



POLITECHNIKA
OPOLSKA

PRZEGLĄD NAUK STOSOWANYCH

pod redakcją
Katarzyny Mazur-Kajta

nr **18**

Wydział Ekonomii i Zarządzania
Opole, 2018

PRZEGLĄD NAUK STOSOWANYCH
NR 18

ISSN 2353-8899

Przegląd Nauk Stosowanych Nr 18

Redakcja: Katarzyna Mazur-Kajta

Wszystkie artykuły zostały ocenione przez dwóch niezależnych recenzentów

All contributions have been reviewed by two independent reviewers

Komitet Naukowy czasopisma:

dr hab. Mariusz Zieliński (przewodniczący)

dr inż. Małgorzata Adamska, dr hab. Maria Bernat, dr Ewa Golbik-Madej,
dr Anna Jasińska-Biliczak, dr hab. Izabela Jonek-Kowalska, dr inż. Brygida Klemens,
dr hab. Barbara Kryk, dr Małgorzata Król, dr hab. Aleksandra Kuzior,
prof. dr hab. Krzysztof Malik, dr hab. Mirosława Michalska-Suchanek, Roland Moraru,
PhD. Prof. (Rumunia), doc. PhDr. Michal Oláh PhD (Słowacja), Volodymyr O. Onyshchenko,
Ph.D. Prof. (Ukraina), dr hab. Kazimierz Rędziński, dr Alina Rydzewska, dr hab. Brygida Solga,
dr inż. Marzena Szewczuk-Stępnień, dr hab. Urszula Szuścik,
doc. PhDr. ThDr. Pavol Tománek, PhD (Słowacja), PhDr. Jiří Tuma, PhD (Republika Czeska),
dr hab. inż. Janusz Wielki

Komitet Redakcyjny:

dr hab. Mariusz Zieliński (przewodniczący)

dr inż. Małgorzata Adamska, dr hab. Maria Bernat, prof. dr hab. Krzysztof Malik,
dr hab. inż. Janusz Wielki, dr inż. Magdalena Ciesielska (sekretarz)

Recenzenci: Tadeusz Dyr, Sebastian Fikus, Robert Geisler, Tomasz Homa, Leszek Karczewski,
Dariusz Klejnowski-Różycki, Ewa Kulińska, Brygida Solga, Andrzej Szczepaniak, Wanda Musialik

Copyright by Politechnika Opolska 2018

Projekt okładki: Krzysztof Kasza

Opracowanie graficzne: Oficyna Wydawnicza Politechniki Opolskiej

Wydanie I, 2018 r.

ISSN 2353-8899

Spis treści

Katarzyna MAZUR-KAJTA SŁOWO WSTĘPNE	5
Leszek KARCZEWSKI, Kaja KARCZEWSKA INTRAPERSONAL COMMUNICATION AS A BASIS OF COMMUNICATION IN ORGANISATION	9
Katarzyna MAZUR-KAJTA, Paula LIPIŃSKA HARMONIJNA KOMUNIKACJA W OPINII MŁODEGO POKOLENIA CHIŃCZYKÓW	19
Marek TYLKOWSKI ZNACZENIE METAFORY W PRZEKŁADZIE POJĘĆ KONFUCJAŃSKICH DLA KOMUNIKACJI MIĘDZYNARODOWEJ	36
Elżbieta KARAŚ, Agnieszka PIASECKA-GŁUSZAK BUDOWANIE RELACJI I SPOSOBY KOMUNIKOWANIA SIĘ KONSUMENTÓW W PRZESTRZENI INTERNETOWEJ	52
Anna BOHDAN FORMY JEDNOSTRONNEJ KOMUNIKACJI ELEKTRONICZNEJ URZĘDÓW GMIN Z MIESZKAŃCAMI NA PRZYKŁADZIE GMIN WOJEWÓDZTWA OPOLSKIEGO	62
Piotr ZAMELSKI KOMUNIKACYJNE DZIAŁANIE PRAWA W SFERZE GOSPODARCZO- SPOŁECZNEJ	77
Piotr Jan PLUSKOWSKI HISTORIA ZNAKU DROGOWEGO JAKO ŚRODKA KOMUNIKACJI GRAFICZNEJ W EUROPIE I AMERYCE PÓŁNOCNEJ	87
Monika SZYMURA SYSTEM MONITOROWANIA DROGOWEGO PRZEWOZU TOWARÓW	101

SŁOWO WSTĘPNE

Łacińskie słowo *commūnicātiō* oznaczało niegdyś *dzielenie się, dawanie, wspólną wymianę*, natomiast *commūnicātus* - *łączność*. W XVI w. termin *komunikacja* zaczął być łączony z *transmisją* i *przekazem*. Współcześnie literatura przedmiotu ukazuje mnogość znaczeń tego słowa sprawiając, że niemożliwym staje się jednoznaczne jego zdefiniowanie. Najbardziej typowe i mogące być określone jako „zwięzłe” definicje zawarte są w słownikach. Przykładowo *Słownik języka polskiego* PWN określa *komunikację* jako synonimy: *łączności* (przekazywania i odbierania informacji przez ludzi, przepływ informacji pomiędzy urządzeniami) i *transportu* (przemieszczenia się z jednego miejsca w drucie, ruchu środków lokomocji, jak i samych środków lokomocji). *Komunikacja* może więc być kojarzona nie tylko z transmisją danych; wymianą znaczeń, postaw, uczuć; interakcją pomiędzy komunikującymi się stronami, ale również z przemieszczaniem się, z przewozem ludzi i ładunków. Bez względu jednak na to, niezaprzeczalnym jest fakt istotności komunikacji w życiu człowieka, w tym również w sferze biznesowej.

Od nabytych umiejętności komunikacji, czyli efektywnego porozumiewania się, zależy nie tylko sposób prowadzenia dialogu wewnętrznego, umożliwiającego skuteczne definiowanie własnych potrzeb i podejmowanie racjonalnych ekonomicznie decyzji, ale również: pozytywne zaprezentowanie własnej osoby podczas rozmowy kwalifikacyjnej o pracę lub rekrutowanie, wyselekcjonowanie i zatrudnienie właściwej osoby na konkretne stanowisko; ukazanie efektywności własnej jako członka zespołu pracowniczego posiadającego dobre relacje z innymi uczestnikami życia gospodarczego (przełożonymi, podwładnymi, klientami, dostawcami, akcjonariuszami, itp.); ugruntowanie swojej pozycji pod awans; motywowanie współpracowników; dzielenie się informacjami na każdym poziomie struktury organizacyjnej firmy; przekazywanie swoich oczekiwań oraz wiedzy i doświadczenia; delegowanie obowiązków; efektywnie zareklamowanie produktu; kształcenie się i zdobywanie wiedzy o nowych środkach komunikacji stanowiących podstawę sukcesu w kolejnych przestrzeniach biznesowych.

Również zaspokajanie potrzeb transportowych ma istotne znaczenie w wielu dziedzinach gospodarki. W przestrzeni biznesowej wyróżnić można ich związek m.in. z: rozwojem usług turystycznych; dojazdem do i z pracy osób zatrudnionych; podróżami służbowymi; jak również z: przewozem i przeładunkiem towarów, zabezpieczeniem dróg i szerokim zakresem odpowiedzialności im towarzyszących. Od sprawnego systemu komunikacji zależy budowanie przewagi konkurencyjnej, ponieważ łączyć się ono może m.in. z postrzeganiem atrakcyjności danego miejsca - miasta, regionu, kraju; podjęciem decyzji dotyczącej sfinalizowania umowy, wielkości asortymentu, wysokości obrotów, itp.

Wydanie numer 18 (1) Przeglądu Nauk Stosowanych zostało w całości poświęcone zagadnieniom komunikacji. Zawiera ono 8 artykułów ukazujących

komunikację z perspektywy wielowymiarowej tzn. porozumiewania się, relacji, interakcji, a także przewozu drogowego. Zgłoszone teksty poruszają zagadnienia: komunikacji intrapersonalnej, harmonijnych relacji międzyludzkich z punktu widzenia komunikacji efektywnej, znaczenia metafory w porozumiewaniu się, budowania e-relacji, jednostronnej komunikacji elektronicznej, komunikacyjnego działania prawa, znaków drogowych jako środków komunikacji graficznej oraz ustawy z 2017 r. dotyczącej systemu monitorowania drogowego.

Pierwszy z artykułów, autorstwa **Leszka Karczewskiego i Kai Karczewskiej**, porusza zagadnienie wagi komunikacji intrapersonalnej i jej roli w komunikacji interpersonalnej wewnątrz organizacji. Tekst nawiązuje do wartości i umiejętności pracowników (głównie przełożonych) przyczyniających się do sprawnej i etycznej komunikacji z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym przedsiębiorstwa. Autorzy stwierdzają m.in., iż właściwa komunikacja „samego z sobą” - autorefleksja są umiejętnościami, nad którymi warto pracować i którym powinna być poświęcona bardziej zintensyfikowana uwaga. Dotyczy to sfery nauki (występowanie dużej dysproporcji pomiędzy badaniami i opracowaniami poświęconymi komunikacji intrapersonalnej i interpersonalnej, na korzyść tej drugiej), jak i edukacji (nie uwzględnianie zagadnień dialogu wewnętrznego zarówno na poziomie średnim, wyższym, jak i podczas szkoleń specjalistycznych).

Wśród opublikowanych artykułów znajdują się dwa poruszające tematykę komunikacji w powiązaniu z kulturą chińską. Pierwszy z nich, autorstwa **Katarzyny Mazur-Kajta i Pauli Lipińskiej**, nawiązuje do postrzegania *harmonii* przez przedstawicieli młodego pokolenia Chińczyków urodzonych w latach 90. XX w. i nazywanego w Chińskiej Republice Ludowej pokoleniem *jiushi hou*, oraz jej istotności w komunikacji interpersonalnej. Tekst przybliży koncepcję *harmonii* z chińskiej perspektywy, charakterystykę młodego pokolenia mieszkańców ChRL, jak również przedstawia wyniki badań przeprowadzonych w grudniu 2017 r. przez autorki na University of International Business and Economics w Pekinie. W artykule zwrócono uwagę na znaczenie „bagażu kulturowego” w komunikacji pomiędzy przedstawicielami różnych kultur, zdefiniowano pojęcie *harmonii*, czynniki jej sprzyjające oraz stojące z nią w opozycji, jak również podkreślono fakt, iż jest ona elementem kluczowym w komunikacji z partnerami pochodzącymi z Państwa Środka.

Drugi z artykułów związanych z kulturą chińską, autorstwa **Marka Tylkowskiego**, skupia się na zagadnieniu znaczenia metafory w przekładzie dzieł konfucjańskich na języki zachodnie. Autor korzystając z przykładów używanych przez myślicieli zachodnich lub skierowanych do zachodnich czytelników wskazuje na rolę metafor w interpretacji, m.in. odbierania konfucjanizmu jako religii (stojącej w opozycji do nauk katolickich duchownych) lub filozofii („zgodnej” z rozumem i nie wykluczającej nauk głoszonych przez Kościół), łączenia chińskiego konfucjanizmu z ideą zachodniego humanizmu stosowaną przez interpretatorów chińskiej myśli współczesnej oraz wpływu powyższych na propagowanie idei, ich zrozumienie i rozwój komunikacji międzykulturowej.

Marek Tylkowski zauważa m.in., iż tekstów konfucjańskich nie należy analizować zbyt racjonalnie, gdyż stosowane w nich bardzo sugestywne metafory mają wpływ na zmianę znaczenia odbieranego przez czytelników. Jednocześnie podkreśla, że to dzięki metaforom teksty wywodzące się z innej kultury mają możliwość asymilacji w zachodnich realiach.

Kolejne z opracowań przygotowane przez **Elżbietę Karaś** i **Agnieszkę Piasecką-Głuszak** porusza zagadnienia komunikacji konsumentów w przestrzeni internetowej. Autorki wskazują m.in. na to, że Internet stwarza możliwości komunikacyjne i zbliża konsumentów w ramach grup społeczności wirtualnych, a komunikacja on-line jest traktowana jako uzupełnienie komunikacji face-to-face konsumentów-prosumentów. Artykuł podzielony został na trzy części poświęcone odpowiednio zagadnieniom: e-marketingu i społeczności internetowej, komunikacji i marketingowi e-relacji oraz kreowaniu e-relacji na przykładzie serwisu aukcyjnego Allegro.pl. Autorki zauważają m.in., że te same narzędzia i mechanizmy biznesu występują zarówno w świecie off-line jak i on-line, dlatego tworzenie partnerskich więzi również w ramach e-commerce jest niezwykle istotne z punktu widzenia zaspakojania potrzeb po obu stronach wirtualnej ludy.

Praca autorstwa **Anny Bohdan** przybliży z kolei formy jednostronnej komunikacji elektronicznej urzędów gmin z mieszkańcami na przykładzie gmin województwa opolskiego. Autorka skupia się na jednostronnej komunikacji urzędów gminy generowanej głównie w celach informacyjnych, a kierowanej do ogółu zainteresowanych poprzez Biuletyn Informacji Publicznej oraz strony www urzędów gmin. Anna Bohdan wskazuje na wagę stosowania nowoczesnych rozwiązań technologicznych i informatycznych na szczeblu samorządowym m.in. z uwagi na kreowanie wizerunku gminy w oczach jej mieszkańców, a przede wszystkim na szeroki dostęp do udostępnianych informacji.

Szósty artykuł w niniejszym numerze, przygotowany przez **Piotra Zamelskiego**, dotyczy komunikacyjnego działania prawa w sferze gospodarczo-społecznej. W artykule ukazano działanie prawa jako środka komunikacji społecznej oraz przedstawiono wybrane problemy prawne w sferze gospodarki – od strony nadmiernego urynkwienia dziedzin życia społecznego i partycypacji w nim przedsiębiorców. Autor podkreśla m.in., iż: normy prawne pełnią funkcję komunikatów; efekty prawa mogą różnić się od zamierzeń prawodawcy; komunikaty prawne bywają różnie interpretowane przez adresatów oraz, że warto podjąć działania by komunikaty prawne motywowały do partycypacji i współdziałania w celu osiągnięcia dobra wspólnego.

Artykuł autorstwa **Piotra Jana Pluskowskiego** rozpoczyna tematykę komunikacji łączącej porozumiewanie się w czasie transportu. W swoim tekście autor przybliży historię znaków komunikacji wizualnej oraz prezentuje znaki drogowe będące środkami przekazu treści takich jak: kierunek, odległość, nazwa, ostrzeżenie, nakaz, zakaz. W tekście przedstawiono historię polskich znaków drogowych, nawiązując również do znaków stosowanych na terenie całej Europy oraz w Stanach Zjednoczonych. Autor podkreślił, iż znaki nawiązujące do tej samej lub zbliżonej treści różnią się między sobą w różnych obszarach świata (m.in.

stosowanym kolorem, kształtem znaku i zamieszczonego na nim komunikatu, jak również jednostkami miary); w miarę rozwoju technologicznego materiały wykorzystywane w produkcji znaków drogowych są ulepszone; następuje nieustannie zwiększanie się ilości znaków drogowych i ich łączonego stosowania, co utrudnia kierującym szybką, prawidłową i/lub całościową identyfikację, i może skutkować kolizjami drogowymi.

Numer czasopisma kończy opracowanie **Moniki Szymury** analizujące obowiązki i wyzwania stojące przed osobami wysyłającymi, przewożącymi i odbierającymi towary wrażliwe, zgodnie z ustawą z dnia 9 marca 2017 r. o systemie monitorowania drogowego przewozu towarów. Celem wprowadzenia ustawy jest przeciwdziałanie aktywności nieuczciwych podmiotów (tj. nieodprowadzających podatków). W artykule opisano obowiązki zgłaszania, uzupełniania i aktualizacji danych w elektronicznym systemie zgłoszeń SET, przybliżono kategorię towarów monitorowanych, czynności kontrolne oraz ewentualne sankcje. Autorka wskazała również na wątpliwości interpretacyjne wybranych przepisów ustawy, dotyczących m.in. braku zapewnienia bezpieczeństwa prawnego podmiotom nie naruszającym prawa oraz nakładaniu obowiązków na podmioty nie będące stroną transakcji.

Katarzyna Mazur-Kajta

Leszek KARCZEWSKI, Kaja KARCZEWSKA

INTRAPERSONAL COMMUNICATION AS A BASIS OF COMMUNICATION IN ORGANISATION

Summary: In the article, the authors discuss the role of communication in the organization, especially in relation to employees in managerial positions, and specifies what values and skills they must have, so as interpersonal communication between employees, communication with clients, communication between the departments of the organization, especially in a diverse cultural environment, could proceed in an efficient and ethical way. In the author's perspective and various concepts, eg Allport or in the concepts of Goleman's emotional intelligence (EQ), the condition of this external communication is proper internal communication. In the last part, the author of the article shows how specifically the ability of self-reflection can be developed and strengthened.

Keywords: communication, communication in the organization, interpersonal communication, intrapersonal communication.

KOMUNIKACJA INTRAPERSONALNA JAKO PODSTAWA KOMUNIKACJI W ORGANIZACJI

Streszczenie: W artykule autorzy omawiają rolę komunikacji w organizacji, zwłaszcza w odniesieniu do pracowników na stanowiskach kierowniczych oraz wyszczególniają jakie wartości i umiejętności muszą oni posiadać, aby komunikacja interpersonalna między pracownikami, komunikacja z klientami, komunikacja między działami organizacji, zwłaszcza w zróżnicowanym środowisku kulturowym, mogła przebiegać w sposób sprawny i etyczny. Warunkiem tej komunikacji zewnętrznej jest, w ujęciu autora i różnych koncepcji np. Allporta czy też w koncepcjach inteligencji emocjonalnej Golemana, właściwa komunikacja wewnętrzna tj. jednostki ze samą sobą. W ostatniej części autor artykułu pokazuje jak konkretnie można rozwijać i wzmacniać zdolność autorefleksji.

Słowa kluczowe: komunikacja, komunikacja w organizacji, komunikacja interpersonalna, komunikacja intrapersonalna.

1. INTRODUCTION

In many studies considerable attention was given to interpersonal communication, while intrapersonal communication received relatively less. Therefore, the apparent asymmetry of these studies requires filling the existing cognitive gap. This article aims to present selected issues related to communication that takes place within the individual. This is important because communication is the basis for interactions between people, as well as the any kinds of interactions in the organization between individual units and departments.

The purpose of this article, which has a synthetic character, is an attempt to outline the answer to the question of how the individual communicates with himself or herself, what are the components of the personality, what is the ability to self-reflect and how to develop it, what is the role of different intelligences, e.g. emotional intelligence, in the process of external and internal communication of the individual?

In the first part of the article the author describes the problem of communication from the point of view of different approaches and also the function and the importance of communication in the realization of different needs of an individual and organization. The next part focuses on the structure of personality and the role of reflection, the development of the subject of consciousness - a component part of Allport's "prioprium" [Allport 1988] - in this structure. Next, it was indicated how to develop the subject of consciousness and how the concept of various intelligences such as, for example, emotional intelligence, is combined with the development of self-reflection.

2. COMMUNICATION. TYPES, IMPORTANCE FOR AN INDIVIDUAL AND ITS ROLE IN THE ORGANIZATION – AN OUTLINE OF THE PROBLEMATIC

The following chapter of the article discusses different types of communication of the individual with the environment and shows the role of communication in the organization, paying special attention to how individual characteristics, internal communication skills, affect or even determine his or her relationship with the environment. These skills may be particularly important for the management at various levels, but they are also important for every employee of the organization.

The individual constantly communicates, interacts with other individuals and objects. The basis for contact with objects and people, however, is the proper contact of the individual with him- or herself. This intuition is manifested in the proverb or motto at the beginning of this article. It is also necessary to maintain a balance between these three contacts, three types of communication.

Contact with things requires knowledge about things and how they function. Contact with people requires knowledge about people, their needs, inclinations, values, but mainly requires good will, empathy, kindness, non-evaluative phenomenological approach, full openness at least at the beginning of the relationship, ability to suspend and refrain from judgments [Bombala 2010, pp. 44-45, 59, 66]. However, this contact requires not only knowledge, but mainly skills such as: self-discipline regarding thoughts and emotions, distance to yourself and your knowledge, your views and personal desires. These are skills that require a strong center of personality, self-reflection, moral compass (certain moral imperatives), and developed emotional and spiritual intelligence.

Communication in the organization plays a fundamental role in human resource management. It occurs on several mutually complementary levels [Gitling 2017: 78]:

1. At the level of the individual, it appears as its internal dialogue between the personality kernel and various components of the personality structure - it is intrapersonal communication.
2. At the level of two or several individuals - it is interpersonal communication
3. In intra-group relations - this applies to communication, for instance, in organizational units.
4. In intergroup relations as communication between departments.

Satisfying the information needs at all these levels is a prerequisite for the smooth functioning of the system at various reference levels. The amount of information processed and the multiplicity of their sources require, for the purpose of proper decision-making, the collection of this information, their selection and the relevant competence of the persons who carry them out. Proper communication at various levels of its consideration is particularly important for the management of the organization. Most of the activities of the managerial staff consist in listening and speaking. So these two skills seem especially important. Communicating in the organization is needed for managers in their interpersonal, informational and decision-making roles.

For all employees of the organization, communication is important as well because it implements their affiliate needs (of which Abraham Maslow wrote) - interpersonal contacts and a sense of belonging. It also enables realization of other personal needs, including the need for self-fulfillment, meeting the need of interaction partners and needs and goals of the entire organization. Communication also enables familiarizing employees with the company's goals, the mission of the organization, and convincing them to the intended changes in the organization. Finally, communication enables employees at various levels to fulfill their professional functions, including exchanging information with the external environment of the organization, for example, with clients and consumers [Moczyłowska, 2006: 89].

It should be emphasized that communication is not only a simple exchange of information, transmitting, receiving and executing commands, but also shaping and changing reality [Oleksyn 2010: 93]. Communication can and should also lead to reflection, to self-seeking, to freeing oneself from unnecessary routine activities.

Proper i.e. efficient and ethical communication requires professional knowledge about communication processes, openness to changes, external and internal environment, or general human values such as truth. Openness is a character trait of an individual. It may be innate, but it is also something that can be developed by a person during their own development - the development of emotional, moral and spiritual intelligence. Other important communication competences include honesty regarding the content, emotions and expressions conveyed, precision of communication regarding the appropriate choice of words and symbols. The development of these competences requires practice and self-discipline. An important issue of communication is also its high culture associated with tactfulness and empathy, or the

ability to empathize with someone's situations, as well as patience in listening to the other person.

Organizational culture should support a climate of freedom of information exchange. Especially leaders, managers at various levels should have the ability to self-reflection, which allows breaking the emotional blockade hindering the proper transmission of information. Open communication is the basis for building a learning organization, in which the flow of information, concepts and views enriches already existing knowledge, promotes employee activation, stimulates creativity and increases their involvement.

The pace of current transformations taking place under the influence of the electronic economy leads to rapid transformation of organizational, production and commercial structures. This situation requires the improvement of communication at all its levels of examination, in particular at the level of intrapersonal communication as fundamental for all other types of communication.

Informal communication also plays a significant role in the organization. An important feature of a modern manager is communication openness to others, respecting their opinions, which can help reduce the excessive distance of power, hierarchical distance, undesirable especially in cultures with a low power distance, characterized by low PDI [Hofstede G., Hofstede GJ, Minkov M., 2011: 83 - 86]. This openness allows free flow of information and reduces the level of so-called informal communication connected with the intensification of phenomena disturbing people in organizations, appearing in the situation of a significant information gap between management and employees.

There are external and internal barriers to communication [Jagiellovicz, Kozak, Gontarski, 2002: 26]. External barriers to communication are found in the environment and manifest themselves as, for example, street noise and loud conversation. These barriers are usually relatively easy to remove. Internal barriers to communication are, for example, differences of views, emotions, lack of trust, incorrect interpretation of transmitted content, appearing both at the sender and recipient of messages. They are usually harder to overcome than the first ones. Another group of barriers are cultural, social, religious and intellectual barriers. An important obstacle to communication is the lack of ability to distance yourself from your own culture and its various layers (national, ethnic, linguistic, religious, social and organizational).

The method of communication depends on the speaker's personality, his or her knowledge, experience and circumstances, physical and mental well-being. People who are unable to communicate with others effectively usually face problems in establishing interpersonal contacts. In extreme cases they can withdraw from social, or even professional life, in advance giving up the idea of taking on challenges and holding responsible positions.

It is also necessary to emphasize the problem of cultural determination of both verbal and non-verbal communication. In particular, non-verbal communication is relatively spontaneous and is often manifested subconsciously by the sender of the message [Mruk 2002: 76].

Another important issue is the ability to listen. Several types of listening can be specified: informative - based on assimilation of a large variety of information, evaluative - the partner's statement are carefully scrutinized so that manipulation can be avoided, empathic listening - ability to imagine what someone else is feeling and readiness to understand the partner, and non-reflective listening which consists in showing interest in conversation and maintaining it [Stankiewicz 1999: 72].

There are several major communication traditions: critical, phenomenological, socio-cultural, cybernetic, semiotic, and feminist [Griffin, 2003: 54-66]. Each and every one of them makes a valuable contribution to the development of the theory of communication and each refers to certain internal competencies of the individual, which are a condition for proper communication.

Cybernetic theory [Griffin 2003: 56 - 59], quite often mentioned in the literature in the field of, for example, negotiations, is based on the information transfer model of Claude Shannon and Warren Weaver, already developed in 1949. In this model, the role of the source (the message initiator) is to encode (translate) thoughts into words and channel them to the recipient. The recipient will decode (assign meaning) the information received and interpret it according to his / her competences, and then send the feedback (response to sources message). In this model, special attention is paid to the fact that in the communication process external disturbances occur, e.g. noise and internal disturbances, depending on the features of the communication channel, the sender and their way of speaking, more or less precise vocabulary, pronunciation errors, ability to silence one's own thoughts and emotions, etc. It is important that the recipient's culture determines the perception, interpretation and evaluation of messages received [Stoner, Wankel 1994: 430]. The participants of intercultural dialogue are therefore expected not only to know the other culture, but also to understand their own national, ethnic, linguistic or religious culture, and to a certain degree distance themselves from their own identity, shaped in a specific cultural environment.

3. INTRAPERSONAL COMMUNICATION AND ITS DETERMINANTS - THE ROLE OF DIFFERENT INTELLIGENCES

The above chapter described various types of communication between an individual and the environment and showed the role of communication in the organization, paying special attention to the issue how certain features of an individual, their internal communication skills influence or even determine their relationship with the environment. The following chapter focuses on issues less often discussed directly in the literature in the field of Social Communications.

This chapter focuses on complementary issues that are scattered in the literature in the field of other scientific disciplines, e.g. in the field of psychology and philosophy or even in the field of the science of religions. Those complementary issues can significantly enrich and complete the inquiries in the field of social communication in the organization.

In the above chapter in various contexts the following characteristics and abilities of the individual are mentioned, which affect its communication with the external environment: 1. ability to understand and to distance from one's own culture and its basic assumptions concerning, for example, man and the world, 2. ability to eliminate internal communication interferences through self-discipline and the ability to calm down one's thoughts and emotions, 3. ability to listen empathically (getting into the partner's feelings and being ready to understand him or her) without judging others, 4. communicative openness to others and respecting their opinions, 5. distance to yourself and your knowledge, your views and personal desires, 6. ability to reflect and self-seeking, 7. ability to be free from unnecessary routine activities and habits of thought.

The abilities listed above require having a strong core of personality, a center of self-reflection and possession of praxeological and moral compass (certain moral imperatives and imperatives of efficient operation), require also developed different intelligences such as emotional, moral and spiritual. This strong center of self-reflection can be the basis for the individual's self-development in specific directions based on the adopted praxeological and ethical imperatives.

There is a fundamental question about how to develop self-reflection? Who is to do it? Is it only the individual himself, or should there be also created some educational infrastructure at various levels of education and training in organizations?

Development of the fundamental skills of self-reflection should be of the same importance as the development of speaking, thinking and counting. This development may take place in spontaneous manner along with the growth of individual's life experiences, but it may be significantly accelerated when it is an intentional act. It requires redirecting a part of cognitive attention from the outside world towards one's own interior, to oneself, to the world of one's thoughts and emotions in order to recognize them, understand and manage them. It requires time, detachment from external actions, balancing this kind of internal activity with the external ones.

Gordon Allport distinguished the most important part of any personality. He called it "proprium." The "proprium" consists of the following elements [Allport 1988: 39 - 50]:

1. Feeling one's own body.
2. The sense of identity.
3. Self-love (the need for survival, will of power, pride, self-importance).
4. The extended "I" - respect for ideals, identifying with groups, love of moral values.
5. Rationality.
6. Self-image (roles, aspirations).
7. Personal aspirations integrating the personality (impulses, drives and motifs of a higher order, self-realization, personal imperatives).
8. Self-knowledge (the subject of cognition, a substantial subject of knowledge).

The full realization of this deepest factor by the individual i.e. the subject of cognition, self-knowledge and the factor of self-regulation, according to Allport, is a sign of a fully mature personality.

Allport, therefore, assumed that such core of personality really exists and can, or should be, developed. For Roman Ingarden, the lack of such core personality would be a situation in which we could not talk about any individual responsibility [Ingarden 1998: 123 -124].

The latter, an important component of personality, constituting its "command center" i.e. self-knowledge, the subject of cognition, Kantian "transcendent ego" [Kant 1957: 113], according to Allport is ignored by the individual himself, has been neglected by science and was actually the domain of various religions.

During millennia of its existence, humanity has developed many techniques and methods of self-discovery, the separation from consciousness and exploration of the subject of cognition. Religions and thinkers of many continents proposed the tools of this self-knowledge and internalization. So there is no shortage of literature on this subject, but this knowledge has not yet reached common educational systems, including the theory of management and training conducted in the vast majority of companies.

So what is the point of, for example, meditations of Saint Ignatius Loyola, if they did not become a vital part for the majority of believers? What about the fact that India had many spiritual gurus, if the average Indian does not practice yoga regularly, he does not meditate and this is solely the proper domain of intellectual and spiritual virtuosi? The same applies to Buddhism in Japan, China or other countries of the Far, Middle and South East.

The questions arises as to whether it is an innate reluctance of people to self-knowledge, gravitation towards the outside, the sensual, or is it a certain adopted social paradigm, reproduced from generation to generation, so as not to penetrate one's interior? Surely, both have a role to play here. If the world is to survive, however, people must learn about self-knowledge, self-control, reduce excessive desires, share with others, cooperate, understand and act on the common good on a local and global scale. This requires a change in the perception of the world, not perceiving it as a predator perceives it, classifying food. It requires seeing unity in diversity. This change must take place first inside individuals, mainly the leaders, who will then make changes in their organizations, in the paradigms of economics, social paradigm and political paradigm.

Issues from the discussed scope fall into concepts widely promoted in the world for over a dozen years, concepts related to emotional intelligence (EQ). The concept and research on emotional intelligence, as complementary to intellectual intelligence, have been developed, among others by Daniel Goleman [Goleman 1997] from Harvard University and other authors [Cooper, Savaf 2000].

D. Goleman in his studies put forward the thesis that the broadly understood success in life is conditioned not only by high intellectual intelligence (IQ) level, but also and above all, by the level of EQ i. e. emotional intelligence, which is a kind of meta skill, conditioning our use of other skills. Emotional intelligence can operate both externally and internally. The external operation includes effective communication with others and emotional authority. The internal operation includes self-

awareness, control over emotions and the ability to self-motivate, self-control, self-discipline, and self-awareness.

According to Goleman, emotional intelligence is a set of traits that can be called character. It's the ability to self-observe, to control your own thoughts and emotions. It is also persistence in pursuing a goal despite failures, being optimistic about the future, the ability to feel the mood of other people, self-understanding as well as understanding others and their motives. Generally, it is a set of skills that help in arranging harmonious relationships with others. The development of this intelligence is to be achieved by mastering the art of managing stress through physical exercises, visualizations, relaxation, through the development of listening skills, recognizing and naming emotions, controlling impulses, developing self-awareness, managing feelings, tracking "conversations with oneself". Undoubtedly, Goleman's theories were influenced by his personal experiences from traveling to the South East, where he became familiar with various techniques of internalization, self-discovery and meditation [Goleman 1998].

There are many technique of self-control of thoughts and emotions. Japanese, Korean and Chinese Zen Buddhism uses the practice of *zazen* i.e. sitting and counting breaths, the technique of unraveling particular, paradoxical, intellectual riddles. In Tibet, there were practices related to multiple repetitions of mantras, visualization of various aspects of Buddha's mind and identification with them. *Vipassana* practices of attentive sitting were also used. In India, there were also many other practices stabilizing the mind such as: hatha yoga postures (so-called *asanas*), as well as pranayama i.e. breathing exercises, visualization, recapitulation of events taking place throughout the day, techniques of repeating mantras, focusing only on "pure" awareness of existence, on the feeling of "I am" without any judgment and self-identification with the body, emotions and thoughts. In China, Qi gong i.e. Chinese yoga exercises are also used. They combine breathing exercises with physical exercises. In Western countries, practices that refer to Eastern thought were created, such as Jacobson relaxation and Schultz autogenous training [Grochmal 1986: 201, 211], as well as theory and practice of „*headlessness*” by Douglas Harding [Lang, Lunn-Rockcliffe 2017] and many more.

Examples of exercises strengthening self-reflection were also proposed by the Polish author Tadeusz Pasek [Pasek 1986: 324 - 325]. His exercises go as follows. Sit in a comfortable position, calm your breath and relax your muscles. At the first stage of gaining self-control, try to observe your thoughts. You should gradually achieve an internal state of mind which will help you to stop identifying your real "I" with your thoughts, so that you may observe your thoughts as an onlooker. You should not let your mind be absorbed by thoughts, be involved in them. This stage should last from one to two weeks. The exercise should be performed daily, preferably early in the morning or at bedtime. The second stage is a gentle removal of the observed thoughts.

The purpose of the exercise is to vigilantly capture the moment of new thought formation and immediately, by the effort of the will, to force it to give up and abandon it. This stage leads to several minutes of complete internal silence. The third

stage is initiating thoughts in subdued consciousness. In the subdued consciousness, we set chosen thoughts and keep them in mind for a few moments. Then we stop the thinking process and silence and mute the field of consciousness with the effort of will. After some time, a new thought is initiated and it is muted again. At the fourth stage the periods of silence in the field of consciousness are already so long that thoughts emerging sporadically from the subconscious are easily extinguished. The only difficulty is not to fall asleep in a state of deep silence.

4. SUMMARY

In common education, the issues of intrapersonal communication are not given sufficient attention. This is evidenced by the preliminary research carried out in this area by one of the authors of this article [Karczewski 2005: 81 - 82]. It is a neglected sphere, no man's land, which requires management both by individual effort and by education at its various levels i.e. at school, at university, during various trainings, including ethics training in organizations. In these activities the authors see the possibility of making positive changes and improving interpersonal relationships, possibility of counteracting various negative phenomena occurring in the contemporary world of organizations and beyond.

The authors assume that these changes are possible, although they are not easy. They require the integration of activities of various policymakers, individuals, organizations and institutions. However, there are many barriers to make these changes. They are mainly found in habits, in current organizational structures, cultural patterns, prejudices, assumptions, and to some extent in the very nature of man and / or the world. Some Japanese companies [Konecki, 1992: 64-65], but also Western ones such as Google, IBM, HBO, Yahoo and many others, have begun to take seriously the issue of developing self-reflection of their employees [Karczewski 2017: 46].

Literature:

- [1] Allport, G.: *How do we become a personality*, in: *Personality and religion*, Warsaw: PAX 1988 (in Polish).
- [2] Bombala, B.: *Phenomenology of Management. Leadership*, Warsaw: Difin, 2010 (in Polish).
- [3] Cooper, R., Savaf, A.: *EQ emotional intelligence in organization and management*, Studio | Emka: Warsaw 2000 (in Polish).
- [4] Gitling, M.: *The Importance of Communication in Human Resources Management*, In: L. Karczewski. H. Kretek (ed.), *Cultural, Social, Legal and Ethical Aspects of Economy Business and Management*, PWSZ Publishing House: Racibórz 2017 (in Polish).
- [5] Goleman, D.: *Emotional Intelligence*, Poznań: Media Family 1997 (in Polish).
- [6] Goleman, D.: *Meditating Mind*, Bydgoszcz: Limbus 1998 (in Polish).
- [7] Griffin, E.: *Fundamentals of Social Communication*, Gdańsk Psychological Publisher: Gdańsk 2003 (in Polish).

- [8] Grochmal, S.: *Relaxation Exercises in occupational medicine and rehabilitation*, the same (ed.), *Theory and Methodology of Relaxation-Concentrating Exercises*, Warsaw: PZWL 1986 (in Polish).
- [6] Hofstede, G., Hofstede, G. J., Minkov, M.: *Cultures and Organizations*, Warsaw: PWE 2011 (in Polish).
- [7] Ingarden, R.: *The Book About a Man*, Kraków: Wydawnictwo Literackie 1998 (in Polish).
- [8] Jagiełłowicz, A., Kozak, E., Gontarski, M.: *On the Art of Communication*, Nysa: PWSZ Publishing House in Nysa 2002 (in Polish).
- [9] Kant, I.: *Critique of Pure Reason*, Warszawa: PWN 1957, vol. II (in Polish).
- [10] Karczewski, L.: *Education for Self-knowledge*, "Prakseologia" 2005/145 (in Polish).
- [11] Karczewski, L.: *Self-Management: Individual and Organizational Levels*, S. Mishra, S. Shukla, G. Batthini (ed.): *Twelfth Biennial Conference on Entrepreneurship*, Ahmedabad, Gujarat, India: Bookwell Delhi 2017.
- [12] Konecki, K.: *In the Japanese Factory*, Łódź: Publishing House of the University of Lodz 1992 (in Polish).
- [13] Lang, R., Lunn-Rockcliffe, V.: *The Man with No Head. The Life and Ideas of Philosopher Douglas Harding, Scientist, Artist, Mystic*, London: The Shollond Trust 2017.
- [14] Moczydłowska, J.: *Organizational Behavior in a Modern Enterprise*, Katowice: Śląsk Publisher 2006 (in Polish).
- [15] Mruk, H.: *Communicating in Business*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej: Poznań 2002 (in Polish).
- [16] Oleksyn, T.: *Competence Management. Theory and Practice*, Warsaw: Wolters Kluwer Polska SA 2010 (in Polish).
- [17] Stankiewicz, J.: *Communication in the organization*, Wrocław: Astrum 1999 (in Polish).
- [18] Stoner, J. A., Wankel C.: *Management*, Warsaw: PWE 1994 (in Polish).
- [19] Pasek, T.: *All-generational and General Improvement Exercises of Relaxation and Concentration Modeled on Yoga and Zen*, In: Grochmal S. (ed.) *Theory and Methodology of Relaxation and Concentration Exercises*, Warsaw: PZWL 1986 (in Polish).

dr hab. Leszek Karczewski, prof. PO

Politechnika Opolska

Wydział Ekonomii i Zarządzania, Katedra Nauk Humanistycznych i Prawnych.

45-036 Opole ul. Luboszycka 7

karczewsl@wp.pl

mgr Kaja Karczewska, PhD. Research Scholar

Xiamen University, College of Humanities,

No. 422, Siming South Road, Xiamen, Fujian, China 361005

kajak_17@o2.pl

Katarzyna MAZUR-KAJTA
Paula LIPIŃSKA

HARMONIJNA KOMUNIKACJA W OPINII MŁODEGO POKOLENIA CHIŃCZYKÓW

*Cała harmonia tego świata składa się z elementów sprzecznych.
Seneka Młodszy*

Streszczenie: Artykuł poświęcony jest zagadnieniu *harmonii* oraz jej wagi w komunikacji o chińskim charakterze. W tekście zwrócono uwagę na postrzeganie *harmonii* przez pokolenie urodzone w Chińskiej Republice Ludowej w latach 90. XX w. – grupy charakteryzującej się odmiennymi preferencjami i zachowaniami niż pokolenia wcześniejsze. Artykuł dostarcza informacji jak młode pokolenie Chińczyków pojmuje kategorię *harmonii* i jej rolę w komunikacji międzyludzkiej.

Słowa kluczowe: harmonia, komunikacja, Chińska Republika Ludowa.

HARMONIOUS COMMUNICATION IN THE OPINION OF YOUNG GENERATION OF CHINESE

Abstract: The article discusses the issue of *harmony* and its importance in communication in China. The text highlights the perception of *harmony* from the point of view of the generation born in China in the 90s of the twentieth century – a group of people characterized by different preferences and behaviors than previous generations. This article aims to provide information on how the young generation in China understands the category of *harmony* and its role in interpersonal communication.

Keywords: harmony, communication, People's Republic of China.

1. WSTĘP

Umiejętność komunikowania się z innymi osobami jest niezwykle przydatna i często niezbędna w życiu, niezależnie od tego, z jakiego kraju pochodzą porozumiewający się. Najczęściej poruszonym zagadnieniem dotyczącym komunikacji efektywnej są zagadnienia aktywnego słuchania oraz efektywnej wypowiedzi zwrotnej.

Aktywne słuchanie zdefiniować można jako zrozumienie przekazu nadanego przez partnera rozmowy, zgodnie z jego intencjami, bazujące na zaangażowaniu słuchającego i jego propartnerskim nastawieniu. W ramach aktywnego słuchania wyszczególnić można techniki: odzwierciedlenia (wyraźnego zwerbalizowania swoich odczuć co to tego, co komunikuje i odczuwa rozmówca), parafrazowania (formowania własnymi słowami otrzymanego komunikatu), klaryfikacji (uściślenia danej wypowiedzi/ gestu), podsumowania (zwięzłego przytoczenia naj-

ważniejszych informacji) i zadawania pytań otwartych (tj. niesugerujących odpowiedzi). Aktywnemu słuchaniu sprzyjają ponadto: otwartość, empatia i spójna mowa ciała (harmonijnie uzupełniająca stosowaną mowę werbalną) przejawiająca się m.in. w: dopuszczalnym kulturowo kontakcie wzrokowym, przechyleniu w kierunku rozmówcy pozycji ciała, w tzw. „potakiwaniu”, czy też w niemal „lustrzanym” dostosowaniu mowy ciała do komunikacji niewerbalnej rozmówcy.

Z kolei przy kreowaniu efektywnego feedbacku winno się być cierpliwym i opanowanym. Należy koncentrować się na zachowaniu, wynikającym z obserwacji, a nie na ocenie partnera rozmowy, należy odnosić się do własnych przemyśleń, unikać stereotypów, argumentować korzystając z faktów, informować o swoich oczekiwaniach i ewentualnych konsekwencjach oraz pytać o oczekiwania partnera rozmowy.

O ile zagadnienia związane z aktywnym słuchaniem i efektywnym sprzężeniu zwrotnym są często podejmowane w ramach prac naukowych, o tyle kwestie dotyczące harmonijnej komunikacji są relatywnie rzadziej poruszane, ale również niezwykle istotne w procesie komunikowania się. Harmonijnej komunikacji przeciwstawia się najczęściej kategorię komunikacji nieharmonijnej lub wręcz konfliktowej, a więc rozpatrywanej raczej z punktu widzenia targających człowieka emocji – złości (m.in. frustracji, nienawiści, gniewu, zniecierpliwienia, niechęci, mściwości), smutku (m.in. zawodu, przygnębienia, bólu), strachu (m.in. niepokoju, przerażenia, paniki, podejrzliwości, zagubienia), itp. W tym ujęciu harmonijna komunikacja rozpatrywana może być z punktu widzenia komunikacji spokojnej, komfortowej i pełnej szacunku, której sprzyjają relaksacyjne ćwiczenia oddechowe.

Harmonijna komunikacja zależna jest również m.in. od tego, czy podczas przesyłania/ odbierania komunikatów wyrażamy własne zdanie, jesteśmy uprzejmi, asertywni, potrafimy przyjąć informację krytyczną/ pochwałę, oraz czy jesteśmy bezpośredni i prawdomówni, a przede wszystkim jak powyższe odbierane jest przez pozostałych uczestników procesu komunikacji. Tak rozumiane czynniki, mające wpływ na interpretowanie *harmonii*, mogą być różnie odbierane zarówno przez reprezentantów różnych krajów/ kultur, jak i przedstawicieli różnych generacji (w ramach danej kultury).

Niniejszy artykuł poświęcony jest zagadnieniu *harmonii* oraz jej wagi w komunikacji o chińskim charakterze, interpretowanej w ramach powyższego przytoczonego przykładu. W tekście, prócz próby przybliżenia chińskiej koncepcji *harmonii* i charakterystyki pokolenia urodzonego w ChRL w latach 90., przedstawiono również wyniki badań przeprowadzonych wśród osób z tego pokolenia – grupy osób studiujących w Pekinie w 2017 r. Celem artykułu jest dostarczenie informacji jak młode pokolenie Chińczyków pojmuje kategorię *harmonii* i jej rolę w komunikacji międzyludzkiej.

2. KONCEPT HARMONII

Koncepcja *harmonii* [和譜] w chińskim ujęciu klasycznym odbierana bywa jako droga środka – droga pomiędzy skrajnościami, przeciwieństwami. Z jednej strony łączona jest z balansem nieustannie przeobrażających się elementów prajedni *Taiji* [太極] – *yin* [陰] i *yang* [陽]. Elementów o cechach przeciwstawnych, sprzeczności¹ wzajemnie się uzupełniających. Z drugiej, jako próba zachowania „złotego środka”² - niedecydowania się na skrajne rozwiązania, podążanie za trendem, tzw. normą („Naturą” bądź normą ustalaną przez daną grupę społeczną).

Zgodnie z chińską medycyną ciało człowieka składa się z elementów *yin* i *yang*, których równowaga utrzymuje człowieka w zdrowiu. Gdy brak jest równowagi człowiek traci siły i zaczyna chorować. Aby powrócić do zdrowia należy zneutralizować *yin* i *yang*, tj. osłabić jedno, bądź wzmocnić drugie. W tym ujęciu ciało człowieka rozpatrywane jest z punktów widzenia: *holistycznego*, *indywidualnego*, *systemowego*, *stosowności*, *neutralności* i *harmonii*. Nie tylko organy ludzkiego ciała zależne są wzajemnie od siebie, ale również poszczególne jego komórki. Ich harmonijna współpraca gwarantuje normalizację – stan zdrowia. W tradycyjnej medycynie chińskiej podkreślana jest również koncepcja świata jako jedności i współzależnego od niego człowieka, *harmonia* człowieka z naturą, *harmonia* pomiędzy ciałem i umysłem [Xu J.L., s. 12–13], w tym pomiędzy targającymi człowieka emocjami takimi jak radość, złość, smutek i śmiech, których nierównowaga prowadzi do choroby, a harmonijne występowanie ma właściwości uzdrawiające [Wang C.I., s. 68].

Założenia Wielkiej Jedni *Taiji* oraz idea „złotego środka” widoczne są również w głównych prądach filozoficzno-religijnych Chin: taoizmie, konfucjaniźmie i buddyźmie, m.in.:

- W taoizmie metafizycznie ujęta *harmonia* bazuje na trudnym do ujęcia słowami *dao* [道] będącego początkiem *Taiji*, a następnie wszystkiego we wszechświecie. *Harmonia* traktowana jest jako ostateczność, do której dąży się poprzez niedziałanie - *wuwei* [无为], tj. działanie bez presji i przymusu, lecz związane z przyjęciem zgody na to co szykuje los – podążanie za naturalnym biegiem rzeczy. Życie zgodnie z pierwotną naturą człowieka, zachowanie spokoju i otwartego czystego umysłu stwarzają możliwości życia w miarę bezkonfliktowego (bądź minimalizującego konflikty) tj. dopasowanego do Natury [自然]. [Mazur R.]
- W konfucjaniźmie *harmonia* bazuje na przestrzeganiu ceremonii [礼] i w wykształcaniu w sobie cnót [德], dzięki którym człowiek staje się osobą „dobrą” – człowiekiem szlachetnym, a więc dobrym obywatelem mającym czyste sumienie. Ich wypracowanie gwarantuje osiągnięcie harmonijnego

¹ Sprzeczność tę zawiera również myśl zamieszczona na początku tego artykułu.

² Koncepcji preferowania zmierzania do złotego środka dopatrzeć się można nawet w jednej z nazw Chin – *Państwa Środka* [中国].

społeczeństwa – funkcjonującego w zgodzie z *dao* Nieba [天][Augustyniak A.] Im bardziej jednostka ludzka/ rodzina/ państwo zbliża się do niebiańskiego spokoju, tym bliższa im jest *harmonia*.

- Buddyzm określany bywa jako doświadczanie życia w głębokiej *harmonii*, wewnętrznym spokoju i „nie uznawaniu żadnej niezależnej, trwałej, istniejącej jaźni”[XIV Dałaj Lama]. Natomiast filozofia buddyjska, w opisie Marka Kalmusa „to tzw. „droga środka” – polega na unikaniu wszelkich skrajności, będących właśnie jedną z istotnych przyczyn nie tylko drobnych niedogodności, ale prawdziwego, pełnego bólu i cierpienia. Dlatego buddyzm odrzuca tak ascezę, jak hedonizm, ponieważ przesada prędzej czy później da destrukcyjny rezultat.”[Kalmus M., s. 91-92.]

Współcześnie hasła nawołujące do zachowań proharmonijnych pojawiają się w Chinach bardzo często w przestrzeni publicznej, głównie poprzez komunikację masową. Odnaleźć je można zarówno w wystąpieniach polityków, jak i w reklamach „społecznych”, których przykłady ukazane zostały na fotografiach 1 i 2. Popularność hasła *harmonia* jest tak duża, iż wielu mieszkańców ChRL łączy ją z polityką. Jeden z respondentów (na początku badania opisanego w podrozdziale 3 niniejszego artykułu), otrzymując ankietę poświęconą zagadnieniom postrzegania *harmonii* w komunikacji międzyludzkiej, stwierdził, iż jest to „ankieta w sam raz dla naszego przewodniczącego, traktuje o harmonii, a on tylko o tym rozprawia”.

Fot. 1. Znak *harmonii* [和谐] zdobiący ulicę Pekinu, Pekin 2017.



Źródło: Jordi Molins Ferran – zdjęcie zamieszczone za zgodą autora.

Fot. 2. Plakat społeczny nawołujący do zachowań proharmonijnych poprzez hasło: *Harmonia – różnorodność okazywanie tolerancji, harmonia jest cnotą* [和谐 多元包容 以和为贵]. Pekin 2017.



Źródło: Daria Meier – zdjęcie zamieszczone za zgodą autora.

Temat *harmonii* w ujęciu społecznym zyskał na uznaniu najpierw w I w. p.n.e. dzięki konfucjanistom, a następnie w XXI w. wraz z koncepcją budowy harmonijnego społeczeństwa socjalistycznego. Temat ten poruszany był regularnie podczas Kongresów Komunistycznej Partii Chin (KPCh), w wypowiedziach początkowo przewodniczącego Jiang Zenminga [江泽民], następnie przewodniczącego Hu Jintao [胡锦涛], a obecnie przewodniczącego Xi Jipinga [习近平].

Podkreślane jest m.in. że:

- należy polepszyć poziom życia każdej grupy społecznej (dobrobyt ludu, w tym walka z ubóstwem, rozwój społeczeństwa „umiarkowanego dobrobytu”), aby móc żyć w harmonii,
- należy wzmacniać harmonię pomiędzy człowiekiem a naturą, aby społeczeństwo podążało ścieżką cywilizowanego rozwoju, harmonizując wzrost produkcji, dostatek i zdrowy ekosystem (m.in. przeciwdziałać degradacji środowiska),
- należy dokonać restrukturyzacji politycznej, doskonalić system prawny, rozwijać sytuację polityczną, tak by charakteryzowały ją: demokracja, solidarność, ożywienie, stabilność i harmonia,

- należy promować i wspierać społeczną harmonię,
- harmonia społeczna powiązana jest nieodłącznie z socjalizmem o chińskiej specyfice,
- należy wzmocnić innowacyjne zarządzanie społeczne oraz wyważyć proporcje pomiędzy reformami, rozwojem i stabilnością, jak również zmaksymalizować czynniki prowadzące do harmonii,
- równowaga rozwojowa powinna dotyczyć ponadto: miasta i wsi, regionów, rozwoju ekonomicznego i społecznego, sytuacji wewnątrz kraju i polityki otwarcia na świat³,
- do roku 2050 Chiny staną się krajem nie tylko potężnym i pięknym, ale i harmonijnym,

W wypowiedziach polityków występują również sformułowania, jak niżej:

- dzięki partii pojawiają się pozytywne efekty budowania nowego ładu międzynarodowego,
- ważne jest współdziałanie, wzajemne zrozumienie, wymiana doświadczeń, tolerancja i budowanie więzi pomiędzy narodami,
- idea *harmonii* poruszana jest również w wypowiedziach dotyczących inicjatywy Nowego Jedwabnego Szlaku, a sama Inicjatywa nazywana jest *harmonijną* i *integracyjną* - ma doprowadzić do harmonii w ujęciu globalnym. Projekty prowadzone w ramach tej inicjatywy „[...] pomogą dostosowywać i koordynować strategie rozwojowe krajów wzdłuż Pasa i Drogi [...] poprawiać relacje międzyludzkie, wymianę kulturową, wzajemne uczenie się ludzi z różnych krajów, które umożliwi zrozumienie, zaufanie, wzajemny szacunek i życie w harmonii, pokoju i dobrobycie”. [Vision and Actions on Jointly Building Silk Road Economic Belt and 21st-Century Maritime Silk Road]

Prócz politycznego kontekstu młode pokolenie Chińczyków w mowie potocznej coraz częściej zaczyna używać anglojęzycznego określenia *balans* [平衡]. Ich wypowiedzi odbywają się w języku chińskim i uzupełniane są jedynie anglojęzycznym określeniem *balance*, przyjmując formę następujących zdań, zaczerpniętych z wypowiedzi celebrytów⁴ programu rozrywkowego typu *Idol* 《偶像练习生》): „心里没点*balance*吗?” „心里没点*b*数吗?” (Nie masz w sercu równowagi?), „你的*balance*呢?” (A twój balans?), itp.

3. CHARAKTERYSTYKA POKOLENIA *JIUSHI HOU*

Pokolenie lat 90., określane w Chinach jako pokolenie *jiushi hou* [九十年后], to osoby urodzone pomiędzy 1. stycznia 1990 r. i 31. grudnia 1999 r., a więc grupa wiekowa nazywana w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie również jako *pokolenie Y* (niekiedy *Z* lub *C - connected*) oraz *Millenialsami* [Millennials] czy też *pokoleniem kłapek* i *iPodów*. Z tą różnicą, iż określenie *jiushi hou* odnosi się

³ Np. zagranicznych inwestycji w Chinach.

⁴ Przykładowo Zhang Yixing (张艺兴) podczas programu wielokrotnie stosował tego typu zdania komentując taniec uczestników chińskiej edycji show.

wyłącznie do mieszkańców ChRL i najczęściej wyłącznie do okresu 1990-2000, a nie tak jak np. w przypadku określeń amerykańskich również do osób urodzonych pomiędzy 1980 i 1990 r.⁵

Pokolenie *jiushi hou* urodziło się w okresie, gdy w Chinach wprowadzono już znaczne reformy, kraj otworzył się na świat i nastąpił rozwój informatyczny. Nazywani bywają rozpieszczonymi jedynakami – „małymi cesarzami” z uwagi na *politykę jednego dziecka* [计划生育政策], którą zostali jeszcze objęci⁶ oraz z uwagi na fakt, iż skupiali na sobie uwagę sześciu opiekunów: obu rodziców i czwórki dziadków. Z drugiej strony doświadczając intensywnego rozwoju ekonomicznego kraju, jest to pokolenie wychowane głównie przez dziadków, gdyż rodzice pracowali zawodowo przez większość dnia. Reprezentanci tego pokolenia od zawsze byli centralnymi postaciami w swoich rodzinach i nie zaznali trudów życia, jakich doświadczły poprzednie pokolenia. Z uwagi na powyższe przypisywane są im następujące charakterystyki [Chee H., West C., s. 7; Pflaker T., s. 74; Zhuang Rui]:

- życie w wirtualnym świecie (codzienna styczność z nową technologią, a nawet uzależnienie od Internetu, opisywanego jako *sieć heroiny* [网络海洛因])
- relatywnie ubogie umiejętności interpersonalne (w komunikacji bezpośredniej) i mistrzostwo w komunikacji pośredniej (poprzez media społecznościowe)
- pustka emocjonalna, nie radzenie sobie z niepowodzeniami
- rozpieszczenie (*pokolenie jiushi hou* porównywane jest głównie ze starszymi pokoleniami, lecz także z pokoleniem po nim następującym [零零后] jego reprezentanci odbierani są jako dużo mniej rozpieszczeni)
- brak empatii (względem pokolenia rodziców)
- przedmiotowe traktowanie partnerów (głównie w kierunku osiągnięcia satysfakcji fizycznej oraz zaspokajania potrzeb finansowych)
- nieradzenie sobie z samodzielnością (przypadki śmierci z głodu w kafejce internetowej czy we własnym domu [Burkiewicz K.] podczas użytkowania komputera)
- odwaga kwestionowania opinii innych i buntowniczy charakter – przeciwstawianie się rodzicom i nauczycielom (wiara w siłę własnego zdania)
- zuchwałość, pewność siebie
- dążenie do niepowtarzalności (ta cecha oceniana jest przez starsze pokolenie Chińczyków dość negatywnie, często w połączeniu z określeniem *uszkodzenie mózgu* [脑残], ponieważ w celu bycia oryginalnym, *jiushi hou* skłonne jest złamać panujące zwyczaje, a nawet i prawo szanowane przez pokolenia wcześniejsze)
- wysokie wykształcenie (chęć do kształcenia się oraz możliwości podjęcia nauki)

⁵ Ta grupa nazywana jest w Chinach *pokoleniem lat 80.* [八十年后].

⁶ *Polityka jednego dziecka* obowiązywała w ChRL w okresie 1977-2015.

- znajomość języków obcych (głównie języka angielskiego, podróżowanie poza granicami Chin i kontakt z obcokrajowcami)
- wysokie oczekiwania dotyczące pracy zawodowej (przebieganie w ofertach pracy)
- postawa egoistyczna, skupienie się na samym sobie (ta cecha stała się elementem różnicującym pokolenie lat 80. i od 90., które pierwotnie klasyfikowane były wspólnie)
- lenistwo (przejawiające się m.in. w „marnowaniu” czasu na oglądanie japońskich filmów animowanych [日本动画], czytanie komiksów [漫画] i gry online, łączone również z niewdzięcznością względem pokolenia opiekunów, a nawet „wiszeniem na ich garnuszku”)
- wysoki standard życia, osiągnięcie komfortu jako jeden z życiowych priorytetów
- materializm
- wysoki konsumpcjonizm (szczególnie produktów markowych)
- wzorowanie się na trendach zaobserwowanych w zagranicznych filmach i muzyce popularnej (postawa *cool*)

A także:

- oryginalność i indywidualizm (pokolenie, które wytworzyło własny język *Marsjański* [火星文] łączący w sobie kombinację: symboli, elementów języka angielskiego, japońskiego, koreańskiego, fragmentów znaków chińskich, bądź znaków chińskich używanych w nowym znaczeniu. Przykładowo: 3Q [sanQ] zastępuje *dziękuję* [谢谢]; japońskie znaki 友达 jako odpowiednik *przyjaciela* [朋友], chiński znak 丫, który z racji zbliżonej wymowy zastępuje partykułę 啊, itd. Język ten dla osób z innych pokoleń zazwyczaj nie jest możliwy do prawidłowego odczytania. Jest to cecha korelowana zarówno negatywnie jak i pozytywnie. Pierwsze z nich odnoszą się do faktu życia w tajemnicy, a nawet okłamywania bezradnych opiekunów, drugie do nieustannego doskonalenia wyobraźni i kreatywności.)
- ciekawość, otwartość na nowe doświadczenia
- patriotyzm (promowanie kraju na arenie międzynarodowej np. jako wolontariusze podczas Igrzysk Olimpijskich oraz wystawy światowej World Expo)
- bezinteresowna pomoc (flagowym przykładem są trzej studenci z Yangtze University [长江大学] [星陵], którzy zginęli podczas ratowania tonących, czy też liczne przykłady zbiórek charytatywnych [白血病女孩曾雪莹重返三中]⁷ zorganizowanych poprzez media społecznościowe oraz liczne uczestniczenie w wolontariacie)
- dostrzeżenie problemu łamania praw człowieka
- zwracanie uwagi na postępującą degradację środowiska (wykazywanie chęci naprawiania świata).

⁷ Przykładem jest zbiórka dla chorego na białaczkę ucznia gimnazjum, której efektem było uzyskanie łącznej kwoty 1,4 miliona RMB.

Z kolei wyniki badania przeprowadzonego przez Fudan University (复旦大学 国家网络传播研究协同创新中心 (CCNCCB)、复旦发展研究院传播与国家治理研究中心共同完成 (CCSGR)⁸ opisują reprezentantów tego pokolenia jako osoby [卢岩]:

- spokojne,
- opanowane,
- racjonalne,
- pragmatyczne,
- godne zaufania,
- o pozytywnej energii,
- popierające tradycyjne wartości rodzinne,
- wspierające promocję tradycyjnej kultury chińskiej.

4. BADANIE ANKIETOWE PRZEPROWADZONE WŚRÓD STUDENTÓW UNIVERSITY OF INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS W PEKINIE

W grudniu 2017 r. przeprowadzono jednorazowe badanie ankietowe wśród studentów University of International Business and Economics w Pekinie (UIBE). Formularz ankiety zawierał 14 pytań tematycznie powiązanych z zagadnieniami postrzegania zachowań proharmonijnych. Celem badania było uzyskanie informacji jak młode pokolenie Chińczyków rozumie kategorię *harmonii* i jej rolę w komunikacji międzyludzkiej.

Ankieta skierowana została do studentów kierunków ekonomicznych. W jej rozprowadzeniu skorzystano z chińskiego programu *Wenjuan xing* (问卷星/上海循环信息科技有限公司). Badaniem objęto 197 respondentów w wieku od 18 – 34 lat, z czego 86% stanowiły osoby poniżej 24 roku życia, a więc urodzone pomiędzy 1994 a 2000 r. Z uwagi na to, iż w strukturze demograficznej studentów UIBE przeważają kobiety, 76% ankietowanych stanowiły respondentki. Studenci pochodzili głównie z Pekinu (32%) oraz prowincji Shandong (6%) i Shanxi (6%). Główną aktywnością studentów była nauka, w większości (87%) nie byli więc oni aktywni zawodowo.

Kwerenda poprzedzona została badaniem pilotażowym, podczas którego autorki napotkały dwa problemy o podłożu językowym. Oba dotyczyły braku jednoznaczności w rozumieniu różnicy pomiędzy określeniami charakteryzującymi zdaniem respondentów *harmonię*.

Z uwagi na to, że język chiński obejmuje bardzo dużą liczbę określeń synonimicznych dotyczących wybranych cech, opisane wyżej problemy dotyczyły określeń: *ład*, *porządek* i *bezkonfliktowość*. W końcowej wersji, po uwzględnieniu opinii uczestników badania pilotażowego, cechy te zostały przetłumaczone w następujący sposób: *ład* – odnoszący się do przebiegu zachowań i stanu funk-

⁸ Badanie przeprowadzono na grupie 1708 studentów. Bazowało głównie na analizie treści postów na blogach.

cjonowania, gdy wszystko jest „na swoim miejscu” [秩序], *porządek* – postępowania według ustalonej kolejności [顺序], natomiast *bezkonfliktowość* przez chińskich respondentów interpretowana była jako przeciwieństwo agresji [非好斗性].

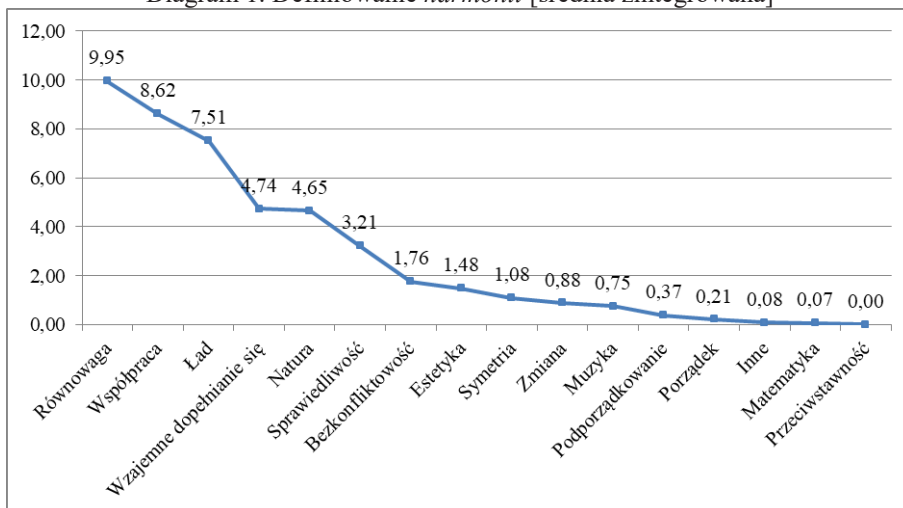
Harmonia definiowana była przez respondentów głównie jako synonim: *równowagi*, *współpracy* oraz *ładu*, w następnej kolejności jako *wzajemne dopełnianie się*, *natura* i *sprawiedliwość* – szczegółowe dane przedstawione zostały na diagramie 1. W kategorii *inne* wymienione zostały pojedyncze odpowiedzi: *dobre relacje międzyludzkie* i *nicość*.

Jako pierwsze wskazanie najczęściej pojawiały się kategorie: *równowaga* (38%), *ład* (15%) i *współpraca* (14%). W drugim wskazaniu przeważały: *współpraca* (24%), *ład* (18%), *równowaga* (16%) i *wzajemne dopełnianie się* (12%). Natomiast w trzecim: *współpraca* (20%), *ład* (17%), *natura* (15%), *wzajemne dopełnianie się* (13%) i *równowaga* (12%). Powyższe ukazane zostało na diagramie 2.

Zaskakujący okazał się fakt, iż kategoria *przeciwstawność* nie została wymieniona przez żadnego respondenta. Podobnie kategoria *zmiana*, która łącznie z *przeciwstawnością* wiąże się z klasycznym symbolem *harmonii* - *yinyang* (nieustannie zmieniających się, przeciwstawnych i uzupełniających się wzajemnie dwóch elementów opisanych w *Księdze Przemian* - *Yijing* [易经]). Została ona zaznaczona jedynie przez 7% ankietowanych. *Harmonia*, w oczach młodego pokolenia Chińczyków, różni się od klasycznego ujęcia również w relatywnie niskim poparciu dla łączenia jej z *muzyką* (5%) i *podporządkowaniem* w hierarchii grupy (3%).⁹

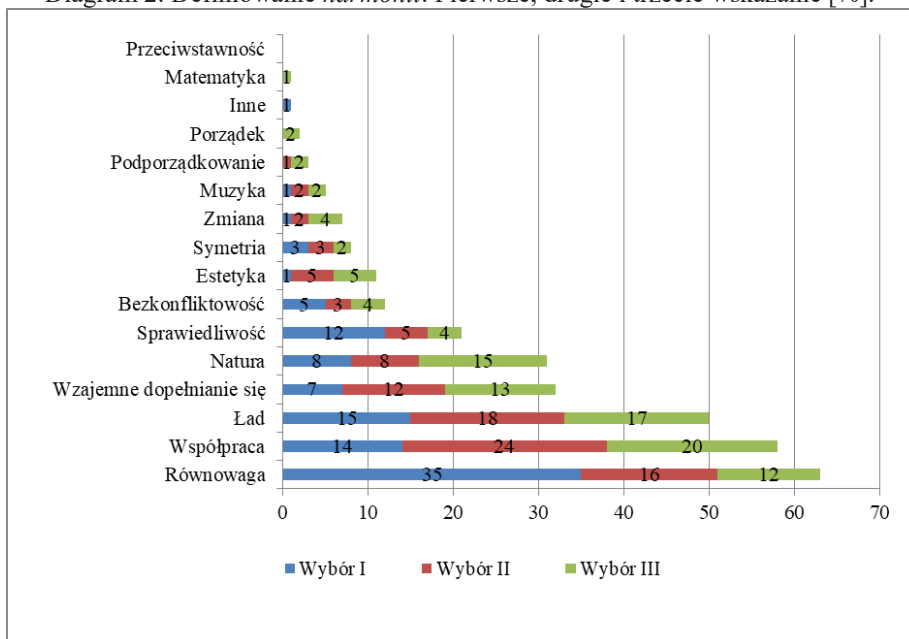
⁹ Klasyczne chińskie pojmowania kategorii *harmonii* zostało opisane szerzej w: Mazur-Kajta K., *Harmonia w komunikacji o chińskim charakterze – spostrzeżenia z polskiej (europejskiej perspektywy)*, artykuł oddany do druku w październiku 2017 r.; Mazur-Kajta K., *Perception of Harmony as a Key Element in Interpersonal Communication – Polish and Chinese Point of View*, artykuł oddany do druku w listopadzie 2017 r.

Diagram 1. Definiowanie *harmonii* [średnia zintegrowana]



Źródło: Opracowanie własne.

Diagram 2. Definiowanie *harmonii*. Pierwsze, drugie i trzecie wskazanie [%].



Źródło: Opracowanie własne.

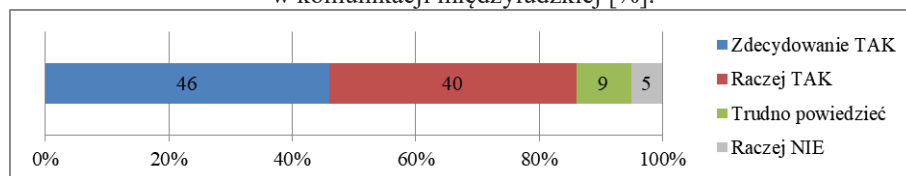
Zdaniem respondentów *harmonia* traktowana jest jako kluczowa wartość w komunikacji międzyludzkiej, na co wskazuje suma odpowiedzi *zdecydowanie tak* oraz *raczej tak* (86% wskazań) - diagram 3. Zachowaniom harmonijnym sprzyjają ponadto według ankietowanych: *reguły i zasady postępowania* (88% łącznych odpowiedzi *zdecydowanie tak* i *raczej tak*), *uprzejmość/ życzliwość* (86%), *znajomość własnego miejsca w społeczeństwie* (84%), *okazywanie szacunku osobom o większej wiedzy i doświadczeniu* (83%), *okazywanie szacunku osobom starszym* (77%) oraz *sprawiedliwość* (73%).

Jednak w przypadku cechy *sprawiedliwość*, niemal ¼ respondentów (24%) nie potrafiła określić swojego zdania w tej kwestii. Szczegóły obrazuje diagram 4.

Respondenci dostrzegają ponadto inne czynniki, sprzyjające *harmonii* w relacjach międzyludzkich. Są nimi m.in.:

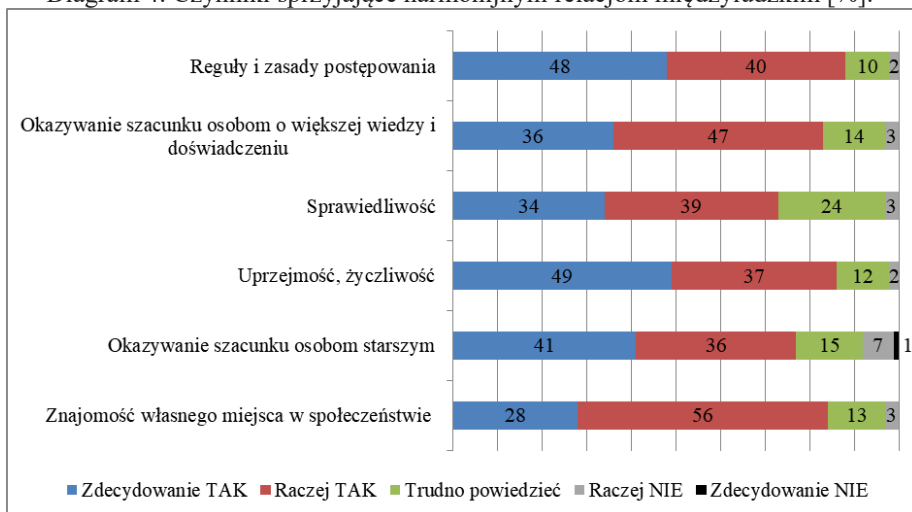
- *wzajemne zrozumienie i empatia* (6%) oraz *wysoka inteligencja emocjonalna* (1%)
- *wykształcenie, wiedza i mądrość* (po 2%)
- *szacunek* (2%), *“twarz”* [面子/臉], *przestrzeganie etykiety i szacunek dla etyki społecznej* (po 1%)
- *kompromis i tolerancja* (po 2%)
- *uczciwość i zaufanie* (po 1%)
- *przyjaźń i wzajemna pomoc* (po 1%)
- *współpraca między narodami* (po 2%)
- *realizacja modernizacji socjalistycznej/ budowa potężnego zmodernizowanego kraju socjalistycznego oraz realizacja komunizmu* (po 2%).

Diagram 3. Postrzeganie *harmonii* jako podstawowej wartości w komunikacji międzyludzkiej [%].



Źródło: Opracowanie własne.

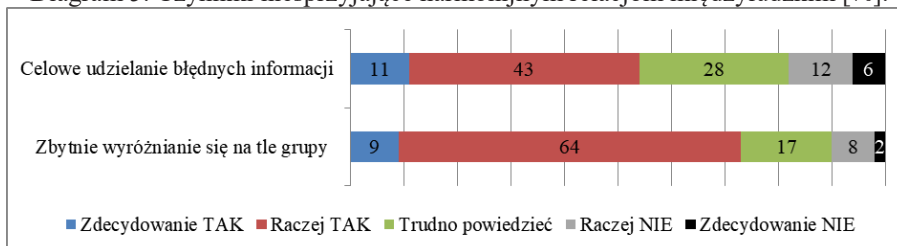
Diagram 4. Czynniki sprzyjające harmonijnym relacjom międzyludzkim [%].



Źródło: Opracowanie własne.

Harmonii, zdaniem ankietowanych, nie sprzyja natomiast *zbytne wyróżnianie się na tle grupy* (w pozytywnym lub negatywnym znaczeniu – 73% wskazań). Drugim czynnikiem osłabiającym *harmonię* w relacjach międzyludzkich jest *celowe udzielanie błędnych informacji* (54% wskazań – odpowiedzi *zdecydowanie tak* i *raczej tak*). Niemniej jednak w przypadku tej kategorii ponad ¼ ankietowanych nie potrafiła określić swojego zdania (28%) – szczegóły obrazuje diagram 5.

Diagram 5. Czynniki niesprzyjające harmonijnym relacjom międzyludzkim [%].

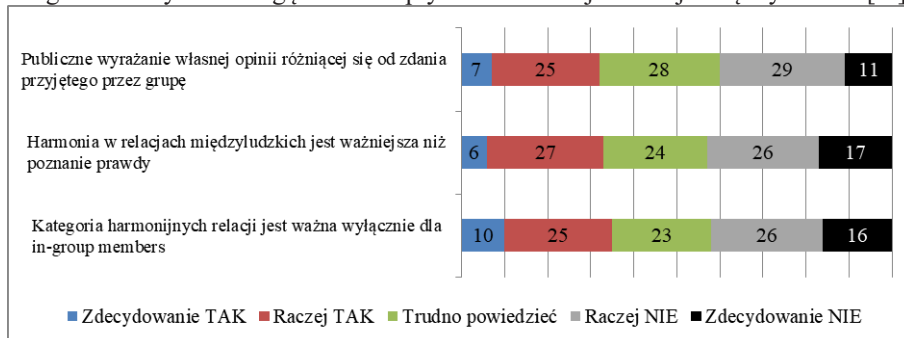


Źródło: Opracowanie własne.

W trzech kategoriach pojawiły się dwie grupy opinii nieznacznie różniące się procentowo, były nimi: *harmonia w relacjach międzyludzkich jest ważniejsza niż poznanie prawdy* (33% łącznych odpowiedzi *zdecydowanie tak* i *raczej tak* oraz 43% łącznych odpowiedzi *raczej nie* i *zdecydowanie nie*); *kategoria harmonijnych relacji jest ważna wyłącznie dla osób przynależących do danej grupy* tj. *in-group members* (35% łącznych odpowiedzi *zdecydowanie tak* i *raczej tak*

oraz 42% łącznych odpowiedzi *raczej nie* i *zdecydowanie nie*) oraz *publiczne wyrażanie własnej opinii, odmiennej od zdania ustalonego przez grupę, zagraża harmonijnym relacjom* (32% łącznych odpowiedzi *zdecydowanie tak* i *raczej tak* oraz 40% łącznych odpowiedzi *raczej nie* i *zdecydowanie nie*). Szczegółowe wyniki prezentuje diagram 6.

Diagram 6. Czynniki mogące mieć wpływ na harmonijne relacje międzyludzkie [%].



Źródło: Opracowanie własne.

5. ZAKOŃCZENIE

Efektywna komunikacja – skuteczne porozumiewanie się, jest procesem skomplikowanym i nierzadko trudnym do osiągnięcia. Jedną z trudności jest właściwe zrozumienie intencji i znaczenia komunikatów nadawanych przez partnera rozmowy, szczególnie jeśli pochodzi on z kraju o innej kulturze. Dobrej komunikacji sprzyja poznanie nie tylko osoby, z którą wchodzi się w interakcje, ale i jej „bagażu” kulturowego, zlekceważenie których może skutkować niepowodzeniem zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym. W artykule starano się ukazać wagę *harmonii* w komunikacji z chińskim partnerem oraz jej interpretowanie przez młode pokolenie mieszkańców ChRL.

Pokolenie *jiushi hou* można nazwać chińskim pokoleniem sprzeczności. Z jednej strony łączone jest z grupą cech negatywnych wynikających z faktu, iż przynależące do niego osoby wychowały się w relatywnym dostatku. Z drugiej strony korelowane jest z cechami pozytywnymi wynikającymi z ich prób zaistnienia i wybicia się ponad grupę, czy też zmienienia otaczającego ich świata. Elementem charakterystycznym jest przede wszystkim to, iż starsze pokolenia (w tym osoby urodzone już w latach 80.) deklarują, iż zachowania osób z pokolenia *jiushi hou* znacząco różnią się od zachowania reprezentantów ich własnego pokolenia.

Wyniki przeprowadzonego badania ankietowego dotyczą przede wszystkim badanej grupy osób – 197 studentów University of International Business and Economics w Pekinie, niemniej jednak mogą stanowić przyczynek do rozważań pod przyszłe pogłębione badania dotyczące zachowań osób urodzonych w latach 90. XX w.

Przeprowadzone badania pozwoliły na wyciągnięcie następujących wniosków:

- *Harmonia* definiowana była głównie jako synonim: *równowagi, współpracy* oraz *ładu*. Dodatkowo w drugim wskazaniu pojawiała się kategoria *wzajemne dopełnianie się*, a w trzecim – *natura*.
- *Harmonia* zdaniem respondentów nie łączyła się z kategorią *przeciwstawność*, a bardzo rzadko z kategorią *zmiana*.
- Oba powyższe wnioski mogą wskazywać na proces powolnego odchodzenia od klasycznego postrzegania *harmonii* niegdyś nieodłącznie powiązanej w świadomości społecznej z *naturą* oraz symbolem zmiany *yin-yang*.
- ***Harmonia traktowana jest jako kluczowa wartość w komunikacji międzyludzkiej.***
- Zachowaniom harmonijnym sprzyjają: *reguły i zasady postępowania, uprzejmość/życzliwość, znajomość własnego miejsca w społeczeństwie, okazywanie szacunku osobom o większej wiedzy i doświadczeniu, okazywanie szacunku osobom starszym oraz sprawiedliwość*.
- *Harmonia* bywa łączona również przez respondentów (pojedyncze odpowiedzi) z: *wzajemnym zrozumieniem i empatią oraz wysoką inteligencją emocjonalną, wykształceniem i zdobytą wiedzą, honorem i poważaniem, przestrzeganiem etykiety, kompromisem i tolerancją, zaufaniem oraz przyjaźnią i wzajemnym udzielaniem pomocy*.
- Pomimo popularności haseł *harmonii* w kontekście politycznym, łączonym z tworzeniem harmonijnego społeczeństwa socjalistycznego, niewielu ankietowanych (pojedyncze odpowiedzi) wiązało *harmonię* w pierwszej kolejności z *budową potężnego zmodernizowanego kraju socjalistycznego i współpracą między narodami*.
- Zachowaniom harmonijnym nie sprzyjają natomiast zdaniem ankietowanych: *zbytne wyróżnianie się na tle grupy* zarówno w pozytywnym, jak i negatywnym znaczeniu oraz *celowe udzielanie błędnych informacji*.
- Powyższe wskazuje na to, iż młode pokolenie Chińczyków nadal jest pod wpływem wartości poważanych w I w. p.n.e., bądź też świetnie zdaje sobie sprawę z tego, iż społecznie akceptowane jest postępowanie zgodnie z nimi.
Pokolenie *jiushi hou*, osób będących obecnie pomiędzy 18. i 28. rokiem życia, już niedługo stanie się grupą osób aktywnych zawodowo. Zasilają oni, bądź zasilą w najbliższym czasie, nie tylko kadrę pracowników liniowych, ale i menadżerów średniego i wyższego szczebla. Analiza zachowań młodych przedstawicieli ChRL, w tym sposoby postrzegania przez nich *harmonii* i interpretacji zachowań proharmonijnych staje się niezwykle ważna szczególnie w kontekście planowania długoterminowej bądź przyszłej współpracy z reprezentantami współczesnej kultury chińskiej.

Literatura:

- [1] Cewińska J., Striker M., Wojtaszczyk K.: *Zrozumieć pokolenie Y – wyzwanie dla zarządzania zasobami ludzkimi*, [w:] Juchnowicz M. (red.), *Kulturowe uwarunkowania zarządzaniem kapitałem ludzkim*, Kraków: Oficyna Wolters-Kluwer Business 2009.

- [2] Chee H., West C.: *Myths about Doing Business in China*, New York: Palgrave Macmillan, 2007.
- [3] Chester E.: *Młodzi w pracy. Jak zadbać o pracowników pokolenia Y*, Gliwice: Helion 2007.
- [4] Hu J.T.: *Wystąpienie na XVIII Kongresie KPCh*, tłumaczenie: Wiktor Z. i zespół, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2013.
- [5] Lain-Kennedy J.: *Job Interviews for Dummies*, John Wiley, NJ: Hoboken 2007.
- [6] Laozi, *Księga dao i de z komentarzami Wang Bi*, Kraków 2006.
- [7] McKay M., Davis M., Fanning P.: *Sztuka skutecznego porozumiewania się*, Kraków: GWP 2000.
- [8] Nęcki Z.: *Komunikacja międzyludzka*, Kraków: Wydawnictwo ANTYKWA 2000.
- [9] Plafker T.: *Jak robić interesy w Chinach*, Warszawa: MT Biznes 2008.
- [10] Wang C.I.: *Emotion-focused therapy 情志疗法*, [w:] Confucius Institute, vol. 50 No. 3 May 2017, 孔子学院, 总第50期2017年5月第3期。
- [11] Wrzesień W.: *Czy pokoleniowość nam się nie przydarzy? Kilka uwag o współczesnej polskiej młodzieży*, Nauka 3/2007, pp. 131-151, Polska Akademia Nauk Oddział w Poznaniu, http://www.pan.poznan.pl/nauki/N_307_09_Wrzesien.pdf, dnia 13.01.2017.
- [12] Xu J.L.: *Traditional Chinese Medicine and Chinese Philosophy 中国医学与中国哲学*, [w:] Confucius Institute, vol. 50 No. 3 May 2017, 孔子学院, 总第50期2017年5月第3期。
- [13] Zhuang Rui, wykład: *Introduction to the Chinese Economy and Society*, University of International Business and Economics, Beijing, maj 2017.

Źródła internetowe:

- [1] Augustyniak A.: *Kultura filozoficznej dysputy w starożytnych Chinach*, [w:] *The Polish Journal of Arts and Culture*, nr 3/ 2012, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, http://www.pjac.uj.edu.pl/documents/30601109/30646316/pjac_3_9.pdf, dnia 30.01.2018.
- [2] Burkiewicz K.: *Mali cesarze wietrzą swe królestwa: Pokolenia chińskich jedy-naków na froncie walki ze stereotypami o nich samych*, [w:] *Oblicza Chin*, Instytut Konfucjusza, Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu, 2016, http://www.konfucjusz.amu.edu.pl/files/OCh_zbior.pdf, dnia 13.01.2018.
- [3] Dargas M.: *Harmonia jako naczelną zasadą chińskiego porządku prawnego – wstęp do rozważań*, [w:] *Gdańskie Studia Azji Wschodniej*, 2015, zeszyt 18, <http://www.ejournals.eu/GSAW/2015/Zeszyt-8-2015/art/5926/>, dnia 30.01.2018.
- [4] Gacek Ł.: *Podstawowe założenia strategii rozwojowej Państwa Środka w świetle postanowień XVII Zjazdu Komunistycznej Partii Chin*, Rocznik Bezpieczeństwa Międzynarodowego, Dolnośląska Szkoła Wyższa, 2008, vol. 3, http://www.rocznikbezpieczenstwa.dsw.edu.pl/fileadmin/user_upload/wydawnictwo/RBM/RBM_artykuly/2008_6.pdf, dnia 02.02.2018.
- [5] Góralczyk B.: *Czy Chiny dokonają reform politycznych?*, Recenzja, Azja-Pacyfik, Tom 9/ 2006, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Towarzystwo Azji i Pacyfiku, s. 262, http://poznanstudies.swps.edu.pl/archiwum/Azja-Pacyfik_2006_nr_9.pdf, dnia 02.02.2018.

- [6] Mazur R.: „Przeźroczyستی umysł – umysł mędrca”. *Daoistyczne źródło praktyki pracy z umysłem w wewnętrznych stylach na przykładzie Taijiquan Chen*, [w:] *The Polish Journal of Arts and Culture*, nr 3/ 2012, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, Nr 7 (4/2013), http://www.pjac.uj.edu.pl/documents/30601109/46899148/5_mazur_91_106.pdf, dnia 30.01.2018.
- [7] Misiuna B.: *Afirmacja świata i życia w filozofii taoizmu*, [w:] *Etyka* 2004, nr 37, Instytut Filozofii Uniwersytetu Warszawskiego, http://etyka.uw.edu.pl/wp-content/uploads/2014/03/Etyka37_B_Misiuna.pdf, dnia 30.01.2018.
- [8] Stachowska S.: *Oczekiwania przedstawicieli pokolenia Y wobec pracy i pracodawcy*, http://www.ipiss.com.pl/wp-content/uploads/downloads/2015/01/ZZZ_2-2012_Stachowska-S_33-56.pdf, dnia 13.01.2018.
- [9] XIV Dalaj Lama: *Wzajemna znajomość jako podstawa harmonii religijnej*, zapis seminarium, Klagenfurt, Austria, maj 2012, red. Berzin A., przekład Becker Z., <https://studybuddhism.com/pl/studia-zaawansowane/historia-i-kultura/dialog-miedzyreligijny/wzajemna-znajomosc-jako-podstawa-harmonii-religijnej>, dnia 30.01.2018.
- [10] 卢岩, 复旦发布调查报告：“90后”是从容理性务实一代, <http://www.chinanews.com/sh/2015/05-02/7248217.shtml>, dnia 13.01.2018.
- [11] 唐悦芝, 总结90后十大性格特点, <http://learning.sohu.com/20121207/n359761142.shtml>, dnia 17.01.2018.
- [12] 星綾, 90后, 你们是好样的, <http://www.wenzhangwu.com/a/2010-04-19/4682.html>, dnia 14.01.2018.
- [13] *Full text of Jiang Zemin's Report at 16th Party Congress on Nov 8, 2002*, Ministry of Foreign Affairs of People's Republic of China, http://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/topics_665678/3698_665962/t18872.shtml, dnia 02.02.2018.
- [14] *Vision and Actions on Jointly Building Silk Road Economic Belt and 21st-Century Maritime Silk Road*, National Development and Reform Commission, Ministry of Foreign Affairs, and Ministry of Commerce of the People's Republic of China, with State Council authorization, http://en.ndrc.gov.cn/newsrelease/201503/t20150330_669367.html, dnia 03.02.2018.
- [15] 白血病女孩曾雪莹重返三中, <http://gd.news.sina.com.cn/news/2011/02/15/1101849.html>, dnia 14.01.2018.

dr inż. Katarzyna Mazur-Kajta

Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych

Wydział Ekonomii i Zarządzania

Politechnika Opolska

ul. St. Luboszycka 7

45-036 Opole

k.mazur@po.opole.pl

Paula Lipińska

studentka University of International Business and Economics w Pekinie, ChRL

Marek TYLKOWSKI

ZNACZENIE METAFORY W PRZEKŁADZIE POJĘĆ KONFUCJAŃSKICH DLA KOMUNIKACJI MIĘDZYKULTUROWEJ

Streszczenie: Przedmiotem artykułu jest analiza używania metafory w tłumaczeniu pojęć konfucjańskich na języki zachodnie. Na podstawie przykładów tłumaczenia i interpretowania nauk konfucjańskich przez myślicieli zachodnich oraz chińskich zostaje wykazane, że metafora odgrywała istotną rolę w propagowaniu określonej interpretacji konfucjanizmu. Na przykład metaforyczne nazwanie nauk Konfucjusza „filozofią” przez misjonarzy jezuickich pomagało im w propagowaniu tezy, że konfucjanizm stanowi rodzaj racjonalistycznej filozofii, która może być pogodzona z wyznawaniem wiary katolickiej. Inaczej mówiąc poprzez odwołanie się do rozmaitych metafor przywoływani w artykule myśliciele sprawiali, że ich własne poglądy na temat tego czym jest konfucjanizm, stawały się bardziej przekonujące dla zachodnich czytelników i nie pozwalały im w pełni zauważyć odrębności myśli chińskiej. Z drugiej jednak strony, gdyby ich nie było, myśl ta byłaby dla nich bardziej niezrozumiała, co stanowiłoby przeszkodę w rozwoju komunikacji międzykulturowej.

Słowa kluczowe: komunikacja, metafora, konfucjanizm, jezuici, Gu Hongming, Jiang Qing, Tu Wei-ming.

METHAPHORS IN TRANSLATION OF CONFUCIAN CONCEPTS AND THEIR MEANING FOR CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

Summary: The article is concerned with the use of metaphor in translation of Confucian ideas into Western languages. On the basis of different examples of translation, and interpretation of Confucian teachings by Western and Chinese thinkers, it is argued that the use of metaphor played an important role in propagation of different understandings of Confucianism. Each of the analyzed thinkers, while introducing Confucian ideas to the Western public, used some metaphors to interpret them in the way which was beneficial to his own view on the question about the main characteristics of Confucianism. This practice had an ambivalent result, because on one hand, Western readers could not distinguish the original Confucian ideas from their specific interpretation, which emerged in the translation process. On the other hand, the use of metaphors made Chinese thought more accessible to them, and in this way nurtured for the dialog between Chinese and Western Culture.

Key words: communication, metaphor, Confucianism, Jesuits, Gu Hongming, Jiang Qing, Tu Weiming.

1. WSTĘP

Truizmem jest stwierdzenie, że odległe pod względem geograficznym cywilizacje często bardzo się od siebie różnią. Tak też się działo w przypadku cywilizacji chińskiej oraz cywilizacji zachodniej. Każda z nich posiadała odrębną kulturę, różniące się od siebie hierarchie wartości oraz specyficzny dla siebie sposób opisywania i postrzegania świata. Dlatego też w sytuacji, gdy komunikacja międzykulturowa między obiema cywilizacjami zaczynała być coraz bardziej intensywna, ludzie, którzy byli zainteresowani jej pogłębianiem, stanęli przed problemem przedstawienia obcej cywilizacji swoim współziomkom w sposób dla nich zrozumiały. Zadanie to nie było łatwe. Jednym ze sposobów na poradzenie sobie z nim było stosowanie opisu kultury obcej za pomocą rozmaitych metafor, czyli przenoszenia nazw nadawanych rzeczom znanym na rzeczy nieznanne po to, aby te ostatnie stały się bardziej zrozumiałe [Arystoteles, za Saschs 2006: 52 – 53]. Przykładem stosowania tak rozumianej metafory może być nazwanie Dalajlamy „papieżem buddystów”. Nazwa ta nadaje głowie jednej z gałęzi buddyzmu tybetańskiego tytuł, który jest używany przez głowę Kościoła Katolickiego. Zabiegi, podobne do wyżej wymienionego, miały szerokie implikacje dla dialogu międzykulturowego między Chinami a Zachodem. W niniejszym artykule zostanie przeprowadzona analiza tego, jakimi metaforami określano różne wytwory myśli chińskiej oraz jak ich używanie wpływało na jej recepcję w krajach zachodnich.

2. ROLA METAFOR W INTERPRETACJI MYŚLI CHIŃSKIEJ PRZEZ JEZUITÓW

W przypadku ludzi Zachodu, szczególnie zainteresowani poznaniem cywilizacji Chin oraz umożliwieniem dialogu między nią a cywilizacją zachodnią byli misjonarze katolicki, wśród których prym wiodli jezuiti. Od 1582 r., kiedy to do Państwa Środka przybył Matteo Ricci¹⁰ aż do rozwiązania Towarzystwa Jezusowego w 1773 r. zakon jezuitów podejmował starania na rzecz propagowania wiary katolickiej w Chinach. W czasie swojej pracy jego członkowie stali się pionierami dialogu międzykulturowego między Zachodem i Chinami. Działo się

¹⁰ Matteo Ricci (1552 – 1610) był jezuitą i misjonarzem. W 1582 r. dotarł do Chin, aby prowadzić tam działalność misjonarską. Stał się inicjatorem akomodacji wiary katolickiej do warunków chińskich. Polegała ona między innymi na przybraniu chińskiego stroju, odprawiania części liturgii w języku chińskim i propagowanie katolicyzmu poprzez pisane po chińsku traktaty. Ponadto, żeby uzyskać wiarygodność jako człowiek uczony, Matteo Ricci zaprezentował Chinom część dorobku nauki europejskiej. Do jego największych dzieł należy stworzenie zgodnej z europejską wiedzą mapy świata dla Chińczyków i przetłumaczenie *Elementów* Euklidesa na język chiński. Uzyskał uznanie ze strony cesarza chińskiego oraz pozwolenie na propagowanie swojej wiary. Zmarł w Pekinie.

tak dzięki ich polityce inkulturacji wiary katolickiej do warunków chińskich oraz dzięki ich pracy translatorskiej, która przyczyniła się do wydania w języku łacińskim klasycznych ksiąg chińskich w Europie.

Przekładając dzieła chińskie na język łaciński i próbując zinterpretować główny nurt myśli chińskiej, jezuita stworzyli pojęcie „konfucjanizm”. Pojęcie to niewątpliwie było metaforą. Sugerowało, że nauki chińskie tworzą system filozoficzny, który wywodzi się od jego założyciela w taki sam sposób, jak na przykład kartezjanizm od Kartezjusza, pyrronizm od Pyrrona lub epikureizm od Epikura. Tymczasem sami Chińczycy pojęcia takiego nie znali ani nie stosowali. To, co przez jezuitów zostało nazwane „konfucjanizmem”, przez myślicieli chińskich mogło być nazywane na różne sposoby. Najbliższą jezuitckiej interpretacji była nazwa *ruxue* (儒学), którą dosłownie można przetłumaczyć jako „nauki ludzi uczonych”. Oprócz tego w szesnastym i siedemnastym wieku, gdy misje jezuitckie odnosiły największe sukcesy w Chinach, Chińczycy łączyli nauki głoszone przez Konfucjusza z ich interpretacjami, które powstały w czasach dynastii Song. Zgodnie z nimi stosowną nazwą na określenie tychże nauk były takie wyrażenia jak *daoxue* (道学), czyli tłumacząc dosłownie, „nauka o Drodze”, bądź *lixue* (理学), czyli „nauka o zasadach”.

Stosowanie nazwy „konfucjanizm” uzasadniało interpretację nauk chińskich przez jezuitów jako świeckiej filozofii, która może być połączona z wyznawaniem wiary katolickiej. Tym samym stwarzali oni chińskim konwertytom możliwość stania się katolikami i jednoczesnego zachowywania chińskiej tradycji intelektualnej. Żeby jeszcze bardziej uprawomocnić taką interpretację nauczania Konfucjusza, w tłumaczeniach jego dzieł stosowali takie przekłady najważniejszych pojęć konfucjańskich, które podkreślały jej racjonalny charakter.

Przykładem może być tłumaczenie powiedzenia Konfucjusza *Junzi yuyu li*, *xiaoren yuyu li* (君子喻于义, 小人喻于利). Powiedzenie to w przekładzie na język polski brzmi: „Szlachetny mierza ku prawości (*yi* 义). Człowiek nieszczemny (*xiaoren* 小人) o korzyści zabiega” [Künstler 1976: 59 (zmod.)]. Natomiast przekład jezuitów jest następujący: „Vir probus ac verè Philosophus valde perspicax est in iis quae sunt rationi consentanea, improbi verò ac homines oculatissimi suis in lucris& commodis, quid è re suâ sit, quid contrà, acutissimè discernunt”¹¹ [za Thierry Meynard 2015: 190].

Jak widać na podstawie powyższych tłumaczeń, chińskie pojęcie *junzi*, tłumaczone na języki zachodnie jako „człowiek szlachetny” (ang. *nobleman*) zostało w tłumaczeniu jezuitckim oddane słowami „vir probus ac vere Philosophus” czyli „człowiek uczciwy i prawdziwy filozof”. Przy czym, w oryginalnym znaczeniu tłumaczone pojęcie wskazywało na takiego człowieka, którego przymioty moralne i wykształcenie kwalifikują do zostania urzędnikiem. Niemniej,

¹¹ W przekładzie na język polski łacińskie tłumaczenie słów Konfucjusza brzmiałoby: *Człowiek uczciwy i prawdziwy filozof, jasno widzi to, co jest zgodne z rozumem. Człowiek nieuczciwy i ci, którzy zabiegają o zyski i korzyści, wyraźnie rozróżniają to, co dla nich korzystne i niekorzystne.* Por.: Thierry Meynard 2015: 191.

w całym tłumaczeniu *Dialogów konfucjańskich*, jezuita umieścili słowo „filozof” ponad pięćdziesiąt razy, używając go nawet wtedy, gdy w tekście chińskim nie było jego żadnego odpowiednika [Thierry Meynard 2015: 58 – 59].

Ponadto, w tłumaczeniu dokonany przez jezuitów wyrażenie *yuyu yi* (喻于义), czyli dosłownie „znać to, co prawe” zostało przez jezuitów przetłumaczone jako „perspicax est in iis quae sunt rationi consentanea”, czyli „jasne widzenie tego, co jest zgodne z rozumem”. Innymi słowy, w powyższym tłumaczeniu sugerowano, że chińskie pojęcie *yi* (义), tłumaczone przez sinologów jako „prawość” lub „słuszność” (ang. *righteousness*) oznacza postępowanie rozumne. Taka interpretacja chińskiego pojęcia jest możliwa, ale tylko pod warunkiem, że uzna się, iż w kulturze chińskiej takie postępowanie uchodzi za słuszne lub prawe, które na Zachodzie uchodzi za racjonalne.

Na podstawie przytoczonego wyżej przykładu tłumaczenia zdania przypisywanego Konfucjuszowi, widać wyraźnie, że jest ono próbą przedstawienia jednej z najważniejszych chińskich ksiąg klasycznych, jako księgi filozoficznej, która propaguje racjonalny sposób myślenia i zachowania. Taka jej interpretacja jest jak najbardziej na rękę misjonarzom jezuickim, którzy dążyli do połączenia dorobku kultury chińskiej z wiarą katolicką. Temu służyło wprowadzenie przez nich tzw. „rytów chińskich”, czyli odprawianie części liturgii w języku chińskim oraz zgoda na zachowanie przez nawróconych Chińczyków kultu przodków oraz kultu Konfucjusza. Ich istnienie nie byłoby możliwe do zaakceptowania przez władze kościelne, gdyby jezuitom nie udało się ich przekonać o tym, że „nauka ludzi uczonych” (*ru xue* 儒学) jest w rzeczywistości racjonalną filozofią, która nie jest sprzeczna z prawdą objawioną przez Boga. Dlatego też nie dziwią słowa Matteo Ricciego, który pisał: „Głównym celem oraz intencją sekty ludzi uczonych (dosł. *literati*) jest pokój publiczny i porządek w królestwie. Kładą oni nacisk także na bezpieczeństwo ekonomiczne rodziny oraz doskonalenie moralne jednostki. Zasady, którymi się kierują, podążając do powyższych celów, pozostają w zgodzie ze światłem sumienia oraz prawdą chrześcijańską” [Rule 1969: 114].

Niestety, poglądy głoszone przez Towarzystwo Jezusowe spotkały się z niezrozumieniem ze strony innych zakonów, co doprowadziło do oskarżania jezuitów o tolerowanie pogaństwa. Konflikt ten ostatecznie doprowadził do wydania przez papieża Klemensa XI potępienia „rytów chińskich” jako niemożliwych do pogodzenia z chrześcijaństwem [Typographia Reverendae Camerae Apostolicae 1742]. Likwidacja zakonu jezuitów w 1773 r. przypieczętowała klęskę ich działalności misyjnej w Chinach.

Niemniej działalność tłumaczy jezuickich pozostawiła po sobie owoce w postaci upowszechnienia wiedzy o myśli chińskiej wśród uczonych i myślicieli krajów europejskich. Jednakże była to myśl chińska przedstawiona w ich interpretacji, rozumiana jako przykład filozofii racjonalistycznej, pozbawionej elementów irracjonalnych. Interpretacja taka narzucała się zachodnim czytelnikom przy okazji czytania przez nich chińskich ksiąg klasycznych w tłumaczeniu

jezuickim, gdzie często posługiwano się pojęciami „rozumu” i „filozofii”, aby za ich pomocą tłumaczyć pojęcia chińskie.

Niezamierzoną przez jezuitów konsekwencją powyższego sposobu przedstawiania nauk chińskich uczonych Europejczykom było przyczynienie się do powstania europejskiego ateizmu. Stało się tak dlatego, ponieważ przedstawiając Chińczyków jako ludzi moralnych i racjonalnych, mimo że nie znają religii objawionej, jezuiti przyczynili się do powstania przekonania, że ta ostatnia nie jest konieczna do powstania i utrzymania porządku społecznego. Przykładem takiego toku rozumowania może być chociażby wydana w Polsce książka „Wolter między nieboszczykami”, której autor twierdził, że: „W Chinach uczeni trzymają się wprawdzie materializmu, ale ich moralność nie odmienia się bynajmniej. Sądzą oni, że cnota sama z siebie tak jest potrzebna ludziom, tak miła, iż się obejdzie bez poznania Boga, aby się o nią starać”. [Charles-Louis 1781: 71]

Poglądy takie jak powyższy łączyły się wśród myślicieli europejskich z podziwem dla cywilizacji chińskiej. O jego występowaniu świadczą, między innymi, słowa Gottfrieda Wilhelma Leibniza, który uważał, że filozofia moralna Chińczyków przewyższa zachodnią. Twierdził on, że: „chińscy misjonarze powinni być posłani do nas, aby nauczyć nas celów i praktyki teologii naturalnej, tak jak my posyłamy misjonarzy do nich, aby nauczać ich teologii objawionej” [Lach 1945: 440 – 441]. Wydaje się, że jedną z przyczyn umożliwiających pojawienie się powyższego twierdzenia było rozpropagowanie przez jezuitów poglądu, że myślicieli chińskich można nazwać filozofami, a ich myśli są racjonalistyczną filozofią.

O tym, że jezuicka interpretacja myśli chińskiej jest tylko jedną z możliwych świadczy fakt, że duża grupa myślicieli chińskich, która zetknęła się z myślą zachodnią w drugiej połowie XIX wieku, dążyła do tego, aby „naukę ludzi uczonych” (*ruxue* 儒学) zinterpretować jako „religię konfucjańską” (*kongjiao* 孔教). Myśl taką jako pierwszy wyraził Kang Youwei¹² jeszcze w 1898 r. Stwierdził wówczas, że „Jeśli z jednej strony zapewnimy wolność wyznania,

¹² Kang Youwei (康有为, 1858 – 1927) był chińskim uczonym i reformatorem. Pod koniec XIX wieku wystąpił z nową interpretacją konfucjanizmu. Według niego nauki Konfucjusza jeszcze w starożytności zaczęły być błędnie interpretowane. Konfucjusz, jak utrzymywał, wiedział, że świat się rozwija i wiedząc to nauczał różnych zasad, stosownych do różnych etapów rozwoju świata. Wedle Kang Youwei’a u progu dziewiętnastego wieku nadszedł czas, aby Chiny przeprowadziły reformy, dostosowując się do czasów im współczesnych. W 1898 jego poglądy zyskały uznanie w oczach młodego cesarza Guangxu (光绪, 1871 – 1908). Cesarz ten inspirując się nimi próbował reformować kraj. Jednakże jego zamiary się nie powiodły, a władzę ostatecznie przejęła Cesarzowa Wdowa Cixi (慈禧, 1835 – 1908). Kang Youwei był zmuszony do ucieczki za granicę. Za granicą stanął na czele Stowarzyszenia Obrony Cesarza i dalej próbował propagować swoje poglądy, które jednocześnie ulegały ewolucji. Po utworzeniu w Chinach republiki powrócił do ojczyzny. Opowiadał się za utworzeniem w jej miejsce monarchii konstytucyjnej. Chciał także, aby konfucjanizm stał się religią państwową. Brał udział w utworzeniu Kościoła Konfucjańskiego.

a z drugiej ustanowimy konfucjanizm religią państwową, wówczas ludzie będą posiadali oparcie, obyczaje będą [dobrze] ukierunkowane, moralność będzie posiadała swoje normy, a cywilizacja będzie miała swoje standardy¹³” [Kang Youwei 2007: 94]. Dzięki staraniom cytowanego myśliciela i innych myślicieli chińskich Kościół Konfucjański (*Kongjiaohui* 孔教会) został formalnie ustanowiony w 1912 r. w Szanghaju. Do jego najważniejszych członków należał też Chen Huanzhang¹⁴. W swojej najważniejszej książce „O religii konfucjańskiej” (*Kongjiaolun* 孔教论) próbował udowodnić, że konfucjanizm wykazuje cechy religii zachodnich. Według niego znaczyło to między innymi, że Konfucjusz pełnił rolę analogiczną do Zbawiciela, księgi konfucjańskie do Biblii, obrzędy konfucjańskie do liturgii itd. [Chen 1990]. W 2015 r. grupa myślicieli chińskich, inspirowana powyższymi ideami, doprowadziła do powstania organizacji pod nazwą „Święty Kościół Konfucjański” (*Kongshenghui* 孔圣会).

Pomysł utworzenia „religii konfucjańskiej” narodził się w wyniku kontaktów z misjonarzami zachodnimi. Wcześniej bowiem w Chinach nie istniało oddzielenie religii od innych sfer życia. Przejawiało się to, między innymi w tym, że cesarz chiński był jednocześnie uważany za głowę wszystkich organizacji religijnych w Państwie Środka. Jego rolą było zapewnienie porządku moralnego w całym uniwersum chińskim. Niebiosa natomiast karały lub nagradzały całe państwo poprzez klęski żywiołowe i bunty bądź urodzaj i pomyślność w zależności od jego postępowania. Jak pisał Krzysztof Gawlikowski: „Syn Nieba, jako władca Krainy Środka (*Zhongtu* 中土) zajmującej szczególne miejsce w uniwersum, był nie tylko zwierzchnikiem jej administracji, lecz także najwyższym kapłanem i opiekunem całego rodzaju ludzkiego, mistycznym łącznikiem między nim a Niebem i Ziemią. Według koncepcji Triady Niebo było kondensacją męskiego pierwiastka Yang (陽), Ziemia żeńskiego Yin (陰), a Człowiek połączeniem ich obu. Cesarz był zwierzchnikiem i reprezentantem wszystkich ludzi, a rządził z mandatu Nieba (*tian ming* 天命). Dbał on o utrzymanie w świecie ludzkim porządku moralnego i porządku przyrodniczego zgodnych z *tajemnym porządkiem bytu* (*dao* 道)” [Gawlikowski 2009: 50].

Można powiedzieć, że utworzenie „religii konfucjańskiej” stanowiło skutek komunikacji międzykulturowej zapoczątkowanej jeszcze przez jezuickich mi-

¹³ Kang Youwei 康有我, *Yi Kongzi wei guojiao peitian yi* 以孔子为国教配天议 [O tym że nauczanie Konfucjusza powinno być religią państwową], w: *Kang Youwei quanji. Di shi ji* 康有为全集. 第十集 [Kang Youwei. Pisma zebrane. Tom 10], pod red. Zhang Ronghua 张荣华, Zhongguo Renmin Daxue Chubanshe, Beijing 2007, s. 94.

¹⁴ Chen Huanzhang (陈焕章, 1880 – 1933) był chińskim uczniem i myślicielem. W młodości był uczniem Kang Youweia. Później zdał egzaminy państwowe, które umożliwiały mu zostanie urzędnikiem. W 1905 r. udał się za granicę, aby tam studiować. Uzyskał doktorat w Columbia University. W 1912 r. zaangażował się w tworzenie Kościoła Konfucjańskiego. W 1923 r. utworzył Uniwersytet Konfucjański w Pekinie. Pod koniec życia przeniósł się do Hong Kongu, gdzie w 1930 r. założył Akademię Konfucjańską. Jego najważniejsze dzieło to „O religii konfucjańskiej” (*Kongjiaolun* 孔教论)

sjonarzy. Misjonarze ci za pomocą swojej interpretacji „nauczania ludzi uczonych” (*ruxue* 儒学) jako racjonalistycznej filozofii przyczynili się do powstania w Europie ateizmu. Z drugiej zaś strony zetknięcie się z chrześcijaństwem doprowadziło niektórych myślicieli chińskich do próby zinterpretowania własnej kultury w kategoriach religijnych. To zaś zmusiło ich do stosowania pojęć odnoszących się pierwotnie do chrześcijaństwa w interpretacji nauki Konfucjusza. Postępowanie takie wynikało z kilku powodów. Po pierwsze dostrzegali oni sprawność organizacyjną kościołów chrześcijańskich w upowszechnianiu ich doktryn. Jak pisał Kang Youwei: „Ich [chrześcijan] kościoły są wszędzie. Raz w każdym tygodniu mężczyźni i kobiety spotykają się, aby wspólnie modlić się i recytować święte księgi. Dlatego też, chociaż nauczanie chrześcijan jest płytkie, jest bliskie ludziom. Zaś konfucjanizm, chociaż jest głęboki, pozostaje od nich daleki” [Kang Youwei, za Ma 1998: 418]. Ponadto, gdy w Chinach cesarstwo zostało zastąpione przez republikę, organizacja, taka jak Kościół Konfucjański, mogła stać się nowym ośrodkiem oparcia dla tradycyjnych chińskich uczonych i źródłem norm moralnych dla społeczeństwa, zastępując tym samym dawną administrację cesarską.

3. ROLA METAFOR W INTERPRETACJI MYŚLI CHIŃSKIEJ PRZEZ GU HONGMINGA

Choć zwolennicy „religii konfucjańskiej” uważali, że na podstawie nauk Konfucjusza naprawdę można utworzyć kult religijny o cechach podobnych do chrześcijaństwa, wydaje się, że pojęcie „religia konfucjańska” nie może być czymś więcej niż metaforą wskazującą na religijny aspekt tradycyjnych nauk chińskich. Świadczy o tym możliwość nazywania chińskiej „nauki ludzi uczonych” (*ruxue* 儒学) „religią”, świadomie stosując to pojęcie w sposób metaforyczny. Tak właśnie czynił Gu Hongming¹⁵, który nazywał nauczanie Konfucjusza „religią dobrego obywatela”. Nie uważał on go przy tym za religię sensu

¹⁵ Gu Hongming (辜鸿铭, 1856 – 1927) był myślicielem chińskim, który zdobył powszechnie uznanie na Zachodzie. W młodości spędził kilkanaście lat zdobywając edukację humanistyczną w Europie. Po powrocie do Azji został prywatnym sekretarzem i doradcą jednego z najważniejszych dostojników cesarstwa chińskiego – Zhang Zhidonga. Pracując dla niego jednocześnie publikował w języku angielskim książki i artykuły, w których krytykował zachodnią politykę kolonialną, wychwalał konfucjanizm oraz propagował ideę fuzji cywilizacji zachodniej i chińskiej na fundamencie uniwersalnych, według niego, zasad konfucjańskich. Ponadto, jako pierwszy Chińczyk, dokonał przekładu trzech konfucjańskich ksiąg klasycznych – „Dialogów konfucjańskich” (*Lunyu* 论语, „Doktryny środka” (*Zhongyong* 中庸) i „Wielkiej nauki” (*Daxue* 大学) – na język angielski. Po rewolucji xinhajskiej nie popierał utworzenia republiki w Chinach. W drugiej dekadzie XX w. zaczął pracować na Uniwersytecie Pekinińskim. W czasie pierwszej wojny światowej wydał swoje najważniejsze, napisane po angielsku, dzieło *The Spirit of Chinese People*, które zostało przełożone na wiele języków zachodnich, w tym na język polski jako „Duch narodu chińskiego”. Pod koniec swego życia na zaproszenie Stowarzyszenia Wielkiej Azji wykladał swoje idee w Japonii, skąd powrócił do Chin na krótko przed śmiercią.

stricto, ale za jej świecki odpowiednik. Pisał: „Jeżeli jednak mówimy o religii w szerokim, ogólnoswiatowym jej znaczeniu, to mamy na myśli raczej pewien system wierzeń i prawideł życia, które jak powiada Goethe, są uznane za prawdziwe i wiążące dla ludzkości lub danego społeczeństwa. W tym szerokim, ogólnoswiatowym sensie tego słowa chrześcijaństwo i buddyzm są religiami. W tym samym znaczeniu – jak wiadomo – konfucjanizm stał się religią, ponieważ jego zasady zostały uznane za prawdziwe a prawidła życia stały się obowiązującymi dla całego narodu, gdy tymczasem filozofia Platona, Arystotelesa lub Spencera nie stała się religią w tym samym ogólnoswiatowym znaczeniu. I to stanowi tę istotną różnicę między konfucjanizmem a systemami filozoficznymi wielkich mężów europejskich, że o ile te ostatnie pozostały filozofią dla uczonych, o tyle ten pierwszy stał się religią lub ekwiwalentem religii nie tylko dla całego narodu chińskiego, lecz także dla uczonych chińskich” [Ku 1928: 21].

Według Gu Hongminga to właśnie fakt, że nauczanie Konfucjusza nie było religią, a jednocześnie potrafiło ją zastąpić, stanowiło jego największy atut. Inaczej mówiąc, twierdził, że ono „nie będąc religią może ją zastąpić i pozwala żyć człowiekowi bez religii” [Ku 1928: 15]. Zgodnie z jego poglądami dzięki powyższym cechom „chińska religia dobrego obywatela” mogła zastąpić chrześcijaństwo, które przestało, jak sądził, posiadać siłę moralną potrzebną do utrzymywania porządku społecznego. Dlatego też, jak stwierdził wprost w jednym ze swych artykułów „konfucjanizm, czyli religia chińskiego narodu, jest z jednej strony polityczna, a z drugiej społeczna (...) i tę właśnie religię ludzie Europy powinni zrozumieć (...) wspierać i zaadoptować, jeśli chcą zachować i uratować swoją cywilizację” [Ku 1923: 10].

Jednakże zachęcenie Europejczyków do przyjęcia „chińskiej religii dobrego obywatela” nie było takie proste. Europejczycy znali już bowiem Chiny i potrafili wskazać te cechy społeczeństwa chińskiego, które w Europie bynajmniej nie uchodziły za racjonalne. Cechą taką, która wybijała się na plan pierwszy, była rola kobiet w społeczeństwie chińskim, które były podporządkowane mężczyznom i musiały godzić się na posiadanie przez męża konkubin. Aby przedstawiać „chińską religię dobrego obywatela” jako bardziej racjonalną od chrześcijaństwa, Gu Hongming musiał w sposób przekonujący zachodnich czytelników uzasadnić, że pozycja kobiety w Chinach nie jest taka zła, jak się to ludziom Zachodu wydaje.

Środkiem, który pozwolił Gu Hongmingowi udowodniać racjonalność konkubinatu oraz podporządkowania kobiet mężczyznom w Chinach było metaforyczne stwierdzenie, iż kobieta chińska „nie posiada własnego ja”. Toteż, charakteryzując tradycyjną rolę kobiety w Chinach, pisał, że: „kobieta niezamężna powinna żyć dla swojego ojca (*zajia confu* 在家从父), kiedy wyjdzie za mąż, powinna żyć dla swojego męża (*chujia confu* 出嫁从夫), a jako wdowa powinna żyć dla swych dzieci (*fusi congzi* 夫死从子). (...) prawdziwa chińska kobieta nie posiada własnego ja (*self*)” [Ku 1928: 64 – 65 (tłumaczenie zmodyfikowane)]. Zgodnie z logiką rozumowania cytowanego autora powyższa cha-

rakterystyka kobiety chińskiej sprawia, iż żyje ona „wyłącznie i z zaparciem się siebie dla swego męża. Dlatego też, gdy mąż jest chory lub przemęczony pracą umysłową i pragnie mieć służebnicę – podporę dla ręki i oka, która by go rozweseliła i uczyniła zdolnym do pracy, żona w Chinach ze swoim samozaparciem się dostarcza mu tego tak samo, jak dobra żona w Europie czy Ameryce podsuwa swemu mężowi wygodny fotel lub podaje mu mleko, gdy jest chory i gdy tego potrzebuje. Faktycznie więc samozaparcie się chińskiej kobiety, jej poczucie obowiązku, tego obowiązku samopoświęcenia, pozwala mężczyźnie w Chinach mieć nałożnice” [Ku 1928: 65 – 66].

Ponadto Gu Hongming stosował inne metafory, zaczerpnięte głównie z dzieł myślicieli zachodnich XIX wieku dla określenia tego, czego nauczał konfucjanizm. Pisał na przykład: „konfucjańskie prawo dżentelmena, podobnie jak i religia, każe nam słuchać prawdziwego prawa naszego istnienia, nie prawa istnienia przeciętnego człowieka z ulicy lub pospolitej jednostki, lecz tego prawa istnienia, które Emerson nazywa *najprostszą i najczystsą wolą* na świecie. W istocie, aby zrozumieć czym jest prawo dżentelmena, musimy najpierw stać się szlachetnymi i posiadać – według słów Emersona – tę *najczystsą wolę*, rozwiniętą w nas (...). Poza tym Konfucjusz mówi, że możemy zrozumieć istotę prawa dżentelmena, jeśli będziemy badać i starać się przyswoić sobie subtelność uczuć lub dobry smak dżentelmena. Chińskie słowo *li*, oznaczające dobry smak w nauce Konfucjusza, było różnie tłumaczone, jako obrzęd, właściwość, dobre obyczaje, właściwie jednak słowo to znaczy dobry smak. Ten dobry smak, ta subtelność uczuć dżentelmena, o ile stosuje się do życia moralnego, jest tym, co w językach europejskich nazywa się poczuciem honoru” [Ku 1928: 42 – 43]. W powyższym cytacie, mamy między innymi do czynienia z zastosowaniem metafory „prawdziwego prawa naszego istnienia”, którą posługiwał się Emerson, do wyjaśnienia, na czym polega istota nauczania Konfucjusza. Sugeruje to, że albo Konfucjusz antycypował poglądy Emersona, albo też ten ostatni wzorował się na Konfucjuszu lub też niezależnie od niego doszedł do podobnych wniosków.

Innym przykładem opisywania „chińskiej religii dobrego obywatela” przez pryzmat poglądów myślicieli zachodnich jest odwoływanie się przez Gu Hongminga do pojęć hebraizmu i hellenizmu w takim znaczeniu, jakie nadawał im Mateusz Arnold. Myśliciel ten twierdził, że pojęcia te wskazują na dwa aspekty kultury. Pierwszy, jego zdaniem, to siła, która pcha ludzi do poszukiwania prawdy i zrozumienia, a drugi to siła pchająca ich do działania zgodnego z normami moralnymi. Przy czym, jak uważał, obie powyższe siły, czyli dążenie do poznania i działania, powinny być w należyty sposób zharmonizowane. Gu Hongming natomiast twierdził, że w nauczaniu Konfucjusza występuje pomiędzy nimi doskonała harmonia. Pisał: „Religia pochodząca z cywilizacji hebrajskiej nauczała Europejczyków wiedzy o prawości, ale nie uczyła ich przyzwoitości. Cywilizacja grecka uczyła ich przyzwoitości, ale nie uczyła ich prawości (...) Biblia hebrajska, plan cywilizacji, według którego Europejczycy zbudowali obecną, nowoczesną cywilizację, naucza Europejczyków miłować prawość

i prawych ludzi oraz postępować w sposób prawy. Ale Chińska Biblia – Pięcioksiąg i Czteroksiąg w Chinach (...) naucza nas, Chińczyków także, aby miłować prawość, prawych ludzi i postępować w sposób prawy, ale dodaje: *Kochajcie prawość i bądźcie prawi, czyńcie prawość – ale z dobrym smakiem*. Pokróćce religia w Europie powiada: *Bądź dobrym człowiekiem*. Jednak religia w Chinach powiada: *Bądź dobrym człowiekiem z dobrym smakiem*. Chrześcijaństwo mówi: *Kochaj ludzkość*. Ale Konfucjusz powiedział: *Kochaj ludzkość z dobrym smakiem*” [Ku 1928: 17].

Gu Hongming stał się bardzo popularny. Dowodem na to jest chociażby wielość wydań *The Spirit of Chinese People*¹⁶. O jego popularności świadczy też to, że „do jego idei nawiązywali pisarze i myśliciele tacy jak George Brandes, Herman Hesse, Leonard Nelson, Rudolf Pannwitz, Walter Benjamin [Du 2011: 739]¹⁷. Korespondował z nim Lew Tołstoj [Huang 1996: 603 – 607]. Odwoływał się do niego Mahatma Ghandi [Ghandi 1928]. Dla zachodnich podróżników stał się jedną z atrakcji, którą trzeba zobaczyć podczas podróży do Chin. Pisarz William Somerset Maugham wspominał, że Gu Hongming prezentując podczas spotkań z cudzoziemcami bogatą wiedzę i dumę narodową zyskiwał sobie ich szacunek [Huang 1996: 593 – 595]. Podobną opinię wyraził pierwszy tłumacz „Ducha narodu chińskiego” na język polski, Józef Targowski, pisząc: „Ku-Hung-Ming był człowiekiem niezwyklego rozumu i olbrzymiej erudycji (...) Łączyły się w tym niezwykle umyśle i wielkim człowieku zalety głębokiego nauczyciela i wielkiego filozofa” [Ku 1928: XI (przedmowa tłumacza)]. Ponadto, wedle cytowanego autora, Gu Hongminga należy zaliczyć do wielkiej czwórki „filozofów Wschodu”, do której oprócz niego wchodzi Ghandi, Rabindranath Tagore i Okakura-Kazuko” [Tylkowski 2015: 160 – 161]

Popularność, jaką zdobył Gu Hongming, wiązała się, między innymi z tym, że książki, które pisał, były zrozumiałe dla zachodnich czytelników, chociaż dotyczyły nauk Konfucjusza. Działo się tak dlatego, ponieważ potrafił porównywać myśl chińską z myślą zachodnią. Przy czym stosowanie metafor było niezbędnym elementem tego przedsięwzięcia. Przez nazwanie konfucjanizmu „religią dobrego obywatela” mógł w sposób bardziej zrozumiały dla zachodnich czytelników wyjaśnić to, że może on, jego zdaniem, zastąpić religię sensu stricto. Jednocześnie metafora powyższa sugerowała, że pełni on rolę fundamentu społeczno-politycznego. Ponadto Gu Hongming używał metafor stosowanych

¹⁶ Ku Hung – Ming, *Der Geist des chinesischen Volkes & der ausweg aus dem krieg*, przeł. Oscar A. H. Schmitz, Diederichs, Jena 1916, 1917, 1924; Ku Hung – Ming, *Det goda medborgarskapets religion och andra essayer*, przeł. Harald Svanberg, Geber, Stockholm, 1916; Kou-Houng Ming, *L'esprit du peuple chinois*, przeł. P. Rival Stock, Paris 1927; Ku-Hung-Ming, *Duch narodu chińskiego*, przeł. Józef Targowski, Krakowska Spółka Wydawnicza, Kraków 1928.

¹⁷ Odwołania do Gu Hongminga nie zawsze były pozytywne. W Polsce Feliks Koneczny przytaczał fragmenty „Ducha narodu chińskiego” dla uzasadniania niższości cywilizacyjnej Chin. Zob. Feliks Koneczny, *O cywilizację lacińską*, Dom Wydawniczy „Ostoja”, Krzeszowice, przedruk artykułu z 1936 r., s. 25 – 26.

przez myślicieli zachodnich do analizy kultury europejskiej przy opisywaniu kultury chińskiej. Tym samym udowadniał swoje przekonanie o uniwersalizmie nauk głoszonych przez Konfucjusza. Toteż opisywanie przez niego kultury chińskiej za pomocą metafor stosowanych przez myślicieli zachodnich, takich jak na przykład „prawdziwe prawo naszego istnienia”, albo „hebraizm” i „hellenizm” potwierdzało tylko jego tezę, zawartą w przedmowie do dokonanego przez niego tłumaczenia „Doktryny środka”, że „wyrażenia w tej samej formie i języku, jak w tej, napisanej dwa tysiące lat temu [w Chinach] książce, mogą być odnalezione w pismach najlepszych i największych myślicieli współczesnej Europy” [Ku 1920: 13]. Wreszcie za pomocą metafory braku własnego „ja” autor *The Spirit of Chinese People* racjonalizował pozycję zajmowaną przez kobiety w społeczeństwie chińskim oraz tolerancję dla instytucji konkubinatu.

4. ROLA METAFOR W INTERPRETACJI MYŚLI CHIŃSKIEJ PRZEZ CHIŃSKICH FILOZOFÓW WSPÓŁCZESNYCH

Współczesnym chińskim myślicielem, który podobnie jak Gu Hongming, często korzysta z metafor przy okazji interpretowania chińskiej „nauki ludzi uczonych” jest Tu Wei-ming¹⁸. Jego twórczość jest bardzo bogata i analiza jej jest tematem, na odrębny artykuł. Dlatego też w niniejszym artykule przywołane zostanie jedynie kilka znajdujących się w niej wątków, które są obecne w jego pismach.

Pierwszą metaforą używaną przez Tu Wei-minga jest nazywanie konfucjanizmu mianem „konfucjańskiego humanizmu”. Dzięki temu zabiegowi automatycznie dokonuje interpretacji tradycyjnej myśli chińskiej w kategoriach stworzonych przez myśl zachodnią, albowiem zarówno pojęcie „konfucjanizm”, jak i pojęcie „humanizm” zostały stworzone na Zachodzie. Dzięki temu określane tym mianem poglądy myślicieli chińskich wydają się pasować do zachodnich schematów interpretacyjnych. Zabieg ten wspiera, propagowaną przez wspomnianego wyżej myśliciela, ich interpretację jako racjonalistycznej filozofii, która jednakże posiada swój wymiar duchowy.

Bardziej szczegółową odpowiedź na pytanie, co Tu Wei-ming uważa za „konfucjański humanizm” można poznać na podstawie jego eseju *Classical Confucian Humanism* [Tu 1993: 1 – 12]. Według niego klasyczne księgi konfucjańskie zawierały „szeroko pojęte humanistyczne wizje, które pokazują nam zakres nauki konfucjańskiej w okresie klasycznym. Nauka ta, zgodnie z jej obra-

¹⁸ Tu Wei-ming (ur. 1940 r.) jest żyjącym w czasach współczesnych filozofem konfucjańskim. Pracował na Uniwersytecie Princeton (1967 – 1971), Uniwersytecie Kalifornijskim w Berkley (1971 – 1981) oraz Uniwersytecie Harvarda (od 1981 r.) i Uniwersytecie Pekinjskim (od 2010 r.). Współpracował także z największymi uniwersytetami w Chinach kontynentalnych, na Tajwanie, w Hongkongu i Singapurze. W 1982 r. został doradcą rządu singapurskiego do spraw opracowania programu edukacji z zakresu etyki konfucjańskiej.

zem w tym okresie, dotyczy pięciu powiązanych z sobą wizji: poetyckiej, politycznej, społecznej, historycznej i metafizycznej” [Tu 1993: 5].

Niemniej słowo „wizja” lub też jego odpowiednik nie występuje w klasycznych tekstach literatury chińskiej. Jego użycie jest metaforą. Sugeruje, że korpus klasycznych ksiąg konfucjańskich stanowi pewną strukturalnie powiązaną całość, która była zaplanowana jeszcze przed jej powstaniem. Z historycznego punktu widzenia pogląd taki jest absurdem, ponieważ księgi klasyczne posiadają różne wersje, a ich ostateczne redakcje są wynikiem wielu wieków ewolucji literatury chińskiej. Tu Wei-ming, jako uczonego, jest niewątpliwie świadomy tego faktu, toteż nie polemizuje z nim. Wszelako użycie przez niego metaforycznego pojęcia „wizji” pozwala mu na ignorowanie możliwych niekoherencji znajdujących się w księgach klasycznych i interpretowanie ich tak, jakby stanowiły jedną dopełniającą się całość, która znaczy właśnie to, co on chce przekazać.

Zgodnie z interpretacją Tu Wei-minga wymienione przez niego „wizje” są związane z kolejnymi księgami kanonu konfucjańskiego. „Wizja poetycka”, jego zdaniem, zawarta jest w „Księdze pieśni” (*Shijing* 诗经). Według niego odwołuje się ona do ludzkich uczuć odpowiedzialnych za poczucie wspólnoty, które powstają bez konieczności stosowania racjonalnej argumentacji. „Wizja polityczna”, jak twierdził, jest przedstawiona w „Księdze dokumentów” (*Shangshu* 尚书). Zgodnie z jego interpretacją, jest ona odpowiedzialna za strukturalny związek między polityką i moralnością oraz ideę, że głównym zadaniem władcy jest wprowadzanie ładu moralnego. „Wizja społeczna”, jak sądził, jest obecna w „Księdze rytuałów” (*Liji* 礼记). Jak utrzymywał, księga ta ukazuje, że „uczenie się bycia człowiekiem (...) może być rozumiane jak proces rytualizacji, obejmujący poddawanie się rutynowym ćwiczeniom [właściwego zachowania się – M. T.], okazywanie względów ludziom starszym, naśladowanie ustanowionych wzorców i odkrywanie najbardziej stosownego sposobu wchodzenia w interakcje międzyludzkie” [Tu 1993: 6]. „Wizja historyczna”, zawarta jego zdaniem w „Kronice Wiosen i Jesieni” (*Chunqiu* 春秋), „powiada nam, czasem malowniczo, w jaki sposób przeszłość jest ważna dla terażniejszości (...) wydaje sądy na temat tego, dlaczego stan rzeczy nie jest taki, jaki powinien być” [Tu 1993: 7]. Zaś „wizja metafizyczna”, znajdująca się, jak utrzymywał w „Księdze przemian” (*Yijing* 易经), zawiera „ideę formowania trójcy z Niebem i Ziemią i brania udziału w przemianach wszechświata dzięki własnej mądrości oraz samodoskonaleniu się” [Tu 1993: 8].

Interpretacja konfucjanizmu dokonana przez Tu Wei-minga odniosła sukces na skalę światową. Stał się on jednym z najważniejszych uczonych konfucjańskich w czasach współczesnych. Pracował na Harvardzie. Dostał tytuł doktora honoris causa od ośmiu uniwersytetów. Uczestniczył w wielu międzynarodowych konferencjach, nawet organizowanych przez Watykan. Ponadto został głównym doradcą rządu singapurskiego do spraw promowania etyki konfucjańskiej.

Powyższe sukcesy nie stałyby się możliwe, gdyby jego filozofia nie była zrozumiała na Zachodzie. Stanowiło to wszak niezbędny warunek tego, żeby uznać ją za ważną w kontekście czasów współczesnych i towarzyszącej im globalizacji. Innymi

słowy zastosowana przez niego interpretacja konfucjanizmu i klasycznych ksiąg konfucjańskich pozwoliła mu na zdobycie międzynarodowej sławy oraz uczynienia z konfucjanizmu filozofii liczącej się w społeczności międzynarodowej. Przy czym elementem tej interpretacji jest posługiwanie się metaforami, takimi jak „konfucjański humanizm” albo „wizje” itp.

Z drugiej jednak strony należy pamiętać, że sposób w jaki Tu Wei-ming interpretuje „naukę ludzi uczonych” oraz jej księgi klasyczne nie jest jedynym możliwym sposobem ich interpretacji, jaki istnieje dzisiaj. Przykładem może być ich interpretacja dokonywana przez innego chińskiego myśliciela współczesnego Jiang Qinga¹⁹. Według niego teksty konfucjańskie stanowią wyraz poznania przez starożytnych mędrców chińskich Nieba, które „jest transcendentne, święte i wieczne, jak Bóg. Wiara w nie opiera się na mistycznej intuicji, która wykracza poza zdolności rozumu oraz stanowi mistyczne zrozumienie rodzące się w głębi serca, zanim może zostać poznane lub uchwycone” [Jiang 2013: 191]. Dlatego też cytowany autor twierdził, że w starożytnych Chinach: „ludzie utalentowani zostawali urzędnikami-uczonymi. Ich rolą było przekazywanie klasycznych ksiąg konfucjańskich, rządzenie w imieniu starożytnych władców-mędrców. Ci ostatni stanowili jedność z Niebem. W Jego imieniu zawarli nauczanie w księgach konfucjańskich. Dlatego też praktykujący ich nauczanie oraz przekazujący je potomności uczeni-urzędnicy, też reprezentowali zasady Nieba (*tian dao* 天道)” [Jiang 2011: 72 – 73].

Z poglądów przytoczonych powyżej wynika, że tekstów konfucjańskich ksiąg klasycznych nie można po prostu racjonalnie analizować, aby dowiedzieć się, co one znaczą. Zdaniem Jiang Qinga trzeba raczej doszukiwać się motywów moralnych i parareligijnych, które kazały Konfucjuszowi tak, a nie inaczej zredagować dany tekst. Przykładem przez niego przywoływanym jest „Pieśń rybołówów” (*guan ju* 关雎). Wedle interpretacji zgodnych z zachodnią metodologią badań literackich była to zwykła piosenka miłosna. Jednakże, jak podkreślał Jiang Qing, zgodnie z tradycyjnymi metodami interpretacyjnymi konfucjanizmu, należy zacząć interpretację powyższej pieśni od zadania pytań: „Dlaczego Konfucjusz wybierając trzysta pieśni [do zredagowanej przez siebie „Księgi pieśni”] wybrał właśnie tę i dlaczego umiejscowił ją w tym a nie innym miejscu swego dzieła?” [Jiang 2014: 146]. Jeśli będzie się pytać w ten sposób, to według cytowanego autora, można odkryć, że jej treścią jest nauczanie, iż „relacje między mężem i żoną powinny być zgodne z właściwą drogą (*zheng dao* 正道). Ona zaś oznacza święte i transcendentne zasady moralne. Zgodnie z poglądami

¹⁹ Jiang Qing 蒋庆 urodził się w 1953 r. Jest współczesnym myślicielem chińskim. Doszedł do wniosku, że tylko konfucjanizm może rozwiązać problemy, które pojawiają się w Chinach. Twierdzi też, że ustrój państwa chińskiego powinien być zreformowany w taki sposób, aby konstytucja gwarantowała wpływ konfucjanizmu na ustrój społeczno-polityczny. W 1996 założył *Yangming Jingshe* 阳明精舍 – prywatną instytucję edukacyjną do propagowania myśli konfucjańskiej. W 2015 roku stanął na czele Świętego Kościoła Konfucjańskiego (*Kongshenghui* 孔圣会).

Konfucjusza małżeństwo jest oparte właśnie na nich, a nie, jak głosi popularne na Zachodzie przekonanie, na naturalnym afekcie” [Jiang 2014: 146 – 147].

Przytoczone powyżej poglądy Jiang Qinga nie są wolne od używania metafory, które uprawdopodobniają dokonywaną przez niego interpretację nauczania Konfucjusza. Wszak metaforycznie porównywał konfucjańskie Niebo z pojęciem „Boga”. Do tego zaś dodawał, że człowieka z owym „Niebem” może łączyć wiara, co sugeruje, iż w konfucjanizmie relacje ludzi z nim były podobne do relacji chrześcijan z Bogiem. Takie zaś stwierdzenie jest oczywistym absurdem, zwłaszcza w tym kontekście, że historycznie rzecz biorąc, jedyną osobą uprawnioną do składania ofiar Niebu był cesarz chiński. Niemniej Jiang Qingowi chodzi tutaj nie o takie stwierdzenie, ale o uprawomocnienie swojej tezy, że treść konfucjanizmu w jego interpretacji jest wiarygodna, ponieważ opiera się na fundamencie znajomości Nieba w sposób analogiczny do tego, jak teologia chrześcijańska opiera się na znajomości Objawienia.

5. ZAKOŃCZENIE

Wszystkie analizowane powyżej przypadki używania metafory przez uczonych i myślicieli piszących o myśli chińskiej dla czytelników zachodnich dowodzą tego, że metafora stanowi narzędzie, które jest często wykorzystywane w komunikacji międzykulturowej. Zarówno jezuici, Gu Hongming, jak i Tu Wei-ming używali wyrażen metaforycznych na określenie treści chińskich „ nauk ludzi uczonych”. Metafory te służyły im do tego, aby uprawdopodobnić stosowaną przez nich ich interpretację myśli chińskiej. W ten właśnie sposób nazywanie nauczania Konfucjusza „filozofią” pomagało jezuitom w sposób wiarygodny twierdzić, że jego nauki są w istocie racjonalistyczną filozofią. Nazywanie przez Gu Hongminga konfucjanizmu „religią dobrego obywatela” było dla niego pomocne w propagowaniu przez niego poglądu, że może on zastąpić religię chrześcijańską i nadaje się na fundament porządku społeczno-politycznego. Określanie myśli konfucjańskiej „humanizmem” i przypisywanie jej posiadania wizji poetyckiej, politycznej, społecznej, historycznej i metafizycznej stanowiło sposób mówienia, dzięki któremu Tu Wei-ming udowodniał, że jego interpretacja konfucjanizmu jako filozofii połączonej z pewnym rodzajem duchowości jest słuszna. Zaś przyrównywanie konfucjańskiego Nieba do Boga w religii chrześcijańskiej pozwalało Jiang Qingowi usprawiedliwiać jego „parareligijną” interpretację klasycznych ksiąg konfucjańskich.

Zarówno jezuici, Gu Hongming, jak i Tu Wei-ming stworzyli takie interpretacje chińskiej „nauki ludzi uczonych”, które zdobyły popularność na Zachodzie. Przyczyniły się one do rozwoju zainteresowania Chinami ze strony ludzi Zachodu i dały asumpt do rozwijania komunikacji między kulturą chińską a zachodnią. Ich sukces nie byłby możliwy, gdyby wspomniani wyżej myśliciele nie potrafili przedstawić myśli chińskiej w sposób zrozumiały dla zachodniego odbiorcy. Uczynili tak stosując takie metaforyczne porównania, które sprawiały, że idee starożytnych myślicieli chińskich wydawały się być podobnymi do idei obecnych w dyskursie cywilizacji zachodniej. Tym samym ułatwili ich zrozu-

mienie. Z drugiej jednak strony sprawili, że czytelnicy zachodni poznawali raczej ich interpretację zamiast nich samych. Najlepiej widać to w przypadku recepcji nauki Konfucjusza przez myślicieli oświeceniowych, którzy sądzili, że jest ona w pełni racjonalna, jak ją chcieli widzieć jezuici i może stanowić argument na rzecz ateizmu. Nie byli oni jednak świadomi tego, że owa racjonalność jest kwestią jezuickiej argumentacji, uprawdopodobnionej przez metaforyczne używanie pojęć takich jak „filozof” i „filozofia”, aby określić różne idee chińskie. Tezę tę potwierdza fakt, że niektórzy myśliciele chińscy, z Kang Youweiem na czele, po zapoznaniu się z myślą zachodnią doszli do wniosku, że zachodnim odpowiednikiem „nauki ludzi uczonych” nie jest filozofia, ale właśnie religia i to nie w sensie metaforycznym, lecz faktycznym.

Dlatego też można powiedzieć, że metafory stosowane przy opisie myśli chińskiej przy okazji przedstawiania jej zachodnim odbiorcom przyczyniały się, przede wszystkim, do łatwiejszego zrozumienia tych, którzy ją interpretowali, lecz niekoniecznie do zrozumienia jej samej. Przy czym, jeśli nie byłyby one stosowane, myśl chińska mogłaby wydawać się zbyt obca dla czytelników zachodnich i niemożliwym byłoby upowszechnienie się zainteresowania nią. Z tego powodu stosowanie metafor, chociaż mogło wypaczać pierwotny obraz starożytnej myśli chińskiej, na przykład nadając jej przesadnie racjonalny charakter, jednak przyczyniało się do rozwoju dialogu międzykulturowego między cywilizacją zachodnią i chińską. Wszak wzbudzenie zainteresowania obcą kulturą jest pierwszym krokiem na drodze poszukiwania lepszego jej zrozumienia.

Literatura:

- [1] *Aristotle Poetics*, przeł. Joe Sachs. Newburyport, MA: Focus Publishing 2006.
- Charles-Louis R., *Wolter między nieboszczykami. Wykład z francuskiego. Ergo erravimus!*, Kraków 1781.
- [2] Chen Huanzhang: 陈焕章, *Kongjiaolun 孔教论* [O religii konfucjańskiej]., Hongkong: Kongjiao Xueyuan 1990.
- [3] *Confirmatio, et innovatio constitutionis incipientis Ex illa die a Clemente Papa II. In causa rituum, seu ceremoniarum Sinensium editae. Necon Revocatio, rescission, abolition, cassatio, annullatio, dammnatio Permissonum super iisdem Ritibus, feu Ceremoniis in Quadam Pastoralis Epistola Caroli Ambrosii Mediobarbi Patriarchae Alexandrini olim Commissarii & Visitatoris Apostolici in Sinarum Imperio contentarum, Cum prescriptione nova formula Juramenti per Missionarios illarum partium presentes & futuros prastandi.* Rzym: Typographia Reverendae Camerae Apostolicae 1742.
- [4] *Dialogi konfucjańskie*, Künstler M. J. (red.). Wrocław: Ossolineum 1976.
- [5] Du Ch.: *Gu Hongming as Cultural Amphibian. A Confucianist Universalist Critique of Modern Western Civilization*, „Journal of World History” 2011, no. 22/4.
- [6] Gawlikowski, K.: *Konfucjański model państwa w Chinach*. Warszawa: ISP PAN 2009.

- [7] Gandhi, M. K.: *A Parallel from China*, "Young India" 9 II 1928. W: *Young India 1927–1928*, S. Ganesan (red.). Madras 1935.
- [8] *Gu Hongming wenji*. 辜鸿铭文集 [Dzieła zebrane Gu Hongminga], t. 1 i t. 2, Huang Xingtao 黄兴涛 (red.) Haikou: Hainan Chubanshe, 1996
- [9] Jiang Qing 蒋庆: *Guanglun zhengzhi ruxue* 广论论政治儒学 [Ogólne dyskusje nad konfucjanizmem politycznym]. Beijing: Dongfang Chubanshe 2014.
- [10] Jiang Qing 蒋庆: *Zai lun zhengzhi ruxue* 再论政治儒学 [Ponowna dyskusja nad konfucjanizmem politycznym]. Shanghai: Hua Dong Shifan Daxue Chubanshe 2011.
- [11] Jiang Qing 蒋庆: *How China's Ancient Past Can Shape Its Political Future*, translated by Edmund Ryden. Edited by Daniel A. Bell and Ruiping Fan. Princeton: Princeton University Press, Princeton 2013.
- [12] *Kang Youwei quanji. Di shi ji* 康有为全集. 第十集 [Kang Youwei. Pisma zebrane. Tom 10], Zhang Ronghua 张荣华 (red.). Beijing: Zhongguo Renmin Daxue Chubanshe 2007.
- [13] Ku Hung-ming: *Duch narodu chińskiego*, przeł. Józef Targowski. Kraków: Krakowska Spółka Wydawnicza, 1928.
- [14] Ku Hung Ming: *The Conduct of Life or The Universal Order of Confucius. A Translation of One of The Four Confucian Books, Hitherto Known as The Doctrine of The Mean*. London: The Wisdom of The East Series 1920.
- [15] Ku Hung-Ming: *The Peace of Cathay*, „The Living Age” 1923, vol. 316, no. 4096,
- [16] Lach Donald F.: *Leibniz and China*, „The Journal of History of Ideas” 1945, vol. 6 no. 4.
- [17] Ma Honglin 马洪林: *Kang Youwei pingzhuan* 康有为平传 [Biografia Kang Youwei'a]. Nanjing: Nanjing Daxue Chubanshe 1998.
- [18] Paul, R. A.: *Jesuit and Confucian? Chinese Religion in the Journals of Matteo Ricci SJ 1583 – 1610*, „Journal of Religious Hisotry” 1968, vol. 5, issue 2.
- [19] Tylkowski, M.: *Gu Hongming – zapomniany „mędrzec Wschodu”*, „Azja-Pacyfik” 2015, t. 18.
- [20] *The Jesuit reading of Confucius : the first complete translation of the Lunyu (1687) published in the West*, Thierry Meynard S. J. (red.). Boston-Leiden: Brill 2015.
- [21] Tu Wei-ming: *Way, Learning and Politics. Essays on the Confucian Intellectual*. Albany : State University of New York, 1993.

mgr Marek Tylkowski

Uniwersytet SWPS

Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych

Katedra Studiów Azjatyckich

ul. Chodakowska 19/21

03-815 Warszawa

marek.t82@gmail.com

Elżbieta KARAŚ
Agnieszka PIASECKA-GŁUSZAK

BUDOWANIE RELACJI I SPOSOBY KOMUNIKOWANIA SIĘ KONSUMENTÓW W PRZESTRZENI INTERNETOWEJ

Streszczenie: Relacje i zachowania konsumentów zrewolucjonizowały się, a sposób komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem uległ radykalnemu przeobrażeniu. Elementy budowanych relacji przenikają obecnie z rynku tradycyjnego (rzeczywistego) na rynek wirtualny. W Internecie zmienił się charakter wielu czynników składających się na te relacje, znaczenia nabrały takie cechy jak np.: siła więzi, podobieństwo uczestników czy też wiarygodność. Od nich zależy przywiązanie konsumenta - prosumenta do określonej społeczności, która gromadzi i wymienia informacje na stronie internetowej lub w trójwymiarowym wirtualnym świecie. Internet nie tylko umożliwił im komunikowanie się, ale i zbliżył ich do siebie w ramach określonych grup społeczności wirtualnych. Dla wielu konsumentów tworzenie takich społeczności jest niezwykle istotne. Ważny także stał się nowy sposób komunikowania się, który musi zapewnić szybką i aktywną wymianę poglądów, uczuć i pragnień z drugim człowiekiem.

Słowa kluczowe: relacje, marketing, komunikacja, społeczności wirtualne.

RELATIONS BUILDING AND THE WAYS CONSUMERS COMMUNICATE IN THE INTERNET

Summary: Consumer relations and behaviors have revolutionized, and the way in which company communicates with the market has undergone a radical transformation. The elements of the relationships being built now infiltrate from the traditional (real) market to the virtual market. The nature of many factors these relationships consist of has changed in the Internet, such features as: strength of ties, similarity of participants or credibility have gained importance. They attach the consumer-prosumer to a specific community that collects and exchanges information on a website or in a three-dimensional virtual world. The Internet not only allowed them to communicate, but also brought them closer together within specific groups of virtual communities. For many consumers, creating such communities is extremely important. The way of communication and new forms of instant and active exchange of views, feelings and desires with another person have also become significant.

Key words: relations, marketing, communication, virtual communities.

1. WSTĘP

Odkrywania nowych źródeł sukcesu można upatrywać w zmianach dotyczących technologii informatycznych, komunikacji oraz przyzwyczajzeń konsumenta. Inter-

net jako specyficzne osiągnięcie technologiczne skupia miliardy użytkowników i wpływa na sposób ich komunikowania się na różnych platformach wymiany informacji, dokonywania transakcji i dystrybucji dóbr. Jest instrumentem łączącym cały świat, który pozwala na szybkie przesyłanie zakodowanych danych cyfrowych. Jego rosnące wykorzystanie w różnych dziedzinach życia sprawia, że jest technologią, dzięki której powstają innowacje i nowe grupy społeczności czy konsumentów oraz różnych sposobów komunikowania się w przestrzeni internetowej. Celem artykułu jest określenie zmian jakie zachodzą w sposobie komunikowania się współczesnych konsumentów oraz zaprezentowanie sieci relacji marketingowych budowanych pomiędzy uczestnikami danej społeczności na przykładzie serwisu aukcyjnego Allegro.pl.

Zachowania konsumentów zrewolucjonizowały się, a sposób komunikowania się przedsiębiorstw z nimi, czy też ogólnie - z rynkiem uległ radykalnemu przeobrażeniu. Elementy budowanych relacji przenikają obecnie z rynku tradycyjnego (rzeczywistego) na rynek wirtualny. W Internecie zmienił się wpływ wielu czynników składających się na te relacje, znaczenia nabrały takie cechy jak np.: siła więzi, podobieństwo uczestników, czy też ich wiarygodność. Od nich zależy przywiązanie konsumenta do określonej społeczności, która gromadzi i wymienia informacje na stronie internetowej. Internet nie tylko umożliwia im komunikowanie się, ale i zbliża ich do siebie w ramach określonych grup społeczności wirtualnych. Dla wielu przedsiębiorstw i konsumentów tworzenie takich społeczności jest niezwykle istotne. W związku z tym sposób komunikowania się w ramach różnych grup musi umożliwiać szybką i aktywną wymianę poglądów, uczuć i pragnień z drugim człowiekiem lub organizacją. Współcześni konsumenci funkcjonują coraz częściej jako członkowie tych grup i wywierają realny wpływ na strategie firm. Są aktywnymi i świadomymi użytkownikami możliwości wykorzystywania najnowszych rozwiązań stosowanych w Internecie i przestrzeni telekomunikacyjnej. Co więcej, są oni decydującymi interesariuszami i coraz bardziej przeobrażają rynek, sposób relacji transakcyjnych i realizacji oczekiwań społecznych różnych użytkowników. Firmy muszą dopasowywać się do tych zmian i wykorzystywać je jako nowe szanse budowania silnych związków ze swoimi potencjalnymi konsumentami. Przedsiębiorstwa budują więc relacje, pozyskują wiedzę i doświadczenie, a nawet umiejętności swoich konsumentów do realizacji określonych celów strategicznych. W tym celu dążą do optymalnego wykorzystania umiejętności konsumentów niezbędnych do partycypacji w działaniach komunikacyjnych, promocyjnych i sprzedażowych. W nowych i nietypowych warunkach występują zatem zupełnie inne niż dotychczasowe trendy zachowań społecznych konsumentów i zupełnie inne kierunki rozwoju marketingu we współczesnym świecie biznesu.

2. E-MARKETING I SPOŁECZNOŚĆ INTERNETOWA

Zmiany i aktualne przesłanki społeczno-rynkowe wyznaczają nowe podejście do marketingu, we współczesnej literaturze przedmiotu jest on określany terminem *e-marketingu*. Pojęcie to definiowane jest jako: „kompleks działań informacyjnych podejmowanych w celu zaspokojenia potrzeb indywidualnych oraz zbiorowych

(instytucjonalnych) w przestrzeni rynku elektronicznego, przy pomocy technologii informatycznych w celu uzyskania, chwilowej nawet, przewagi konkurencyjnej i osiągnięcia dodatkowych zysków przez organizacje działające nie tylko na rynku wirtualnym” [Chmielarz, 2007: 140]. Podejście to opiera się na nowoczesnych komponentach marketingowych i nowych wymiarach otoczenia, zwłaszcza w obszarze technologii informatycznych, telekomunikacji i przestrzeni internetowej. Odnosi się ono między innymi do takich aspektów jak:

- digitalizacji produktów i usług,
- indywidualizacji produktów oferowanych on-line,
- intensyfikacji i usprawnień w zakresie przepływu informacji o oferowanych produktach,
- nowych sposobów sprzedaży i obsługi posprzedażowej on-line,
- współdziałania konsumentów w fazie tworzenia, testowania i oceniania produktów,
- partycypacji konsumentów w procesie komunikacji i współtworzenia komunikatów marketingowych.

Takie ujęcie marketingu jest bardziej adekwatne do aktualnych potrzeb współczesnych konsumentów. Ich role i oczekiwania zmieniły się, konsumenci stali się współtwórcami przestrzeni internetowej: *prosumentami* [Stępnicka, 2011: 6; Wielki, 2012: 94]. Internet umożliwił im swobodną komunikację i dostęp do ogromnej ilości informacji o przedsiębiorstwach i markach, danych o opinii na temat kupowanych produktów lub usług. Co więcej, Internet stał się dla nich ogólnodostępną platformą wymiany informacji w czasie rzeczywistym w określonych grupach. Są to silne, aktywne społeczności, pod presją których przedsiębiorstwa muszą zrewidować i aktualizować dotychczas stosowane modele biznesowe, działania strategiczne i marketingowe.

Spółeczność internetowa (lub społeczność wirtualna, z języka angielskiego: *virtual community*) jest pojęciem oznaczającym pewną zbiorowość lub specyficzną grupę użytkowników wyłonioną w sieci, dzielącą specyficzny dla niej obszar zainteresowań [Shaw i in., 2000: 159]. Każdej społeczności internetowej można przypisać określone cechy i atrybuty, które odróżniają ją od innych społeczności. Realizuje ona także przypisane jej zadania i funkcje, określone w założeniach serwisów i portali internetowych. Członkowie wirtualnych społeczności wymieniają się swoimi pomysłami, doświadczeniami i innymi pokrewnymi informacjami na różne tematy w sposób swobodny i wielokierunkowy. Przebieg takiego procesu komunikowania się użytkowników w przestrzeni internetowej jest rozwiązaniem typu: *peer to peer* (każdy z każdym), co oznacza, że jest modelem komunikacji sieciowej opartej na równoważności wszystkich jej członków. Mogą to być różni użytkownicy sieci, którzy w sposób dobrowolny i swobodny angażują się w sieć relacji w ramach określonej grupy, są to na przykład: lojalni klienci w serwisach *e-commerce*, kreatywni i otwarci na interakcje użytkownicy serwisów społecznościowych, czy pragnący przekazać swoją wiedzę twórcy i użytkownicy serwisów edukacyjnych lub konsumenci chcący przekazać informacje o zakupionych produktach.

W procesie tworzenia grupy według G. Mazurka występuje wiele elementów, które mogą wpłynąć na skuteczność budowania i rozwijania społeczności internetowej. Elementy te bardzo rzadko występują samodzielnie, zaś społeczność najczęściej tworzy się na bazie hybrydy co najmniej kilku z nich. Do najważniejszych elementów budowania i umacniania społeczności należą:

- wspólna potrzeba bądź produkt lub usługa,
- zbliżone cechy demograficzne i kulturowe,
- wspólne zainteresowania,
- chęć podejmowania ryzyka i radość odkrywania nieznanego,
- rutyna i zwyczaj,
- świadomość marki i częstotliwość interakcji [Mazurek, 2003: 28].

Członkowie społeczności wirtualnych mogą przemieszczać się z jednej grupy do innych, zmieniają także swoje wymagania, potrzeby i zainteresowania. Są zorganizowani poprzez wspólną produkcję i obopólną wymianę wiedzy i doświadczeń. Mogą także należeć do kilku różnych społeczności w tym samym czasie. Człowiek ma wrodzoną chęć wymiany informacji, poglądów, uczuć i pragnień z drugim człowiekiem. A Internet jest nie tylko platformą wymiany informacji, ale też zbliża tych ludzi, ułatwia im komunikację, stając się tym samym swoistą formą międzyludzkiej aktywności. W społecznościach wirtualnych pojawiają się zróżnicowane sposoby komunikacji. Są one definiowane między innymi przez działania o charakterze dobrowolnym, tymczasowym i taktycznym. W realnej rzeczywistości ludzie łączą się w grupy, które wiążą na przykład: wspólne miejsce zamieszkania, podobne zainteresowania, zawodowe motywacje, czy problemy. W rzeczywistości wirtualnej te granice są płynne, można łączyć się w grupy w zupełnie dowolny sposób.

3. KOMUNIKACJA I MARKETING RELACJI W INTERNECIE

Relacje i zachowania konsumentów zatem zmieniły się, a sposób komunikowania przedsiębiorstwa z rynkiem uległ radykalnemu przeobrażeniu. Nowe technologie, ogólny dostęp do Internetu i pojawiające się coraz liczniejsze grupy społecznościowe stały się czynnikami, sprzyjającymi kształtowaniu się dualnej rzeczywistości – tej wirtualnej i realnej.

Potrzeby konsumentów stały się wyraźnie określone, a sposoby ich zaspokojenia wymagają zastosowania nowych sposobów komunikowania się i innych bodźców marketingowych. Społeczności te są zintegrowaną częścią procesu komunikacyjnego, bowiem stanowią kanał interaktywnych badań marketingowych i procesów informacyjnych, sprzedażowych i promocyjnych. Użytkownicy zaczynają funkcjonować w systemie wzajemnych relacji, które „pozwalają na korzystanie z wiedzy i doświadczeń konsumentów innych internautów, wpływają na decyzje zakupowe i pozwalają na utrzymywanie kontaktów w społecznościach internetowych, na forach dyskusyjnych, blogach czy klubach członkowskich on-line” [Radziszewska, 2013: 573]. Współczesny model komunikacyjny oparty jest na wielokierunkowych relacjach oraz współdziałaniu sieci wpływu znajomych w określonych grupach oraz szerokiego dostępu do ogromnej ilości informacji rozproszonej w przestrzeni inter-

netowej. Takich możliwości nie było nigdy wcześniej, dotychczas marketing dysponował ograniczonymi formami i kanałami przekazu w porównaniu do obecnych rozwiązań. Prosument jest w tym procesie w pełni aktywnym dysponentem wszelkich informacji i opinii, a komunikacja typu on-line przebiega przy jego współudziale szybko, intensywnie, jednocześnie i równoległe w wielu kanałach komunikacyjnych w przestrzeni elektronicznej.

Komunikacja on-line nie zastępuje zupełnie rzeczywistych kontaktów konsumentów, lecz jest ich uzupełnieniem. Znaczenie tej formy komunikacji staje się istotne, bowiem często użytkownicy podtrzymują swoje relacje z sieciowymi znajomymi także w świecie rzeczywistym. Jest to zaleta Internetu z punktu widzenia wykorzystania jego możliwości do wspierania komunikacji i strategii marketingowej. W ten sposób nowe modele biznesowe, zwłaszcza te dotyczące obszaru *e-commerce* zakładają istnienie i współpracę w zakresie komunikacji w świecie rzeczywistym i wirtualnym w ramach tego samego przedsięwzięcia marketingowego, serwisu internetowego czy społeczności. A użytkownicy zaczynają funkcjonować równoległe w dualnym otoczeniu: w wymiarze wirtualnym i rzeczywistym.

Współczesny e-marketing musi zatem bazować na systemie wielokierunkowych relacji i aktywności użytkowników Internetu i sieci społeczności. Poprzez zaangażowanie ich w określone interakcje marketingowe powinny być budowane sieci wzajemnych zależności. Układ ten dostarcza wielu korzyści wszystkim zainteresowanym stronom. W ten sposób pozyskiwane są dane i opinie na temat oczekiwani konsumentów, oferowanych produktów i usług, które z kolei są wykorzystywane do opracowania i implementowania skutecznych strategii marketingowych. Co więcej, przedsiębiorstwa obecnie muszą zabiegać, by wokół ich oferty skupiały się określone grupy użytkowników, by tworzyli oni różnego typu skomunikowane sieci społeczności, w ramach których informacje o marce, produktach lub usługach rozchodziłyby się bardzo szybko i wielokierunkowo w przestrzeni elektronicznej. Mogą to być zarówno społeczności tworzone na stronach internetowych oraz społeczności budowane w ramach profili przedsiębiorstw w serwisach społecznościowych (np. Facebook, Twitter) lub też wirtualnych światów w trójwymiarowych serwisach społecznościowych (np. platforma SecondLife, która umożliwia użytkownikom funkcjonowanie w alternatywnym życiu i komunikowanie się w przestrzeni elektronicznej) [Stępnicka, 2011: 46].

Zasady funkcjonowania sieci często są powiązane z określonymi działaniami strategicznymi przedsiębiorstw, które są realizowane poprzez zastosowanie różnego typu narzędzi marketingowych. Nowe narzędzia marketingowe stanowią ogromny potencjał zarówno dla przedsiębiorstw, jak i klientów - prosumentów. Przykładem takiego działania jest marketing szeptany czyli rozpowszechniany w sieci przekaz marketingowy. Jest on szybkim sposobem dotarcia do szerokiej grupy konsumentów, a zbudowanie właściwych relacji pomiędzy samymi uczestnikami sieci określonych społeczności umożliwia rekomendację marki i pozytywną interakcję w przekazie marketingowym. Marketing relacji bazuje tutaj na budowaniu więzi między podmiotami, co przekłada się na zaangażowanie, zrozumienie, przyjaźń, wzajemną znajomość, intymność oraz wzajemność [Perdon i in., 2009: 41].

Większość użytkowników Internetu szuka w sieci opinii o marce i produkcie, brak takich informacji zazwyczaj traktuje jako dowód nieufności i nie dokonuje wówczas zakupu. Współczesny konsument podejmuje decyzje zakupowe kierując się przede wszystkim opinią innych użytkowników. Na przykład ostatnie badania wskazują, że udostępnione opinie on-line wpływają na decyzje o zakupie 90% osób kupujących [Hawlk, 2017]. Co więcej, ze wskazań badanych wynika, że 84% osób uważa opinię w Internecie za wiarygodną (uznaje ją jako rekomendację osobistą), a oceny konsumenckie umieszczane on-line są dla nich najważniejszym źródłem informacji [Hawlk, 2017]. Brak ocen innych osób w Internecie jest wystarczającym powodem, aby szukać innego produktu, rekomendowanego przez użytkowników sieci, z którymi łączy go poczucie przynależności i wynikające z niego zaufanie [Czarnecka, 2012: 170-178].

W marketingu relacji konsument staje się indywidualnością, a osią budowanych relacji staje się więź pomiędzy przedsiębiorstwem a nabywcą. Marketing relacji w przestrzeni internetowej ma odmienną specyfikę i przypomina raczej uwikłanie w sieć relacji różnych podmiotów, aniżeli budowę pojedynczych relacji z każdym z nabywców. Z perspektywy konsumenta następuje wymiana informacji pomiędzy nim a innymi użytkownikami Internetu (organizacjami, serwisami oraz znajomymi). Stosowane obecnie kanały komunikacji marketingowej i internetowej umożliwiają łatwe rozchodzenie się informacji, która może być inicjowana tylko przez jednego kluczowego klienta, ale przez kilka osób funkcjonujących w danej sieci społeczności. W ten sposób w krótkim czasie przekaz marketingowy jest rozprzestrzeniany w całej sieci [Kazanowski, 2007]; [Sernovitz, 2011]. Całość kształtowanej relacji staje się zatem wynikiem pojawiania się nowych więzi, czasami dynamicznie rozwijających się w wielu kierunkach. Tak zbudowana sieć określana jest jako system e-relacji, które są tworzone za pomocą „różnorodnych kanałów komunikacji, np. poczty elektronicznej, telefonu, komunikatorów (*electronic-relationship*), ale również interakcji firmy na rynku tradycyjnym (*human-relationship*)” [Stępnicka, 2011: 47].

W tradycyjnym ujęciu marketing e-relacji bazuje na wzajemnej współpracy podmiotów działających w otoczeniu przedsiębiorstwa. We współczesnym podejściu relacje te budowane są w miejscu spotkań użytkowników Internetu czyli w przestrzeni elektronicznej. Zmienia się tu charakter czynników sprzyjających nawiązywaniu szybkich kontaktów z innymi użytkownikami. W przypadku sieci społeczności zazwyczaj relacje budowane są na forum internetowym. Ocena tych relacji następuje na podstawie zawartości treści tworzonych przez funkcjonującą tam grupę użytkowników. Zazwyczaj nie ma znaczenia, kto tworzy te treści. W praktyce następuje przywiązanie użytkowników do określonego forum na stronie internetowej, na której można gromadzić się jako grupy w trybie on-line. Ten typ relacji staje się unikalny i wielokierunkowy, bo powstają więzi między przedsiębiorstwem i użytkownikami, jak i samymi użytkownikami, którzy często pragną zostać w stałych, zażyłych kontaktach z innymi (np. Facebook.com, gdzie każda aktywność użytkownika, również ta o charakterze marketingowym, jest natychmiast komunikowana innym znajomym). Trwałe relacje oparte są tu na zaufaniu, satysfakcji,

zaangażowaniu, lojalności - nie można ich w prosty sposób zastąpić innymi, a w długim okresie czynniki te przekładają się na chęć aktywnego uczestniczenia w interakcji w przyszłości.

Interesującym rozwiązaniem są np. serwisy typu *social commerce*, gdzie użytkownicy mogą wymieniać się informacjami na temat konkretnych produktów, oceniać je, rekomendować oraz weryfikować producentów, a także przesłuchiwać opinie osób, które osobiście sprawdziły dany produkt czy korzystały z danej usługi. Serwisy tego typu różnią się od porównywarek czy serwisów publikujących opinie konsumentów. Ideą ich powstania nie jest tylko generowanie recenzji w sposób anonimowy. Ich funkcjonowanie opiera się na relacjach i wzajemnym zaufaniu użytkowników. Jakość i wiarygodna ocena komunikatu wynika przede wszystkim z faktu, że konsumenci otrzymują je od osób znanych i zaufanych, z którymi wiążą je relacje marketingowe nowego typu. Są to e-relacje, które stanowią o synergicznym efekcie rozprzestrzeniania się komunikatu w przestrzeni internetowej. Na przykład dystrybucja treści i proces komunikacji na Facebook.com odbywa się za pośrednictwem uczestników portalu społecznościowego, gdzie zarówno ci indywidualni, jak również zorganizowani uczestnicy wirtualnej społeczności partycypują w zasobach wiedzy i umiejętności przekazywanych na Facebook.com.

4. BUDOWANIE E-RELACJI NA PRZYKŁADZIE SERWISU AUKCYJNEGO ALLEGRO.PL

W Polsce występują różne grupy społeczności internetowej, które funkcjonują w ramach sieci wzajemnych e-relacji. Są one wspomagane działaniami marketingowymi przedsiębiorstw internetowych działających w obszarze e-commerce. Są to na przykład: większe bądź mniejsze społeczności sklepów internetowych, bardzo popularny na świecie portal eBay.com czy największy w Polsce serwis aukcyjny Allegro.pl.

Działalność Allegro.pl koncentruje się wokół kilku celów, wśród których najważniejszym jest dokonywanie transakcji handlowych w serwisie aukcyjnym. Wśród innych celów, które są istotne dla realizacji zadań grupy społeczności internetowej, są między innymi:

- nawiązanie i utrzymanie kontaktów handlowych między kupującymi i sprzedającymi;
- dostęp do wielomilionowej bazy produktów i usług różnych grup i kategorii;
- brak barier geograficznych i czasowych w dokonywaniu zakupów na platformie aukcyjnej;
- chęć wymiany poglądów i opinii na tematy wykraczające poza transakcje handlowe on-line [Stępnicka, 2011: 240].

Proces komunikowania się wśród społeczności wirtualnej skupionej wokół Allegro.pl ma charakter nieco uproszczony i w ramach kontaktu wirtualnego ogranicza się głównie do *ratingu* pozakupowego, czyli systemu komentarzy i opinii wystawianych przez obie strony po sfinalizowaniu transakcji. Pomysł został zaczerpnięty z platformy eBay.com, która była inicjatorem takiego sposobu opiniowania i jak

dotychczas system ten z powodzeniem wykorzystywany jest przez większość serwisów aukcyjnych na świecie [Stępnicka, 2011: 239]. Inną formę komunikacji na Allegro.pl stanowią krótkie wiadomości tekstowe w formie e-maila lub informacje przesyłane przy użyciu narzędzi i formularzy znajdujących się na witrynach platformy. Forma prezentacji użytkowników ma tutaj charakter bardziej anonimowy, niż ma to miejsce w innych serwisach o charakterze społecznościowym, albowiem są oni egzemplifikowani *nickiem* czyli krótką nazwą przypisaną użytkownikowi sieci.

Na przykładzie Allegro.pl można zauważyć w jaki sposób kreowano więzi z użytkownikami serwisu. Na przestrzeni lat sposób budowania e-relacji z konsumentem ulegał ciągłym zmianom, pierwotnie bazowano na konwencjonalnych sposobach. Na początku uwaga wszystkich firm działających w Internecie skupiała się głównie na przyciąganiu nowych użytkowników, obecnie relacje te przebiegają wielokierunkowo. Podobnie było z portalem Allegro.pl. Głównym elementem wyróżniającym ten serwis aukcyjny z grupy innych serwisów posiadających swoją społeczność użytkowników było odseparowanie jej z wirtualnej przestrzeni. Allegro.pl permanentnie rozbudowuje swoje relacje w zakresie współpracy i komunikacji z swoimi użytkownikami serwisu w dualnej przestrzeni – tej wirtualnej i rzeczywistej. Od roku 2000 roku z sukcesem organizuje zjazdy użytkowników z jego twórcami i sympatykami aukcyjnej społeczności. Zapraszani są na nie partnerzy współpracujący z serwisem aukcyjnym i jego użytkownicy z całej Polski, a nawet Czech i Słowacji. Ich priorytetowym celem są szkolenia i edukacja w zakresie handlu i e-commerce dla aktywnych kupujących i sprzedających, które odbywają się w miłej i przyjaznej atmosferze, podczas kilku dni kursów i warsztatów, połączonych z prezentacjami, dyskusjami ekspertów, *eventami* i panelami dyskusyjnymi z zarządkiem Allegro.pl. Nowa forma komunikacji o charakterze *face--to--face* nie tylko sprzyja budowaniu sieci społeczności wirtualnej serwisu, ale także stanowi podstawę do zwiększania lojalności i zaufania wśród dotychczasowych użytkowników. Bezpośredni kontakt ma również na celu pogłębianie między nimi poczucia wspólnoty i chęci współdziałania między wszystkimi członkami społeczności w długim okresie [Radziszewska, 2013: 574].

5. ZAKOŃCZENIE

Nowoczesne technologie komunikacyjne oraz Internet stanowią formę masowego medium, przybierającego postać ważnego instrumentu w życiu nowoczesnych społeczeństw. Narzędzia i mechanizmy, jakie się w nim ustawicznie pojawiają coraz bardziej zaczynają przypominać te, z którymi użytkownik spotyka się w rzeczywistości. Dzięki nim korzystający z Internetu wkraczają w przestrzeń wirtualną. Na gruncie tej właśnie wirtualnej przestrzeni użytkownicy dążą do zaspokojenia swoich potrzeb, także tych o charakterze komunikacyjnym i informacyjnym oraz konsumują zasoby Internetu dla różnych celów: edukacyjnych, wychowawczych, rodzinnych, zawodowych, rozrywkowych, etc. Takie postrzeganie Internetu jest bez wątpienia wyraźnym sygnałem, że preferencje obecnych i przyszłych konsumentów ulegają diametralnej zmianie. Za tą zmianą muszą podążać przedsiębiorstwa. Tylko bowiem

wychodząc na przeciw postawom i oczekiwaniom konsumentów – prosumentów mają szansę na efektywne prowadzenie komunikacji oraz dotarcie z przekazem do określonej grupy potencjalnych klientów. W tych warunkach wydaje się, że tworzenie stałych, partnerskich więzi jest kluczem do budowania układu wzajemnych korzyści, z którego czerpią wszystkie strony, zarówno przedsiębiorstwa, jak i konsumenci. Dzięki interaktywności i permanentnie rozwijającym się zasobom on-line wszyscy mają szansę spełnić swoje rosnące wymagania. Siła i potęga Internetu sprawiły, że w jednym miejscu gromadzą się tysiące, a wręcz miliony osób o podobnych zainteresowaniach, preferencjach i oczekiwaniach. Społeczności te stanowią bardzo liczną grupę o ogromnej sile sprawczej, która zaledwie poprzez działanie jednostki, może przyczynić się do rozpowszechniania informacji w sposób lawinowy w skali globalnej.

Literatura:

- [1] Balter, D., Butman, J.: *Poczta pantoflowa. Sztuka marketingu szeptanego*. Warszawa: Wydawnictwo One Press 2007.
- [2] Barańska-Fischer, M., Szymański, G.: *Polscy internauci a reklama online*. W: *Internet Standard, Ad-Standard*. Warszawa 2011.
- [3] Bernoff, J., Li, CH.: *Harnessing the Power of the Oh-So-Social Web*, „MIT Solan Management Review”, Vol. 49, No. 3, 2008, s. 36-42.
- [4] Chmielarz, W.: *Systemy biznesu elektronicznego*. Warszawa: Difin 2007.
- [5] Czarnecka, A.: *Rola sieci społecznościowych w kształtowaniu tożsamości i zachowań konsumenta*. „Handel Wewnętrzny”, Maj-Czerwiec, Tom II, 2011.
- [6] Drucker, P.: *The future that has already happened*. “Harvard Business Review”, No.10 September-October, 1997, s. 18-32.
- [7] Edelman, D. C.: *Budowanie marek w epoce cyfrowej*. „Harvard Business Review Polska”, nr 12, 2012, s. 170-178.
- [8] Hawlk, K.: *How to Encourage Customer Reviews (And Why You Should)*. <https://www.shopify.com/retail/how-to-encourage-customer-reviews-and-why-you-should> [dostęp: 13.04.2017].
- [9] Huges, M.: *Marketing szeptany. Z ust do ust. Jak robić szum medialny wokół siebie, firmy, produktu*. Warszawa: Wydawnictwo MT Biznes 2008.
- [10] Kazanowski, D.: *Nowy marketing w Internecie*. Warszawa: Difin 2007.
- [11] Łuczak, M., Żłotkowska, G.: *Postępowanie konsumenta na rynku*. W: *Marketing. Postawy i kontrowersje*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2011.
- [12] Mazurek, G.: *Fundamenty budowania wirtualnych społeczności*, „Modern Marketing” 2003, nr 4, s. 28-36.
- [13] Mazurek-Lopacińska, K.: *Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe*. Warszawa: Wydawnictwo PWE 2003.
- [14] McCorkindale, J.: *Can you see the writing my wall? A content analysis of the Fortune 50's Facebook social networking sites*. „Public Relation Journal”, Vol. 4, No. 3, 2010, s. 1-13.
- [15] Perdon, C., Saccol, A.: *What lies behind the concept of customer relationship management? Discussing the essence of CRM through a phenomenological*

- approach*. "Brazilian administration Review (BAR)", Vol. 6, No 1, art.3, 2009, s. 34-49.
- [16] Pilarczyk, B.: *Innowacje w komunikacji marketingowej*. „Zeszyty Naukowe” nr 9. Kraków: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne 2011.
- [17] Radziszewska, A.: *Perspektywy rozwoju internetowych rekomendacji konsumenckich i form komunikacji na przykładzie wybranych serwisów e-commerce w Polsce i na świecie. Zarządzanie i Finanse*. „Journal of Management and Finance”, nr 1, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2013, s. 565-580.
- [18] Rudawska E.: *Niezadowolony klient w sieci*. „Handel Wewnętrzny”, Maj-Czerwiec, Tom II, 2012, s. 281-289.
- [19] Sernovitz, A.: *Marketing szeptany. Zachęć ludzi, aby mówili o twoich produktach*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska 2011.
- [20] Show, M., Blanning, R., Strader, T., Whinston, A.: *Handbook of electronic commerce*. Verlag. Berlin. Heidelberg. New York 2000, s. 159.
- [21] Stępnicka, N.: *Spoleczności internetowe w procesie kształtowania nowych trendów społecznych*. W: *Komunikacja rynkowa. Kultura, perswazja, technologia*. Z. Waśkowski (red.). „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu”, nr 209, 2011, s. 40-49.
- [22] Stępnicka, N.: *Spoleczności internetowe i ich udział w procesie komunikowania się na przykładzie wybranych serwisów on-line*. W: *Komunikowanie się w społeczeństwie wiedzy XXI wieku*, N. Majchrzak, A. Zduniak (red.). Poznań: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa w Poznaniu 2011, s. 235-248
- [23] Świerczyńska-Kaczor, U.: *e-Marketing przedsiębiorstwa w społeczności wirtualnej*. Warszawa: Difin 2012.
- [24] Wielki, J.: *Modele wpływu przestrzeni elektronicznej na organizacje gospodarcze*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu 2012.

dr inż. Elżbieta Karaś

Politechnika Opolska

Wydział Ekonomii i Zarządzania (Katedra e-Biznesu i Gospodarki Elektronicznej)

45-036 Opole, ul. Luboszycka 7

e-mail: e.karas@po.opole.pl

dr Agnieszka Piasecka-Gluszak

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wydział Nauk Ekonomicznych (Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych)

53-345 Wrocław, ul. Komandorska 118/120

e-mail: agnieszka.gluszak@ue.wroc.pl

Anna BOHDAN

FORMY JEDNOSTRONNEJ KOMUNIKACJI ELEKTRONICZNEJ URZĘDÓW GMIN Z MIESZKAŃCAMI NA PRZYKŁADZIE GMIN WOJEWÓDZTWA OPOLSKIEGO

Streszczenie: W dobie nieustającego rozwoju nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych ich wykorzystywanie w kontaktach z mieszkańcami gmin stało się normą. Są one stosowane powszechnie, obok tradycyjnych form komunikacji. W przypadku jednostronnej komunikacji elektronicznej urzędów gmin, proces komunikacji pełni przede wszystkim funkcję informacyjną-dostarcza informacji publicznej o działaniach gminy i jej organów oraz informacje o aktualnych, ważnych dla gminy sprawach i wydarzeniach. Przedmiotem rozważań zawartych w niniejszym artykule są narzędzia jednostronnej komunikacji elektronicznej wykorzystywane przez urzędy gmin w kontaktach z mieszkańcami. Rozważania obejmują formy komunikacji elektronicznej, w której nadawca wiadomości, nie oczekując odpowiedzi, kieruje ją w sposób jednostronny do ogółu zainteresowanych, bez wskazywania konkretnego, zindywidualizowanego adresata. W analizie wykorzystano informacje zawarte w BIP oraz na stronach internetowych wybranych gmin województwa opolskiego. Prezentując analizowane zagadnienia wskazano podstawy prawne ich redagowania oraz zasady obowiązujące w praktyce funkcjonowania konkretnych gmin.

Słowa kluczowe: Komunikacja elektroniczna, e-komunikacja, Biuletyn Informacji Publicznej, strony www gmin.

FORMS OF UNILATERAL ELECTRONIC COMMUNICATION OF MUNICIPAL OFFICES WITH RESIDENTS ON THE EXAMPLE OF MUNICIPALITIES IN THE OPOLSKIE VOIVODESHIP

Summary: In the age of constant development of modern information and communication technologies, their use in contacts with the residents of communes has become the norm. They are widely used, alongside traditional forms of communication. In case of unilateral electronic communication of municipal offices, the communication process has primarily an informative function - provides public information about the activities of the municipality and its bodies, as well as information on current and important matters and events for the commune. The subject of considerations contained in this article will be the characteristics of basic tools of unilateral electronic communication used by municipal offices in contacts with residents. The considerations will include forms of electronic communication, in which the sender of a message, not expecting a response, directs it unilaterally to all interested parties, without indicating a specific, individual recipient. The deliberations will concern the Public Information Bulletin of municipal offices and websites of the

municipalities of the Opolskie Voivodeship, along with an indication of the legal basis for their editing and the rules applicable to the practical operation of specific municipalities.

Keywords: electronic communication, e-communication, Public Information Bulletin, municipal websites.

1. WSTĘP

Właściwą komunikację urzędów gmin z podmiotami zewnętrznymi traktować należy jako istotny czynnik warunkujący ich postrzeganie przez wszystkich zainteresowanych świadczonymi przez nie usługami. Skutkiem postępującej informatyzacji jest rozwój e-komunikacji i powszechne stosowanie przez gminy nowych narzędzi komunikacji z wykorzystaniem sieci Internet. Dzięki rozwojowi nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych w gminach, obok pojawienia się narzędzi do lepszego zarządzania sprawami publicznymi powstają nowe, bliższe relacje w kontaktach gminnej administracji publicznej z mieszkańcami [Jaxa-Dębicka 2008: 232]. Wpływ nowych technologii na wzajemną relację obywateli i administracji dokonuje się poprzez możliwość wykorzystania określonych narzędzi technicznych oraz konieczność stosowania określonych przepisów prawnych [Janowski 2009: 38-39]. Ze strony samorządu wyróżnia się dwa rodzaje tzw. e-komunikacji: komunikację jednokierunkową (jednostronną), której celem jest wyłącznie przekazywanie informacji mieszkańcom danego obszaru i komunikację dwukierunkową (dwustronną), w której interesant otrzymuje wiadomość zwrotną od pracownika konkretnego urzędu drogą elektroniczną lub może wdać się z nim w bezpośrednią rozmowę [Kancik 2013: 110-113; Janowski 2008: 137]. Nowoczesne technologie informacyjno-komunikacyjne²⁰ w urzędach gmin znajdują zastosowanie przede wszystkim w dwóch płaszczyznach: w procesie administrowania wewnątrz konkretnego urzędu gminy oraz w kontaktach z mieszkańcami gmin. Komunikacja między mieszkańcami gmin a organami lokalnej władzy publicznej odbywa się dzięki wykorzystaniu określonych w przepisach prawa form: Biuletynów Informacji Publicznej. Do komunikacji tej gminy wykorzystują również swoje strony internetowe. Celem rozważań zawartych w artykule jest odpowiedź na pytanie o aktualny stan narzędzi jednostronnej komunikacji elektronicznej urzędów gmin województwa opolskiego z mieszkańcami gmin. Rozważania obejmą formy komunikacji elektronicznej, za pomocą których następuje jednostronny przepływ informacji od urzędu gminy do mieszkańców gmin, bez możliwości uzyskania od odbiorców informacji zwrotnej.

²⁰ Technologie ICT to wszystkie media komunikacyjne (Internet, sieci bezprzewodowe, sieci bluetooth, telefonia stacjonarna, komórkowa, satelitarna, technologie komunikacji dźwięku i obrazu, itp.) oraz media umożliwiające zapis informacji (pamięci przenośne, dyski twarde, dyski CD/DVD, itp.) oraz sprzęty umożliwiające przetwarzanie informacji (komputery osobiste, serwery, klastry lub sieci komputerowe) [Stachowicz, Mamrot 2015: 67; Sytek 2016: 71].

2. BIP URZĘDÓW GMIN

Pierwszą z form jednostronnej komunikacji elektronicznej urzędów gmin z mieszkańcami stanowią Biuletyny Informacji Publicznej. Obowiązek ich prowadzenia wynika z przepisów ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej [Tekst jedn.: Dz. U. 2016 nr 0, poz. 1764 ze zm.]. Ustawodawca zobowiązał w nich gminy i ich organy do tworzenia, przez zastosowanie Scentralizowanego Systemu Dostępu do Informacji Publicznej²¹ albo innego systemu teleinformatycznego, własnych stron Biuletynu Informacji Publicznej, ustanawiając jednocześnie ogłaszanie informacji publicznych w BIP jednym z ustawowych sposobów udostępniania tych informacji [Tekst jedn.: Dz. U. 2016, poz. 1764 ze zm.: art. 9 ust. 1 w związku z art. 7 ust. 1 pkt 1]. Biuletyny Informacji Publicznej to urzędowe publikatory teleinformatyczne tworzone w celu powszechnego udostępniania informacji publicznej w postaci ujednoczonego systemu stron w sieci teleinformatycznej [Tekst jedn.: Dz. U. 2016, poz. 1764 ze zm.: art. 8 ust. 1 pkt 1]. W ustawie określono informacje jakie podmioty zobligowane do jej udostępniania muszą zamieścić na swojej stronie BIP. Obowiązek informacyjny gmin dotyczy zakomunikowania zainteresowanym odbiorcom za stronie BIP informacji o ich:

1. polityce wewnętrznej w tym np. o programach w zakresie realizacji zadań publicznych, sposobie ich realizacji, wykonywaniu i skutkach realizacji tych zadań,
2. statusie prawnym lub formie prawnej, organizacji, przedmiocie działalności i kompetencjach oraz organach i osobach sprawujących w nich funkcje i ich kompetencjach,
3. strukturze własnościowej podmiotów majątku, którym dysponują,
4. zasadach funkcjonowania, w tym o: trybie działania władz publicznych i ich jednostek organizacyjnych; trybie działania państwowych osób prawnych i osób prawnych samorządu terytorialnego w zakresie wykonywania zadań publicznych i ich działalności w ramach gospodarki budżetowej i pozabudżetowej; sposobach stanowienia aktów publicznoprawnych; sposobach przyjmowania i załatwiania spraw; stanie przyjmowanych spraw oraz kolejności ich załatwiania lub rozstrzygania; prowadzonych rejestrach, ewidencjach i archiwach oraz o sposobach i zasadach udostępniania danych w nich zawartych; naborze kandydatów do zatrudnienia na wolne stanowiska, w zakresie określonym w przepisach odrębnych,
5. dokumentacji przebiegu i efektów kontroli; wystąpień, stanowisk, wniosków i opinii podmiotów ją przeprowadzających oraz innych wystąpień i ocen dokonywanych przez organy władzy publicznej jak również informacji o stanie samorządu i jego jednostek organizacyjnych,
6. majątku publicznym [Tekst jedn.: Dz. U. 2016, poz. 1764 ze zm.: art. 8 ust. ust. 3].

²¹ To system teleinformatyczny umożliwiający tworzenie stron Biuletynu Informacji Publicznej oraz przetwarzanie informacji publicznych, w tym ich przeszukiwanie według kryteriów przedmiotowych i podmiotowych [Dz. U. 2016., poz. 1764 ze zm.: art. 9 ust. 4a].

Głównym celem wprowadzenia obowiązku tworzenia stron BIP przez gminy jest dostarczanie zainteresowanym osobom informacji o działalności prowadzonej przez ich organy. Dzięki stronom BIP gmin, mieszkańiec gminy może zapoznać się z poszukiwaną informacją publiczną w każdym momencie i niemal w każdym miejscu, a przede wszystkim informację taką ma możliwość "otrzymać" natychmiast po uruchomieniu odpowiedniej strony BIP [Wyrok WSA w Szczecinie z dnia 03.09.2008 r. II SA/Sz 505/08, CBOSA]. Podmiot zainteresowany otrzymaniem informacji, znajdując ją w BIP, posiada pewność co do tego, że zamieszczona w nim informacja jest prawdziwa i aktualna [wyrok NSA z 23/11.2016 r. I OSK 696/15, CBOSA]. BIP jest najbardziej powszechnym teleinformatycznym instrumentem komunikowania informacji a jego największą zaletą jest odformalizowanie procedury oraz nieskomplikowany, nieograniczony podmiotowo, czasowo i terytorialnie sposób przekazywania informacji [Jurek, Przywora 2016: 107].

Komunikując informacje za pośrednictwem stron BIP, organy gmin nie oczekują bezpośredniej reakcji ich odbiorców. Za niezwykle istotne należy uznać więc spełnienie normatywnie określonych wymogów prowadzenia stron BIP, tak, aby jednostronna komunikacja z mieszkańcami przebiegała sprawnie, a przekazywane i poszukiwane treści były łatwe do zidentyfikowania na przeglądanej stronie Biuletynu. Szczegółowe wymagania dotyczące układu ujednoliconego systemu stron BIP, w szczególności strukturę strony głównej BIP i wymagania dotyczące zabezpieczania treści publicznych udostępnianych w BIP określono w rozporządzeniu Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 18 stycznia 2007 r. w sprawie Biuletynu Informacji Publicznej [Dz. U. 2007, nr 10, poz. 68 ze zm.]. W celu zapewnienia prawidłowej komunikacji elektronicznej, strona BIP urzędu gminy musi być odpowiednio zorganizowana. Powinna spełniać normatywnie określone standardy struktury stron podmiotowych BIP [Dz. U 2007, nr 10, poz. 68: rozdział 3]. Zgodnie z linią orzeczniczą „(...) standardy te powinny zabezpieczać prawdziwość i rzetelność informacji zawartych w BIP, co czyni się poprzez wyraźnie wskazanie osób, które odpowiadają za wytworzenie i treść wprowadzonej informacji oraz wskazanie czasu, w którym dana informacja została zamieszczona w BIP (...)” [wyrok NSA z 23/11.2016 r. I OSK 696/15, CBOSA]. Osoby korzystające z zasobów BIP nie stanowią jednolitej grupy-są zróżnicowane pod względem wieku, wykształcenia lub ograniczeń wpływających na ich zdolności poznawcze w związku z czym strony BIP powinny być nie tylko merytorycznie i formalnie poprawne, lecz także powinny być zaprojektowane w taki sposób, aby ich zawartość i łatwość obsługi pozwalała na ich poprawne zrozumienie przez wszystkich potencjalnych odbiorców [Kędzińska, Kotarba 2016: 145].

W praktyce funkcjonowania urzędów gmin województwa opolskiego, dominuje model standardu struktury strony podmiotowej BIP określony w § 9 ust. 2 rozporządzenia w sprawie BIP, zgodnie z którym, strony podmiotowe BIP urzędów wydziela się z ich stron WWW poprzez umieszczenie na stronie głównej WWW urzędu linku zawierającego logo BIP umożliwiającego bezpośredni do-

stęp do podmiotowej strony BIP [Dz. U 2007, nr 10, poz. 68: § 9 ust. 2]. Na stronach internetowych urzędów gmin, zgodnie z wymogiem ustawodawcy, logo BIP umieszczane jest w widocznym dla odbiorcy komunikowanej informacji miejscu. Spotykamy również gminy, w których przyjęto niestandardowe rozwiązania, nie spełniające wymogu określonego w przepisach rozporządzenia. W gminie Lasowice Wielkie na stronie www urzędu gminy, zamiast oficjalnego logo BIP umieszczono zakładkę z napisem BIP. [BIP urzędu gminy Lasowice Wielkie, dostęp: 3.1.2018]. Korzystając z zakładki, odbiorca informacji zostanie przekierowany na stronę podmiotową BIP urzędu gminy, ale nie następuje to z wykorzystaniem oficjalnego logo BIP, do czego zobowiązują przepisy prawne. Przepisy rozporządzenia przewidują również drugi model standardu struktury strony podmiotowej BIP, zgodnie z którym, strona www urzędu może być jednocześnie stroną podmiotową BIP pod warunkiem spełnienia wszystkich wymogów przewidzianych przepisami ustawy i rozporządzenia [Dz. U 2007, nr 10, poz. 68: § 9 ust. 3]. Model ten nie już tak powszechny. W województwie opolskim żadna z gmin nie skorzystała z tego rozwiązania.

W §10 rozporządzenia zobowiązano urzędy gmin do umieszczenia na stronie podmiotowej czytelnego linku do strony głównej BIP [Dz. U 2007, nr 10, poz. 68: § 10]. Strona główna BIP to ogólnodostępny portal internetowy, którego podstawowym przeznaczeniem jest prezentacja informacji na temat podmiotów zobowiązanych do prowadzenia stron BIP [Instrukcja korzystania ze strony głównej BIP, dostęp: 3.1.2018]. Powszechnie, realizacja ustawowego obowiązku w tym zakresie następuje poprzez umieszczenie na stronie podmiotowej BIP logo BIP. „Odnosnik do strony głównej BIP”- logo (znak graficzny) BIP, umieszczane są w górnej części strony podmiotowej BIP. Umożliwia to przejście na stronę główną BIP (www.bip.gov.pl) poprzez kliknięcie w logo. Są jednak gminy, które nie wywiązały się z tego obowiązku [np.: BIP urzędu gminy Pawłowiczki, dostęp: 3.1.2018]. Zdarza się, że dostęp do linku strony głównej BIP jest niewidoczny na stronie podmiotowej BIP urzędu i trudny do znalezienia dla przeciętnego mieszkańca gminy przeglądającego informacje na stronie BIP. Tytułem przykładu wskazać można strony podmiotowe BIP urzędów gmin Kolonowskie, Izbicko i Kamiennik, gdzie link ten znajduje się w kolejnym linku „menu redakcyjne BIP” [BIP urzędu gminy Kolonowskie, BIP urzędu gminy Izbicko, BIP urzędu gminy Kamiennik, dostęp: 3.1.2018]. Podobnie w gminach: Korfantów, Lubsza, Łubniany, Namysłów, Pakosławice, Polska Cerekiew, Strzeleczyki i Wilków [BIP urzędów gmin: Lubsza, Łubniany, Namysłów, Pakosławice, Polska Cerekiew, Strzeleczyki i Wilków; BIP urzędu miejskiego w Korfantowie, dostęp: 3.1.2018].

Na stronach podmiotowych BIP urzędów gmin musi znajdować się sześć elementów: w górnej części strony-logo (znak graficzny) BIP; adres redakcji strony podmiotowej BIP; dane indywidualizujące co najmniej jedną z osób redagujących stronę, jej: imię i nazwisko, numer telefonu, numer telefaksu oraz adres poczty elektronicznej; instrukcja korzystania ze strony, menu przedmiotowe umożliwiające odnalezienie informacji publicznych podlegających obo-

wiązkowi opublikowania w BIP urzędu oraz moduł wyszukiwający [Dz. U 2007, nr 10, poz. 68: § 11 ust.1]. Obowiązuje bezwzględny zakaz umieszczania na stronie podmiotowej BIP reklam [Dz. U 2007, nr 10, poz. 68: § 11 ust.2]. Z praktyki gminnej wynika, że na stronach podmiotowych BIP organy gmin ujmują powyższej wskazane elementy wymagane przepisami prawa, choć czasem zdarzają się pewne braki. Nie mają one jednak istotnego wpływu na treść informacji komunikowanych na stronie. Tytułem przykładu wskazać należy umieszczanie niepełnych danych dotyczących osób redagujących stronę Biuletynu, gdzie wymienia się jedynie ich imiona i nazwiska, bez wskazywania pozostałych elementów wymaganych przepisami rozporządzenia [np.: BIP urzędu gminy Baborów, dostęp: 1.5.2018]. Wskazać należy, że dla prawidłowej i sprawnej komunikacji z odbiorcą informacji umieszczanych na stronie podmiotowej BIP urzędu gminy podstawowe znaczenie przypisać należy dwóm z wymienionych powyżej elementów: instrukcjom korzystania ze stron oraz menu przedmiotowym. Instrukcja korzystania ze strony to najważniejsze źródło informacji o prawidłowym korzystaniu ze strony BIP. Nie budzi wątpliwości fakt, że powinna być ona czytelna i przejrzysta. Powinna być napisana językiem precyzyjnym i zrozumiałym dla przeciętnego odbiorcy komunikowanych treści. W instrukcjach BIP analizowanych urzędów gmin określone są przede wszystkim: formy redagowania treści przekazywanych informacji; elementy składające się na treść podstron; informacja o możliwości skorzystania z darmowych przeglądarek plików typu doc, rtf, pdf, xls i zip oraz sposobie ich pobrania w przypadku nie posiadania przez użytkownika oprogramowania umożliwiającego wyświetlanie zawartości załączonych plików; informacja o wyszukiwarce treści i sposobie korzystania z niej oraz opis stałych pozycji menu [np.: BIP urzędów gmin: Baborów, Dąbrowa, Głogówek; BIP urzędu miasta Lewin Brzeski, dostęp: 5.1.2018]. Specyficzny charakter posiada instrukcja obsługi Biuletynu w Opolu, na którą składają się cztery dokumenty dotyczące: informacji o systemie pozwalającym na szybkie wyszukiwanie informacji (wyszukiwarka), dokumentów skonfigurowanych do edycji w formacie Ward albo do wydruku (wersje do wydruku), wszelkich zmian dokonywanych w publikowanych dokumentach (rejestr zmian) oraz linkach i mapie serwisu [BIP urzędu miasta Opole, dostęp: 5.1.2018].

Powszechnie, informacje publikowane są w podzielonym na działy menu przedmiotowym umieszczanym po lewej stronie strony Biuletynu [np.: BIP urzędów gmin Kamiennik i Skoroszyce, BIP urzędu miejskiego w Korfantowie, dostęp: 8.1.2018]. Na działy składają się kolejne pozycje menu, kierujące bezpośrednio do podstron Biuletynu lub kolejnych podmenu, obejmujących następne podstrony z informacjami. Czasem urzędy gmin wyodrębniają poszczególne rodzaje menu, dzieląc je na: menu przedmiotowe, menu podmiotowe oraz menu redakcyjne [np.: BIP urzędów gmin Bierawa, Głubczyce i Krapkowice, dostęp: 8.1.2018]. W niektórych gminach występuje jeszcze czwarte menu: menu BIP [np.: BIP urzędu gminy Zębowice, dostęp: 10.1.2018]. Czasem odbiorca ma wybór spośród dwóch menu: menu BIP i menu redakcyjnego [np.: BIP urzędu

gminy Jemielnica, dostęp 10.1.2018]. Informacje komunikowane na stronach BIP zawarte w ich menu dotyczą informacji określonych w powołanym powyżej art. 8 ust. ust. 3 ustawy o dostępie do informacji publicznej [Tekst jedn.: Dz. U. 2016. Nr 0, poz. 1764 ze zm.: art. 8 ust. ust. 3]. Dotyczą one: informacji ogólnych dotyczących gminy (dane ogólne i kontakt z urzędem); organów gminy i jej jednostek organizacyjnych (skład organu stanowiącego gminy i komisji rady gminy oraz wskazanie osoby pełniącej funkcje organu wykonawczego w gminie); jednostek organizacyjnych gminy (np. Gminny Ośrodek Kultury lub Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej); uchwalanych w gminie aktów prawnych (np. statut gminy, uchwały rady Gminy i zarządzenia wójta); finansów gminy (informacje o budżecie i podatkach lokalnych); oświadczeń majątkowych (np. burmistrza lub kierowników jednostek organizacyjnych gminy); kontroli zewnętrznych (wystąpienia pokontrolne Regionalnych Izb Obrachunkowych); ogłoszenia (np. ogłoszenia o naborze na wolne stanowiska urzędnicze); gospodarka przestrzenna (np. plan zagospodarowania przestrzennego); ochrona środowiska (np. analiza stanu gospodarki odpadami); współpraca z organizacjami pozarządowymi (np. informacja o naborze ofert) oraz wybory i referenda (np. informacje o przeprowadzanych w gminie wyborach uzupełniających). Na stronach BIP możemy również znaleźć informacje dotyczące: elektronicznych skrzynek podawczych i sposobów załatwiania spraw w urzędzie [np.: BIP urzędu miejskiego w Białej, dostęp: 12.1.2018], polityki prywatności [np.: BIP urzędu gminy Domaszowice, dostęp: 12.1.2018] lub dotyczące rejestrów, ewidencji, i archiwów [np.: BIP urzędu gminy Kolonowskie, dostęp: 12.1.2018].

Nie występuje jeden standardowy szablon strony podmiotowej BIP, w związku z czym szablony stron BIP urzędów gmin są zróżnicowane od strony graficznej.

Treści umieszczane w BIP urzędu gminy muszą spełniać wymagania dotyczące zabezpieczania treści udostępnianych informacji publicznych [Dz. U. 2007, nr 10, poz. 68: rozdział 5]. Zmian w treści informacji publicznej umieszczonej na stronie BIP urzędu gminy może dokonywać wyłącznie osoba odpowiedzialna wyznaczona przez organ gminy. Wyłącznie taka osoba posiada dostęp do modułu administracyjnego strony podmiotowej BIP w oparciu o mechanizmy identyfikacji i autoryzacji nadzorowane przez administratora strony podmiotowej BIP. Dla stron podmiotowych BIP urzędów gmin prowadzone są, w sposób automatyczny dzienniki w których odnotowywane są zmiany w treści informacji publicznych udostępnianych w BIP oraz próby dokonywania takich zmian przez osoby nieuprawnione. Strony BIP urzędów gmin ochraniane są przez moduł bezpieczeństwa. Moduł ten to programowe lub sprzętowo-programowe rozwiązanie techniczne uniemożliwiające zniszczenie lub modyfikację informacji publicznych zawartych w BIP przez osoby nieuprawnione [Dz. U. 2007, nr 10, poz. 68 ze zm.: § 17]. Informacje zgromadzone w bazie danych BIP kopiowane są na odrębne informatyczne nośniki informacji nie później niż dobę po zaistnieniu zmiany treści tych informacji. Jeżeli zmiany treści zachodzą częściej niż raz na dobę, informacje podlegają kopiowaniu na odrębne informa-

tyczne nośniki informacji raz na dobę. Strony podmiotowe BIP urzędów muszą również zawierać rozwiązania chroniące przed celowym spowolnieniem lub uniemożliwieniem dostępu do zasobów tych stron. W przypadku awarii brak dostępności strony podmiotowej BIP dla odwiedzającego stronę nie powinien być dłuższy niż 24 godziny.

3. STRONY WWW URZĘDÓW GMIN

W procesie jednostronnej komunikacji z mieszkańcami gmin istotne znaczenie przypisać należy również stronom www urzędów gmin. W pełni podzielić należy pogląd, zgodnie z którym jest to współcześnie najintensywniej rozwijająca się usługa dostępna w sieci Internet, która w błyskawicznym tempie przekształca charakter sieci w kierunku powszechnego medium komunikacyjnego [Fleszer 2015: 195]. Z punktu widzenia problematyki jednostronnej komunikacji elektronicznej z mieszkańcami gmin podstawowe znaczenie przypisać należy treściom przekazywanym za pośrednictwem stron internetowych gmin. Strona internetowa gminy powinna być tak skonstruowana, aby gwarantowała dotarcie użytkownikom do najważniejszych treści szybko i skutecznie. W procesie komunikacji jednostronnej nie następuje przekaz informacji zwrotnej od odbiorcy, który pozwalałby na weryfikację dotarcia przez niego do informacji i jej zrozumienie zgodnie z oczekiwaniami nadawcy. W związku z tym, przy konstruowaniu gminnych stron internetowych należy przemyśleć architekturę umieszczanych informacji. Układ strony powinien być czytelny, tak aby odbiorca mógł szybko odnaleźć poszukiwane informacje. Informacje umieszczane na stronie powinny być na bieżąco aktualizowane. Istotna jest również przejrzystość stron.

W obowiązującym stanie prawnym brak przepisów w zakresie tworzenia stron internetowych urzędów gmin. W związku z tym, wskazać należy, że wygląd i zawartość stron internetowych są bardzo zróżnicowane, a dobór treści prezentowanych na stronach zależy od uznania konkretnej gminy. W praktyce, skutkuje to bardzo dużym zróżnicowaniem zawartości informacyjnej poszczególnych stron www gmin i ich urzędów. W gminach województwa opolskiego przyjęto dwa rozwiązania. Pierwsza grupa gmin, tworząc stronę internetową wskazała w odrębnym menu adresatów komunikowanych treści tworząc odrębne ikonki z informacjami skierowanymi do trzech podstawowych grup odbiorców: mieszkańców gminy, inwestorów oraz turystów [np.: strony internetowe miast Zawadzkie i Prudnik, dostęp: 14.1.2018]. Są to informacje sprofilowane pod kątem charakteru adresata. Po najechaniu kursorem na konkretną sferę rozwija się spis podstron z informacjami jej dotyczącymi. W gminie Zawadzkie, treści, których adresatami są mieszkańcy gminy dotyczą w szczególności informacji dotyczących: gminy, np. jej historii, herbu, hejnału; władz gminy i jej jednostek pomocniczych; funkcjonowania urzędu (dane teleadresowe urzędu oraz jego struktura organizacyjna i zadania realizowane w urzędzie); świadczonych e-usług (zasady dostarczania dokumentów elektronicznych do Urzędu, zasady korzystania z ePUAP, wnioski do pobrania) oraz aktualnych wydarzeń

w gminie [strona internetowa miasta Zawadzkie, dostęp: 14.1.2018]. Z kolei, w gminie Prudnik informacje skierowane do mieszkańców obejmują zagadnienia: komunikacji miejskiej, autobusowej i PKP; Akcji Zima, Gospodarki Odpadami, Utrzymania czystości i porządku w gminie, Budżetu obywatelskiego, Karty Dużej Rodziny oraz Opolskiej Karty Rodziny i Seniora [strona internetowa miasta Prudnik, dostęp: 14.1.2018].

Jeżeli chodzi o przekaz kierowany do inwestorów, na stronie www gminy Zawadzkie zamieszczono informacje o: nieruchomościach na sprzedaż w gminie; podmiotach, które zainwestowały w gminie, usługowych i przemysłowych terenach inwestycyjnych, formach wsparcia dla inwestorów, np. o uchwałach w sprawie zwolnienia z podatku od nieruchomości oraz zasadach zakładania działalności gospodarczej [strona internetowa miasta Zawadzkie, dostęp: 14.1.2018]. Z kolei, w gminie Prudnik informacje te dotyczą: terenów i obiektów inwestycyjnych; nowoczesnych powierzchni biurowych-Regionalnego Inkubatora Przedsiębiorczości; ulg dla Przedsiębiorców oraz WSEE INVEST PARK-PODSTREFY PRUDNIK [strona internetowa miasta Prudnik, dostęp: 14.1.2018].

Komunikacja w zakresie turystyki dotyczy przede wszystkim informacji związanych z atrakcjami turystycznymi i zabytkami w gminie oraz gastronomią i noclegami [strona internetowa miasta Zawadzkie, dostęp: 14.1.2018]. Podobnie w gminie Prudnik, w której do turystów zaadresowano treści w zakresie: informacji turystycznej, interaktywnej mapy gminy Prudnik, bazy noclegowej, szlaków turystycznych i turystyki konnej. W zakładce poświęconej turystyce umieszczono również filmy promocyjne gminy Prudnik [strona internetowa miasta Prudnik, dostęp: 14.1.2018].

Druga grupa gmin to gminy, w których nie wyodrębnia się adresata komunikowanych treści, ale podstawowe obszary aktywności gminy i jej władz [np.: strony internetowe miast i gmin Opole, Wilków, Ujazd, Turawa, Tułowice, Strzeleczyki, Strzelce Opolskie, Skoroszyce, Rudniki, Reńska Wieś, Radłów, Polska Cerekiew, Pokój, Pawłowiczki, Pakosławice, Paczków, Ozimek, Olszanka, dostęp: 17.1.2018]. Strony zawierają interaktywne spisy działów. Po najechaniu kursorem na konkretny dział, rozwija się spis podstron. W gminach tych na stronie głównej umieszczane jest menu podzielone na obszary istotne dla gminy. Klikając w wybraną zakładkę odbiorca komunikowanych treści zostaje przekierowany na podstronę dotyczącą informacji w wybranym zakresie. Tytułem przykładu wskazać można gminę Wilków, w której wyodrębniono osiem obszarów działalności: Aktualności, gmina Wilków, Urząd gminy, Fundusze pomocowe, Archiwum, Galeria, Urząd i Inwestycje [strona internetowa gminy Wilków, dostęp: 17.1.2018]. Podobnie w gminie Ujazd, gdzie do głównych obszarów aktywności gminy zaliczono: Strefę aktywności gospodarczej, Aktualności, Gminę, Urząd miejski, Turystykę, Zarządzanie kryzysowe, Informację przestrzenną, Rodzinę 500+ oraz Tereny inwestycyjne [strona internetowa gminy Ujazd, dostęp: 17.1.2018]. Z kolei w gminie Turawa wyodrębniono: Informację turystyczną, Wydarzenia, Imprezy, Z aktualności Urzędu, Biuletyn In-

formacji Publicznej, Załatwianie sprawę i Kontakt [strona internetowa gminy Turawa, dostęp: 17.1.2018].

Warto zaznaczyć, iż odbiorcami treści komunikowanych na stronach internetowych, mogą być również osoby spoza obszaru gminy, w tym również mieszkańcy innych państw. W związku z tym, w części gmin wprowadzono również wersje obcojęzyczne witryn internetowych. Użytkownicy mają do wyboru m. in. języki: angielski i niemiecki [np.: strony internetowe gmin Zębówice, Rudniki i Radłów; strony internetowe miast Strzelce Opolskie i Prudnik, dostęp: 18.1.2018], angielski, czeski, niemiecki i węgierski [np.: strona internetowa miasta Zawadzkie], angielski, czeski i niemiecki [np.: strony internetowe gmin Zdieszowice, Walce i Ujazd, dostęp: 18.1.2018], angielski, czeski, francuski, niemiecki i rosyjski [np.: strona internetowa gminy Pokój, dostęp: 18.1.2018]. W gminie Nysa umożliwiono wybór spośród 65 języków [strona internetowa miasta i gminy Nysa, dostęp: 18.1.2018].

Część gmin posiada stronę internetową wyłącznie w języku polskim [np.: strony internetowe gmin Wołczyn i Reńska Wieś oraz strona internetowa miasta Olesno, dostęp: 18.1.2018].

Pewnym utrudnieniem w ramach jednostronnej komunikacji elektronicznej urzędów gmin z mieszkańcami jest nie przystosowanie większości stron internetowych do obsługi przez telefony komórkowe i inne urządzenia mobilne. Problem ten nie istnieje zaledwie w kilku gminach, np. w gminie Zdieszowice oraz mieście Zawadzkie, gdzie każdy zainteresowany, skanując kod umieszczony na stronie internetowej pobiera aplikację oferującą dostęp do gminnych aktualności, wydarzeń i informacji z BIP oraz otrzymuje powiadomienia o sytuacjach kryzysowych [strona internetowa gminy Zdieszowice, strona internetowa miasta Zawadzkie, dostęp: 18.1.2018].

Większość stron internetowych www gmin zawiera udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami. Jednostronna komunikacja elektroniczna za pośrednictwem stron www gmin uwzględnia ich potrzeby. Większość z nich spełnia międzynarodowy standard dotyczący dostępności stron (WCAG 2,0) [np.: strona internetowa gminy Olszanka; strony internetowe miast Zawadzkie, Strzelce Opolskie i Nysa, dostęp: 18.1.2018]. W szczególności strony te dostosowane są do wymagań osób z dysfunkcją wzroku i słuchu. Są wśród nich osoby niewidome i słabo widzące oraz osoby głuche i słabo słyszące. Gminy udostępniają im strony internetowe w wersji tekstowej, stosując odpowiednią kolorystykę witryny wraz z kształtem liter oraz w wersji audio, czyli w wersji czytanej wszystkich elementów znajdujących się na stronie. Tytułem kompleksowych rozwiązań w omawianym zakresie wskazać należy stronę internetową gminy Nysa, której serwis został stworzony zgodnie ze standardami W3C oraz WCAG 2.0 w oparciu o mechanizmy ułatwiające osobom z niepełnosprawnościami dostęp do publikowanych treści. W zakresie kompatybilności, serwis jest w pełni rozpoznawalny przez programy czytające dla osób niewidomych Window-Eye, JAWS czy NVDA oraz obsługiwany zarówno przy pomocy klawiatury jak i myszki [strona internetowa gminy Nysa, dostęp: 18.1.2018]. Serwis nie jest wyposażo-

ny w skróty klawiaturowe, które mogłyby wchodzić w konflikt z technologiami asystującymi (np. programami czytającymi), systemem lub aplikacjami użytkowników. Serwis jest wyposażony w mechanizmy ułatwiające przeglądanie treści przez osoby niedowidzące [strona internetowa miasta i gminy Nysa]. Są jednak gminy, których strony internetowe nie są dostosowane w powyższy sposób do potrzeb osób z niepełnosprawnościami, co uniemożliwia im zapoznanie się z informacjami ze strony www [np.: strony internetowe gmin: Wołczyn, Reńska Wieś i Olesno, dostęp: 18.1.2018].

Większość stron internetowych posiada udogodnienie w postaci umieszczenia na stronie internetowej wyszukiwarki informacji oraz katalogu usług, które są świadczone przez urząd gminy. Na stronach występuje również opcja zamawiania newslettera.

4. ZAKOŃCZENIE

Organy gmin muszą być otwarte na nowoczesne rozwiązania technologiczne i informatyczne. Komunikacja z wykorzystaniem kanałów internetowych to jeden z podstawowych sposobów porozumiewania się na szczeblu samorządowym. Gminy, do jednostronnego przekazywania informacji wykorzystują obecnie dwa narzędzia: swoje strony www i strony podmiotowe BIP urzędów gmin. Stosując oba narzędzia, organy gmin nie zwracają się bezpośrednio do ustalonego odbiorcy i nie oczekują od niego odpowiedzi. Nie zachodzi tu sprzężenie zwrotne pomiędzy urzędem gminy a mieszkańcem gminy lub innym podmiotem zainteresowanym przekazywaną informacją.

Nie budzi wątpliwości fakt, że odpowiednia organizacja form jednostronnej komunikacji elektronicznej kształtuje prawidłowy wizerunek gminy w sieci i w oczach mieszkańców gminy. W ramach gminnej jednostronnej komunikacji elektronicznej podstawowe znaczenie przypisać należy organom gminy odpowiedzialnym za prawidłowe zorganizowanie form tej komunikacji. W procesie tworzenia przekazu główną rolę odgrywają osoby odpowiedzialne za redagowanie stron www gmin oraz stron podmiotowych BIP zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa powszechnie obowiązującego.

Z praktyki gmin województwa opolskiego wynika, że Biuletyny Informacji Publicznej składają się z witryn www umożliwiających władzom gminy udostępnianie informacji publicznych. Biuletyny umożliwiają błyskawiczne użytkowanie uporządkowanych i stale aktualnych informacji związanych z funkcjonowaniem gminy i jej organów. Ponadto, zastosowanie nowych technologii odciąża urzędników pozwalając jednocześnie na zmniejszenie kosztów związanych z procesem udostępniania zasobów informacyjnych [Kowalczyk 2009: 162]. Z treści stron analizowanych BIP wynika, że osobom odpowiedzialnym za redagowanie Biuletynów Urzędów Miast i Gmin przekazywane są w szczególności informacje do których komunikowania zobowiązał ustawodawca. Są to głównie informacje związane z zakresem działania i kompetencjami organów gmin, zwłaszcza w zakresie tzw. polityki wewnętrznej gminy.

Zapoznanie się z informacjami publicznymi i komunikowanie z mieszkańcami odbywa się również za pośrednictwem stron www gmin, które umożliwiając gminom bieżące przekazywanie wszystkich aktualnych informacji w zakresach związanych z funkcjonowaniem gminy. Ich administratorzy w sposób bardzo różnorodny kształtują przekaz wizualny i treściowy. Jeżeli chodzi o przekaz informacji, to we wszystkich gminach przyjęto rozwiązanie, zgodnie z którym na stronie umieszczono menu główne strony, podzielone na najważniejsze obszary działalności gminnej, co powinno ułatwić poruszanie się po stronie i odnajdywanie poszukiwanych przez odbiorcę zagadnień. Na stronach internetowych rozpowszechniane są przede wszystkim informacje dotyczące wydarzeń związanych z aktualnym funkcjonowaniem gminy.

Literatura:

- [1] Fleszer, D.: *Rola polityki informacyjnej w zarządzaniu jednostką samorządu terytorialnego*. „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Numantitas . Zarządzanie” 2015, nr 3.
- [2] Janowski, J.: *Administracja elektroniczna. Kształtowanie się informatycznego prawa administracyjnego i elektronicznego postępowania administracyjnego w Polsce*. Warszawa: MUNICIPIUM 2009.
- [3] Janowski, J.: *Elektroniczny obrót prawny*. Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer Business 2008.
- [4] Jaxa Dębicka, A.: *Sprawne państwo*. Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer Business 2008.
- [5] Jurek, Ł., Przywora, B.: *Z problematyki skuteczności e-administracji jako narzędzia modernizacji administracji publicznej*. W: *Uwarunkowania efektywności struktur władzy publicznej*. J. Jaskiernia (red.). Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego 2016.
- [6] Kancik, E.: *E-komunikacja jednostek samorządu terytorialnego z obywatelami*. W: *Europejska przestrzeń komunikacji elektronicznej*. „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne problemy usług” 2013, nr 763.
- [7] Kędzierska, K., Kotarba, M.: *Bezwnioskowy tryb udzielania informacji publicznej*. W: *Dostęp do informacji publicznej*. P. Szustakiewicz (red.). Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck 2016.
- [8] Kowalczyk, M.: *E-urząd w komunikacji obywatelem*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i profesjonalne 2009.
- [9] Stachowicz, M., Mamrot, Sz.: *Standaryzacja jako czynnik optymalizacji usług świadczonych przez administrację publiczną*. „Samorząd Terytorialny” 2015, nr 5.
- [10] Sytek, A.: *Rozwój elektronicznej administracji ze szczególnym uwzględnieniem ePUAP i profili zaufanych-wybrane zagadnienia*. „Samorząd Terytorialny” 2016, nr 6.

Akty prawne:

- [1] Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej, Tekst jedn.: Dz. U. 2016 nr 0, poz. 1764 ze zm.
- [2] Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 18 stycznia 2007 r. w sprawie Biuletynu Informacji Publicznej, Dz. U. 2007, nr 10, poz. 68 ze zm.

Orzecznictwo:

- [1] Wyrok WSA w Szczecinie z dnia 03.09.2008 r. II SA/Sz 505/08, CBOSA.
- [2] Wyrok NSA z 23/11.2016 r. I OSK 696/15, CBOSA.

Źródła internetowe:

- [1] BIP urzęduminy Lasowice Wielkie, <http://lasowicewielkie.pl/>, [dostęp: 3.1.2018].
- [2] Instrukcja korzystania ze strony głównej BIP, <https://www.bip.gov.pl/articles/view/39>, [dostęp: 3.1.2018].
- [3] BIP urzędu gminy Pawłowiczki, <http://www.pawlowiczki.pl/bip2/>, [dostęp: 3.1.2018].
- [4] BIP urzędu gminy Kolonowskie, <http://bip.kolonowskie.pl/1/rejestr-zmian-tresci.html>, [dostęp: 3.1.2018].
- [5] BIP urzędu gminy Izbicko, <http://bip.izbicko.pl/1983/248/dane-teleadresowe.html>, [dostęp: 3.1.2018].
- [6] BIP urzędu gminy Kamiennik, <http://bip.kamiennik.pl/7/dane-teleadresowe.html>, [dostęp: 3.1.2018].
- [7] BIP urzędu miejskiego w Korfantowie, <http://bip.korfantow.pl/1/biuletyn-informacji-publicznej-gminy-korfantow.html>, [dostęp: 3.1.2018].
- [8] BIP urzędu gminy Lubsza, <http://bip.lubsza.ug.gov.pl/11/strona-glowna-bip.html>, [dostęp: 3.1.2018].
- [9] BIP urzędu gminy Łubniany, <http://bip.lubniany.pl/1/723/strona-glowna-bip.html>, [dostęp: 3.1.2018].
- [10] BIP urzędu miejskiego w Namysłów, <http://bip.namyslow.eu/7/strona-glowna-bip.html>, [dostęp: 3.1.2018].
- [11] BIP urzędu gminy Pakosławice, <http://bip.pakoslawice.pl/64/gmina-pakoslawice.html>, [dostęp: 3.1.2018].
- [12] BIP urzędu gminy Polska Cerekiew, <http://bip.polskacerekiew.pl/1099/urzad-gminy-polska-cerekiew.html>, [dostęp: 3.1.2018].
- [13] BIP urzędu gminy Strzeleczy, <http://bip.strzeleczy.pl/9/rejestr-zmian-stron.html>, [dostęp: 3.1.2018].
- [14] BIP urzędu gminy Wilków, <http://bip.wilkow.pl/832/informacje-teleadresowe.html>, [dostęp: 3.1.2018].
- [15] BIP urzędu gminy Baborów, <http://www.bip.baborow.pl/627/594/redaktorzy-biuletynu.html>, [dostęp: 5.1.2018].

- [17] BIP urzędu gminy Dąbrowa, <http://www.bip.gminadabrowa.pl/1234/2435/jak-przehladac-bip.html>, [dostęp: 5.1.2018].
- [18] BIP urzędu Gminy Głogówek, <http://bip.glogowek.pl/13/96/jak-przehladac-bip.html>, [dostęp: 5.1.2018].
- [19] BIP urzędu miasta Lewin Brzeski, <http://bip.lewin-brzeski.pl/16/4685/jak-przehladac-bip.html>, [dostęp: 5.1.2018].
- [20] 16. BIP urzędu miasta Opole, <http://bip.um.opole.pl/?instrukcja=1>, , [dostęp: 5.1.2018].
- [21] 17. BIP urzędu gminy Skoroszyce, <http://skoroszyce.pl/99-menu-podmiotowe.html>, [dostęp: 8.1.2018].
- [22] BIP urzędu gminy Bierawa, <http://bip.bierawa.pl/7/strona-glowna-bip.html>, [dostęp: 8.1.2018].
- [23] BIP urzędu gminy Głubczyce, <http://bip.glubczyce.pl/1303/strona-glowna-bip.html>, [dostęp: 8.1.2018].
- [24] BIP urzędu gminy Jemielnica, <http://bip.jemielnica.pl/3246/strona-startowa-bip.html>, [dostęp 10.1.2018].
- [25] BIP urzędu gminy Krapkowice, <http://bip.krapkowice.pl/1222/strona-glowna-bip.html>, [dostęp 8.1.2018].
- [26] BIP urzędu gminy Zębowice, <http://bip.zebowice.pl/7/strona-glowna-bip.html>, [dostęp 10.1.2018].
- [27] BIP urzędu miejskiego w Białej, <http://bip.biala.gmina.pl/5/witamy-na-stronie-biuletynu-informacji-publicznej-urzedu-miejskiego-w-bialej.html>, [dostęp: 12.1.2018].
- [28] BIP urzędu gminy Domaszowice, <http://www.bip.domaszowice.pl/4/o-gminie.html>, [dostęp: 12.1.2018].
- [29] Strona internetowa miasta Zawadzkie, <https://zawadzkie.pl/459/strona-glowna.html>, [dostęp: 14.1.2018].
- [30] Strona internetowa gminy Prudnik, <http://prudnik.pl/5431/strona-glowna.html>, [14.1.2018].
- [31] Strona internetowa gminy Wilków, <http://www.wilkow.pl/2/strona-glowna.html>, [dostęp: 17.1.2018].
- [32] Strona internetowa gminy Ujazd, <http://www.ujazd.com.pl/11/strona-glowna.html>, [dostęp: 17.1.2018].
- [33] Strona internetowa gminy Turawa, <http://turawa.pl/940/strona-glowna.html>, [dostęp: 17.1.2018].
- [34] Strona internetowa gminy Tułowice, <http://tulowice.pl/687/intro.html>, [dostęp: 17.1.2018].
- [35] Strona internetowa gminy Strzeleczyki, <http://strzeleczyki.pl/1/strona-glowna.html>, [dostęp: 17.1.2018].
- [36] Strona internetowa Miasta Strzelce Opolskie, <http://www.strzelceopolskie.pl/>, [dostęp: 17.1.2018].
- [37] Strona internetowa gminy Skoroszyce, <http://www.skoroszyce.pl/>, <http://www.strzelceopolskie.pl/>, [dostęp: 17.1.2018].
- [38] Strona internetowa gminy Rudniki, <https://rudniki.pl/9/moje-rudniki.html>, [dostęp: 17.1.2018].

- [39] Strona internetowa gminy Reńska Wieś, <http://www.renskawies.pl/>, [dostęp: 17.1.2018].
- [40] Strona internetowa miasta i gminy Radłów, <https://www.gminaradlow.pl/>, [dostęp: 17.1.2018].
- [41] Strona internetowa gminy Polska Cerekiew, <http://polskacerekiew.pl/295/strona-glowna.html>, [dostęp: 17.1.2018].
- [42] Strona internetowa gminy Pokój, <http://www.gminapokoj.pl/905/aktualnosci.html>, [dostęp: 17.1.2018].
- [43] Strona internetowa gminy Pawłowiczki, <http://www.pawlowiczki.pl/>, [dostęp: 17.1.2018].
- [44] Strona internetowa gminy Pakosławice, <http://pakoslawice.pl/1/strona-glowna.html>, [dostęp: 17.1.2018].
- [45] Strona internetowa gminy Paczków, <http://paczkow.pl/21/strona-glowna.html>, [dostęp: 17.1.2018].
- [46] Strona internetowa gminy i miasta Ozimek, <https://www.ozimek.pl/>, [dostęp: 17.1.2018].
- [47] Strona internetowa gminy Olszanka, <http://olszanka.pl/19/strona-glowna.html>, [dostęp: 17.1.2018].
- [48] Strona internetowa miasta Opole, <http://www.opole.pl/>, [dostęp: 17.1.2018].
- [49] Strona internetowa gminy Zębowice, <http://www.zebowice.pl/23/strona-glowna.html>, [dostęp: 18.1.2018].
- [50] Strona internetowa gminy Zdziszowice, <http://zdziszowice.pl/5/strona-glowna.html>, [dostęp: 18.1.2018].
- [51] Strona internetowa gminy Walce, <http://www.walce.pl/1003/strona-glowna.html>, [dostęp: 18.1.2018].
- [52] Strona internetowa miasta i gminy Nysa, <http://www.nysa.eu/>, [dostęp: 18.1.2018].
- [53] Strona internetowa gminy Wołczyn, <http://wolczyn.pl/index.php/pl/>, [dostęp: 18.1.2018].
- [54] Strona internetowa miasta i gminy Olesno, <http://www.olesno.pl/>, [dostęp: 18.1.2018].

dr Anna Bohdan

Politechnika Opolska

Wydział Ekonomii i Zarządzania

Katedra Nauk Humanistycznych i Prawnych

Ul. Luboszycka 7

45-036 Opole

a.bohdan@po.opole.pl

Piotr ZAMELSKI

KOMUNIKACYJNE DZIAŁANIE PRAWA W SFERZE GOSPODARCZO-SPOŁECZNEJ

Streszczenie: Artykuł podejmuje zagadnienie komunikacyjnego działania prawa w sprawach gospodarczych i społecznych. Rozważania opierają się na tezie o działaniu prawa jako środka komunikacji społecznej. W pierwszej części omówione zostały wybrane wątki odnoszące się do zjawiska komunikacji społecznej poprzez prawo, następnie podjęto wybrane problemy szczegółowe dotyczące nadmiernego urynkowania różnych dziedzin życia społecznego oraz udziału przedsiębiorców w życiu społecznym.

Słowa kluczowe: komunikacja społeczna, system prawny, stosunki gospodarcze, stosunki społeczne.

LAW AS A COMMUNICATION FACTOR IN THE ECONOMIC AND CIVIL SPHERE

Summary: The article broaches the issue of the law as a communication factor in economic and civil cases. All the considerations are based on the thesis that the law operates as a means of social communication. The first part discusses selected issues regarding the social communication phenomenon through the law. In the second part the article considers some specific problems concerning various spheres of social life being excessively market oriented and the participation of entrepreneurs in social life.

Keywords: social communication, legal system, economic relations, social relations.

1. WSTĘP

System prawny należy do najważniejszych elementów komunikacji społecznej²² a poszczególne normy prawne przybierają w nim postać komunikatów adresowanych przez prawodawcę do podległych mu podmiotów. Jak każdy proces komunikacji międzyludzkiej, norma prawna może wywoływać zróżnicowane skutki, nie zawsze zamierzone i pożądane przez prawodawcę.

Opracowanie podejmuje zagadnienie oddziaływania prawa pozytywnego na szeroko pojętą sferę życia gospodarczego, a co za tym idzie również społecznego, w perspektywie procesów składających się na komunikację społeczną. Problemem badawczym, którego rozwiązaniu służą rozważania, jest ustalenie,

²² Zaprezentowana koncepcja prawa ma charakter personalistyczny i pomimo podobieństwa semantycznego nie nawiązuje do teorii działania komunikacyjnego J. Habermasa [Osika 2001: 122-143].

w jaki sposób prawo oddziałuje na omawianą sferę życia i jakie trudności wiąże się z tym procesem. W opracowaniu odniesiono się do zagadnienia komunikacji społecznej poprzez prawo, ujmując problem w aspekcie teoretycznym oraz do wybranych problemów prawnych dotyczących sfery gospodarczej, w którym odniesiono się do zjawisk urynkowienia wielu dziedzin życia społecznego i udziału przedsiębiorców w życiu społecznym. Rozważania uwzględniają stan prawny i faktyczny na dzień 1 lipca 2018 r.

2. KOMUNIKACJA SPOŁECZNA POPRZEZ PRAWO

Życie społeczności ludzkich organizuje się wokół norm rozmaitego rodzaju i pochodzenia, które istnieją immanentnie (normy moralne), są ustalane odgórnie (normy prawne) albo oddolnie (normy obyczajowe i zwyczajowe). W każdym przypadku indywidualne ludzkie decyzje, nie wyłączając udziału w decydowaniu zbiorowym, stanowią rezultat mniej lub bardziej pogłębionego procesu myślenia, w którym dochodzi do swoistej syntezy rozumności i wolności osoby ludzkiej w odniesieniu do jakiegoś wycinka rzeczywistości. Zapadła w ten sposób decyzja staje się podstawą jednego lub wielu czynów ludzkich, zawsze wyrażając określony stosunek do istniejących w społeczeństwie norm i zarazem poddając się ocenie z punktu widzenia tychże norm społecznych. Zawężając problem wyłącznie do obszaru prawa należy podkreślić walor komunikacyjny oddziaływania normy prawnej na życie osób i społeczności ludzkich, i to zarówno w ujęciu temporalnie apriorycznym (ocena potencjalnej możliwości dokonania czynu), jak i aposteriorycznym (ocena dokonanego czynu). Będąc nieodzownym środkiem komunikacji w zorganizowanym społeczeństwie system prawny zawiera wielowarstwowy przekaz (aksjologiczny, organizacyjny, planistyczny, represyjny, informacyjny) dotyczący różnych dziedzin życia społecznego.

Rozważanie sposobu oddziaływania prawa na rozmaite uwarunkowania życia społecznego musi uwzględniać dedukcyjny charakter systemów normatywnych. Życie człowieka może zaistnieć i rozwijać się wyłącznie we wspólnocie, dlatego jest ciągłym procesem komunikacji polegającej na dialogu, wymianie wartości, współpracy lub konfrontacji [Marcel 1986: 368-372; Jaspers 1938: 355-362; Słomski 2000: 119; Bartnik 1995: 199]. W przypadku systemów prawnych, a w szczególności współczesnych systemów multicentrycznych [Łętowska 2006: 205-209], owo współoddziaływanie przybiera postać bądź bezpośredniego normowania zachowań ludzkich przez prawodawcę, względnie organ stosujący prawo (charakterystyczne dla prawa publicznego), bądź niezależnych od siebie stosunków prawnych rozproszonych w społeczeństwie, lecz zorganizowanych wedle tego samego wzorca normatywnego (charakterystyczne dla prawa prywatnego) [Stelmachowski 1998: 24-25]. W obu przypadkach ten sam podmiot przekazuje wartości i wzorce co do zasady zabezpieczone środkami przymusu, a przy tym nie zawsze jest zainteresowany informacją zwrotną od adresatów prawa. Wówczas skuteczna odpowiedź może przyjść ze strony społeczeństwa przez negatywne skutki prawa albo przez wyrazy powszechnego nie-

zadowolenia, a i te sygnały nie zawsze prowadzą do zmiany regulacji prawnych. Komunikacja społeczna przez prawo jest zatem nierównorzędna i nieprzewidywalna co do efektów, które pozostają tematem dociekań polityki prawa [Stadniczeńko 2008: 17]. „Istota zagadnień polityki prawa polega na uzasadnionym naukowo przewidywaniu następstw, jakich spodziewać się należy w razie wprowadzenia pewnych przepisów prawnych oraz na opracowaniu zasad, których wprowadzenie do systemu prawa obowiązującego (...) wywołałoby pewne pożądane skutki” [Petrażycki 1959].

Naturalna zdolność i potrzeba komunikacji stanowią niezbędny czynnik poznawczy i behawioralny umożliwiający przeżycie i funkcjonowanie człowieka jako istoty niezdolnej do samodzielnego zaspokajania swoich potrzeb. Podobnie, choć na bardzo podstawowym poziomie, rzecz ma się u wielu gatunków zwierząt. W opinii S.L. Stadniczeńko każde ludzkie zachowanie wobec innych ludzi, nie wyłączając milczenia, ma charakter komunikacji, ponieważ wywiera na nich określony wpływ. Procesy komunikacji międzyludzkiej mogą być symetryczne, gdy zachodzą pomiędzy podobnymi partnerami, albo komplementarne, gdy opierają się na odmienności stron [Stadniczeńko 2008: 17]. Komunikacja pomiędzy prawodawcą i adresatem prawa ma charakter skrajnie asymetryczny, ponieważ opiera się na władztwie i przymusie po jednej tylko stronie. Błędem byłoby jednak uznanie, że jest to relacja jednostronna, jak chciałoby m.in. nurty nawiązujące do starożytnego despotyzmu, plotynizmu czy heglizmu, zawsze zmierzające w kierunku państwa totalitarnego. Różne dziedziny życia społecznego, w tym gospodarka, cechują się bowiem własną dynamiką i równowagą wewnętrzną, które doznają zaburzenia, a nawet załamania w przypadku nie-naturalnych ingerencji ze strony systemu prawnego. Reakcje społeczeństwa i gospodarki prawodawca winien traktować jako odpowiedź na własne działania lub zaniechania, a zarazem jako wezwanie do wdrożenia odpowiednich środków zaradczych.

J. Stelmach zauważa, że w procesie komunikacji strony mogą i powinny formułować wzajemnie wobec siebie cztery rodzaje roszczeń odnoszące się do zrozumiałości, prawdziwości, szczerości i słuszności komunikatów [Stelmach 1998: 167-168]. Organy stanowiące i stosujące prawo, a więc normodawcy będący z natury mocniejszymi uczestnikami procesów komunikacji prawnej, są zobowiązane do urzeczywistniania wspomnianych standardów tym bardziej, im większą ponoszą odpowiedzialność za dobro wspólne. Oczywiście wymienione standardy prawa oddają nie tyle aktualne cechy obowiązujących regulacji prawnych, co ich stan idealny. Nierealnym zatem byłoby doszukiwać się ich spełnienia w każdej normie prawnej, są zresztą określone w sposób nieostry, jednak zasadnym jest dążenie do takiego stanu rzeczy i domaganie się jego urzeczywistnienia. Jakość komunikatów zawartych w normach prawnych często nie spełnia kryterium zrozumiałości z powodu nieprecyzyjnego języka i nadmiernej ilości norm, co zaciemnia konstrukcję i wewnętrzną logikę systemu prawnego. W szerszym ujęciu kryterium to obejmuje również zrozumiałość przyczyn i celów regulacji prawnej. W prawie polskim deficyt zrozumiałości jest widocz-

ny m.in. w przepisanych prawa podatkowego i prawa ubezpieczeń społecznych. Prawdziwość i szczerłość komunikatów prawnych bywają podważane przez wieloletnie utrzymywanie obiektywnie wadliwych przepisów, które mogą sugerować istnienie ukrytego *ratio legis*, czasem zresztą wywołując społeczne oburzenie w razie jego potwierdzenia. Wreszcie, problem słuszności prawa nigdy nie zostanie rozwiązany, ponieważ niedoskonały z natury swojej prawodawca nie jest zdolny do sformułowania doskonałych praw.

3. WYBRANE PROBLEMY PRAWNE W SFERZE GOSPODARCZEJ

Każda norma prawna ma charakter komunikatu kierowanego przez prawodawcę do jej adresatów, podobnie społeczne skutki normy powinny być traktowane przez prawodawcę jako komunikat zwrotny i zarazem probierz jakości stanowionego prawa. Każdy komunikat, nie wyłączając komunikatów prawnych, prowadzi do podejmowania decyzji realizowanych w konkretnych czynach, z czasem także do kształtowania się względnie trwałych postaw. Szeroko pojęta sfera gospodarcza agreguje oddziaływanie wielu norm prawnych, których tematyka znacznie wykracza poza ramy prawa gospodarczego *sensu stricto*. Wewnętrzna spójność systemu prawnego domaga się z kolei wypracowania rozwiązań prawnych kształtujących poszczególne dziedziny życia społeczno-gospodarczego w oparciu o zbliżone wartości i zasady. W przeciwnym wypadku mnożyłyby się chociażby przypadki nierównego traktowania niektórych uczestników obrotu gospodarczego. Z drugiej strony konsekwencja w multiplikowaniu rozwiązań błędnych lub nieprzystających do natury normowanej sprawy podważa słuszność i szczerłość komunikatu prawnego a cel prawodawcy czyni zwyczajnie niezrozumiałym.

3.1. URYNKOWIENIE W ŻYCIU SPOŁECZNYM

Ważnym problemem prawnym, który dotyka szeroko pojętej sfery gospodarczej, jest optymalny zakres urynkowienia poszczególnych sektorów życia gospodarczego i społecznego. Przez urynkowienie można rozumieć oparcie relacji społecznych i zawodowych oparte na wolnej konkurencji, której wynik decyduje o sytuacji ekonomicznej, a nawet o przetrwaniu uczestników. W odniesieniu do jednostek organizacyjnych urynkowienie wiąże się dodatkowo z ograniczeniem ich funkcji do świadczenia wyspecjalizowanych usług na rzecz społeczeństwa oraz z przesadzonym wyodrębnieniem rachunkowym jednostek sektora publicznego, które pomimo funkcjonalnej przynależności do administracji publicznej są zorganizowane na podobieństwo komercyjnych przedsiębiorstw (np. szkolnictwo, podmioty lecznicze, jednostki kultury itp.)²³. Rywali-

²³ W warstwie terminologicznej najbardziej konsekwentna w dążeniu do urynkowienia była ustawa o działalności leczniczej w swoim pierwotnym brzmieniu, która zastosowała do systemu ochrony zdrowia nie zawsze adekwatną terminologię przeniesioną z prawa gospodarczego [Dz.U. z 2011 r. Nr 112, poz. 654: art. 2 ust. 1 pkt. 9].

zacja wynikająca z obawy o byt istnieje niemalże na każdym poziomie życia społecznego, od relacji pomiędzy urzędami centralnymi, jednostkami samorządu terytorialnego aż po pracowników zakładu, których współdziałanie ma służyć osiągnięciu spójnych rezultatów.

Model komercyjny jest nienaturalny dla podmiotów zorientowanych na prowadzenie działań na rzecz ogółu społeczeństwa, ponieważ utrudnia rozwijanie współpracy i wzajemnego wsparcia (izolacja), utrudnia utrzymanie niezbędnego etosu i szacunku (marketing), nieraz skłania do podejmowania decyzji nieracjonalnych i ostatecznie szkodliwych w celu osiągnięcia krótkoterminowych korzyści²⁴. W pewnym sensie świadczy to o przeniesieniu niektórych założeń systemu politycznego na życie gospodarcze, nawet na podstawowym poziomie funkcjonowania. Opinię O. Höffe, iż w systemach demokratycznych pluralizm wydobywa tylko różnorodność i konkurencję, bez elementów komplementarnych w postaci wspólnoty i współpracy [Höffe 1992: 167], w sferze gospodarki można odnieść także do wolnej konkurencji. Oczywiście, historycznie wszelkie usługi rozwijały się pod reżimem prawa prywatnego, tym niemniej wówczas ich etos wynikał z niewielkiej podaży i przeznaczenia głównie dla elit, współcześnie na skutek wielu dekad rozwijania publicznoprawnych gwarancji praw socjalnych panują całkowicie odmienne warunki i oczekiwania, które charakteryzuje roszczeniowość znacznej części społeczeństwa. Społeczne konsekwencje narzucenia przez system prawny nieadekwatnego modelu gospodarowania przywodzą myśl L.L. Fullera, w opinii którego „wydaje się niemalże prawem natury ludzkiej, że kiedy człowiek zostaje zmuszony do odgrywania roli, w którą naprawdę nie wierzy, to rezultatem będzie uzewnętrznienie jego najgorszych cech” [Fuller 1993: 55].

Być może założeniem ustawodawcy leżącym u podstaw urynkwienia tak dużych obszarów życia było wysłanie do społeczeństwa komunikatu o współzależności pomiędzy jakością wykonywanych działań a sytuacją ekonomiczną poszczególnych osób i jednostek organizacyjnych. Był to zresztą kierunek w pełni uzasadniony po okresie realnego socjalizmu, zabrakło jednak wypróbowanego sposobu jego realizacji. Społeczny efekt tego komunikatu okazał się odmienny z powodu błędnych założeń systemowych a priorytetem dla wielu jednostek stało się przyciągnięcie jak największej liczby odbiorców usług. O ile w dziedzinie produkcji i sprzedaży dóbr konsumpcyjnych model komercyjny jest uzasadniony (choć i tu prawo powinno tworzyć mechanizmy zachęcające przedsiębiorców do współdziałania), to w sprawach istotnych dla rozwoju osób i wspólnot zwyczajnie się nie sprawdza²⁵. Dobro wspólne wymaga wszakże

²⁴ Krótkoterminowość jest zresztą cechą charakterystyczną współczesnej gospodarki, która znajduje się w nieustannej reorganizacji. Sytuacja ta dotyczy przedsiębiorców i pracowników, których zaangażowanie nie gwarantuje stabilizacji życiowej ani trwałych relacji ekonomicznych [Sennet 2006: 205].

²⁵ Dla przykładu, w dziedzinie szkolnictwa urynkwienie połączone z uzależnieniem istnienia szkoły lub szkoły wyższej oraz zatrudnienia pracowników od aktualnego zainteresowania

zachowania zdrowej równowagi pomiędzy działaniami oddolnymi i spontanicznymi a planowaniem i organizowaniem niezbędnym w każdej wspólnocie politycznej.

3.2. PARTYCYPACJA PRZEDSIĘBIORCÓW W ŻYCIU SPOŁECZNYM

Zagadnienie partycypowania przedsiębiorców w różnych dziedzinach życia społecznego może być rozpatrywane w kontekście charakterystyki aktywności przedsiębiorców jako jednej z grup społecznych albo jako omówienie potencjalnych form zaangażowania przedsiębiorców związanych z ich statusem ekonomicznym i społecznym, niekoniecznie zaś ukierunkowanych na osiąganie zysku. Dodajmy, że w kontekście omawianego zagadnienia określenie „przedsiębiorca” jest pewnym skrótem myślowym, przez który należy rozumieć osobę fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą bądź działającą w ramach osoby prawnej lub innej jednostki organizacyjnej będącej przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy [Dz.U. z 2018 r., poz. 646: art. 4 ust. 1]. Dalsze rozważania, w zakresie ograniczonym ramami artykułu, dotyczą drugiej formy partycypacji tak rozumianej kategorii przedsiębiorców jako rezultatu komunikacyjnego działania prawa, niestety nie wykorzystanego w pełni przez prawodawcę (problem *de lege ferenda*) i przez uczestników życia społecznego, w szczególności przez samych przedsiębiorców (problem *de lege lata*).

„System prawny oddziałuje na kształt partycypacji, choć nie normuje jej w sposób bezpośredni i zupełny. Optymalną metodą rozwijania i utrwalania partycypacji społecznej i ekonomicznej przez prawo stanowione są regulacje prawne oparte na komunikacji społecznej i dialogowości” [Zamelski 2015a: 14]. W polskim systemie prawnym istnieje kilka form dobrowolnego zaangażowania społecznego przedsiębiorców. Należą do nich w szczególności sponsorowanie rozmaitych przedsięwzięć, uczestnictwo w gremiach doradczych i eksperckich, partnerstwo publiczno-prywatne oraz samorządność gospodarcza²⁶. Stworzenie podstaw do partycypacji przedsiębiorców, sprawdzonych zresztą uprzednio w innych państwach o gospodarce rynkowej, jest komunikatem prawnym kierowanym do wszystkich zainteresowanych podmiotów. Jest to komunikat mocny, *expressis verbis* wyrażający aprobatę ustawodawcy dla społecznej aktywności przedsiębiorców, a nie sfera milczenia prawa, w której z uwagi na zasadę praworządności niemożliwe byłoby uczestnictwo organów administracji publicznej i podległych im jednostek organizacyjnych.

Spośród wymienionych możliwości partycypacji przedsiębiorców w życiu społecznym szczególne miejsce zajmują partnerstwo publiczno-prywatne [Dz.U.

młodzieży [Dz.U. z 2017 r., poz. 1189 z późn.zm.: art. 20 ust. 1; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 2 czerwca 1995 r.] godzi przede wszystkim w jakość edukacji i wychowania.

²⁶ Pominięto udział przedsiębiorców w procedurach z zakresu zamówień publicznych [Dz.U. z 2017 r., poz. 1579 z późn. zm.: art. 10], ponieważ mimo występowania w nich elementu publicznego nie są to działania podejmowane na rzecz społeczeństwa, lecz czynności warunkujące zawarcie umowy z kontrahentem publicznym.

z 2017 r., poz. 1834 z późn. zm.] i samorządność gospodarcza [Dz.U. z 1997 r. Nr 78, poz. 483 z późn.zm.: art. 17 ust. 2; Dz.U. z 2016 r., poz. 1285 z późn.zm.; Dz.U. z 1989 r. Nr 35, poz. 194 z późn.zm.; Dz.U. z 2017 r., poz. 1218] jako formy dostępne wyłącznie dla podmiotów prowadzących działalność gospodarczą. Przez partnerstwo publiczno-prywatne należy rozumieć partnerstwo jednostek sektora publicznego i prywatnego mające na celu realizację przedsięwzięć lub świadczenie usług uprzednio dostarczanych przez sektor publiczny [Korbus, Strawiński 2009: 58-59]. Otwarcie administracji publicznej na współdziałanie z przedsiębiorcami agreguje znaczny potencjał ekonomiczny wynikający z efektu synergii, przy okazji stwarzając szanse na podejmowanie szeregu konstruktywnych innowacji. W odróżnieniu od zamówień publicznych partnerstwo publiczno-prywatne stawia przedsiębiorcę w roli równorzędnego partnera, który może działać w sposób twórczy i w ten sposób przejmować część odpowiedzialności za dobro wspólne.

Z kolei samorządność gospodarcza jest partycypacją w środowisku przedsiębiorców, obejmuje zatem swoim zasięgiem wycinek życia społecznego i zarazem ważny sektor gospodarki. Samorządy gospodarcze, w odróżnieniu od samorządów zawodowych, co do zasady opierają się na dobrowolnym uczestnictwie. Pomimo stosunkowo słabych uprawnień samorząd zawodowy pełni ważną rolę jako organizator stosunków społecznych, koncyliator i inhibitor negatywnych skutków konkurencji, która jako taka stanowi w środowisku przedsiębiorców zjawisko naturalne i wręcz pożądane. Można powiedzieć, że samorządność gospodarcza stanowi dla przedsiębiorców, z założenia skoncentrowanych na interesie indywidualnym, instrument otwarcia na społeczną odpowiedzialność za dobro wspólne w wymiarze własnego środowiska i szerszych zbiorowości.

4. ZAKOŃCZENIE

- 1) Prawo jest nieodzownym składnikiem życia społecznego, który umożliwia funkcjonowanie zorganizowanych zbiorowości ludzkich. Normy prawne pełnią funkcję komunikatów, poprzez które prawodawca oznajmia społeczeństwu katalog czynów nakazanych, dozwolonych i zabronionych. Im bardziej spójny aksjologicznie jest przekaz prawny, tym większa jest jego skuteczność wychowawcza względem adresatów, przy czym przekaz niespójny z naturą ludzką prowadzi do destrukcji struktury społecznej, o ile w odpowiednim momencie nie napotka oporu [Stadniczeńko, Zamelski 2016: 110-125]. Ze względu na integralność natury ludzkiej i złożoności procesów zachodzących w społeczeństwie działanie prawa w sferze społeczno-gospodarczej obejmuje skutki rozmaitych norm prawnych, także pozornie neutralnych wobec sfery stosunków gospodarczych lub majątkowych. Stąd długofalowe efekty prawa nieraz bywają odległe od zamierzeń prawodawcy starającego się wpływać na zachowania adresatów za pomocą szczegółowych unormowań.

- 2) Komunikaty prawne nie zawsze są jednoznacznie czytelne dla adresatów, niejednokrotnie wobec niejasności norm ustalenie ich faktycznego *ratio legis* stanowi przedmiot dociekań, sporów i badań źródłowych. We współczesnych systemach prawnych, charakteryzujących się niespotykaną dawniej szczegółowością i zmiennością przepisów prawnych, coraz wyraźniejsza staje się potrzeba wykładni autentycznej wyjaśniającej cel i sens przynajmniej najważniejszych unormowań [Zamelski 2015b: 110]. Takie rozwiązanie dałoby przepisom prawnym bardziej bezpośredni i skuteczny walor komunikacyjny w wymiarze wertykalnym i horyzontalnym. Co za tym idzie, prostsza byłaby zarówno recepcja prawa, jak i społeczny sprzeciw wobec realizacji celów nieakceptowanych, choć drugi z wymienionych skutków nie jest bynajmniej korzystny dla władzy politycznej.
- 3) Prawo pozytywne jest systemem normatywnym jednolitym dla całego społeczeństwa i zarazem zabezpieczonym przymusem fizycznym organów państwowych finansowanym przez samo społeczeństwo, dlatego z założenia powinno zmierzać do urzeczywistniania i ochrony dobra wspólnego. Na gruncie art. 1 Konstytucji RP prawem obywatela są takie standardy działania organów władzy publicznej, aby państwo polskie mogło być przez nich uznawane za dobro wspólne [Trzciniński 2005: 456]. W kontekście czynionych rozważań, z konieczności skoncentrowanych tylko na wybranych problemach, rozwiązania przyjęte we współczesnym polskim prawie rozważanym *in toto* należy uznać za niewystarczające z punktu widzenia wymogów dobra wspólnego. Z jednej strony standardy życia społecznego i gospodarczego płynące z systemu prawnego utrzymują w wielu dziedzinach życia zespół rozwiązań określony w opracowaniu mianem urynkowania, z drugiej zaś brakuje uregulowań prawnych (np. fiskalnych, które wydają się najprostsze) skuteczniej motywujących do partycypacji, współdziałania i podejmowania oddolnych inicjatyw. W takiej sytuacji komunikaty prawne formułowane na etapie stanowienia i stosowania prawa mogą sprzyjać raczej utrwaleniu w społeczeństwie postaw indywidualistycznych niż rozwijaniu świadomości dobra wspólnego [Kim 1994: 4]. Tymczasem praca w dziedzinie etycznej, dotyczącej społecznego zachowania ludzi, zazwyczaj jest trudniejsza niż budowa struktur organizacyjnych [Krucina 1972: 343].

Literatura:

- [1] Bartnik, C.S.: *Personalizm*. Lublin: „Czas” 1995.
- [2] Fuller, L.L.: *Anatomia prawa*. Tłum. R. Tokarczyk. Lublin: Daimonion - Instytut Wydawniczy 1993.
- [3] Höffe, O.: *Etyka państwa i prawa*. Tłum. Cz. Porębski. Kraków: „Znak”: Ośrodek Myśli Politycznej 1992.
- [4] Jaspers, K.: *Existenzphilosophie*. Berlin und Leipzig 1938.
- [5] Kim, E.: *Individualism and Collectivism. A Psychological, Cultural and Ecological Analysis*. “Nordic Institute of Asian Studies NIAS Report Series” 21/1995.

- [6] Korbus, B.; Strawiński, M.: *Partnerstwo publicznoprywatne. Nowa forma realizacji zadań publicznych*. Wydanie 2. Warszawa: Wydawnictwo LexisNexis 2009.
- [7] Krucina, J.: *Dobro wspólne. Teoria i jej zastosowanie*. Wrocław: Wydawnictwo Wrocławskiej Księgarni Archidiecezjalnej 1972.
- [8] Łętowska, E.: *Trudności w przyswajaniu w Polsce praktyki państwa prawa. W: Zasada demokratycznego państwa prawnego w Konstytucji RP*. S. Wronkowska (red.). Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe 2006.
- [9] Marcel, G.: *Być i mieć*. Tłum. Piotr Lubicz. Warszawa: „Pax” 1986.
- [10] Osika, G.: *Teoria działania komunikacyjnego J. Habermasa*. „Zarządzanie Wiedzą” 2001, nr 1.
- [11] Petrażycki, L.: *Wstęp do nauki prawa i moralności. Podstawy psychologii emocjonalnej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 1959.
- [12] Sennet, R.: *Korozja charakteru. Osobiste konsekwencje pracy w nowym kapitalizmie*. Tłum. J. Dzierzgowski, Ł. Mikołajewski. Warszawa: Muza 2006.
- [13] Słomski, W.: *Personalistyczna wizja wolności. Wokół koncepcji wolności osoby ludzkiej Emmanuela Mouniera*. Wydanie II zmienione i poszerzone. Warszawa: MIX 2000.
- [14] Stadniczeńko, S.L.: *Znaczenie komunikacji społecznej w jurysprudencji. Wybrane zagadnienia*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego 2008.
- [15] Stadniczeńko, S.L., Zamelski, P.: *Pedagogika prawa. Vade mecum! Pójdź ze mną!* Warszawa: Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania 2016.
- [16] Stelmach, J.: *Filozofia prawa końca XX w. W: Filozofia prawa XIX i XX wieku*, J. Stelmach, R. Sarkowicz (red.). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 1998.
- [17] Stelmachowski, A. *Zarys teorii prawa cywilnego*. Wydanie 1. Warszawa: Wydawnictwa Prawnicze PWN 1998.
- [18] Trzciński, J.: *Rzeczpospolita Polska dobrem wspólnym wszystkich obywateli. W: Sądownictwo administracyjne gwarantem wolności i praw obywatelskich 1980-2005*, J. Góral, R. Hauser, J. Trzciński (red.), Warszawa: Naczelny Sąd Administracyjny 2005.
- [19] Zamelski, P.: *Partycypacja społeczna i ekonomiczna. Zagadnienia podstawowe. W: Partycypacja społeczna i ekonomiczna w administracji*, P. Zamelski (red.). Opole: Oficyna Wydawnicza Politechniki Opolskiej 2015a.
- [20] Zamelski, P.: *Społeczne aspekty prawa do dobrej legislacji*. „Roczniki Nauk Społecznych” 2015b, nr 4, tom 7/43.

Akty prawne:

- [1] Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., Dz.U. z 1997 r. Nr 78, poz. 483 z późn.zm.
- [2] Ustawa z dnia 15 kwietnia 2011 r. o działalności leczniczej, tekst pierw. Dz.U. z 2011 r. Nr 112, poz. 654.
- [3] Ustawa z dnia 19 grudnia 2008 r. o partnerstwie publiczno-prywatnym, Dz.U. z 2017 r., poz. 1834 z późn. zm.
- [4] Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców, Dz.U. z 2018 r., poz. 646.

- [5] Ustawa z dnia 22 marca 1989 r. o rzemiośle, Dz.U. z 2018 r., poz. 1267.
- [6] Ustawa z dnia 26 stycznia 1982 r. - Karta Nauczyciela, Dz.U. z 2018 r., poz. 967.
- [7] Ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych, Dz.U. z 2017 r., poz. 1579 z późn. zm.
- [8] Ustawa z dnia 30 maja 1989 r. o izbach gospodarczych, Dz.U. z 2017 r., poz. 1218 z późn. zm.
- [9] Ustawa z dnia 30 maja 1989 r. o samorządzie zawodowym niektórych podmiotów gospodarczych, Dz.U. z 1989 r. Nr 35, poz. 194 z późn.zm.

Orzecznictwo:

- [1] Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 2 czerwca 1995 r., I PRN 25/95, „Orzecznictwo Sądu Najwyższego Izba Administracyjna, Pracy i Ubezpieczeń Społecznych” 1996, nr 4, poz. 60.

dr Piotr Zamelski
Politechnika Opolska
Wydział Ekonomii i Zarządzania,
Katedra Nauk Humanistycznych i Prawnych
ul. Luboszycka 7, 45-036 Opole
e-mail: p.zamelski@po.opole.pl

Piotr Julian PLUSKOWSKI

HISTORIA ZNAKU DROGOWEGO JAKO ŚRODKA KOMUNIKACJI GRAFICZNEJ W EUROPIE I AMERYCE PÓŁNOCNEJ

Streszczenie: Autor przedstawia historię powstania pierwszych znaków umożliwiających przebieg komunikacji wizualnej. Symbole alchemiczne, proste znaki i rysunki, hieroglify, czy inne piktogramy znane od lat, w coraz szerszym pojęciu zostały wykorzystane w transporcie drogowym. Wykształcił się nowy środek przekazu, jakim stał się znak drogowy. W początkowej wersji, jako prosty komunikator graficzny, przybierający postać słupa milowego czy kamiennego drogowskazu przechodzący z prostych 4 znaków graficznych do rozbudowanego systemu ideogramów przekraczających obecnie ilość 400 znaków.

Słowa kluczowe: znak drogowy, znak graficzny, piktogram, ideogram.

ROAD SIGN AS A MEAND OF GRAPHIC COMMUNICATION IN EUROPE AND NORTH AMERICA

Summary: The author presents the history of the first signs, by which in a simple way visual communication took place. Alchemical symbols, simple signs and drawings, hieroglyphs, and other pictograms were used in road transportation more broadly. The road sign developed as a new way of communication. In the initial version, as a simple graphical messaging, taking the form of a mile pole or a stone road sign, beginning from a simple 4 graphical signs to an extensive system of ideograms which currently exceeds 400 signs.

Keywords: road sign, graphic sign, pictogram, ideogram

1. WSTĘP – KOMUNIKATOR GRAFICZNY

Elementem komunikacji uniwersalnej, a zarazem nośnikiem informacji stał się znak. To graficzny symbol przekazujący pewną treść w odpowiedniej formie. Jego przekaz musi posiadać sens i znaczenie. Bardzo ważną rolą znaku jest jego funkcja i do niego powinna być dostosowana grafika. Geneza znaków i symboli jest znana od dawna. *Znaki Hanów* to pismo chińskie, złożone z całego systemu różnych znaków. Znaki i symbole w przestrzeni publicznej, bliżej nam znanej, sięgają okresu średniowiecza, gdzie posługiwano się takimi znakami, jak: herby, znaki notarialne czy pieczęcie²⁷. Znakami są również symbole alchemiczne, takie jak: powietrze, sól czy woda. Również krzyż maltański powstały w 1118 roku czy znaki zodiaku są nośnikami informacji. Takim znakiem

²⁷ A. Jaworska, R. Job, K. Madejska, *Znaki i symbole w przestrzeni publicznej*, DiG, Warszawa 2016.

może być pentagram (penta – pięć, gramma – znak), który był znany już w Mezopotamii i Egipcie. To symbol doskonałości choć w innym ujęciu może być traktowany jako symbol szatana. Grafika umieszczana na określonej przestrzeni przedstawia skrótową myśl przewodnią różniącą się od siebie, mająca być prostym nośnikiem informacji, mająca jedno określone znaczenie.

Znak stał się uniwersalnym i dość powszechnym nośnikiem informacji wizualnej, która była i jest symboliczna oraz daje skuteczny, znaczący przekaz informacji. Czasami symbol, obrazował status społeczny np. posiadacza luksusowego samochodu marki *Rolls-Royce* lub *Jaguar*, albo znak ten prezentował określoną religię (znak ryby - chrześcijaństwo) lub daną narodowość (np. kogut – Portugalczyków, Basków). Znaki, a w zasadzie symbole, możemy zaobserwować w różnych dziełach literackich. Znak lwa symbolizuje władzę, moc, potęgę, majestat, dumę, zwycięstwo, odwagę, siłę i moc. Znak orła, można odebrać, jako symbol siły i potęgi oraz dominację nad innymi. Dlatego znak ten był m.in. ulubionym emblematem legionów rzymskich. Symbolem zwycięstwa czy szczególnego wyróżnienia jest otrzymany medal.

2. ZNAK DROGOWY

Znak drogowy jest uproszczonym symbolem graficznym umieszczanym dawniej na drzewach, kamiennych słupach i tablicach. Jego forma zewnętrzna zmieniała się wraz z postępem cywilizacyjnym, kiedy wzrastało znaczenie spełnianej przez niego funkcji wizualnej. Podstawową rolą znaku drogowego było przekazywanie informacji dotyczącej kierunku, a więc nadawano mu formę wyrzeźbionej strzałki z nazwą najbliższej miejscowości. W drodze ewolucji znaczenia znaku drogowego, dopisywano tam liczbę kilometrów lub wcześniej mil morskich. Według ustaleń Międzynarodowego Biura Miar i Wąg powstałego w 1875 roku w Sevres na przedmieściach Paryża jedna mila morska odpowiadała 1.852 km. W historii miernictwa występowały też inne mile, jak: mila polska (8,53431 km), mila pruska (7,53248 km), rzymska (1,4815 km) czy wrocławska (ok. 6,7 km). Znak drogowy przybierał rozliczne kształty, od kamiennego małego słupka, okrągłej wysokiej bryły piaskowca lub granitu z umieszczonymi napisami, drewniane lub żeliwne drogowskazy, aż po cały system znaków malowanych na stalowych tablicach, które z czasem przybierały wielorakie kształty. Od powierzchni kwadratowych, poprzez okrągłe, trójkątne do zróżnicowanych kształtów i różnych kolorów ich tła.

Znaki drogowe pojawiły się w Europie w 1909 roku. Były malowane na stalowej blasze o okrągłym kształcie i niebieskim tle. Sam znak graficzny był białej. Z czasem zaczęto wprowadzać inne odmienne kroje znaków takie, jak: trójkąty, kwadraty lub mające inne formę zewnętrzną różniącą się kolorem. W XX wieku poza znakami pionowymi zaczęto stosować znaki poziome malowane na jezdni. Wśród znaków pionowych zaczęto rozróżniać znaki: ostrzegawcze, zakazu, nakazu, informacyjne, kierunku i miejscowości, tabliczki opisowe do znaków oraz sygnalizację świetlną. W 1909 roku funkcjonowały we Francji, a następnie w Europie, cztery znaki drogowe: „wygórowane mostki”, „niewi-

doczne i ostre zakręty”, „*zamykane przejazdy kolejowe*”, i „*skrzyżowanie dróg*”. Wszystkie te cztery znaki ostrzegały o pewnych utrudnieniach na drodze. Malowane były na niebieskich okrągłych tarczach i były zalegalizowane ustawą.

3. ZNAK DROGOWY W EUROPIE

Pierwsze zasady ruchu drogowego, polegające na zakazie jazdy szybkiej, wyprzedzania i zawracania pojazdami konnymi na ulicy, ustanowił w 1539 roku francuski król Franciszek I Walezjusz (1494-1547). W 1790 roku w Szwajcarii pojawiły się pierwsze znaki drogowe, które nie były wprowadzane ustawowo. W Londynie w 1868 roku zamontowano sygnalizację świetlną dla pieszych obok gmachu parlamentu, która istniała tam tylko rok. W 1880 roku, również w Londynie, pojawiły się pierwsze znaki dla rowerzystów. Na początku XX wieku we Francji funkcjonowało 14 rodzajów znaków drogowych oraz szereg drogowskazów. Znaki te jednak nie były szeroko upowszechnione i ustawowo zapisane. Istniały tylko jako znaki lokalne. Umieszczano je przy drogach z myślą o próbach niesienia pomocy kierującym pojazdami konnymi i samochodami podczas pokonywania trudniejszych odcinków dróg.

W podpisanej w Paryżu 11 października 1909 roku konwencji, unormowano komunikacyjne zasady międzynarodowego ruchu, a w szczególności ruchu samochodowego. Wprowadzono wiele istotnych technicznych uwarunkowań dotyczących wyposażenia tych pojazdów mechanicznych, takich jak: konieczność posiadania oświetlenia i posiadania tablic rejestracyjnych²⁸. Postanowienia dotyczyły też oznakowania szlaków komunikacyjnych.

Do powszechnego zastosowania wprowadzono wtedy pięć znaków drogowych. Określono ich kształt i kolor. Miały być namalowane na okrągłej niebieskiej tarczy. Przyjęto symbole, które tam umieszczone będą oznaczać: „*wygórowane mostki, niewidoczne i ostre zakręty, zamykane przejazdy kolejowe, skrzyżowanie dróg i przerwa w komunikacji*”²⁹. Większość krajów europejskich zastosowała francuskie wzory znaków drogowych, a Polska wprowadziła je dopiero w 1920 roku³⁰.

W 1926 roku na ponownej międzynarodowej Konwencji Paryskiej, która odbyła się 26 września dokonano istotnej zmiany w polegającej na wpisaniu sym-

²⁸ J. Jaruga, „*Historia polskich tablic rejestracyjnych*”, Warszawa 2007, s. 9-24.

²⁹ M. Rynowiecki, *Historia znaków drogowych*, cz. 1 *Początki*, „*Automobilista*” nr 2, Warszawa 2004, s. 26-27.

³⁰ Okólnik Ministerstwa Robot Publicznych nr IV/1/3539 z 10.11.1920 r. o konieczności ustawienia znaków ostrzegawczych samochodowych na drogach bitych i drogowskazów na skrzyżowaniach dróg, s. 147-148, (Dziennik Praw, Warszawa 1920).

boli graficznych o białym kolorze w niebieski trójkąt. Dodano szósty znak drogowy, który informował o „wszelkich innych niebezpieczeństwach”³¹.

W XIX wieku na francuskich drogach pojawiały się kamienne słupy i kamienie drogowe, które ułatwiały orientację szofera automobilu, lub stangreta dyliżansu w nieznanym terenie. Na słupach tych, w widoczny sposób były wyryte i pomalowane strzałki wraz z podaną nazwą miejscowości i jej dokładną odległością dzielącą od niej miejsce, w którym postawiono ów znak³².

4. ZNAKI DROGOWE W POLSCE

Przez tereny Polski przechodziło kilka znanych szlaków komunikacyjnych, które miały wielkie znaczenie gospodarcze. Najstarszym z nich to Szlak Bursztynowy, znany już w V wieku. Kolejnymi były szlaki: Solny i Miedziany. W średniowiecznej Polsce funkcjonowały dwa systemy dróg: sezonowy oraz całoroczny³³. Szlak sezonowy istniał tylko w okresie suchego lata lub mroźnej zimy, kiedy to podróżowaniu sprzyjał obniżony stan wód gruntowych lub zamrznięte rozlewiskai bagna. Drugi trakt był traktem całorocznym i był co pewien czas odbudowany oraz regularnie konserwowany. Na jego trasie budowano drewniane mosty, a wzdłuż jego przebiegu wznoszono zajazdy, karczmy, gościńce, które następnie umieszczano na mapach³⁴.

Od starożytnych czasów przy głównych szlakach komunikacyjnych znaki umieszczano na drzewach lub na kamieniach w postaci wyżłobionych napisów. W Polsce zachował się jeden z takich słupów drogowych z początku XII wieku, który stoi w Koninie. Widnieje na nim wyryty napis: „*Słup ten w roku Pańskim 1151 postawić kazał Piotr Dunin wojewoda dla oznaczenia połowy drogi z Kruszwicy do Kalisza, wymierzonej z jego rozkazu*”³⁵. To słup romański, który został wykonany z piaskowca i ma wysokość 2,5 metra. Tego typu słupy dzieliły się na dystansowe, milowe oraz określające mniejsze odległości: półmilowe i ćwierćmilowe. Na każdym ze znajdujących się na trasie były wyryte litery AR - monogram łacińskiego *Augustus Rex* (Król August). Wyryty był tam również używany do dziś znak poczty – trąbka pocztyliona. Na słupie wygrawerowane są odległości do podanych na nim miast np. Lipska. Podobny słup współcześnie zachowany i odrestaurowany znajduje się koło Nowogrodźca, na trasie Legnica, Lubań, Zgorzelec. Na słupie tym widnieje napis „*Lauban ST 2 ½*”, co oznaczało, że do miasta Lubań pozostało dwie i pół godziny drogi. Był to ostatni słup poczty polsko-saskiej stojący przed granicą Saksonii ze Śląskiem³⁶. Mila pocz-

³¹ M. Rynowiecki, *Historia znaków drogowych*, cz. 1 *Początki*, „Automobilista” nr 2, Warszawa 2004, s. 26-27.

³² M. Bochenek, *Drogi, drogowcy, drogownictwo*, Szczecin 2007, s. 35.

³³ G. Pawlak, A. Wójtowicz, *Szlaki, trakty, autostrady. 190 lat centralnej administracji drogowej*, GDDKiA, Warszawa 2009, s. 18.

³⁴ Tamże, s. 84

³⁵ G. Pawlak, A. Wójtowicz, *Szlaki, trakty, autostrady. 190 lat centralnej administracji drogowej*, Warszawa 2009, s. 38.

³⁶ Tamże, s. 39.

towa została wprowadzona w 1722 roku na potrzeby poczty saskiej. W przeliczeniu na system metryczny wynosiła 9.062 metrów. Stosowany ten system pomiaru odległości funkcjonował do 1840 roku. W praktyce jedna mila pocztowa określała odległość, jaką pokonywał posłaniec pieszy „w czasie dwóch godzin drogi”. Zachowało się ogółem 145 słupów poczty polsko – saskiej, w tym na terenie Saksonii – 111, Saksonii–Anhalt – 9, Brandenburgii – 18, Turynii – 6, a w Polsce zachował się tylko 1 słup.

W 1826 roku w Mieście Stołecznym Warszawie ukazało się rozporządzenie o zakazie szybkiej jazdy saniami, wozem lub konno w obrębie jej granic. Dwa lata później w 1828³⁷ roku wydano bardziej szczegółowe zasady poruszania się po mieście. Przepisy te dotyczyły użytkowników dróg. Pieszym nakazano by chodzili trotuarami, a podróżującym wozami, zalecano jazdę prawą stroną drogi. Dziesięć lat później w 1838 roku wydano podobne rozporządzenie ale bardziej szczegółowe. Nie uwzględniano jeszcze kwestii znaków drogowych. Przepisy jedynie określiły sposób przewozu osób oraz wyposażenia sań w numery zezwoleń. Nie mając ustawowo określonych wyobrażeń znaków drogowych, organizatorzy ruchu drogowego często stosowali tablice informacyjne zawierające proste hasła, które zawierały napisy: „Przystanek kolei konnej”. Jeden z takich znaków pochodzi z 1888 roku i jest uwidoczniiony na zdjęciu wykonanym w Poznaniu. Podobne drogowskazy powstałe w okresie 1905-1915 były stawiane w Cieplicach i wskazywały kierunek dojścia do stacji kolejowej lub innych obiektów użyteczności publicznej. Drewniane drogowskazy z Cieplic, były dziełami absolwenta Szkoły Snycerskiej w Cieplicach – Helmuta Benny (1900-1969). Drogowskazy te prowadziły turystów do wodospadu, parku, huty szkła, na dworzec kolejowy oraz do poszczególnych dzielnic Szklarskiej Poręby, do schronisk, oraz do kliniki dla dzieci (często z podanym przybliżonym czasem marszruty). Wszystkie te znaki opatrzone były napisami o różnym liternictwie, a niektóre z nich były pisane w śląskim dialekcie. Niestety do dziś nie zachował się żaden drogowskaz tego typu. Pozostałe jedynie po nich stare archiwalne zdjęcia.

5. OKRES MIĘDZYWOJENNY (1918-1939)

W 1920 roku Komitet Drogowy przy Ministerstwie Robót Publicznych, opierając się na Dzienniku Praw w pozycji 149 mówiącej o „*Tymczasowych przepisach o zarządzie drogami kołowymi*” zarządził ustawienie znaków ostrzegawczych tzw. samochodowych na drogach publicznych bitych w odległości od 200 do 250 m od przeszkody. Znaki te były umieszczane na słupach o wysokości 2,50 m. Tarcza była okrągła o średnicy 50 cm, koloru ciemno niebieskiego z symbolami malowanymi na biało. Określano zasady ich lokalizacji na poboczach dróg. W rozporządzeniu pisano, że należy je umieszczać: „*przed wygórowanymi mostkami („oślemi mostkami”) lub poprzecznymi przez drogę ściekami i innymi tego rodzaju stałymi przeszkodami*”. Znak drugi „*stawiany przed na-*

³⁷ M. Rynowiecki, *Stulecie znaków drogowych*, „Automobilista” nr 2, Warszawa 2010, s.74-78.

głemi, a gwałtownymi zakrętami drogi”, trzeci: „przed skrzyżowaniami dróg bitych”, a czwarty: „przed przejazdami kolejowymi”. Na skrzyżowaniach dróg państwowych miały być ustawione drogowskazy, prowizoryczne drewniane. Miały one tam stać do czasu wydania rysunków szczegółowych nowych znaków. Miały wskazywać nazwy miejscowości i ich odległości podane w kilometrach³⁸. Znaki te były wzorowane na znakach z Konwencji Paryskiej z 1909 roku.

W 1924 roku wydano dwa rozporządzenia dotyczące dróg. Pierwsze z nich odnosiło się do przepisów dotyczących przejazdu pojazdów i krzyżowania się dróg z torami kolejowymi, które znajdowały się w gestii dyrekcji kolei. Przewidziano umieszczenie w ich pobliżu specjalnych znaków określanych jako „rogatki”. Informować miały one o przejazdach kolejowych i „winny być ustawione w odległości 8,5 m od szyn”³⁹. Drugie rozporządzenie dotyczyło zakazu niszczenia dróg, w tym także utrzymania w odpowiednim stanie znaków drogowych. Wśród znaków wymienionych w tym rozporządzeniu znalazły się znaki kilometrowe i hektometrowe, mostowe, drogowskazy (setkowe) ustawiane na drogach o nawierzchniach bitych lub brukowanych. Ustalono, że znaki te winne być ustawiane po prawej stronie. Na tak postawionych słupkach powinny znajdować się na jego froncie cyfra wskazująca odległość w kilometrach, od początku danej drogi (kilometr bieżący), a na bocznej powierzchni słupka, cyfra wskazująca odległość do najbliższego miasta lub osady. W tym samym dokumencie wprowadzono również znaki mostowe oraz drogowskazy, które ustawiano na skrzyżowaniach dróg. „Drogowskaz winien być albo słupem o liczbie ramion (tablic), odpowiadającej liczbie rozchodzących się dróg, albo też znakiem kamiennym lub murowanym z odpowiedniami napisami na bocznych powierzchniach, zwróconych w kierunku dróg”⁴⁰.

W 1929 roku wprowadzono ustawę w sprawie ratyfikacji konwencji międzynarodowej dotyczącej ruchu drogowego podpisanej w Paryżu 24 kwietnia 1926 roku⁴¹. Wprowadzono zmiany do istniejącej już Konwencji Międzynarodowej z 11 października 1909 roku. W tym samym roku wydano załącznik do zarzą-

³⁸ M. Rynowiecki, *Stulecie znaków drogowych*, „Automobilista” nr 2, Warszawa 2010, s.74-78.

³⁹ Dziennik Ustaw RP nr 65, z 1924 r., poz. 641, Rozporządzenie Ministra Robót Publicznych i Ministerstwa Kolei z 2 lipca 1924 w sprawie przepisów o skrzyżowaniach dróg publicznych z kolejami żelaznymi.

⁴⁰ Dziennik Ustaw RP nr 61, z 1924 r., poz. 611, Rozporządzenie Ministra Robót Publicznych i Ministra Spraw Wewnętrznych z 26.06.1924 r. regulujące utrzymanie i ochronę dróg.

⁴¹ Dziennik Ustaw RP nr 25, poz. 257, Ustawa z dnia 23 marca 1929 r. w sprawie ratyfikacji konwencji międzynarodowej, dotyczącej ruchu samochodowego, podpisanej w Paryżu dnia 24 kwietnia 1926 r.; Dziennik Ustaw RP nr 25, poz. 258, Ustawa z dnia 23 marca 1929 r. w sprawie ratyfikacji konwencji międzynarodowej, dotyczącej ruchu samochodowego, podpisanej w Paryżu dnia 24 kwietnia 1926 r.

dzenia Ministra Komunikacji, w którym opisano znaki drogowe⁴². Przewidziano tam funkcjonowanie czterech grup znaków i trzech tablic znaków dawanych ręcznie przez funkcjonariuszy kierujących ruchem lub szoferów przekazujących tego typu znaki innym uczestnikom ruchu drogowego. W pierwszej grupie znalazło się sześć znaków ostrzegawczych, w drugiej grupie był tylko jeden znak, informujący o dopuszczalnej szybkości jazdy, w trzeciej grupie było dwanaście znaków zakazu, a w czwartej grupie było sześć znaków nakazu i informacyjnych. Wszystkich znaków malowanych w 1929 było 25 rodzajów. Znaki „ręczne” to znaki dawane przez funkcjonariuszy władz publicznych regulujących ruch kołowy. Określono 6 podstawowych znaków – gestów, wykonywanych w określonej sytuacji przez kierującego ruchem drogowym. Następnie wykonano dwie tablice poglądowe poświęcone znakom, które nadają użytkownicy pojazdów – szoferzy automobili. Sygnały te informują o zamiarze skrętu w lewo lub w prawo lub zapowiadają chęć wyprzedzenia automobila. Ostatnia tablica omawia znaki dawane przez kierującego pojazdem w stosunku do funkcjonariusza regulującego ruchem drogowym. To znaki – gesty – „*Skręcam w prawo*”, „*skręcam w lewo*” lub „*jadę na wprost*”.

W 1930 roku ratyfikowano Konwencję Międzynarodową podpisaną w Paryżu 24 kwietnia 1926 roku i 23 marca 1929 roku⁴³. Konwencja dotyczyła drogowego ruchu samochodowego, bez względu na jego przedmiot i charakter przewozu. Po raz pierwszy pojawiło się w tego typu rozporządzeniu określenie – samochód. Ten rodzaj środków transportu definiowano jako – „*wszelkie pojazdy, zaopatrzone w urządzenie do mechanicznego napędu, korzystające z dróg publicznych*”.

W 1931 roku zwiększono liczbę znaków drogowych. Ostrzegawczych znaków było 8, znaków zakazu 10, nakazu 2, informacyjnych 5. Wszystkich znaków drogowych było 25⁴⁴.

W 1934 roku w Polsce wprowadzono nowy system znaków, który został zdefiniowany w Genewie dnia 30 marca 1931 roku⁴⁵. Do uzgodnionego protokołu dołączono,

⁴² Załącznik do zarządzenia Ministra Komunikacji z dnia 29.03.1938 nr DR-116-7/1. *Instrukcja K-2 o znakach drogowych i urządzeniach ostrzegawczo-zabezpieczających na drogach publicznych*. Ministerstwo Komunikacji Warszawa 1938.

⁴³ Dziennik Ustaw RP nr 21, z 1930 r., poz. 177, Konwencja Międzynarodowa dotycząca ruchu samochodowego, podpisana w Paryżu dnia 24 kwietnia 1926; Dziennik Ustaw RP nr 21, z 1930 r., poz. 178, Oświadczenie rządowe z dnia 27 stycznia 1930 r. w sprawie ratyfikacji przez Polskę Konwencji Międzynarodowej, dotyczącej ruchu samochodowego, podpisanej w Paryżu dnia 24 kwietnia 1926 r.; Dziennik Ustaw RP nr 21, z 1930 r., poz. 179, Konwencja Międzynarodowa, dotycząca ruchu samochodowego, podpisana w Paryżu dnia 24 kwietnia 1926;

⁴⁴ Przepisy Techniczne nr C.231/1/14.99/1/1931.VIII. Konwencja genewska o ujednoczeniu znaków drogowych, Genewa 30.03.1931 r., Warszawa 1931.

⁴⁵ Dziennik Ustaw RP nr 87, z 5 października 1934, poz. 793, Konwencja o ujednoczeniu znaków drogowych

załącznik ze znakami drogowymi. Na trzech tabelach umieszczono wzory znaków funkcjonujących, jako: ostrzegawcze 8, zakazów 10, nakazu 2, informujących 5. Razem wszystkich znaków drogowych w 1934 roku było 25⁴⁶.

W 1938 wprowadzono nowe znaki drogowe, w tym uzupełniające, których liczba zwiększyła się do 67. Znaków ostrzegawczych było 7 plus 8 tabliczek, słupków wskaźnikowych 3 plus 2 tabliczki (razem 5), znaków zakazu i ograniczenia ruchu 15 plus 2 tabliczki (razem 17), znaków nakazu 3, informacyjnych 3 plus 3 tabliczki (razem 6), drogowskazów 2 plus 2 tabliczki (razem 4), tablic przed drogowskazowymi 6 plus 6 tabliczek (razem 12), znaków granicznych 3, słupów kilometrowych 2, znaków hektometrowych, mostowych i granicznych 3 oraz znaków określających urządzenia ostrzegawczo zabezpieczające 4, co daje łącznie 67 znaków drogowych różnego typu. Rok 1938 w systemie tworzenia oznakowania drogowego był o tyle istotny, gdyż z liczby 25 znaków wprowadzonych w 1929 roku, ich ilość wzrosła do 67. Treści na nich przedstawiane stały się bardziej szczegółowe, przejrzyste i obejmowały coraz więcej zdarzeń na drodze. Pomimo zwiększenia o 42 liczby znaków, nie wprowadzono bardzo ważnego znaku, którym był już wcześniej znany znak: „*ustęp pierwszeństwa przejazdu*”. Jednak z ustawy z 27 stycznia 1928 roku zapisano, że w większych miastach, gdzie krzyżują się ulice, to jedna z nich jest główna, a pozostałe były podporządkowane. Główną, była zwykle droga, po której biegła linia tramwajowa. Zasady te stosowano w Warszawie, Lwowie, Krakowie i Łodzi⁴⁷, a następnie wprowadzono je w pozostałych miastach. W tymże roku z użytku wycofano znaki drogowe o kształcie i kolorze tzw. „*trójkąty niebieskie*” na rzecz *żółtych trójkątów* z czarnym obramowaniem i czarnym graficznym symbolem koloru czarnego⁴⁸.

6. ZNAKI DROGOWE OKRESU OD 1945 DO 2017

W wyniku działań wojennych krajowe drogi i przyległa infrastruktura drogowa uległa zniszczeniu. Nieliczne pozostałe znaki drogowe pochodziły z okresu okupacji. W stawianych na odbudowywanych ulicach znaki drogowych widoczne były wpływy niemieckich znaków okresu okupacji.

Dnia 16 września 1950 roku w Genewie podpisano porozumienie europejskie uzupełniające konwencję o ruchu drogowym i protokół w sprawie znaków i sygnałów drogowych, które sformułowane zostało rok wcześniej. Decyzja ta została opublikowana w Dzienniku Ustaw dopiero w 1958 roku⁴⁹.

podpisana wraz z załącznikiem w Genewie dnia 30 marca 1931 r.

⁴⁶ Tamże, s. 1675

⁴⁷ Dziennik Ustaw RP nr 41, z 1928 r., poz. 396, Rozporządzenie Ministra Robót Publicznych i Ministra Spraw Wewnętrznych w porozumieniu z Ministrem Spraw Wojskowych z 27 stycznia 1928 r. o ruchu pojazdów mechanicznych na drogach publicznych.

⁴⁸ Załącznik do zarządzenia Ministra Komunikacji nr DR-116-7/1, Warszawa, z dnia 29.03.1938.

⁴⁹ Dziennik Ustaw PRL nr 54, z 1959 r., poz. 322, Porozumienie europejskie uzupełniające konwencję o Ruchu drogowym i protokół w sprawie znaków i sygnałów drogowych; Dzien-

Zmiana dotycząca polskiego oznakowania dróg nastąpiła dopiero w 1959 roku. Powołując się na ustawy drogowe z lat 1921, 1928, 1938 i 1948 wprowadzono znaki drogowe według nowych zatwierdzonych wzorów. Znaków ostrzegawczych zatwierdzono 11, znaków zakazu 6, oraz 2 znaki nakazu. Tym sposobem razem pozostało 19 znaków drogowych⁵⁰. W sumie liczba znaków została zmniejszona z 25 obowiązujących w 1929 roku i z 67 obowiązujących w 1938 r.

Rok 1959 przyniósł wiele kolejnych zmian w ustawach o ruchu drogowym. W maju rząd polski wydał oświadczenie o wypowiedzeniu Konwencji o ujednoczeniu znaków drogowych podpisanej w Genewie 30 marca 1931 roku⁵¹. Jednocześnie poinformowano o ratyfikacji Konwencji podpisanych w Genewie 19 września 1949 roku oraz porozumienia z 1950 i 1955 roku⁵². W lipcu 1959 roku weszło w życie rozporządzenie Ministrów Komunikacji i Spraw Wewnętrznych w sprawie znaków i sygnałów drogowych. Znaków ostrzegawczych było 27, znaków zakazu 25, nakazu 4, informacyjnych 11, drogowskazów 7. Razem powstało 74 znaków drogowych. Dnia 29 września 1959 roku rząd Polski podpisał Konwencję o Ruchu Drogowym wraz z ogłoszeniem protokołu w sprawie znaków i sygnałów drogowych oraz aktem końcowym podpisanym w Genewie dnia 19 września 1959 roku⁵³. Był to znaczny wzrost w stosunku do 1934, gdzie komunikację w Polsce regulowało 25 znaków drogowych, a niewielki wzrost w stosunku do 1938, kiedy ustalono liczbę 67 znaków.

W 1971 roku wprowadzono 2 dodatkowe znaki drogowe. Były to zakaz wjazdu pojazdów przewożących materiały wybuchowe oraz drugi znak mówiący o zakazie wjazdu pojazdów przewożących środki, które mogą zanieczyścić wodę⁵⁴. Tak więc w 1971 roku istniało już 76 znaków drogowych.

nik Ustaw PRL nr 54, z 1959 r., poz. 323, Porozumienie w sprawie znakowania robót drogowych, wnoszące zmianę do porozumienia europejskiego z dnia 16 września 1950 r. uzupełniającego Konwencję i Protokół z 1949 r. w sprawie znaków i sygnałów drogowych.

⁵⁰ Dziennik Ustaw PRL, nr 34, z 3 maja 1956 r. poz. 157, Rozporządzenie Ministra Transportu Drogowego i Lotniczego oraz Spraw Wewnętrznych z 3 maja 1956 r. w sprawie wprowadzenia niektórych znaków drogowych.

⁵¹ Dziennik Ustaw PRL, nr 32, z dnia 5.05.1959 r., poz. 190, Oświadczenie Rządowe z dnia 5 maja 1954 r. w sprawie wypowiedzenia przez Polskę Konwencji o ujednostajnieniu znaków drogowych w Genewie dnia 30 marca 1931 r.

⁵² Dziennik Ustaw PRL, nr 54, z 1959, poz. 324, Oświadczenie Rządowe z dnia 5 maja 1959 r. w sprawie ratyfikacji

przez Polskę Konwencji o ruchu drogowym, protokół w sprawie znaków i sygnałów drogowych podpisanych w Genewie dnia 19 września 1949 r. oraz porozumień uzupełniających z 1950 r., u z 1955 r.

⁵³ Dziennik Ustaw PRL, nr 54, z 1959 r., poz. 321, Konwencja o ruchu drogowym, Protokół w sprawie znaków i

sygnałów drogowych oraz Akt końcowy, podpisane w Genewie dnia 19 września 1949 r.

⁵⁴ Dziennik Ustaw PRL, nr 5, z 1968, poz. 46, Porozumienie Europejskie uzupełniające Konwencje o znakach i

sygnałach drogowych sporządzaną w Wiedniu dnia 8 listopada 1968 roku.

W 1983 roku opublikowano nowe wzory znaków drogowych⁵⁵, gdzie znaków ostrzegawczych było 37, znaków zakazu 42, nakazu 16, informacyjnych 36, kierunku i miejscowości 23, uzupełniających 17, dodatkowych dotyczących przejazdów kolejowych 6, tabliczek do znaków drogowych 25, znaków drogowych poziomych 21, a sygnałów świetlnych 5. Razem daje to 228 znaków graficznych. W tym samym roku weszła Ustawa Prawo o Ruchu Drogowym opublikowana 1 lutego 1983 roku w Dzienniku Ustaw nr 6, pozycja 35. Jest to jednolity tekst dotyczący przepisów i znaków drogowych. Wszystkie znaki dotyczyły ruchu drogowego i miały w praktyce usprawnić poruszanie się pojazdów po drogach publicznych. Znaki ostrzegawcze, jak sama nazwa mówi, ostrzegały o możliwych spotkaniach na drodze niebezpiecznych sytuacjach, jak skrzyżowaniach, ostrych zakrętach, przejazdach kolejowych, przeprawach przez drogi zwierząt domowych, możliwości wypadnięcia do rzeki i jezior nie zabezpieczanych barierami. Grupa znaków zakazu informowała o zakazie: wjazdu w daną ulicę danego pojazdu, zakazach skrętu w drogę poprzeczną, wyprzedzania, postoju, ograniczenia prędkości czy innych ograniczeniach. Grupa znaków nakazu informowała kierowcę o sposobie pokonywania najbliższego skrzyżowania lub wysepki. Największą grupą znaków są znaki informacyjne. Zostały one rozbudowane do liczby 37. Najważniejsze z nich informują o drodze na jakiej się znajdujemy – głównej, koniec drogi głównej czy drodze jednokierunkowej lub drodze ekspresowej albo autostradzie. Pozostałe informują o parkingach, hotelach, restauracjach, serwisach, stacjach benzynowych czy innych obiektach użyteczności publicznej. Grupa znaków kierunku i miejscowości wskazuje nam, gdzie mamy skręcić, by trafić do wybranego miasta czy zabytku techniki, architektury lub miejsca wypoczynku. Pozostałe grupy znaków F, G, H, N, i S są znakami uzupełniającymi lub dodatkowymi do znaków podstawowych.

W 1985 roku weszły do użytku znaki i sygnały dotyczące kierujących tramwajami i trolejbusami⁵⁶. Znaków ostrzegawczych nowych było 5, zakazu 3, nakazu 3, informacyjnych 7, sygnalizacji świetlnej dotyczących tramwaju 3 oraz powstały sygnały świetlne dla komunikacji trolejbusowej, które poruszały się po specjalnych pasach dla nich przeznaczonych.

W 1988 roku wprowadzono w życie Konwencję o znakach i sygnałach drogowych⁵⁷, która została sporządzona w Wiedniu 8 listopada 1968 roku. W dokumencie tym wprowadzono zmiany w zakresie oznakowania poziomego jezd-

⁵⁵ Dziennik Ustaw PRL nr 50, z 1983 r., poz. 224, Rozporządzenie Ministrów Komunikacji i Spraw Wewnętrznych z dnia 9 sierpnia 1983 r. w sprawie znaków i sygnałów drogowych.

⁵⁶ Dziennik Ustaw PRL nr 15, 1985 r., poz. 62, Rozporządzenie Ministra Administracji i Gospodarki Przestrzennej z dnia 21 lutego 1985 r. w sprawie dodatkowych znaków i sygnałów dla kierujących tramwajami i trolejbusami.

⁵⁷ Dziennik Ustaw PRL, nr 5, z 1988 r., poz. 42, Konwencja o znakach i sygnałach drogowych, sporządzona w Wiedniu dnia 8 listopada 1968 r.

ni, jak i znaków drogowych. Liczba ich została zwiększona do 175. W formie znaków i napisów powstało 27 diagramów. W sumie powstało ich 228. Do 2017 roku zwiększono liczbę znaków o dalszych 173, co razem daje 401 różnych znaków drogowych.

7. ZNAKI DROGOWE W USA

W Stanach Zjednoczonych pierwsze znaki drogowe pojawiły się w 1800 roku⁵⁸, a ich unowocześnieniem zajęły się miejscowe kluby rowerowe. Obowiązujący tam ruch lewostronny w 1804 roku zmieniono na prawostronny. W 1901 roku rozpoczęto ustawianie żeliwnych znaków drogowych z ramionami wskazującymi kierunek. Obecnie na amerykańskich drogach występuje sześć kształtów znaków drogowych: ośmiokąt, trójkąt, koło, romb, pięciokąt i trójkąt w kształcie proporca. Pojawia się pomiędzy nimi hierarchia kolorów, wyróżniając te najważniejsze do mniej istotnych znaków drogowych. Od znaków koloru czerwonego, poprzez znaki czarno-białe, żółte, pomarańczowe, zielone, brązowe, żółtozielone do koloru różowego. Używanych jest tam 79 podstawowych znaków drogowych. Część z nich posiada takie samo znaczenie, jak w Europie. Jednak w większości, w Europie nie występują. Wiele znaków jest nowych, nieznanych, a większość znaków jest pisanych słownie. Zauważyć można bardzo dużą ilość tablic z bardzo długim pisany tekstem. Bez znajomości języka amerykańskiego trudno się poruszać po tamtejszych drogach. Oto przykłady znaków pisanych z krótkim tekstem: „*Speed limit, One way, Only, No Turn on red, Do not pass, Road closed, Road narrows, Arrow bridge*” itp.

8. ZAKOŃCZENIE

Pomimo przyjęcia Konwencji Wiedeńskiej z 1968 roku przez większość państw europejskich widoczne są różnice w grafice, kolorystyce znaków drogowych oraz w ich poszczególnych znaczeniach. Przykładowo w Irlandii znaki ostrzegawcze nie mają kształtu trójkąta lecz rombu. Wiele znaków graficznych nieco różni się między sobą, a strzałki tam umieszczone przybierają również różne kształty. Stosowane są zróżnicowane wzory liternictwa. W znakach ostrzegawczych zamiast tła żółtego występuje tło białe. Kolor żółty, zastępowany jest pomarańczowym lub żółtopomarańczowym. Na wielu drogowkach występuje biały tekst na zielonym tle. W innych przypadkach przyjęto oznaczenie białych liter na niebieskim tle lub czarne litery na żółtym tle, czarne litery na białym tle albo białe liternictwo na niebieskim tle. Zastosowanie kodów międzynarodowych, w komunikacji drogowej nie zapobiegło występowaniu różnic w znaczeniu danego piktogramu. W krajach europejskich obowiązuje system metryczny i odległości podawane są w kilometrach i metrach, a w Wielkiej Brytanii w milach.

⁵⁸ Z. Dąbczyński, „Zarys rozwoju zasad zarządzania ruchem drogowym”, „Drogownictwo”, nr 7/8 z 2011, s. 264-266.

W ciągu dziesięcioleci idea znakowania dróg graficznymi komunikatami uległa głębokiemu przeobrażeniu. Liczba znaków drogowych wzrastała w latach 1919-1938 od czterech poprzez dwadzieścia pięć do sześćdziesięciu siedmiu znaków. Powiększenie liczby oznakowań pionowych dróg wyrażało potrzebę określenia przez krótkie wzrokowe sygnały komunikatów o stanie, trajektorii szlaku komunikacyjnego. Wzrost liczby znaków do 401 w 2017 roku, z 67 w 1938 wskazuje na zmianę stosunku do przekazu treści jakich znak drogowy może być nośnikiem.

W XXI wieku w Polsce przyjęto praktykę umieszczania w miastach dużej liczby znaków usadowionych w bliskiej odległości od siebie. Na jednym słupie widnieje kilka znaków drogowych. Zdaniem kierowców, instruktorów nauki jazdy i egzaminatorów, kierowcy nie mają możliwości odczytania i odpowiedniego zareagowania na treść wszystkich znaków. Wybór takiej, zagęszczonej lokalizacji, dla przekazu komunikacji wizualnej, uniemożliwia szybką analizę ich treści podczas dynamicznej jazdy samochodem. Natłok znaków drogowych, ich zagęszczenie, szybkość poruszania się w mieście, gąszcz innych informacji umieszczanych na bilbordach, reklamach oraz obfitość sygnałów, znaków dźwiękowych i ich natłok, powoduje nawarstwienie się wielu informacji potrzebnych, niezbędnych i tych całkowicie zbędnych, których kierowca zmuszony jest do szybkiej analizy. Spotkać można na polskich drogach wiele znaków drogowych ustawionych bez uzasadnienia. Takie sytuacje można zauważyć również u naszych południowych sąsiadów: Czechów i Słowaków. Przeładowanie informacji powoduje zamęt i obniżenie graficznej komunikacji techniczno-wizualnej. W takim wypadku, znak nie spełnia swojej roli, jako nośnik, mający przekazać ważną informację dotyczącą bezpieczeństwa ruchu drogowego. Nadmiar informacji jest niedobrym zjawiskiem i prowadzi do dezinformacji. Ich niedobór, prowadzi zwykle do kolizji drogowych czego skutkiem są zatargi prawne pomiędzy kierującymi i policją.

Nowoczesne znaki drogowe nie są już malowane zwykłymi farbami lecz wykonane z blachy ocynkowanej i aluminiowej, a kształty znaków są wycinane plazmowo co gwarantują ich dokładność. Dodatkowo wycięte surowe znaki są malowane proszkowo co polepsza ich wytrzymałość na ciężkie warunki atmosferyczne. Na stronie czołowej nakleja się folię nieodbłaskową, odbłaskową, pryzmatyczną i fluorescencyjną. Z innego koloru folii wycina się laserowo potrzebny piktogram. Dzisiejsze znaki są bardziej widoczne i czytelniejsze od stosowanych 100 lat wcześniej, rzeźbionych znakach w kamiennych lub granitowych blokach.

Rola znaku drogowego od ponad 200 lat nie zmieniła się. Miały one doprowadzić podróżnego do danego miejsca, przeprowadzić go w sposób bezpieczny, pomóc w znalezieniu potrzebnych usług typu hotel, restauracja, stacja paliw czy serwis oraz doprowadzić kierującego do miejsc godnych zwiedzenia, jak zamki, pałace czy inne obiekty godne zwiedzenia. W dzisiejszych czasach współczesny znak drogowy w dalszym ciągu spełnia swą ważną rolę jako nośnik niezbędnych informacji dla wszystkich uczestników ruchu drogowego.

Literatura:

- [1] Bochenek, M.: *Drogi, drogowcy, drogownictwo*, Szczecin 2007.
- [2] Dąbczyński, Z.: *Zarys rozwoju zasad zarządzania ruchem drogowym*, nr 7-8 *Drogownictwo*, z 2011, Warszawa, s. 264-266.
- [3] Jaworska, A., Job, R., Madejska, K.: *Znaki i symbole w przestrzeni publicznej*, Warszawa: DiG 2016.
- [4] Jaruga, J.: *Historia polskich tablic rejestracyjnych*, Warszawa: TABLA 2007.
- [5] Pawlak, G., Wojtowicz, A.: *Szlaki, trakty, autostrady. 190 lat centralnej administracji drogowej*, Warszawa: GDDKiA 2009.
- [6] Rynowiecki, M.: *Historia znaków drogowych, cz. 1 Początki*, *Automobilista* nr 2, Warszawa 2004.
- [7] Okólnik Ministerstwa Robót Publicznych nr IV/1/3539 z 10.11.1920 r. *o konieczności ustawienia znaków ostrzegawczych samochodowych na drogach bitych i drogowskazów na skrzyżowaniach dróg*, Warszawa: Dziennik Praw 1920.
- [8] Dziennik Ustaw RP nr 65, poz. 641, Rozporządzenie Ministra Robót Publicznych i Ministerstwa Kolei.
- [9] Dziennik Ustaw RP nr 61, poz. 611, Rozporządzenie Ministra Robót Publicznych i Ministra Spraw Wewnętrznych z 26.06.1924 r.
- [10] Dziennik Ustaw RP nr 25, poz. 257 i 258, Warszawa, z dnia 23 marca 1919 roku.
- [11] Dziennik Ustaw RP nr 21, poz. 177, 178 i 179, Oświadczenie rządowe i Konwencja.
- [12] Dziennik Ustaw RP nr 87, poz. 793, Warszawa, z 5 października 1934.
- [13] Dziennik Ustaw RP, nr 87, poz. 793, Warszawa, z 5 października 1934r., Konwencja o ujednoczeniu znaków drogowych podpisana wraz z załącznikiem w Genewie z dnia 30 marca 1931 r.
- [14] Dziennik Ustaw PRL, nr 54, poz. 322 i 323, z 1950 i 1955 r., Warszawa, z 25 września 1958 r.
- [15] Dziennik Ustaw PRL, nr 34, poz. 157 Rozporządzenie Ministra Transportu Drogowego i Lotniczego oraz Spraw Wewnętrznych, Warszawa, z 3 maja 1956 r.
- [16] Dziennik Ustaw PRL, nr 32, poz. 190, Warszawa, z dnia 5.05.1959.
- [17] Dziennik Ustaw PRL, nr 32, poz. 324, Warszawa, z dnia 5.05.1959.
- [18] Dziennik Ustaw PRL, nr 54 wraz z załącznikiem nr 321, Warszawa, z dnia 29.09.1959.
- [19] Dziennik Ustaw PRL, nr 5, poz. 46 Porozumienie Europejskie uzupełniające Konwencje o znakach i sygnałach drogowych sporządzaną w Wiedniu dnia 8 listopada 1968 roku, Warszawa 1968.
- [20] Dziennik Ustaw PRL nr 50, poz. 224, Rozporządzenie Ministrów Komunikacji i Spraw wewnętrznych w sprawie znaków i sygnałów drogowych z 9 sierpnia 1983, Warszawa.
- [21] Dziennik Ustaw PRL nr 15, poz. 62, Warszawa, z 21 lutego 1985 roku.
- [22] Dziennik Ustaw PRL, załącznik do nr 5, poz. 42, 46, 48, Warszawa, z dnia 24 luty 1988 roku.
- [23] Przepisy Techniczne nr C.231/1/14.99/1/1931.VIII. Konwencja genewska o ujednoczeniu znaków drogowych, Genewa 30.03.1931 r., Warszawa 1931.
- [24] Rozporządzenie Ministra Robót Publicznych i Ministra Spraw Wewnętrznych, Warszawa, z dnia 27.01.1928.

- [25] Załącznik do zarządzenia Ministra Komunikacji nr DR-116-7/1, Warszawa, z dnia 29.03.1938.
- [26] Załącznik do zarządzenia Ministra Komunikacji z dnia 29.03.1938 nr DR-116-7/1. *Instrukcja K-2 o znakach drogowych i urządzeniach ostrzegawczo-zabezpieczających na drogach publicznych.* Ministerstwo Komunikacji Warszawa 1938.

mgr Piotr Pluskowski

pluskowski.cieszyn@wp.pl

Prezes Cieszyńskiego Stowarzyszenia Auto Weteranów

43-400 Cieszyn, ul. Kresowa 11a

tel. 530 411 741

Monika SZYMURA

SYSTEM MONITOROWANIA DROGOWEGO PRZEWOZU TOWARÓW

Streszczenie: Artykuł porusza problematykę nowych obowiązków, które z chwilą wejścia w życie z dniem 18 kwietnia 2017 r. ustawy o systemie monitorowania drogowego przeszły na podmioty wysyłające, odbierające oraz przewożące określone typy towarów (tzw. towary wrażliwe). W artykule przedstawiono nowe wyzwania stojące przed przedsiębiorcami związane z koniecznością zgłaszania obrotu tymi towarami do prowadzonego przez Szefa Krajowej Administracji Skarbowej elektronicznego rejestru zgłoszeń – SENT. Celem artykułu jest analiza istniejących ograniczeń i wymagań stawianych wobec przedsiębiorców zajmujących się obrotem towarów wrażliwymi oraz wskazanie wątpliwości interpretacyjnych wynikających z niejasności niektórych przepisów ustawy.

Słowa kluczowe: przewóz towarów, towary wrażliwe, system monitorowania.

MONITORING SYSTEM FOR ROAD TRANSPORT OF GOODS

Abstract: This article deals with new duties imposed on entities that send, receive and transport certain types of goods (sensitive goods) by the Act of 9 March 2017 on the monitoring system for the road carriage of goods, that entered into force on 18 April 2017. It presents challenges faced by entrepreneurs deriving from the requirement to submit notification to the electronic register SENT kept by the Head of the National Tax Administration. The aim of the article is to analyze existing limitations and requirements for entrepreneurs dealing in the trade of sensitive goods and indication of interpretation doubts arising from the ambiguity of some of its provisions.

Key words: carriage of goods, sensitive goods, monitoring system.

1. WSTĘP

W kwietniu 2017 roku weszły w życie przepisy ustawy dnia 9 marca 2017 r. o systemie monitorowania drogowego przewozu towarów.⁵⁹ Z założenia instytucja ta stanowić ma instrument do walki z wyłudzeniami podatkowymi i pomóc w uszczelnieniu systemu podatkowego w Polsce. W szczególności chodzi o minimalizację strat budżetu państwa wynikającą z nieprawidłowości w rozliczaniu podatku od towarów i usług oraz podatku akcyzowego. Obowiązkiem monitorowania objęto przesyłki towarów, które generują wysokie ryzyko wyłudzeń podatkowych, takich jak min. paliwa silnikowe i ich pochodne, paliwa opałowe, oleje smarowe i preparaty smarowe, które mogą być wykorzystane jako dodatki do paliw silnikowych, wy-

⁵⁹ Przepisy art. 21-32, art. 34 i art. 35 pkt 2, regulujące nakładaniem kar administracyjnych oraz wymierzenie kary grzywny weszły w życie z dniem 1 maja 2017 r.

roby zawierające alkohol etylowy (odmrażacze na bazie alkoholu etylowego, rozcieńczalniki i rozpuszczalniki), alkohol etylowy całkowicie skażony oraz susz tytoniowy (tzw. towary „wrażliwe”) [art. 3 ust 1, Dz. U. 2017, poz. 708].

Przepisy ustawy wprowadziły szereg nowych obowiązków, które ciążą na wszystkich uczestnikach transportu tych towarów, bowiem odpowiedzialność za naruszenie obowiązków związanych z drogowym przewozem towarów ponosi zarówno podmiot wysyłający, odbierający, przewoźnik, jak i kierujący środkiem transportu (pracownik) [art. 1 ust. 2, Dz. U. 2017, poz. 708].

2. OBOWIĄZEK ZGŁASZANIA, UZUPEŁNIANIA I AKTUALIZACJI DANYCH W SYSTEMIE SENT

Zgodnie z treścią art. 4 ust. 1 ustawy, środkiem technicznym służącym monitorowaniu drogowego przewozu towarów jest rejestr zgłoszeń, zwany dalej SENT [Dz. U. 2017, poz. 708]. Rejestr ten prowadzony jest w formie elektronicznej przez Szefa Krajowej Administracji Skarbowej. Przesyłanie, uzupełnianie i aktualizacja zgłoszenia następują za pośrednictwem Platformy Usług Elektronicznych Skarbowo-Celnych [art. 9 ust. 1, Dz. U. 2017, poz. 708].

Obowiązek przesyłania, uzupełniania i aktualizacji zgłoszeń w SENT dotyczy tych przedsiębiorców, którzy spełniają ustawową definicję podmiotu wysyłającego, podmiotu odbierającego lub przewoźnika. Zgodnie z rozumieniem ustawy mogą nimi być zarówno osoby fizyczne, jak osoby prawne lub jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, prowadzące działalność gospodarczą, dokonujące dostawy towarów w rozumieniu ustawy VAT, lub też dokonujące wewnątrz wspólnotowego nabycia towarów, importu towarów lub nabycia towarów w rozumieniu ustawy VAT [art. 2 pkt 3 i 5-7, Dz. U. 2017, poz. 708].

Na mocy art. 9 ust 3 ustawy, dopuszczono możliwość przesłania, uzupełnienia i aktualizacji zgłoszenia przez przedstawiciela ustawowego lub pełnomocnika podmiotu wysyłającego, podmiotu odbierającego albo przewoźnika [Dz. U. 2017, poz. 708]. W przypadku gdy zgłoszenia, uzupełnienia lub aktualizacji dokonuje osoba działająca w imieniu odpowiednio podmiotu wysyłającego, podmiotu odbierającego albo przewoźnika, osoba ta, dokonując tych czynności, oświadcza, że działa w imieniu i na rzecz danego podmiotu [§6, D. U.2017, poz.787]. Upoważnienie do dokonania czynności związanych z przesyłaniem, uzupełnianiem i aktualizacją zgłoszeń może obejmować umocowanie do dokonywania wszystkich zgłoszeń, aktualizacji czy też potwierdzeń odbioru (pełnomocnictwo o charakterze ogólnym) lub dotyczyć dokonania zgłoszenia, aktualizacji lub potwierdzenia odbioru jednej konkretnej dostawy oznaczonej indywidualnym numerem referencyjnym (pełnomocnictwo o charakterze szczególnym).

Można wyróżnić trzy podstawowe kroki procesu zgłaszania przewozu towaru. W pierwszym etapie podmiot wysyłający ma obowiązek zgłoszenia zamiaru przewozu towaru wrażliwego. W tym celu wypełnia właściwy formularz, po którego wysłaniu wygenerowany zostaje numer SENT. Numer ten ważny jest przez kolejne 10 dni [art. 11 ust. 1, Dz. U. 2017, poz. 708]. Dodatkowo wydane zostają 3 klucze uwierzytelniające dla każdego z uczestników procesu – wysyłającego, przewoźnika

i odbierającego [§4 ust. 1, D. U.2017, poz.787]. „Klucz” oznacza elektroniczny kod zabezpieczający dostęp do zgłoszenia służący odpowiednio podmiotowi wysyłającemu, podmiotowi odbierającemu i przewoźnikowi umożliwiający dokonanie uzupełnienia zgłoszenia lub aktualizacji danych zawartych w zgłoszeniu [§ 2, D. U.2017, poz.787].

Część obowiązków o charakterze informacyjnym została przeniesiona na przewoźników. Przewoźnik uzupełnia zgłoszenie, dodając m.in. swoje dane, numer rejestracyjny pojazdu, datę rozpoczęcia przewozu i planowaną datę jego zakończenia, dane adresowe miejsca dostarczenia towaru i numer dokumentu przewozowego. Transport towaru może zostać rozpoczęty dopiero po uzyskaniu potwierdzenia dokonania takiego zgłoszenia [§ 8 ust. 2 pkt. 1, D. U.2017, poz.787]. Niewypełnienie tego obowiązku przez przewoźnika skutkuje nałożeniem kary pieniężnej. „Co istotne, ustawodawca nie różnicuje wysokości kary w zależności od rangi popełnionego uchybienia, lecz ustala je kwotowo” [Adamek- Baczyńska, Palczewska 2017:45-46]. W przypadku braku uzupełnienia danych w rejestrze kara wynosi 5 000 zł.

Wreszcie podmiot odbierający uzupełnia zgłoszenie o informację o odbiorze towaru, nie później niż w następnym dniu roboczym po dostarczeniu towaru [§ 8 ust. 2 pkt. 2, D. U.2017, poz.787]. Na podkreślenie zasługuje fakt, że podmiot odbierający ma obowiązek uzupełnić zgłoszenie o informację o odbiorze towaru, nie później niż w następnym dniu roboczym po dniu dostarczenia towaru. Wyjątkiem jest dostawa wewnątrzspółnotowa towarów i eksport, kiedy to wymóg ten nie dotyczy żadnego podmiotu zaangażowanego w transport.

Każda zmiana stanu faktycznego w zakresie danych objętych obowiązkiem zgłoszenia wymaga aktualizacji, np. data rozpoczęcia przewozu, adres dostawy itp. Odpowiednio podmiot wysyłający, podmiot odbierający albo przewoźnik może dokonać aktualizacji zgłoszenia, poprzez przesłanie dokumentu zastępującego zgłoszenie, który zawiera numer referencyjny zgłoszenia i inne dane wskazane przez niego w zgłoszeniu. Aktualizacja danych nie dotyczy natomiast towaru będącego przedmiotem przewozu.

Podobnie w sytuacji nie rozpoczęcia przewozu towaru. Znowu podmiot wysyłający, odbierający albo przewoźnik powinien dokonać aktualizacji zgłoszenia i podać informację o rezygnacji z przewozu towaru [art. 8, Dz. U. 2017, poz. 708].

Przewoźnik jest obowiązany odmówić przyjęcia do przewozu towarów podlegających zgłoszeniu w przypadku nieotrzymania numeru referencyjnego, dokumentu zastępującego zgłoszenie i potwierdzenia przyjęcia dokumentu zastępującego zgłoszenie albo dokumentu wskazującego na przesunięcie międzymagazynowe.

Na kierującym środkiem transportu jako uczestniku przewozu również spoczywają pewne obowiązki. Numer referencyjny, (a w przypadku awarii systemu Krajowej Administracji Skarbowej: dokument zastępujący zgłoszenie i potwierdzenie przyjęcia tego dokumentu albo dokument wskazujący na przesunięcie międzymagazynowe), którym dysponuje przewoźnik powinien zostać przekazany przez niego kierującemu jeszcze przed rozpoczęciem przewozu towaru. Kierujący, w momencie rozpoczęcia przewozu towaru, jest obowiązany posiadać taki dokument, a w przypadku jego braku obowiązany jest odmówić rozpoczęcia przewozu towaru.

3. TOWARY MONITOROWANE

Systemem monitorowania drogowego przewozu objęto tzw. towarów wrażliwych. Katalog towarów wrażliwych zawierają przepisy ustawy, a są to m.in. paliwa silnikowe i ich pochodne, paliwa opałowe, oleje smarowe i preparaty smarowe, które mogą być wykorzystane jako dodatki do paliw silnikowych, wyroby zawierające alkohol etylowy (odmrażacze na bazie alkoholu etylowego, rozcieńczalniki i rozpuszczalniki), alkohol etylowy całkowicie skażony oraz susz tytoniowy. W większości chodzi o towary akcyzowe.

W świetle regulacji ustawodawcy, katalog towarów wrażliwych ma charakter otwarty. Można za nie uznać także inne, niewymienione w ustawie towary. Chodzi o takie towary w stosunku, do których zachodzi uzasadnione prawdopodobieństwo wystąpienia naruszeń przepisów prawa podatkowego w zakresie podatku od towarów i usług lub podatku akcyzowego, mogących powodować, że względu na skalę lub częstotliwość obrotu tymi towarami, znaczne uszczuplenia tych podatków [art. 3 ust. 1 pkt. 4, Dz. U. 2017, poz. 708]. Należy zatem wnioskować, że istnieje możliwość rozszerzenia katalogu produktów objętych systemem monitorowania drogowego, co z kolei skutkuje koniecznością stałego kontrolowania zmian w tym zakresie przez podmioty, na których spoczywa obowiązek zgłoszeniowy [Żurawiecka: 2017]. Przykładowo na mocy rozporządzenia Ministra Rozwoju i Finansów z dnia 13 czerwca 2017 r. w sprawie towarów, których przewóz jest objęty systemem monitorowania drogowego przewozu towarów, od września 2017 r. przepisami ustawy objęto przewóz m.in. olejów roślinnych oraz oliwy z oliwek [D. U. 2017, poz. 1178].

Ustawa o systemie monitorowania drogowego przewozu towarów wprowadza szereg wyjątków od obowiązku rejestracji przewozów w rejestrze drogowym. Wynikają one w szczególności z charakteru produktów, wielkości ich opakowań, czy też podmiotu, na rzecz którego takie przemieszczenie jest dokonywane [Żurawiecka 2017].

Zgodnie z art. 3 ust 2 i 5 ustawy z dnia 9 marca 2017 r. o systemie monitorowania drogowego przewozu towarów, monitorowaniu nie podlegają przesyłki towarów wrażliwych poniżej 500 kg wagi lub 500 litrów objętości, a także przesyłki wybranych materiałów w niewielkich opakowaniach jednostkowych, nawet jeżeli łączna masa lub objętość przesyłki przekroczy wyżej wskazane limity [Dz. U. 2017, poz. 708]. W odniesieniu do suszu tytoniowego nie wprowadzono żadnych ograniczeń i obowiązkiem zgłoszeniowym objęty jest przewóz każdej nieoznaczonej akcyzowo ilości takiej substancji.

Rejestracji nie podlega przewóz towarów niezwiązany z wykonaniem czynności podlegających opodatkowaniu podatkiem od towarów i usług, jeżeli przewożonym towarom towarzyszy dokument potwierdzający przesunięcie międzymagazynowe wystawiony przez nadawcę towarów [art. 3 ust. 7, Dz. U. 2017, poz. 708].

Obowiązkiem zgłoszenia nie objęto również przewóz towarów dokonywany środkami transportu, z których korzystają niektóre podmioty m.in.: Siły Zbrojne Rzeczypospolitej Polskiej, siły zbrojne państwa będącego stroną Traktatu Północnoatlantyckiego, siły zbrojne uczestniczące w Partnerstwie dla Pokoju, Policję, Służbę

Więzienną, Agencję Bezpieczeństwa Wewnętrznego, Centralne Biuro Antykorupcyjne, Straż Graniczną, Służbę Wywiadu Wojskowego, czy instytucje europejskie [art. 3 ust. 10, Dz. U. 2017, poz. 708].

Samo stwierdzenie, że dany produkt należy do kategorii towarów wrażliwych nie jest jeszcze wystarczające, dla określenia czy konieczna jest rejestracja przewozu. Koniecznym jest nadto, by spełniał on ustawowe cechy przesyłki. Przez przesyłkę rozumieć należy określoną ilość towarów tego samego rodzaju przewożonych od jednego nadawcy towaru do jednego odbiorcy towaru, do jednego miejsca dostarczenia towaru, jednym środkiem transportu [art. 3 ust. 3, Dz. U. 2017, poz. 708]. Przewóz towaru jest przesyłką, jeśli transportem objęto towary podlegające jednej pozycji CN lub PKWiU wskazanej w ustawie. Co więcej powinny być to tylko towary przewożone od jednego nadawcy do jednego odbiorcy, do jednego miejsca dostarczenia, a także jednym środkiem transportu [Wiński, Fedorowicz, Jopek, Orłowski 2017: 16].

Sposób zakreślenia zakresu przedmiotowego ustawy o systemie monitorowania drogowego przewozu towarów budzić może wiele wątpliwości w praktyce gospodarczej. Po pierwsze problemowym jest zbyt szeroko rozbudowany katalog kryteriów niezbędnych do ustalenia, czy przewóz danego towaru podlega obowiązkowi zgłoszenia w systemie SENT oraz wprowadzenie licznych wyjątków od zasady zgłoszenia przewozu towarów. Wobec tych niejasności możliwym jest sytuacja, w której dla uniknięcia sankcji przewidzianych za naruszenie obowiązku zgłoszeniowego firmy transportowe będą dokonywać zgłoszeń towarów niepodlegających systemowi SENT co spowodować może utrudnienia kontrolne.

Problematiczna jest również definicja legalna pojęcia „przesyłki”, ponieważ łączne spełnienie wszystkich przesłanek pozwalających przyjąć, że dany transport towaru to przesyłka jest utrudniony. Często praktyką jest wykorzystywanie jednego środka transportu dla przewozu towaru do dużej liczby odbiorców, lub jego zmiany w trakcie dowozu. przewozu towaru do zmiany środka transportu. Przepisy ustawy tych sytuacji nie regulują, zatem wątpliwości interpretacyjne w tym przedmiocie muszą zostać rozwiązane w przyszłości przez judykaturę [Adamek- Baczyńska, Palczewska 2017: 45-46].

4. KONTROLA I SANKCJE

W myśl art. 13 ust. 1 ustawy o systemie monitorowania drogowego przewozu towarów, kontrola przewozu towarów polega na sprawdzeniu przestrzegania obowiązków w zakresie odpowiednio: - dokonywania, uzupełniania i aktualizacji zgłoszenia; - zgodności danych zawartych w zgłoszeniu ze stanem faktycznym; - posiadania numeru referencyjnego, dokumentu zastępującego zgłoszenie i potwierdzenia przyjęcia dokumentu zastępującego zgłoszenie albo dokumentu potwierdzającego przesunicie międzymagazynowe [Dz. U. 2017, poz. 708].

Kontrola ta ma stosunkowo szeroki zakres i obejmuje zarówno weryfikację danych zawartych w dokumentach okazanych przez kierującego, jak i przeprowadzenie oględzin towaru.

Podmiotem uprawnionym do przeprowadzenia kontroli Kontrolę przewozu towarów są funkcjonariusze Służby Celno-Skarbowej, funkcjonariusze Policji, funkcjonariusze Straży Granicznej, inspektorzy Inspekcji Transportu Drogowego [art.13 ust. 3-4, Dz. U. 2017, poz. 708].

Wśród wachlarza sankcji przewidzianych za naruszenie obowiązków wynikających z ustawy na szczególną uwagę zasługują przewidziane w niej kary pieniężne. Są one nakładane w drodze decyzji administracyjnej przez naczelnika urzędu celno-skarbowego właściwego dla miejsca kontroli przewozu towarów.

Kary mogą zostać zastosowane wobec przedsiębiorców zobowiązanych tj. podmiotu wysyłającego, odbierającego lub przewoźnika. Sankcjom tym co do zasady nie podlegają pracownicy tych podmiotów, za wyjątkiem kierowcy środka transportu, o czym mowa poniżej.

Za niedokonanie zgłoszenia przewozu towarów przez podmiot wysyłający albo podmiot odbierający, podmiotowi temu będzie grozić kara pieniężna w wysokości 46 proc. wartości netto przewożonego towaru podlegającego obowiązkowi zgłoszenia, nie mniej niż 20 tys. zł. [art.21 ust. 1, Dz. U. 2017, poz. 708].

Za niedopełnienie obowiązku zgłoszeniowego przez przewoźnika grozi kara pieniężna w wysokości 20 tys. zł. [art. 22 ust. 1, Dz. U. 2017, poz. 708]. Podobna kara orzeczona zostanie w przypadku stwierdzenia, że towar nie odpowiada co do rodzaju, ilości, masy lub objętości towarowi wskazanemu przez przewoźnika w zgłoszeniu. Przepisy ustawy wskazują, że kara ta nie jest nakładą w przypadku rozbieżności nie większych niż 10% [art. 23, Dz. U. 2017, poz. 708]. W sytuacji, gdy przewoźnik nie dokona wymaganej przepisami prawa aktualizacji danych w zgłoszeniu, lub zgłosi dane niezgodne ze stanem faktycznym, inne niż dotyczące podlega on karze pieniężnej w wysokości 10 tys. zł.

W razie stwierdzenia w trakcie kontroli rozpoczęcia przewozu towaru przez kierującego bez wymaganego numeru referencyjnego (albo dokumentu zastępującego zgłoszenie i potwierdzenia przyjęcia tego dokumentu) kierujący będzie podlegać karze grzywny w wysokości od 5 tys. do 7,5 tys. zł [art. 32 ust. 1, Dz. U. 2017, poz. 708].

Od decyzji o karze nadawcy, odbiorcy i przewoźnicy mogą się odwołać. A karę pieniężną należy uiścić na rachunek bankowy wyznaczonego urzędu skarbowego w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja o jej nałożeniu stała się ostateczna. Co może budzić pewne wątpliwości to fakt, iż ustawa nie wskazuje na możliwość odwołania się od kary nałożonej na kierowcę.

Kary nakłada w drodze decyzji administracyjnej, naczelnik urzędu celno-skarbowego, właściwego ze względu na miejsce dokonania kontroli przewozu towarów. Naczelnik urzędu, kierując się ważnym interesem wysyłającego, nadawcy, odbiorcy i przewoźnika lub interesem publicznym, może odstąpić od nałożenia kary. Odstąpienie może nastąpić na wniosek podmiotów zobowiązanych, jak i z urzędu [art. 21 ust. 3 i art. 22 ust. 3, Dz. U. 2017, poz. 708]. Wobec zastosowania jako kryterium odstąpienia klauzuli generalnej, rodzi się pytanie w jakich sytuacjach uznać należy, że odstąpienie od nałożenia kary jest zasadne. Dla ustalenia pojęcia interesu publicznego, posiłkować się można interpretacją tego pojęcia na gruncie przepisów

ordynacji podatkowej. Podkreślić jednak należy, iż brak takich wytycznych odnośnie pojęcia „ważnego interesu podmiotu zobowiązanego”. Niewątpliwie odstąpienie od wymierzenia kary może mieć charakter uznaniowy, a przyszłość pokaże w jakim kierunku pójdzie praktyka.

Roszczenia z tego tytułu przedawniają się z upływem okresu 5 lat od zakończenia roku kalendarzowego, w którym powinna nastąpić zapłata kary.

Przepisy ustawy, w niektórych sytuacjach, uzależniają zwrot zatrzymanego środka transportu od dokonania zapłaty nałożonej kary. Należy również pamiętać o tym, że koszty usunięcia, przechowania i strzeżenia, zostały przeniesione na podmiot odpowiedzialny. Zgodnie z art. 17 ust. 1, dyrektor izby administracji skarbowej właściwy dla wyznaczonego miejsca, do którego został skierowany lub usunięty środek transportu wraz z towarem, ustala, w drodze postanowienia, wysokość opłat za usunięcie, strzeżenie i przechowywanie środka transportu lub towaru w wyznaczonym miejscu, osoby obowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia [Dz. U. 2017, poz. 708].

5. ZAKOŃCZENIE

W założeniu ustawa z dnia 9 kwietnia 2017 r. o systemie monitorowania drogowego towarów stanowić ma kolejne narzędzie do walki z nieuczciwymi podmiotami, którzy dokonują nielegalnego obrotu towarami wrażliwymi, bez odprowadzania do budżetu państwa należnych podatków, co uznać należy za słuszny kierunek działań ustawodawczych. Niestety stworzony system, nie jest pozbawiony wad. Szereg przepisów budzi wątpliwości interpretacyjne, nie zapewnia bezpieczeństwa prawnego podmiotom prowadzącym uczciwie działalność gospodarczą i nakłada obowiązki na przedsiębiorców uczestniczących w łańcuchu transportu towarów, którzy nie są stroną transakcji. Problemowym jest zbyt szeroko rozbudowany katalog kryteriów niezbędnych do ustalenia, czy przewóz danego towaru podlega obowiązkowi zgłoszenia w systemie SENT oraz wprowadzenie licznych wyjątków od zasady zgłoszenia przewozu towarów. Problematyczna jest również definicja pojęcia „przesyłki”, ponieważ łączne spełnienie wszystkich przesłanek pozwalających przyjąć, że dany transport towaru to przesyłka jest utrudniony.

W ostatnim czasie do sejmu wpłynął projekt rządowy projekt ustawy o zmianie ustawy o systemie monitorowania drogowego przewozu towarów oraz niektórych innych ustaw [<http://www.sejm.gov.pl>]. W uzasadnieniu wskazano, że zmiany dotyczyć będą m.in. wprowadzenia systemu monitorowania przewozu towarów realizowanych koleją, odstąpienia od grupowania towarów zgodnie z Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług, pozostając przy określaniu rodzaju towarów w oparciu o Nomenklaturę Scaloną (CN), rozszerzenia katalogu podmiotów niepodlegających systemowi monitorowania drogowego przewozu towarów o dysponentów lotniczych zespołów ratownictwa medycznego, wprowadzenia rozwiązania, na podstawie którego możliwe będzie wezwanie przewoźnika ujawnionego w rejestrze do przedstawienia środka transportu wraz z towarem we wskazanym miejscu, w określonym czasie celem przeprowadzenia kontroli [Druk 1794]. Należy mieć nadzieję,

że w trakcie prac nad nowelizacją usunięte zostaną występujące w obecnym stanie prawnym nieścisłości i braki.

Literatura:

- [1] Adamek-Baczyńska, L., Palczewska, O.: *Monitorowanie przewozu towarów- nowe obowiązki i nowe wyzwania*, „Logistyka” 2017, nr.4.
- [2] Wiński, K., Fedorowicz, A., Jopek, M., Orłowski, T.: *Przewodnik po systemie monitorowania drogowego przewozu towarów*, Trans.info PWC 2017.
- [3] Dz. U. 2017, poz. 708. Ustawa z dnia 9 marca 2017 r. o systemie monitorowania drogowego przewozu towarów.
- [4] D. U. 2017, poz.787. Rozporządzenie ministra rozwoju i finansów z dnia 2017 r. w sprawie zgłoszeń przewozu towarów i sposobu postępowania w przypadku niedostępności rejestru zgłoszeń.
- [5] D. U. 2017, poz. 1178, Rozporządzenie Ministra Rozwoju i Finansów z dnia 13 czerwca 2017 r. w sprawie towarów, których przewóz jest objęty systemem monitorowania drogowego przewozu towarów.

Źródła internetowe:

- [1] Żurawiecka, A.: *System monitorowania przewozów - jakie przewozy podlegają rejestracji*, <http://www.prawoilogistyka.pl/aktualnosci/system-monitorowania-przewozow-jakie-przewozy-podlegaja-rejestracji/> [dostęp 17.07.2018]
- [2] Rządowy projekt ustawy o zmianie ustawy o systemie monitorowania drogowego przewozu towarów oraz niektórych innych ustaw, <http://www.sejm.gov.pl/sejm8.nsf/druk.xsp?nr=1794>, [dostęp 11.02.2018]
- [3] Uzasadnienie do ustawy o zmianie ustawy o systemie monitorowania drogowego przewozu towarów oraz niektórych innych ustaw, Druk 1794, <http://www.sejm.gov.pl/sejm8.nsf/druk.xsp?nr=1794>, [dostęp 11.02.2018]

dr Monika Szymura

Politechnika Opolska

Wydział Ekonomii i Zarządzania,

Katedra Nauk Humanistycznych i Prawnych

ul. Luboszycka 7, 45-036 Opole

e-mail: m.szymura@po.opole.pl



POLITECHNIKA
OPOLSKA

ISSN 2353-8899