co typowe dla tego typu teatru, można ją interpretować na różne sposoby. Oczywiście autor nie daje nam jasnych wskazówek: czy jest mowa o fatum ludzkiej egzystencji, czy chodzi o pewne prawa społeczne, niezrozumiałe dla człowieka, tego nie wiemy¹⁸.

Innym wspólnym tematem, który można odnaleźć w sztukach obu autorów jest problem konwencji społecznych oraz ich oddziaływań na człowieka. Jak udowodni-

¹⁶ M. Masłowski, *Sławomir Mrożek: Théâtre de l'absurde ou l'absurde comme théâtre*, Paris 1988, s. 211; badacz ten odwołuje się do „Warszawianki”: „kto przeżyje – wolnym będzie, kto umiera – wolnym już”.

¹⁷ Tamże, s. 119.

¹⁸ S. Velea, dz. cyt., s. 11.

liśmy wyżej, ideą główną sztuki *Kubuś*, czyli *uległość* jest bezpowrotnie utracona indywidualność człowieka, jego totalna uległość wobec żądań społeczeństwa, by tylko z nim się zintegrować. W *Tangu* można także dostrzec kwestię konwencji społecznych, ale to, co zdecydowanie dzieli te dwie sztuki, to sposób ich traktowania. Postacie sztuki Ionesco są tylko jednolitą masą, wszyscy noszą prawie te same cechy, a wiek jest jedyną różnicą między pokoleniami. W przypadku sztuki Mrożka ten sam konflikt pomiędzy generacjami stanowi oś utworu – w odróżnieniu od dzieła Ionesco, nacisk nie jest kładziony na jednolitość członków społeczeństwa oraz na niemożliwość sprzeciwienia się konwencjom, ale na bunt. Przy pomocy Stomila Mroźek pokazuje, jak nawet totalny nonkonformizm może ulec skowencjonalizowaniu¹⁹. W ciągu całej sztuki mamy do czynienia z konfliktem pomiędzy pokoleniami: pokolenie Stomila zbuntowało się przeciw normom, myśląc, że „bunt to opoka, na której postępuje buduje kościół swój. Im większy obszar buntu, tym rozleglejsza jest ta budowla”; z kolei bunt Artura musi dotyczyć tego właśnie braku reguł, bowiem dla niego jest on już samą w sobie konwencją: „Tak długo byliście antykonformistami, aż wreszcie upadły ostatnie normy, przeciw którym można się było jeszcze buntować [...]. A ja mogę się buntować tylko przeciw wam, czyli przeciwko waszemu rozpasaniu”. Arturowi brakuje poczucia porządku, zewnętrznego i wewnętrznego, ponieważ sytuacja, w której się znajduje, nie jest ekwiwalentem totalnej wolności lub szczęścia, jak twierdzą jego rodzice. Artur szuka nowej formy, nowej idei, którą wprowadziłby w życie, tylko że nie wie dokładnie jakiej. Odrzuca wszystkie propozycje, ponieważ chciałby stworzyć coś nowego, a nie zaczynać od czegoś już istniejącego. Olśnienie Artura następuje w chwili śmierci jego babci: zafascynowany powszechnością śmierci, zdaje sobie sprawę, że ten idealny system, którego tak poszukiwał, nie jest niczym innym jak przemocą i śmiercią („Śmierć jest w was, jak słowik w klatce, ode mnie tylko zależy, żeby go wypuścić”). Ale w końcu Artur stanie się ofiarą własnego systemu: morderstwo Artura może symbolizować „opróżnianie formy z idei”, z kolei taniec Edeka z Eugeniuszem może być interpretowany jako „irracjonalna gra formy bez treści, która nadałaby jej celowość i sensowność”²⁰.

W konsekwencji zarówno Ionesco, jak i Mroźek poruszają tematy podobne, związane z kondycją ludzką, z nigdy niespełnionym pragnieniem wolności, ale każdy je postrzega w inny sposób, przez co różnica pomiędzy ich wizjami jest dość wyraźna. W ich sztukach człowiek – zawsze walczy przeciw wszystkim czynnikom ograniczającym jego wolność – albo tym ideologicznym, albo społecznym. Ionesco kładzie jednak akcent na chaos i absurdalność ludzkiej egzystencji, oraz niepokój człowieka, z kolei Mroźek bardziej uwypukla to, co powoduje ten niepokój. Te idee wyrażone są przez postacie pozbawione indywidualności, o charakterze silnie symbolicznym. Można zatem stwierdzić, że na poziomie koncepcji światopoglądowej teatr Ionesco i dramat Mrożka mają pewne cechy wspólne, ale także widoczne różnice.

¹⁹ Tamże, s. 13.

²⁰ Tamże, s. 15–16.

Katarzyna Barańska, Julia Chervinska

KULTURA NA EUROMAJDANIE

SŁOWA KLUCZE: Ukraina, Euromajdan, kultura, media społecznościowe

KEY WORDS: Ukraine, Euromaidan, culture, social media

Abstract

CULTURE ON EUROMAIDAN

This text is devoted to the events that took place on Independence Square in Kiev during the period of November 2013 – May 2014. The political transformation and liberation struggle that took place during this period were supported by actions in the area of culture. The article discusses the participation and activities of artistic and cultural institutions. Civic initiatives often carried out with the help of social media are also mentioned.

Pamięci poległych

W scenie drugiej *Nocy listopadowej* Stanisław Wyspiański pytał ustami Wielkiego Księcia, czy „listopad to dla Polski niebezpieczna pora?” i od razu odpowiadał, że to pora „znacząca”. Podobnie rzecz zdaje się mieć na Ukrainie – z tym, że konkretyzuje się nawet data dzienna; to 21 listopada staje się dla naszych wschodnich sąsiadów „znaczącą porą”.

W roku 2004, w nocy z 21 na 22 listopada, rozpoczęła się w Kijowie rewolucja nazwana później Pomarańczową. Obywatelskie nieposłuszeństwo zgromadziło ludność na placach i ulicach największych miast Ukrainy, a wywołane zostało przez niedopełnienie procedur demokratycznych w czasie właśnie odbytej drugiej tury wyborów prezydenckich, w której ogłoszono zwycięstwo prorosyjskiego kandydata obozu władzy, Wiktora Janukowycza. Wielkim i nieposłusznym przegranym był Wiktor Juszczenko, który wraz z Julią Tymoszenko i przy poparciu Unii Europejskiej wezwał obywateli Ukrainy do wypowiedzenia władzy posłuszeństwa i powtórzenia wyborów. Symbolem pokojowej walki stała się barwa sztabu wyborczego Juszczenki

i to właśnie kolor pomarańczowy stał się symbolem tamtych dni, które ostatecznie doprowadziły w końcu grudnia do powtórzenia wyborów i zwycięstwa Juszczenzi.

Dziewięć lat później decyzją Rady Ministrów Ukrainy wstrzymany został proces przygotowania umowy o stowarzyszeniu między Ukrainą i Unią Europejską¹. Obywatele Ukrainy zmobilizowani zostali przez dziennikarza, Mustafę Najema, który właśnie 21 listopada 2013 roku napisał na swoim profilu na Facebooku: „Ok. Teraz poważnie. Kto dzisiaj do północy gotowy wyjść na Majdan? *Lubię to* nie będą brane pod uwagę, a tylko komentarze pod tym postem z napisem *Jestem gotowy*. Jeżeli będzie nas więcej niż tysiąc, to zaczniemy się organizować”². Apel dziennikarza został przyjęty przez społeczeństwo Kijowa i ludzie zaczęli zbierać się na placu Niepodległości, który wkrótce zaczęto nazywać Euromajdanem. Większość uczestników protestu stanowili ludzie młodzi, studenci, którzy pragnęli żyć w kraju rządzonym zgodnie z wartościami europejskimi. Początkowe rokowania dotyczące skuteczności i trwałości kijowskiego protestu nie były zbyt dobre, wydawało się, że ludzie szybko rozejdą się do domów – szczególnie, że listopadowa aura nie sprzyja ulicznym demonstracjom. Jednakże woła narodu ukraińskiego, by zmienić system, w którym obywatele nie czuli się zupełnie wolni, była mocniejsza niż przeciwności klimatyczne, a Euromajdan otrzymał również wsparcie od ludzi spoza Kijowa. Demonstracje domagające się podpisania porozumienia rządu Ukrainy z Parlamentem Europejskim odbywały się w wielu miastach ukraińskich, ale także europejskich. Budowanie solidarności z narodem Ukrainy ogarnęło Europę i na dobre zagościło w europejskich mediach, a Euromajdan stał się na długie miesiące miejscem dramatycznych wydarzeń i zaczątków demokratycznych przemian.

Pierwsze próby zlikwidowania oporu rząd Janukowycza podjął już 30 listopada, kiedy siły specjalne milicji z jednostki Berkut zaatakowały protestujących. Nagrania z krwawej pacyfikacji Majdanu, w trakcie której obrażeń doznało kilkadziesiąt osób, natychmiast znalazły się w Internecie, informacje przekazywane były również przez media tradycyjne³. Powszechnie dostępna informacja i krwawe rozgromienie pokojowych manifestacji doprowadziły do tego, że w kolejnych dniach przybywało ludzi na Euromajdanie. Według opinii obywateli Ukrainy można było mówić o swoim przebudzeniu, ludzie zrozumieli, że taka sytuacja może dotyczyć każdego i to spowodowało wzrost liczby protestujących. Na początku grudnia Fundacja Inicjatyw Demokratycznych Ilko Kucheriva i Kijowski Międzynarodowy Instytut Socjologii przeprowadziły badania dotyczące motywacji osób stojących na Majdanie. Najliczniejsza grupa respondentów (70%) deklarowała, że do udziału w proteście skłoni-

¹ <http://www.euronews.com/2013/11/29/ukraine-fails-to-sign-landmark-deal-at-eu-summit/> [odczyt: 19.06.2014].

² „Ладно, давайте серьезно. Вот кто сегодня до полуночи готов выйти на Майдан? Лайки не считаются. Только комментарии под этим постом со словами »Я готов«. Как только наберется больше тысячи, будем организовываться” <https://www.facebook.com/Mefistoff?fref=ts> [odczyt: 19.06.2014].

³ Np.: <https://www.youtube.com/watch?v=6NeJfnvBFHE>, <http://www.youtube.com/watch?v=t8u6l6BNEb0&feature=share> [odczyt: 20.06.2014]; <http://www.dif.org.ua/ua/events/gvkr1gkaeths.htm> [odczyt: 20.06.2014].

ła ich brutalna pacyfikacja Majdanu 30 listopada⁴. Solidarność narodowa i empatia okazały się bodaj najbardziej istotnymi wartościami, decydującymi o poświęceniach i trudzie, który ludzie gotowi byli ponieść. Wśród innych motywów badani wskazali protest przeciw rezygnacji z podpisania umowy stowarzyszeniowej (53,5%) i wolę zmiany życia na Ukrainie (39%)⁵.

Protest Ukraińców dynamicznie przyjmował coraz to nowe formy: zajęcie budynków administracji w Kijowie, walki z Berkutem i policją, masowe aresztowania aktywistów Euromajdanu wspierane przez prowokacje i presję psychologiczną wywieraną przez rząd, próby negocjacji opozycji z prezydentem, a także demonstracje antyeuropejskie... 22 stycznia 2014 roku padły pierwsze ofiary. Według oficjalnych danych w starciach na ulicy Gruszewskiego zginęli trzej młodzi mężczyźni – Ormianin Sergey Nihoyan i Białorusin Michael Zhyznevsy (zginęli od strzałów z broni palnej) oraz młody mężczyzna zrzucony przez Berkut z 13-metrowej kolumnady stadionu „Dynamo”, który w wyniku obrażeń zmarł w szpitalu (ciało nie zostało zidentyfikowane).

Zmieniająca się sytuacja wymusiła również zmianę celów protestów. Integracja europejska została chwilowo odsunięta na dalszy plan, a za najbardziej istotne uznano postawienie przed sądem osób odpowiedzialnych za pobicie i śmierć demonstrujących, uwolnienie więźniów politycznych, zaprzestanie prześladowań i represji. Bez zbytej przesady należy powiedzieć, że głównym celem stał się zupełny restart systemu politycznego, zmiany rządu, systemu sądownictwa, organów ścigania oraz administracji publicznej. Uporządkowanie spraw wewnętrznych Ukrainy miało być pierwszym krokiem na drodze do stowarzyszenia z Unią Europejską.

W ciągu dwóch pierwszych miesięcy protest przyjął zorganizowane formy, tworząc swoisty porządek struktur powoływanych spontanicznie w czasie protestów. Należy tu wymienić takie służby, jak: „Samoobrona Majdanu”, „Rada Społeczna Majdanu”, „Sektor Społeczny Euromajdanu”, „Służba Medyczna ze Szpitalem”, „Sztab Pomocy Prawnej”, „Automajdan” oraz „Kuchnia Euromajdanu”.

„Samoobrona Majdanu” została zorganizowana po brutalnym ataku sił Berkutu 30 listopada. W celu zapewnienia bezpieczeństwa uczestników protestu mężczyźni połączyli się w małe grupy i stworzyli system ochrony placu – budując barykady, strzegąc i broniąc wejść na Majdan, a także pilnując porządku wewnętrznego. Z czasem ruch budowania Samoobrony rozszerzył się na całą Ukrainę, jego liczebność wzrastała, osiągając w lutym 2014 roku około 12 tysięcy osób⁶. Cechą charakterystyczną było tworzenie ogólnokrajowych skoordynowanych struktur ze wspólną księgowością, podejmowanymi razem działaniami i pionową hierarchią podporządkowania; ogólnokrajowym komendantem został deputowany Andrij Parubij, który zorganizował szkolenia samoobrony na terenie całej Ukrainy⁷.

⁴ <http://www.dif.org.ua/en/events/gvkr1gkaeths.htm> [odczyt: 20.06.2014].

⁵ Tamże.

⁶ <http://tsn.ua/ukrayina/samooborona-majdanu-stvoryuye-zagalnonacionalnu-alternativnu-armiyu-333422.html> [odczyt: 20.06.2014].

⁷ Tamże.

Z kolei służby cywilne organizowane były przez „Sektor Społeczny Euromajdanu”. Funkcjonowało tu Centrum Informacji, którego zadaniem była pomoc demonstrantom w znalezieniu noclegów (nawet do 1000 osób dziennie!), współorganizowanie gastronomii, odbiór i rozdawnictwo ciepłej odzieży, a także poszukiwanie i organizowanie wolontariuszy, którzy by współpracowali w organizacji życia na Euromajdanie (zaangażowanych było 200–500 osób każdego dnia). Prowadzono punkt informacyjny i prasowy dla działaczy oraz protestujących, którzy na bieżąco byli również szkoleni w koniecznych obszarach, tak by usprawnić protest. Organizowano zbiórki finansowe na potrzeby Euromajdanu, ale przede wszystkim zbierane były i analizowane informacje o wszystkich wydarzeniach w kraju w poszukiwaniu pokojowych sposobów rozwoju i skuteczności ruchu oporu. W tym celu prowadzono akcję dystrybucji ulotek informacyjnych i wzywających do pokojowego protestu, demonstracje na terenie całego kraju były koordynowane, organizowano również akcje poszukiwania osób zaginionych w wyniku pacyfikacji Euromajdanu.

Pozostałe służby na Euromajdanie były dobrze zorganizowane, tworząc swoisty model obejmujący wszystkie niezbędne obszary funkcjonowania państwa – ekonomię, wojsko, służby medyczne czy informacyjne z niezależną telewizją publiczną i prowadzonymi akcjami informacyjnymi w mediach społecznościowych. Większą część uczestników tych struktur stanowili młodzi ludzie, przede wszystkim studenci. W ten sposób samoistnie niejako rozpoczął się proces tworzenia nowych elit politycznych przygotowujących się do pracy po zwycięstwie protestu.

Jak podkreślają autorzy raportu przygotowanego przez Fundację Otwarty Dialog,

[...] fenomen Majdanu polega na jego społecznym, a nie politycznym charakterze. W odróżnieniu od Pomarańczowej Rewolucji w 2004 roku, Majdan 2013 nie powstał wokół jednego lub kilku politycznych liderów. Wśród organizatorów i uczestników Majdanu jest wiele organizacji społecznych o różnej orientacji, lewicowej i prawicowej, które łączy wspólny cel, jakim jest zdemokratyzowanie systemu władzy w kraju⁸.

Fenomenem Majdanu jest również fakt, że w kształtowaniu quasi-państwowych struktur i świadomości uczestników bardzo ważną rolę odegrała kultura. Artyści wzięli od początku udział w protestach na Ukrainie, a ich sposobem wyrażenia niezgody na istniejące stosunki władzy stała się twórczość artystyczna, która była przeznaczona dla współuczestników demonstracji i przez nich dokumentowana. Równocześnie można było zanotować zainteresowanie sztuką wśród ludzi niebędących artystami, którzy niejednokrotnie podejmowali działania o twórczym charakterze lub uczestniczyli w oferowanych im wydarzeniach kulturalnych na Euromajdanie. W protest na placu Niepodległości włączyli się aktywnie nie tylko pojedynczy artyści i obywatele, lecz także rozmaite instytucje kultury, muzea i galerie z całej Ukrainy. Jak powiedział współczesny ukraiński artysta Ivan Semesjuk: „artysta musi robić to, co udaje mu się najlepiej – inspirować kreatywnością”⁹.

Wkrótce po pierwszych krwawych wydarzeniach na Majdanie Niepodległości od strony Bramy Lackiej rozpoczął działalność Otwarty Uniwersytet Majdanu. W tym

⁸ <http://odfoundation.eu/i/fmfiles/pdf/raport-euromajdan-pl.pdf> [odczyt: 20.06.2014].

⁹ <https://www.facebook.com/ivan.semesjuk?fref=ts> [odczyt: 17.12.2013].

miejscu organizowane były liczne działania artystyczne i edukacyjne. Trzeba tu wymienić przede wszystkim spotkania literackie, wykłady profesorów historii (lecz niewyłącznie), ale także spotkania z dziennikarzami, którzy przez wykłady chcieli przekazać swoje przekonania dotyczące protestu. Na scenie Uniwersytetu Otwartego były również organizowane pokazy filmów, przeznaczone szczególnie dla tych, którzy spędzali na Euromajdanie noc. Wśród pokazywanych na Euromajdanie obrazów należy przede wszystkim wyróżnić te, które wiążą się bezpośrednio z tematyką dotyczącą walki o pokój i niepodległość – na przykład filmy poświęcone Mahatmie Ghandiemu. Trzeba także wspomnieć o pokazie filmu dokumentalnego *Upadek i zniszczenie Związku Radzieckiego*, który został zorganizowany przez autora filmu, Davida Sattera, amerykańskiego dziennikarza i pisarza, autora książki *The Age of Delirium. The Decline and Fall of the Soviet Union*¹⁰.

Ważnym elementem propagandowym i nośnikiem treści oraz wartości były tzw. strajk-plakaty, które stanowiły artystyczny wyraz wsparcia protestu. Już 1 grudnia na Facebooku utworzony został profil społeczności „Strajk-plakat”. Aktywni artyści stworzyli serię projektów plakatów, które były do pobrania w Internecie z intencją druku i komentarzem: „Wchodź, pobieraj, drukuj i korzystaj! Nigdy w życiu mała drukarka nie czuła się takim bohaterem”¹¹. Wśród plakatów znalazły się prześmiewcze, jak ten, na którym znajdował się portret prezydenta Ukrainy z nosem klauna lub plakaty o wymowie symbolicznej, między innymi bodaj najślynniejszy „Ja – kropla w oceanie, który zmienię Ukrainę”¹². Organizatorzy akcji apelowali:

Jesteśmy przekonani, że los kraju decyduje się dziś. Zachęcamy wszystkich kreatywnych ludzi, by dołączyli się do ogólnoukraińskiego strajku i tworzyli plakaty lub inne materiały. Dziś stworzyliśmy stronę, gdzie artyści, ilustratorzy, projektanci mogą zamieszczać swoje prace, każdy może je pobrać i zamieścić na swoich portalach społecznościowych lub wydrukować¹³.

Od pierwszych dni rewolucji na Euromajdanie obecne były również organizacje kulturalne, takie jak Stowarzyszenie Artystyczne „Ostatnia Barykada” oraz galeria „Bakteria”. Ludzie związani z tymi ugrupowaniami, przybywszy na Majdan, wzniesli tam tymczasowy „budynek” nazwany przez nich „barbakanem”. Budowla ta miała być wyrazem stanowiska inteligencji twórczej wobec protestu, nie posiadała drzwi i dachu, co miało symbolizować otwarcie i wolność. Jako budowla odnosząca się historycznie do fortyfikacji w symboliczny sposób chroniła wejście na Euromajdan od strony rynku Besarabskiego. Na ścianach „barbakanu” umieszczone zostały obrazy takich artystów, jak Iwan Semesjuk, Oleksa Mann czy Andrzej Jermolenko, znanych jako artyści zajmujący się sztuką rewolucyjną i nazywanych „artystami anarchistami”. Na terenie „barbakanu” były również organizowane spotkania z pisarzami, wykłady i dyskusje.

¹⁰ Yale University Press; First edition (June 1, 2001).

¹¹ <https://www.facebook.com/strikeposter> [odczyt: 20.01.2014].

¹² Można ją odnaleźć pod adresem: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=578242105577762&set=a.322590187809623.72071.320493514685957&type=1&theater> [odczyt: 20.06.2014].

¹³ <https://www.facebook.com/strikeposter/info> [odczyt: 25.01.2014].

Granice Euromajdanu, placu Niepodległości, przestrzeni, w której Ukraina była wolna, zostały wyznaczone przez barykady wybudowane z kostki brukowej i śniegu w workach oraz płonące opony, ale również wzmocnione w symboliczny sposób przez sztukę. Dzieła umieszczano na ogrodzeniu czy murach „barbakanu”. Przestrzeń została uświęcona i oswojona, wyznaczono obszary *sacrum* i *profanum*.

Centralnym punktem stała się choinka, której ustawienie było pretekstem do szturmowania Berkutu 30 listopada. Protestujący wykonali dekoracje sztucznego drzewka; początkowo zawieszono na nim niebiesko-żółte flagi narodowe, następnie umieszczone tam zostały plakaty rewolucyjne. Najbardziej widoczny był namalowany przez licznych artystów plakat z różnymi symbolami i hasłami oraz wizerunek Julii Tymoszenko, więzionej byłej premier. Na choince zawieszono również flagi przywiezione z całej Ukrainy, a także z diaspory. Choinka stała się przestrzenią artystycznej kreacji i środkiem wyrazu treści ważnych dla protestujących, czyli dążenia do demokracji i zmiany relacji społecznych. Przez sztukę zostały tu wyrażone pragnienia i dążenia ludzi protestujących na placu. Jeśli kiedykolwiek powstanie muzeum rewolucji, ta instalacja powinna się znaleźć – podobnie jak na Euromajdanie – w centralnym punkcie.

Jednym z pierwszych dzieł sztuki, które powstały i znalazły się w najbliższym sąsiedztwie choinki, była wykonana przez Romana Zielińskiego, Ostapa Łozińskiego i Sashę Bryndikova figura św. Mikołaja, świętego o szczególnym znaczeniu dla Kościoła prawosławnego.

Euromajdan stał się przestrzenią, która przez organizację przestrzeni i całości życia stanowiła miniaturowe odwzorowanie (a może lepiej: swoiste „uwzorowanie”, model idealny) państwa ukraińskiego. Dotyczyło to także sztuk, których rozmaite odłamy – jak w realnym, codziennym świecie – odnalazły swe miejsce w czasie rewolucji.

Bardzo popularną gałęzią sztuki w ostatnich latach na Ukrainie jest *performance*, rozumiany tu jako spektakle uliczne, które wyraziście komentują rzeczywistość przez działania artystyczne. Euromajdan w naturalny sposób stał się miejscem dla tego typu działalności artystycznej.

Bodaj najbardziej prowokacyjnym był *performance* przygotowany przez organizację „Demokratyczny Alians” pod hasłem „Przeszliście przez ustawy – przechodźcie przez nas”. Przez kilka dni od 5 grudnia 2013 roku protestujący leżeli przed budynkiem w taki sposób, że urzędnicy, by wejść do środka musieli stąpać ponad nimi. To wydarzenie było oceniane jako metafora o bardzo silnej wymowie, ilustrująca prawdziwą sytuację wymiaru sprawiedliwości w kraju.

Kolejny *performance* odbył się 30 grudnia „Królestwo ciemności w odbiciu”. Jego celem było przedstawienie działania Berkutu, ukazanie prawdziwych twarzy jego członków i odzwierciedlenie całej emanującej od nich negatywnej siły. Działanie polegało na utworzeniu ściany z luster przed obliczami berkutowców strzegących budynku rządu. Dla wielu dzielnic rządowa stała się „królestwem ciemności, strachu i agresji”¹⁴, więc protestujący postanowili otoczyć ją światłem odbijanym z lu-

¹⁴ <http://ua.korrespondent.net/ukraine/politics/3281710-dzermalno-dlia-militsii-i-yanukovykh-u-klitsi-perednovorichnyi-fotoreportazh-iz-yevromaidanu#24> [odczyt: 22.01.2014].

ster, a tym samym dać służbom możliwość spojżenia na siebie i refleksji nad własną rolą odgrywaną w tej części historii Ukrainy oraz zastanowienia się, w czyjej obronie stają. By to jeszcze szczególnie uzmysłowić, protestujący chodzili po ulicach ze zdjęciami osób zabitych przez Berkut, twarze protestujących były pokryte krwią, ich usta były „zaszyte”. Hasłem tego wydarzenia było: „Oni to zalegalizowali”. W sposób ironiczny ludzie pragnęli uzmysłowić wszystkim całą groźbę sytuacji i zbrodnicze działania strony rządowej.

Przed Nowym Rokiem na Euromajdanie pojawiła się instalacja mająca cechy performatywnego współuczestnictwa oglądających. „Sąd nad Janukowyczem” ukazywał rzeźbę człowieka podobnego do prezydenta Ukrainy, siedzącego na złotej muszli klozetowej w klatce dla oskarżonych. Tuż obok klatki została ustawiona trybuna, z której każdy mógł publicznie oskarżyć i osądzić Wiktora Janukowycza. Ta instalacja prędko została rozpropagowana na Euromajdanie i cieszyła się dużą popularnością, choć jej twórca pozostał nieznany.

Bardzo ważnym wydarzeniem w ramach tego nurtu okazało się ustawienie w dniu 7 grudnia przed kordonami policji pianina w barwach narodowych. Na niebiesko-żółtym instrumencie mógł zagrać każdy posiadający odpowiednie umiejętności. Skorzystali z tego profesjonalni muzycy, ale także wielu protestujących. Repertuar był rozmaity. Wykonywano dzieła awangardowe i pieśni ludowe, fragmenty muzyki rozrywkowej i trudne, klasyczne kompozycje. Ideał ongiś sięgnął bruku, teraz, w innym miejscu i czasie, bruk barykady stał się w pewien sposób podstawą i swoistą odskocznią dającą możliwość głoszenia ideałów przyświecających protestującym.

Prasa internetowa, cytując wypowiedzi uczestników protestu, donosiła:

Rozpoczęła się kulturalna rewolucja! Aktywiści Euromajdanu sami się zorganizowali i ustawili pianino przed strzegącym administracji prezydenckiej policyjnym kordonem. Naszym celem jest dostarczać ducha niewiary i jednocześnie podnieść nastrój, zarówno protestujących, jak i ludzi w mundurach. Wspaniale jest widzieć, jak ludzie śpiewają *Czerwoną Rutę*, a milicjanci nieśmiało zaczynają potrząsać głowami w rytm muzyki. Na agresję i zło będziemy odpowiadać dobrem. Z jeszcze większym zapalem, bardzo gorąco i z oddaniem. Pomagać nam będzie sztuka, która jest odwieczną wartością w życiu człowieka. Rewolucja kulturalna zmieni władzę¹⁵.

Dzięki mediom akcja ta została rozpropagowana na cały świat, budząc solidarne uczucia wśród artystów sprzyjających demokratycznym zmianom na Ukrainie. Niektórzy z nich, jak na przykład Sean Lennon, syn Johna Lennona, zamieszczali fotografie koncertujących na Euromajdanie artystów na swoich profilach w mediach społecznościowych.

Muzyczne wydarzenia na Majdanie to także seria koncertów na scenie głównej. Najbardziej znamienny był występ zespołu Ocean Elzy w swoim historycznym, dziś nieistniejącym składzie; koncert ten traktowano jako swoisty symbol zgody i zjed-

¹⁵ http://censor.net.ua/photo_news/262554/kulturnaya_revolyutsiya_izmenit_vlast_pod_administratsieyi_prezidenta_poyavilos_pianino_fotoreportaj [odczyt: 20.06.2014].

noczenia. Występowali tu także: Pikardijska Tercja, Plac Jeremii, TNMK, Tartak, Kozak System, Mad Heads, Mandry, Ot Vinta, Haydamaky, SKAJ, Fiolet, Rolliks, Lama, Mariczka Burmaka z zespołem i wielu innych wykonawców przybyłych tu także z zagranicy (z Białorusi, Polski, Litwy, Czech, Francji, Kanady, Stanów Zjednoczonych...). Swoją obecnością i występami wspierali ludzi protestujących i dawali znak solidarności. Co ważne, na Euromajdanie mieli szanse występować zarówno artyści uznani i słynni, jak i amatorzy oraz debiutanci. Majdan dawał każdemu szansę zaprezentowania swojej twórczości. Dotyczyło to zarówno zespołów rockowych czy popowych, jak i solistów operowych oraz muzyków instrumentalnych.

Poza performatywnymi formami sztuki należy także zwrócić uwagę na tradycyjne nurty twórczości. Wśród nich szczególnie istotną rolę w czasie rewolucji ukraińskiej odgrywa fotografia. W czasie protestów powstawały tysiące dokumentujących wydarzenia zdjęć. Niektóre były wykonywane przez amatorów, inne przez profesjonalnych fotografików. Należy tu zwrócić uwagę na artystkę z Francji, Alicję Berezną, która wykonała serię zdjęć zakrwawionych młodych ludzi, pod hasłami: „Przemoc nie jest piękna” czy „Przemoc nie jest odpowiedzią”, przez swoją wymowę wzywających do zaniechania przemocy na Ukrainie. „Chciałam pokazać, że pomimo bicia, ludzie nie boją się i nadal będą spokojnie bronić swoich pozycji. Kiedy robiłam te zdjęcia, koncentrowałam się na tym, że przemoc nie może wyglądać pięknie. Dlatego zdjęcia są bardzo realistyczne, a czasem przerażające”¹⁶.

21 grudnia została zorganizowana na Euromajdanie wystawa fotograficzna nosząca tytuł „Majdan. Czynniki ludzki” – dedykowana ludziom, którzy tworzą Majdan. Wystawa powstała jako galeria pod gołym niebem, a zdjęcia ludzi stojących na placu umieszczone na barykadach były dodatkowym wzmocnieniem siły przekazu¹⁷.

Podobnie na ścianach i ogrodzeniach Majdanu zawisły prace znanych ukraińskich artystów, takich jak Matwij Wajsberg, Roman Minin i Inara Bagirowa, a także absolwentów i studentów Akademii Sztuk Pięknych ze Lwowa. Wszyscy oni spotkali się dzięki swoim dziełom w stolicy kraju, by złożyć hołd protestującym i przedstawić własną, artystyczną wizję wydarzeń na Ukrainie¹⁸.

Pod koniec stycznia pojawił się kolejny symbol rewolucji ukraińskiej. Było nim zdjęcie artysty, Maksyma Wegera, który zorganizował sobie plener malarski w pobliżu linii ognia, w centralnej części ulicy Gruszeckiego będącej miejscem wielu potyczek pomiędzy rewolucjonistami a siłami Berkutu. Fotografia młodego człowieka stojącego przy sztalugach i malującego „ogień rewolucji” obiegła media, symbolizując wolę artystów do swobodnego tworzenia pomimo niesprzyjających okoliczności¹⁹.

Wydarzenia na Euromajdanie były rejestrowane także za pomocą takiego medium, jakim jest film. Niektóre filmy powstające w czasie wydarzeń rozgrywających się w trakcie trwania protestu miały charakter wyłącznie dokumentacyjny, bez aspi-

¹⁶ <http://www.blitz.if.ua/?q=news&id=7591> [odczyt: 20.06.2014].

¹⁷ <http://intvua.com/accents/75278-maydan-lyudskiy-faktor-fotovistavka-yevromaydanu-vdeo.html> [odczyt: 23.12.2013].

¹⁸ <http://artukraine.com.ua/articles/1844.html> [odczyt: 10.02.2014].

¹⁹ http://gazeta.ua/articles/science-life/_hudozhnik-yakij-pisav-z-naturi-bataliyi-na-grushevskogo-pokazav-gotovu-kartynu/539475 [odczyt: 23.03.2014].

racji artystycznych. Zamierzeniem innych był program propagandowy, a umieszczone na serwisie internetowym YouTube lub rozpowszechniane za pomocą mediów społecznościowych miały za zadanie informować o założeniach i ideologii protestu oraz pozyskiwać sojuszników.

Odrębną grupę filmów stanowią te, które są dziełami korzystającymi z filmu jako medium i tworzywa sztuki. Do tego nurtu należy zaliczyć filmy kręcone przez zespół operatorów Babilon'13, który sam siebie określa jako „Kino protestu obywatelskiego”. W manifestie znajdującym się na stronie internetowej twórcy deklarują:

Siłą napędową protestu obywatelskiego jest pokolenie narodzone po odzyskaniu niepodległości Ukrainy. Pokolenie, które można określić jako ludzi natychmiastowego działania i które uznaje wartości europejskie za podstawowy wyznacznik i jest gotowe, by je chronić. Nowe społeczeństwo obywatelskie generuje ważne idee. Ale w tej chwili jest zbyt mało tych, którzy są gotowi do realizacji tych pomysłów. Potrzebujemy poszerzyć krąg, a potem przekonać większość Ukraińców, że nadszedł czas, by rozpocząć reformy społeczne na dużą skalę²⁰.

Wychodząc z założenia, że filmy mogą zmienić nastawienie ludzi i ich sposób myślenia o rzeczywistości, twórcy Babilonu'13 rozpoczęli tworzenie filmów i przez szerokie ich udostępnianie dążyli do zmian na Ukrainie.

Wydarzenia kulturalne na Majdanie wzbogacały protestujących, nie należy jednak zapominać, że przeplatały się z akcjami o charakterze walk ulicznych, tak jak te, które nastąpiły 19 stycznia 2014 roku. Walki rozpoczęły się od pokojowego protestu gromadzącego dziesiątki tysięcy ludzi niegodzących się na ograniczenie praw i wolności konstytucyjnych w związku z przyjęciem pakietu dziesięciu ustaw ograniczających swobody obywatelskie, tzw. ustaw o dyktaturze²¹. W tym samym dniu protestujący zdobyli kolejny budynek na placu Europejskim, tzw. Ukraiński Dom. W tym właśnie budynku zrealizowana została inicjatywa Victora i Inny Bisowetskich, którzy zaproponowali utworzenie i poprowadzenie biblioteki dla protestujących. Pomysłodawcy nie chcieli być rewolucjonistami walczącymi z siłami Berkutu, ale w ramach poparcia pragnęli zrobić coś dla rewolucji, stać się częścią tego ruchu w inny sposób niż przez walkę. Jak powiedział dziennikarzom Wiktor Bisowetski:

Zdałem sobie sprawę, że w geografii Euromajdanu są różne miejsca, gdzie zbierają się różni ludzie. Na Euromajdanie jest *miejsce siły*, czyli barykady, jest *miejsce ducha*, czyli sam Euromajdan, lecz nie ma *miejsca rozumu*. Postanowiłem, że Ukraiński Dom może być taką właśnie częścią rewolucji. Wtedy Euromajdan będzie stanowił swoistą całość²².

Zacząło się od kilku paczek z książkami przyniesionych przez przyjaciół, potem ludzie oddawali tu kolejne tomy, także wydawcy i księgarze, a Ukraiński Dom stał się popularnym miejscem spotkań, rozmów, swoistą przystanią dla zmarniętych protestujących. Nadwyżki książek i duplikaty od razu zaczęły trafiać do bibliotek na

²⁰ <http://babylon13.com> [odczyt: 20.06.2014].

²¹ http://wyborcza.pl/1,75477,15322678,Ustawy_o_dyktaturze.html [odczyt: 20.06.2014]; <http://www.pravda.com.ua/news/2014/01/17/7009859/> [odczyt: 18.01.2014].

²² <http://life.pravda.com.ua/culture/2014/01/31/150643/> [odczyt: 20.06.2014].

provincji, a w pracy bibliotecznej pomagali bibliotekarze zawodowi jako wolontariusze. Każdy mógł przynieść książki (pod warunkiem, że nie były to egzemplarze zniszczone, nie przyjmowano również prac autorów radzieckich), każdy mógł wypożyczyć książkę, by ją przeczytać, a oddając, mógł poczęstować się cukierkiem. Profil Biblioteki Majdanu na Facebooku stał się kolejnym forum wymiany myśli, wiadomości i informacji o wydarzeniach politycznych, ale przede wszystkim tych dotyczących kultury²³.

Biblioteka powstała spontanicznie w trakcie trwania protestu, trzeba również podkreślić, że niektóre kijowskie instytucje kultury również starały się swoimi działaniami wesprzeć protestujących. Większość pracowników kultury w oficjalnej nocy wyraziło niezgodę na postępowanie rządu i poparcie dla protestujących. Interesujące działania podjęło Narodowe Muzeum Sztuki, które znajduje się w Kijowie przy ulicy Gruszeckiego. Jeszcze przed początkiem walk dyrekcja muzeum zaprosiła milicjantów i członków Berkutu do swojej siedziby i umożliwiła im bezpłatne zwiedzanie galerii malarstwa narodowego. Nie zaskakuje fakt, że próby wpłynięcia na świadomość sił rządowych przez kulturę i sztukę się nie powiodły. 19 stycznia, w czasie najbardziej nasilonych walk przy ulicy Gruszeckiego, pracownicy muzeum z Dyrekcją spędzili noc w budynku, chcąc chronić muzeum i integralność kolekcji.

Spośród instytucji kultury najbardziej aktywny udział w proteście wzięło Muzeum Iwana Gonczara – Narodowe Centrum Kultury Ludowej. Pracownicy muzeum prowadzili na terenie Majdanu wiele akcji o charakterze edukacyjnym. Trzeba tu wymienić warsztaty ludowego tańca, wspólne śpiewanie pieśni, zajęcia plastyczne i inne działania kulturalne. Muzeum uczestniczyło również aktywnie w obchodach Bożego Narodzenia na Majdanie.

Oczy licznych osób na świecie zwrócone były w stronę Ukrainy i Euromajdanu, szczególnie w czasie ostrej zimy i świąt Bożego Narodzenia, które są przecież dla wielu ludzi najważniejszymi dorocznymi świętami, mającymi zarówno charakter religijny, jak i rodzinny. Euromajdan obchodził święta na swój sposób, włączając się w obchody religijne i tradycje ludowe, żywe i obecne w kulturze ukraińskiej.

Folklorysty i artyści ludowi przy współudziale wszystkich chętnych oraz zainteresowanych osób stworzyli wielkie imprezy świąteczne pt. „Boże Narodzenie. Parada Gwiazd” i „Ogólnoukraiński świąteczny dzwon: Czysta UKRAINA!”. Obchody rozpoczęły się celebracją nabożeństwa, a następnie uczestnicy przeszli barwnym pochodem na Majdan, gdzie wspólnie śpiewano kolędy.

W okresie Bożego Narodzenia codziennie na scenach Majdanu występowali przebierańcy ludowi z tradycyjnymi spektaklami, inicjując wspólne śpiewanie kolęd. Podobnie niektóre instytucje kultury włączyły się w obchody świąt. Wspomniane wcześniej Muzeum Iwana Gonczara i studio kreatywne „Etnotoloka”²⁴ zorganizowały flashmob na Majdanie poświęcony dawnemu wschodniosłowiańskiemu obrzędowi stawiania Diducha, któremu w kulturze tradycyjnej przypisywano moc apotropeiczną i traktowano jako wróżbę pomyślności na nadchodzący rok.

²³ <https://www.facebook.com/MaidanLibrary> [odczyt: 27.02.2014].

²⁴ <http://etnotoloka.uaprom.net> [odczyt: 16.04.2014].

Istotnym elementem obchodów świąt Bożego Narodzenia jest ustawianie szopki, nie mogło więc jej zabraknąć także w sercu Ukrainy, na Euromajdanie. Pracownicy Muzeum Narodowego we Lwowie zbudowali szopkę drewnianą, która została ustawiona tuż obok głównej choinki. Współtworzyli ją ukraińscy malarze (Roman Zi-linko, Ostap Lozynskij, Saszko Bryndikow, Marko Gladiak, Maria Cymbalista, Nattalka Sacyk i Serhij Kreczko), przez kilka dni przygotowując prace w Patriarchalnej Katedrze Kościoła Ukraińskiego, a następnie ustawiając figury w szopce na Majdanie. Przygotowywaniu szopki towarzyszyła szeroka, prowadzona przez artystów akcja informacyjna dotycząca tradycji ukraińskich, dla wielu niezbyt dobrze znanych.

W obchody świąt włączyły się Kościoły – najbardziej aktywne były: Ukraiński Kościół Greckokatolicki, Kościół Rzymskokatolicki oraz Ukraiński Kościół Prawosławny Patriarchatu Kijowskiego. Ukraiński Kościół Prawosławny Patriarchatu Moskiewskiego przyjął stanowisko neutralne, nie włączając się w działania i prowadzone na Euromajdanie modlitwy. Kościoły powtórzyły swoje apele głoszone także w roku 2004. Wzywano do modlitwy, zaniechania przemocy, do miłości i tolerancji. Przywódcy religijni obecni byli na Euromajdanie i wspólnie z parafianami stali na placu, prowadząc modlitwy i udzielając wsparcia duchowego. Organizowane były nabożeństwa, wspólne czytanie Pisma Świętego, wygłaszano homilie i wykłady. Na terenie Euromajdanu postawiono namioty dla poszczególnych wyznań, a kapłani byli cały czas z protestującymi, wspierając ich błogosławieństwami. Ich wspólna obecność i wspólne modlitwy organizowane na Euromajdanie były także wyrazem jedności narodu ukraińskiego w chwilach trudnych.

Tych ostatnich było przecież o wiele więcej. Kościoły stanowiły wsparcie i azyl dla uczestników walk od samego początku. Już 30 listopada, w czasie pierwszego krwawego starcia z siłami Berkutu, Sobór Świętego Michała Kijowskiego Patriarchatu stał się schronieniem dla protestujących. Sobór ten był integralną częścią rewolucji; jego dzwony zawsze uprzedzały protestujących o atakach milicji, a dziedziniec i pomieszczenia świątynne pełniły w zależności od sytuacji rozmaite funkcje – od miejsca odpoczynku i sypialni, przez kuchnię, po szpital polowy. Parę dni później także i inne kościoły Kijowa otworzyły swe podwoje na potrzeby protestujących: katolicki kościół Świętego Aleksandra oraz wszystkie cztery parafie Ukraińskiego Kościoła Greckokatolickiego.

Kościoły i cerkwie na terenie całego kraju działały na rzecz trwającej w Kijowie rewolucji. Jedną z form działalności było udzielanie pomocy w dojeździe do Kijowa grupom chętnych do włączenia się do protestu, organizowano także dostawy leków, żywności i odzieży. Lwowskie Seminarium Duchowne Ukraińskiego Kościoła Greckokatolickiego zorganizowało wyjazd 58 osób i wspólnie z rektorem, Igorem Bojko, uczestniczyły one w proteście na Euromajdanie. Próbowaly negocjować z milicjantami, apelując do ich sumień i prosząc, by zaniechali stosowania przemocy wobec stojących na Euromajdanie. W pamięci wielu osób pozostanie jeden z kapłanów, który w czasie walk stał na barykadzie wśród walczących osób, w dymie, krwi i kurzu, trzymając wzniesiony krzyż jako symbol nadziei, światła i sprawiedliwej przyszłości.

Inny z kapłanów osłaniał własnym ciałem protestujących w czasie starć z Berkutem na ulicy Gruszewskiego. Podobnie jak wspomniany wcześniej mnich, stał w sa-

mym środkiem walk ze wzniesionymi w górę rękoma, trzymając krzyż. Podobne działania podejmowali mnisi z Ukraińskiej Cerkwi Prawosławnej, którzy „uzbrojeni” w krzyż i ikonę zywali wszystkich do pojednania.

Euromajdan stał się miejscem narodzin ekumenicznego pojęcia „nasz Kościół ukraiński”, który nie skupia się wyłącznie na funkcjach religijnych. W czasie trwania protestu nieważne było, do którego konkretnie Kościoła przynależeli poszczególni ludzie. Wszystkich łączyła modlitwa, która każdego dnia przyciągała do namiotów religijnych coraz więcej osób zwracających się do Boga i proszących o pomoc oraz ochronę. Księża różnych wyznań przychodzący na Euromajdan stali się obiektem zainteresowania uczestników protestu, a wspólnie podejmowane działania i wspólne modlitwy sprawiły, że ludzie dostrzegli we wspólnocie długo oczekiwany Kościół narodowy.

Na internetowym portalu „Religia na Ukrainie” znalazł się zapis, który można potraktować jako podsumowanie tego, co działo się w Kijowie:

(E)nergia Euromajdanu wyrastająca z pokojowego sprzeciwu ludzi, którzy zdają sobie sprawę, że nie mogą tak dalej żyć, tworzy atmosferę tu panującą. Duch solidarności, pokoju, świadomości swojej wiarygodności. Ludzie nie zgromadzili się tu dla krótkoterminowych celów i nie pod wpływem sloganów politycznych, ale zjednoczyło ich odrzucenie przemocy i pragnienie zasadniczych zmian w życiu wszystkich Ukraińców²⁵.

To właśnie zjednoczenie i zgoda – także pomiędzy tradycyjnym podziałem na Wschodnią i Zachodnią Ukrainę – były najważniejszymi dla Ukraińców przesłaniami płynącymi w różnych trudnych momentach, ale także w chwilach wspólnych radości lub wspólnego wyrażania nadziei na lepsze, bardziej demokratyczne państwo w przyszłości. Wyrazem tej radosnej i płynącej z nadziei jedności było wspólne wykonanie hymnu narodowego w sylwestra, w którym na Euromajdanie wzięła udział rekordowa liczba osób.

Euromajdan pochłonął kilkadziesiąt ludzkich istnień, wiele osób odniosło tam rany, ale ludzie stojący przez wiele miesięcy na placu zwyciężyli, doprowadzając do wyborów, które odbyły się 25 maja. Równocześnie wydarzenia na Majdanie wywołały lawinę zdarzeń o charakterze politycznym i militarnym, które w chwili oddawania tego tekstu do druku trwają i zdają się na razie nie rokować pomyślnego zakończenia. Obecnie sprawy toczą się dalej i stale powstają nowe dzieła sztuki, które mają za zadanie wzruszyć, wytłumaczyć, pobudzić do myślenia... Dlatego powyższe słowa należy traktować jako obraz fragmentu niekończącej się tkaniny kultury stanowiącej spoiwo dla zgody, jedności i nadziei w Narodzie Ukraińskim. Proces się rozpoczął, a duch w narodzie nie ginie.

Majdan dziś – miejsce wiecznego smutku i niewysłowionej pamięci.

Majdan – miejsce wiecznej nadziei i jedności Ukraińców.

Majdan – miejsce, w którym zmarli i żyją moi osobiści bohaterzy.

Majdan – to tłum milionów ludzi, którzy mówią do ciebie *przepraszam*.

²⁵ <http://www.religion.in.ua/main/analitica/24364-majdan-i-cerkvi.html> [odczyt: 13.03.2014].

Majdan – to jest barykada kanapek.
Majdan – to dobre oczy przez czarne osłony masek.
Majdan – to jest miejsce spotkań z prawdziwymi przyjaciółmi.
Majdan – to dziewczyny, które stale robią herbatę.
Majdan – to babcie z gorącym bulionem i pierogami.
Majdan – to jedno serce, jeden żywy organizm.
Majdan... Aby go zrozumieć, trzeba tam być. Żyć nim. Zaufać mu.

(Irina Kolotylo)²⁶



²⁶ <http://kolotyloka.blogspot.com> [odczyt: 17.03.2014].



Dorota Majkowska-Szajer

WAŻNE, BO WŁASNE. O RODZINNYM OBIEGU DZIEDZICTWA

SŁOWA KLUCZE: dziedzictwo kulturowe, pamięć, dziedzictwo kulturowe w wymiarze prywatnym, Muzeum Etnograficzne w Krakowie, projekt „Pamiętka rodzinna”

KEY WORDS: cultural heritage, memory, cultural heritage in the private dimension, Ethnographic Museum in Kraków, “Family Heirloom” Project

Abstract

IT'S IMPORTANT BECAUSE IT'S YOURS. CIRCULATION OF HERITAGE WITHIN A FAMILY

Focusing on the institutional protection of heritage we frequently forget about the importance of experiencing it on a private, personal level. Perhaps we have become too used to connecting social practices in this area with the public, communal, visible space.

However, what I want to say in regard to the results of the research project entitled „Family Heirloom” (carried out by the Ethnographic Museum in 2011–2012), is that heritage is only alive and authentic to the extent to which it is experienced individually. That is what the world of family heirlooms is like: here the testimony of the past is brought down to concrete biographies, images, spaces, objects and gestures. Its strength lies in personal commitment and attitude to traces of the past, often understood in opposition to official patterns and interpretations, through individual perceptions of the front page history (for instance, when a German wardrobe which once belonged to the previous residents of the house becomes part of the legacy of a Polish family displaced from the Kresy regions of eastern Poland, which are now in Ukraine or Belarus, to the so-called Recovered Territories, which used to be in Germany before WW2). Memories are spontaneously included in reflections about the lasting character of the community – and we easily find our place in them.

Discovering private – and yet socially relevant – practices in the field of heritage is considered by the Museum as an important part of its mission and of upholding the conviction that reflections about cultural heritage remain suspended in a void if they are robbed of personal references. It is time to see the importance of the domestic space in the dialogue concerning the live circulation of cultural contents and meanings.

Skupiając się na instytucjonalnej ochronie dziedzictwa kulturowego, zapominamy często o znaczeniu jego przeżywania w wymiarze prywatnym, osobistym. Być może za bardzo przyzwyczailiśmy się do tego, by praktyki społeczne w tym obszarze wiązać z przestrzenią publiczną, ogólnodostępną, widoczną. Tymczasem dziedzictwo o tyle jest żywe i autentyczne, o ile indywidualnie przeżywane. Dzięki projektowi badawczemu „Pamiętka rodzinna” (realizowanemu przez Muzeum Etnograficzne w Krakowie w latach 2011–2012¹) przekonałiśmy się, jakie konteksty i emocje towarzyszą funkcjonowaniu dziedzictwa w intymnym, rodzinnym obiegu.

Projektując badania², myśleliśmy o szczególnym momencie, w jakim znajduje się dziś fotografia jako zjawisko: wszechobecna, ogólnodostępna, będąca świadkiem każdej chwili naszego życia. Zastanawiała nas kondycja fotografii i to, jakich treści jest nośnikiem w czasach, gdy aparat fotograficzny towarzyszy nam właściwie całą dobę (choćby ten w telefonie komórkowym), a w sferę hobbystycznej niszy odchodzą celuloidowe negatywy i papierowe odbitki. Pytaliśmy, co sprawia, że zdjęcie staje się dla kogoś pamiątkowe, a zatem w jakiś sposób wyjątkowe, ważne. Pozyskaliśmy świadectwa domowych praktyk związanych z przeżywaniem i porządkowaniem na własny użytek pamięci rodziny. To one są punktem wyjścia do dalszej części rozważań w tekście: co i w jaki sposób chcemy dzięki utrwalonym na różne sposoby obrazom zapamiętać? A przede wszystkim: dlaczego?

W domowych zbiorach napotkaliśmy zdjęcia poddawane różnym procedurom: systematycznie katalogowane w segregatorach i upychane w szufladach, porządkowane na dysku komputera i wymieszane w pudłach składowanych w piwnicy, zdjęcia w ramkach, w albumach, w portfelach, w telefonach... Fotografie te przycina się, poprawia, skanuje, wkleja, opisuje i podpisuje, wreszcie ogląda się je – jeśli wspólnie, to najlepsza okazja do wspomnienia i powtarzania wszystkim już znanych rodzinnych historii. Jak wspomina jedna z naszych rozmówczyń: „No to ja otwieram album i natychmiast mam wszystkie anegdoty, które moja babcia opowiadała [...] Każda z tych postaci, właśnie dzięki tym opowieściom babci dla mnie żyje. To nie są martwe osoby, prawda?” (PR_DMS4: 22³).

Można by rozwodzić się nad „irracjonalną siłą”⁴ fotografii, która daje nam złudzenie obcowania z tymi, których nie ma już między nami, ale nie o tym mowa

¹ Badania były elementem projektu Photo Proxima realizowanego przez Muzeum Etnograficzne w Krakowie we współpracy z województwem małopolskim, Instytutem Pamięci o Współczesnym Piśmiennictwie z Francji (IMEC) oraz Fundacją na rzecz Historii Fotografii Fratelli Alinari z Włoch. Projekt współfinansowanego przez Unię Europejską oraz województwo małopolskie w ramach Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007–2013.

² Nad planowaniem i przeprowadzeniem badań pracował ośmioosobowy zespół badaczy. Rezultaty to ponad trzydzieści pogłębionych wywiadów, spotkania, kwerendy, materiały pozyskane za pomocą formularza na stronie www.photoproxima.eu [odczyt: 10.10.2013].

³ Wypowiedzi osób, z którymi rozmawialiśmy w trakcie projektu, zostały spisane i zakodowane. Wszystkie cytaty sygnowane są według kodu danego przypadku, w którym: PR oznacza pamiętkę rodzinną, następnie litery to inicjały badacza, numer prowadzonego przez badacza przypadku, mała litera alfabetu, o ile transkrypcja obejmuje więcej niż jedno spotkanie, R – rozmówcę (jednego lub kolejne osoby włączające się do rozmowy 1, 2, 3).

⁴ „Najwierniejszy rysunek może w praktyce dać nam więcej informacji o modelu niż jego fotografia, ale mimo naszych wysiłków intelektualnych, nigdy nie będzie miał owej irracjonalnej siły,

w przytoczonej wypowiedzi. Zdjęcia ożywają dzięki opowieściom – to najczęściej powtarzany komentarz na temat rodzinnych pamiątek, powracający w rozmowach z kolejnymi osobami, które zdecydowały się otworzyć przed nami domowe archiwa. Obrazy nie mówią same za siebie. Kluczem do ich odczytania jest wiedza podzielana przez członków rodziny i między nich podzielona: kiedy się pochylamy nad rodzinnym albumem lub pudłem ze zdjęciami, okazuje się, że każdy wie tylko trochę, swoją część. To sprawia, że do opowiedzenia tych historii członkowie rodziny, uczestnicy udokumentowanych wydarzeń, są sobie nawzajem potrzebni:

Zdjęcia po prostu ja wyciągam i siadamy razem, i opowiadamy, cały czas nam brakuje tego, aby zebrać resztę rodziny i żeby wspólnie te zdjęcia z rodziną przegłądnąć, żeby pouzupełniać informacje [...] No, są tylko te zdjęcia, ale te zdjęcia nam całej historii nie opowiedzą (PR_DMSEL3R1, s. 6).

Rodzinne pamiątki i opowieści budują poczucie przynależności. Twarze przodków widocznych na fotografiach nieustannie stają się tematem porównań: każdy chce wiedzieć, do kogo jest podobny. Zdjęcia stają się przyczynkiem do prób uchwycenia widocznej gołym okiem międzypokoleniowej kontynuacji. Powtarzalność rysów twarzy staje się dowodem dziedziczenia, daje bezpieczne poczucie bycia częścią rozciągniętej przez pokolenia wspólnoty. Ale nie tylko o analogie w wyglądzie tu chodzi. Wśród pamiątek, które trafiły do projektu drogą internetową⁵ znalazła się m.in. fotografia pradziadka przesłana przez mężczyznę, który dopiero niedawno dowiedział się, kim był jego przodek (baronem naftowym, działaczem politycznym, pilsudczykiem):

Co istotne, to w moim odczuciu dopiero w kontekście tej opowieści zdjęcie nabrało sensu i stało się „kompletne”. To jest troszkę tak, jak badanie DNA – to zdjęcie pokazuje jakiś fragment łańcucha, z którego jestem zbudowany i z którego zbudowana jest moja córka Jagoda (PR_JD_korespondencja).

W rodzinnym kodzie, z którego wyczytywana jest przeszłość, geny są tylko częścią układanki (staje się to jeszcze bardziej oczywiste, gdy przekonamy się, jak wiele „przyszywanych” wujków i cioc funkcjonuje w rodzinnej pamięci na równych prawach z tymi, których łączą rzeczywiste więzy krwi). Co najmniej równie ważne jak cechy zewnętrzne⁶, okazują się podobne cechy charakteru, temperament i wreszcie po-

jaką ma fotografia, siły, która zmusza nas do wierzenia w jej realność. [...] Obraz ten może być nieostry, zdeformowany, odbarwiony, pozbawiony wartości dokumentalnej, ale działa przez ontologiczną genezę modelu: sam jest modelem [...] To wzruszająca obecność życia, zatrzymanego w trwaniu”. A. Bazin, *Ontologia obrazu fotograficznego*, przeł. B. Michałek [w:] M. Bogunia-Borowska i P. Sztompka (red.), *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, Kraków 2012, s. 425.

⁵ Za pomocą formularza umieszczonego na stronie www.photoproxima.eu do kolekcji projektu (a w perspektywie do zbiorów muzeum) trafiło kilkanaście fotografii. W sumie otrzymaliśmy ich około tysiąca. Umowy zawierane z każdym z darczyńców regulują obszary eksploatacji tych zdjęć w różnych dziedzinach działalności muzeum.

⁶ Jednym z radosnych odkryć przytoczonych w rozmowach o pamiątkach rodzinnych, był dłuższy palec u sfotografowanej boso prababci naszej rozmówczyni – był to dla niej ewidentny (i pocieszający) dowód na genetyczne uzasadnienie stwierdzonej u siebie anomalii (PR_DMS6, s. 7).

dzielany system wartości. W budowaniu własnego „dziś” spadkobiercy posiłkują się przesłaniem przodków – niewyartykułowanym wprost, ale zawartym w świadectwach dawnych gestów, decyzji, postępów: „Jakimi byli ludźmi? Ci, ci nasi krewni. Dlatego że to chyba jest ważne, czy byli dobrymi ludźmi. Bo nieważne, czy byli chłopami, czy byli lekarzami. Ważne, dla mnie ważne, jakimi byli ludźmi” (PR_DMS7, s. 19).

O tych ważnych sprawach można się dowiedzieć dzięki fotografiom tylko pośrednio. Prowokują one pracę pamięci, a czasami inspirują do poszukiwań w instytucjonalnych archiwach i do dalekich podróży, jeśli okazuje się, że dziedzictwo – jak członkowie rodziny – rozproszone jest po świecie. Podczas rozmów z osobami, które zdecydowały się na taką przygodę, usłyszeliśmy relacje o napotkanych we własnych dziejach zaskakujących śladach obcych języków, innych wyznań, nieznanych krain. Dla wielu stały się one początkiem nowego myślenia o własnej tożsamości, powrotu w nieznaną – a przecież jakoś swoje – rejony odkrywanej na prywatny użytek kultury. W te poszukiwania wpisują się wspólnie zapamiętane widoki domów i krajobrazów, portrety zwierząt i roślin, przywołane wspomnieniem smaki i zapachy. Ślady, z których składa się wyobrażenie przeszłości, potrzebne dziś, by o sobie samym móc mówić głosem pewnym i własnym.

Powroty do rodzinnych pamiątek co rusz przynoszą wgląd w to, jak w indywidualnych losach objawia się wpływ wielkiej historii, która z prywatnej perspektywy okazuje się mniej jednoznaczna niż ta z podręczników. Mimowolnymi świadkami życiowego zamieszania stają się pamiątkowe przedmioty, które zdają się mieć swoje własne biografie. Przechodzące z rąk do rąk, wędrujące wraz z właścicielami lub pozostawiane w przestrzeni dawnego życia, wprowadzają w poznawczy dysonans:

Mi się udało uratować taką szafę, taką nie za wysoką szafę, z takim pięknym rzeźbieniem, i biurko, które u dziadków w piwnicy służyło jako taki stolik do majsterkowania dziadka. A w szafie babcia słoiki trzymała. Znaczy ja się śmieję, że to „po babci”. Mi się kojarzy tak z „po babci”, bo przecież to moje dzieciństwo się kojarzy, ale to jest poniemieckie. Poniemieckie, taka jest prawda (PR_DMS6R1, s. 10).

W odróżnieniu od zinstytucjonalizowanej polityki świadectw historycznych prywatna pamięć może (a chyba nawet musi?) pozwolić sobie na niuanse i subtelności. Konkretni (znani, bliscy) uczestnicy wydarzeń jawią się odkrywającym ich losy krewnym jako postaci z krwi i kości – z ich motywacjami, problemami, dylematami. Uczestnicy rodzinnego obiegu pamięci obserwują te postaci z bliska i – przynajmniej chcą w to wierzyć – dobrze je rozumieją. Na własny użytek wyjaśniają sobie meandry rodzinnej historii, tworząc wizerunek w miarę spójny i budujący. To jasne: w rodzinnych albumach znaleźć można zazwyczaj tylko część opowieści, narrację poskładaną z wybranych świadectw – ktoś kiedyś zdecydował o tym, co warto utrwalić dla potomności. Świat przedstawiony na fotografii jest zresztą mocno skonwencjonalizowany, nie tylko jeśli chodzi o pozy przybierane w atelier, ale też tematy wybierane przez fotografów – profesjonalistów i amatorów⁷. Przeglądając rodzinne

⁷ André Rouille nazywa album fotograficzny „urządzeniem fikcyjnym” [*un dispositif fictionnel*]: „W albumie zawarta jest pamięć rodziny. Jest to pamięć niepełna, gdzie częste są pominięcia

pamiętki, nie dowiemy się wszystkiego. Poznamy jakąś wersję historii, subiektywną. Nie znaczy to jednak, że mniej ważną.

W książce poświęconej historii metafor, którymi w ciągu wieków próbowano opisać działanie pamięci, Douve Draaisma pisze o fotografii jako jednej z dwóch (obok fonografii) najważniejszych sztucznych pamięci od czasu wynalezienia pisma:

W pierwszych artykułach o fotografii powierzchnię światłoczułą opisywano jako „lustro z pamięcią”. Już wkrótce metaforę tę odwrócono, przedstawiając mózg jako neurologiczny odpowiednik światłoczułej płytki, organiczne medium zachowuje utajony ślad bodźców świetlnych i je odtwarza⁸.

Fotografia, jako wynalazek konkurująca ze sztukami plastycznymi, wygrywać miała dzięki swojemu automatycznemu charakterowi: „Na obrazie olejnym nie było żadnego detalu, który najpierw nie pojawiłby się w oku i umyśle malarza; zdjęcie oferowało bezpośrednie przedstawienie, było raczej rejestracją niż interpretacją”⁹. Wiara w przezroczystość i niewinność zarówno fotografii, jak i pamięci chyba bezpowrotnie odeszła w zapomnienie. Przyglądając się rodzinnym pamiątkom, nabieramy przekonania, że ani fotografia, ani pamięć nie są po to, by coś automatycznie zarejestrować.

O losach fotograficznych pamiątek decydują dziejowe zawieruchy, domowe kaktlizmy, porywy emocji (zdjęcia, które przypadły w trakcie przesiedleń, zatopione podczas powodzi, podarte podczas kłótni). Bywa, że zdjęcia są schowane kilkadziesiąt lat, bo wiążą się z nimi gorzkie rodzinne tajemnice lub dlatego, że w codziennej gonitwie nikt nie znalazł czasu, żeby o nich porozmawiać – gdy zostaną odkryte, nie będzie już komu rozpoznać miejsc, okoliczności, twarzy. Po zapomniane fotografie często sięgają dopiero wnuki – ich determinacja w rozszyfrowywaniu zakodowanych na zdjęciach treści świadczy o tym, jak ważne i aktualne stają się te zdawałoby się przedawnione rodzinne sprawy, minione wydarzenia, nieistniejące miejsca.

Owszem, prywatne zbiory fotografii i budowane wokół nich opowieści są źródłem wiedzy o tym, jak kiedyś się ubierano, chesano, jakie wykonywano zawody (także, jakie wynikały z nich profity i zgryzoty), dają wgląd w akcesoria codziennego i odświętnego życia. Jednak mówią nam też o tym, co uznane zostało za warte zapamiętania przez fotografa i tego, kto postanowił zachować zdjęcie. Pozwalają zobaczyć, jak do tych decyzji o pamiętaniu odnoszą się kolejne pokolenia.

Prywatne archiwa są nie tylko źródłem wiedzy o przeszłości, lecz także o sposobach przyjmowania jej części za swoją.

i nostalgiczna fikcja. Często śmiejemy się, czasami pojawia się smutek i melancholia, ale w samym albumie mało jest zdjęć, na których ukazane są łzy i cierpienie. Praca, wysiłek, najtrudniejsze momenty w życiu (choroba, śmierć itp.) pojawiają się rzadko. Natomiast sfera seksu jest całkowicie pomijana w albumie, mimo że sytuuje się on w sferze intymności. [...] Album rodzinny, odwołując się często do stereotypów, jest miejscem wprowadzającym spokój, pewność, stabilność”⁷; A. Rouille, *Fotografia. Między dokumentem a sztuką współczesną*, tłum. O. Hedemann, Kraków 2007, s. 89.

⁸ D. Draaisma, *Machina metafor. Historia pamięci*, tłum. R. Pucek, Warszawa 2009, s. 107–108.

⁹ D. Draaisma, *Machina...*, s. 179.

Przeszłość jako taka nie dostarcza żadnych wzorów jednoznacznych i tak samo godnych do naśladowania dla każdego, ktokolwiek wzorów szuka

– napisał Jerzy Szacki we wstępie do ostatniego wydania *Tradycji*.

Jako tradycja (lub raczej tradycje, gdyż liczba pojedyncza rzadko ma zastosowanie) zostaje dopiero „wynaleziona” w rezultacie skomplikowanych procesów zapamiętywania i zapominania, wybierania i odrzucania, afirmowania i negowania, a nawet po prostu zmyślania i ponawianych raz po raz prób ustanawiania¹⁰.

Pamięć, podzielana przez członków rodziny, ustanawiana jest przez podejmowane wokół niej zabiegi. Jeśli funkcjonujące w domach pamiątkowe fotografie pomagają się dopowiedzenia, to nie tylko dlatego, że chcemy poznać ich historię – poszukiwaniu jej uwiarygodnienia poświęci się naprawdę niewiele. Pomimo obecnych w relacjach o dawnych czasach tęsknot i nostalgii, nie chodzi o to, żeby żyć przeszłością, ale żeby swoją terażniejszość zakotwiczyć w trwaniu rodziny. Rodzinna pamięć pełna jest znaczących wydarzeń, wyjątkowych postaci (pięknych, dobrych, wybitnie zdolnych, dowcipnych, czasem kryjących w sobie jakąś tajemnicę), miejsc owianych legendą. To mityczna rzeczywistość¹¹, dzięki której nasze losy okazują się ważnym elementem większej całości – trwania.

„Pragnienie widoku świata jako ciągłego” jest jedną z trzech postaci myślenia mitycznego, przywołanych przez Leszka Kołakowskiego w *Obecności mitu*. To

[...] pragnienie unieruchomienia czasu fizycznego przez nałożenie nań mitycznej formy czasu, tj. takiej, która pozwala w przepływie rzeczy dopatrywać się nie przemiany tylko, lecz kumulacji, albo pozwala wierzyć, że to, co minione, przechowuje się – co do wartości – w tym, co trwa; że fakty nie są faktami tylko, lecz cegiełkami świata wartości, które można ocalić bez względu na nieodwracalność zdarzeń¹².

Czy nie do tego właśnie potrzebujemy naszego dziedzictwa, by przezwyciężyć dotkliwą przypadkowość własnego, pojedynczego życia? Czy nie temu służy poczucie wspólnoty (rodzinnej, ale także lokalnej, narodowej czy jakkolwiek zechcemy ją określić)?

Pytanie o prawdziwość tych historii nie ma większego sensu¹³. Ich siła tkwi w osobistym zaangażowaniu, osobistym stosunku do śladów przeszłości, często ro-

¹⁰ J. Szacki, *Tradycja*, Warszawa 2011, s. 25.

¹¹ Przywoływany w kontekście „Pamiętki rodzinnej” świat wspomnień – nie tylko własnych, również tych, które uznaliśmy za swoje, choć tylko je nam opowiedziano – przychodzi mi na myśl to, co pisał Wiesław Juszczak o lekturze *Władcy Pierścieni* Tolkiena. Była ona dla niego: „Odkrywaniem porządku opisanego świata, który stawał się coraz bardziej realny: wewnątrz i zewnątrz. W którym, mimo wszystkie jego okropności, można się było schronić albo z którego zwyciężymy dobrem pragnęło się odejść”. W. Juszczak, „*Władca Pierścieni*”: „zmyślenie” i prawda? [w:] W. Juszczak, *Wędrowka do źródeł*, Gdańsk 2009, s. 537.

¹² L. Kołakowski, *Obecność mitu*, Warszawa 2005, s. 18.

¹³ „Etnografia, rejestrująca rzeczywistość w najbardziej bezpośrednim jej oglądzie, traktuje swoje źródła inaczej niż historia, dla której bywają one wartościowe o tyle tylko, o ile prowadzą do

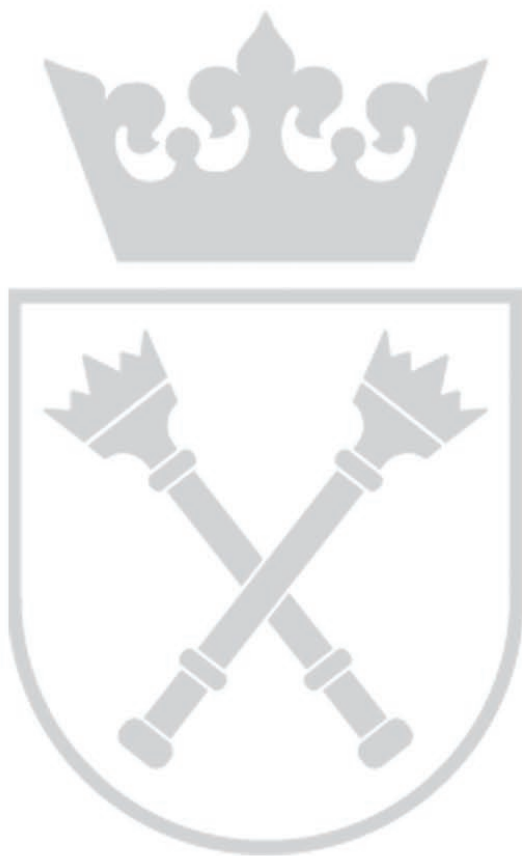
zumianych pod prąd oficjalnych schematów i wykładni. Pamięć rodzinna nieustannie ewoluuje i dostarcza treści do wykorzystywania na własny użytek. Zwłaszcza w chwilach, gdy okazuje się, że z jakichś powodów dziedzictwa potrzebujemy:

Tak jakoś obraz tej babci w tym welonie. Zawsze miałam go w głowie, podobał mi się. [...] No i tak szukając sukni ślubnej, patrząc na zdjęcia, bo też dużo przeglądałam przed, tak jakoś cały czas mi to zdjęcie mojej babci, ten welon się przed oczami ujawniał i stwierdziłam, że to byłoby ładne (PR_EL1b, R2, s. 21).

Bibliografia

- Bazin A., *Ontologia obrazu fotograficznego*, tłum. B. Michałek [w:] M. Bogunia-Borowska, P. Sztompka (red.), *Fotospoleczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, Kraków 2012.
- Draaisma D., *Machina metafor. Historia pamięci*, tłum. R. Pucek, Warszawa 2009.
- Juszczak W., *Wędrowka do źródeł*, Gdańsk 2009.
- Kołąkowski L., *Obecność mitu*, Warszawa 2005.
- Rouille A., *Fotografia. Między dokumentem a sztuką współczesną*, tłum. O. Hedemann, Kraków 2007.
- Szacki J., *Tradycja*, Warszawa 2011.
- Tokarska-Bakir J., *Okrzyki pogromowe. Szkice z antropologii historycznej Polski lat 1939–1946*, Wołowiec 2012.

ustalenia faktów. Choć źródła etnograficzne czasem istotnie mogą w tym pomóc, etnograf rozważa je przede wszystkim dla ich autonomicznej wartości, poszukując w nich świadectw wyobrażeń zbiorowych – obaw, marzeń, snów, fantazmatów, stereotypów reagowania, norm przeciwstawianych wartościom, wartości realnych przeciwstawianych deklarowanym, w których złoży dopiero rodzi się to, co socjologowie nazywają »postawami«?. J. Tokarska-Bakir, *Okrzyki pogromowe. Szkice z antropologii historycznej Polski lat 1939–1946*, Wołowiec 2012, s. 79.



REDAKTOR JĘZYKOWY

Lucyna Sadko

KOREKTOR

Dorota Janeczko

SKŁAD I ŁAMANIE

Hanna Wiechecka

Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego
Redakcja: ul. Michałowskiego 9/2, 31-126 Kraków
tel. 12 663-23-81, 12 663-23-82, fax 12 663-23-83