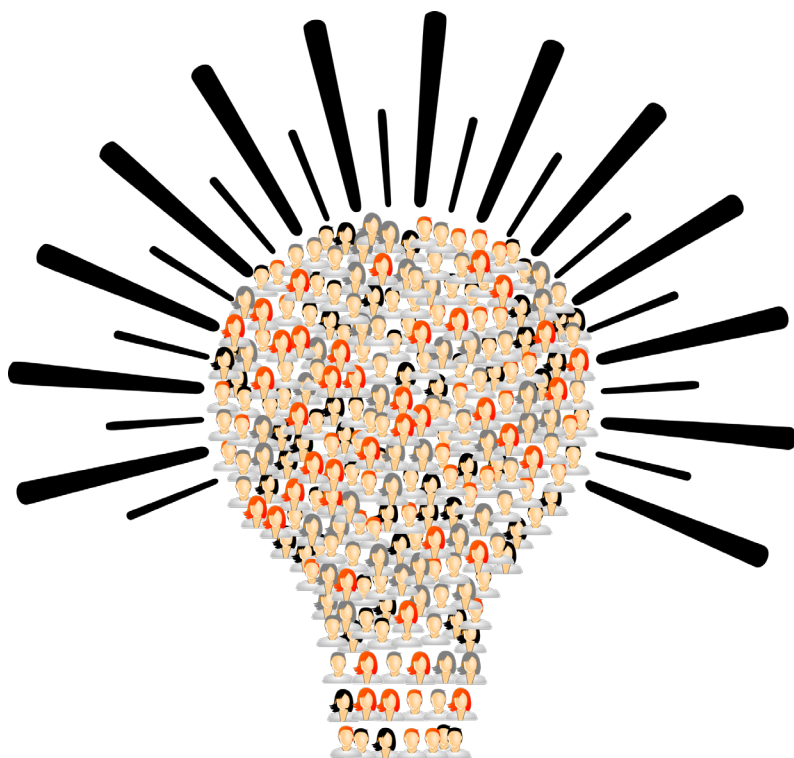


HUMANISTYKA I NAUKI SPOŁECZNE

DOŚWIADCZENIA KONTEKSTY WYZWANIA

TOM 1

Praca zbiorowa pod redakcją
Klaudii Pujer



Recenzenci

dr hab. inż. Wiesław Danielak, prof. UZ
dr hab. Beata Szluz, prof. UR
dr Klaudia Pujer

Redakcja

dr Klaudia Pujer

HUMANISTYKA I NAUKI SPOŁECZNE. DOŚWIADCZENIA. KONTEKSTY. WYZWANIA
TOM 1

exante.com.pl, wydawnictwoexante.pl, Wrocław 2017

Nie wszystkie prawa zastrzeżone: tekst niniejszej monografii jest dostępny na licencji
Creative Commons (CC BY-NC-ND 3.0 PL)

Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych.
Zezwala się na wykorzystanie publikacji zgodnie z licencją – pod warunkiem zachowania
niniejszej informacji licencyjnej oraz wskazania Wydawnictwa i Autorów jako właścicieli
praw do tekstu.

Treść licencji jest dostępna na stronie:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/pl/>

(Źródło zdjęcia na okładce: pixabay.com/GDJ udostępnione na licencji

CC0 Public Domain, treść licencji jest dostępna na stronie:

<https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/deed.pl>).

Wersja elektroniczna publikacji jest wersją pierwotną

Wydawnictwo Exante

Exante Wydawnictwo Naukowe
dr Klaudia Pujer
ul. Buforowa 24 lok. 10, 52-131 WROCŁAW

tel. + 48 606 168 165
wydawnictwo@exante.com.pl
www.exante.com.pl

Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść, formę i styl artykułów

Ark. wyd. 7

ISBN 978-83-65374-60-8 (wersja elektroniczna)

ISBN 978-83-65374-61-5 (wersja papierowa)

HUMANISTYKA
I NAUKI SPOŁECZNE
DOŚWIADCZENIA
KONTEKSTY
WYZWANIA
TOM 1

Praca zbiorowa pod redakcją
Klaudii Pujer

MONOGRAFIA

Exante
Wrocław 2017

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
--------------------	----------

CZĘŚĆ I. WYBRANE PROBLEMY PEDAGOGIKI, SOCJOLOGII I MEDIÓW	11
--	-----------

1. WARTOŚĆ WIERNOŚCI W RELACJACH RODZINNYCH	13
--	-----------

Monika Bobulska

WPROWADZENIE.....	13
POJĘCIE WIERNOŚCI.....	13
WIERNOŚĆ W MAŁŻEŃSTWIE	14
WIERNOŚĆ W RELACJI RODZIC-DZIECKO	17
PODSUMOWANIE	20
LITERATURA.....	20

2. SPORT I GRY ZESPOŁOWE W KONTEKŚCIE WYCHOWANIA DO WARTOŚCI	23
---	-----------

Monika Bobulska

WPROWADZENIE.....	23
POJĘCIE SPORTU	23
FUNKCJE SPORTU.....	24
ROLA SPORTU W PRZEKAZYWANIU WARTOŚCI.....	26
GRY ZESPOŁOWE	28
PODSUMOWANIE	29
LITERATURA.....	30

3. BŁĘDY WYCHOWAWCZE RODZICÓW – ZARYS PROBLEMATYKI	33
---	-----------

Agnieszka Zawadzka, Agnieszka Dębska

WPROWADZENIE.....	33
POJĘCIE I CECHY WYCHOWANIA.....	33
MODELE, CELE I GRANICE WYCHOWAWCZE	35
BŁĘDY WYCHOWAWCZE	37
PODSUMOWANIE	42
LITERATURA.....	43

4. „WYCHOWANIE DO PIENIĄDZA”, CZYLI JAK WYCHOWAĆ MĄDREGO KONSUMENTA?	45
---	-----------

Sabina Waluś

WPROWADZENIE.....	45
EDUKACJA KONSUMENCKA NAJMŁODSZYCH.....	45
WYCHOWANIE DO ROLI KONSUMENTA	48
PODSUMOWANIE	52
LITERATURA.....	53

5. WYCHOWANIE NAJMŁODSZYCH DO KORZYSTANIA Z NOWYCH MEDIÓW55

Sabina Waluś

WPROWADZENIE.....	55
NOWE MEDIA I ICH MIEJSCE W ŻYCIU DZIECI I MŁODZIEŻY	56
CZYNNIKI RYZYKA W ŚRODOWISKU NOWYCH MEDIÓW	58
PODSUMOWANIE	63
LITERATURA.....	63

6. BEZPIECZEŃSTWO DZIECI W INTERNECIE65

Sabina Waluś

WPROWADZENIE.....	65
CHARAKTERYSTYKA WYBRANYCH ZAGROŻEŃ <i>ONLINE</i>	66
UZALEŻNIENIE OD E-ŚWIATA	69
OCHRONA NAJMŁODSZYCH PRZED NIEBEZPIECZEŃSTWAMI W SIECI	71
PODSUMOWANIE	73
LITERATURA.....	74

7. „NIEZALEŻNE MEDIA” – AKSJOMAT SPOŁECZNY, NIEOSIĄGALNY IDEAŁ CZY WAŻNY ELEMENT DEMOKRATYCZNEGO PAŃSTWA?77

Marcin Jurzysta

WPROWADZENIE.....	77
MEDIA JAKO AGORA	78
MEDIA W RĘKACH POLITYKÓW	79
PRAWDA W MEDIACH	81
PODSUMOWANIE	83
LITERATURA.....	83

CZĘŚĆ II. WYBRANE PROBLEMY EKONOMII I ZARZĄDZANIA85

8. THE LANGUAGE OF BUSINESS ENGLISH IN THE CONTEXT OF PROFESSIONAL DISCOURSE..87

Patrycja Kąkol

INTRODUCTION	87
WHAT IS BUSINESS ENGLISH?	87
BUSINESS ENGLISH AS A PROFESSIONAL JARGON.....	90
WHAT ARE SPECIALIST LANGUAGES?.....	92
FEATURES OF SPECIALIST LANGUAGES	94
BUSINESS ENGLISH AS A SPECIALIST LANGUAGE.....	96
CONCLUSIONS	96
LITERATURE.....	96

9. ISTOTA POSTĘPOWANIA SANACYJNEGO I ROLA W NIM INTERIM MANAGERA99

Beata Barszczowska

WPROWADZENIE.....	99
RESTRUKTURYZACJA – CEL I PRZESŁANKI.....	99
ZARYS PRZEBIEGU POSTĘPOWANIA SANACYJNEGO I PLAN RESTRUKTURYZACYJNY.....	101

.....	103
ZNACZENIE KOMPETENCJI I DOŚWIADCZENIA DORADCY RESTRUKTURYZACYJNEGO.....	104
STATYSTYKA POSTĘPOWAŃ RESTRUKTURYZACYJNYCH.....	105
PODSUMOWANIE.....	106
LITERATURA.....	107

10. WPŁYW OTOCZENIA NA FUNKCJONOWANIE WSPÓŁCZESNYCH ŁAŃCUCHÓW DOSTAW Z PERSPEKTYWY EKONOMII KOSZTÓW TRANSAKCYJNYCH..... 109

Elżbieta Małyszek

WPROWADZENIE.....	109
ZAŁOŻENIA TCE.....	110
ŁAŃCUCH DOSTAW W ŚWIETLE TCE.....	111
OGRANICZONA RACJONALNOŚĆ.....	112
OPORTUNIZM STRON TRANSAKCYJNYCH.....	113
SPECYFICZNOŚĆ AKTYWÓW.....	114
CZĘSTOTLIWOŚĆ TRANSAKCYJNYCH.....	115
NIEPEWNOŚĆ I RYZYKO.....	116
PODSUMOWANIE.....	117
LITERATURA.....	118

11. POLSKI PRZEMYSŁ CHEMICZNY A MARKETING PARTNERSKI..... 121

Mariusz Orlikowski

WPROWADZENIE.....	121
PRZEGLĄD RYNKU PRODUCENTÓW CHEMII.....	122
MARKETING PARTNERSKI W TEORII.....	126
CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA BUDOWĘ RELACJI PARTNERSKICH NA RYNKU PRZEMYSŁU CHEMICZNEGO.....	129
PODSUMOWANIE.....	132
LITERATURA.....	133

WSTĘP

Publikacja jest rezultatem pracy badaczy reprezentujących różne krajowe jednostki naukowe. Zawiera artykuły z zakresu nauk społecznych i humanistycznych, w tym teksty interdyscyplinarne.

Monografia składa się z dwóch części.

Część pierwsza uwzględnia opracowania prezentujące wybrane problemy pedagogiki, socjologii i mediów. Tworzy ją siedem rozdziałów poświęconych takim zagadnieniom, jak: wartość wierności w relacjach rodzinnych, sport jako wartość o walorze wychowawczym, błędy wychowawcze rodziców, edukacja konsumencka dzieci i młodzieży, miejsce nowych mediów w życiu dzieci i młodzieży w kontekście szans i zagrożeń rozwoju psychofizycznego, rozważania nad niezależnością mediów w Polsce.

Część druga prezentuje wybrane problemy z pogranicza ekonomii i zarządzania. Autorzy podejmują w niej takie zagadnienia, jak: *Business English* w kontekście dyskursu zawodowego, rola interim managera w postępowaniu sanacyjnym, funkcjonowanie łańcuchów dostaw w kontekście ekonomii kosztów transakcyjnych, możliwości zastosowania marketingu partnerskiego w sektorze chemii.

Celem *rozdziału pierwszego* jest próba oceny miejsca wartości jaką jest wierność w relacjach wewnątrzrodzinnych. W pierwszej części rozdziału podjęto próbę zdefiniowania pojęcia wierności. Dalej ukazano wybrane możliwe kierunki funkcjonowania tej wartości w instytucji małżeństwa oraz w relacji rodzic-dziecko.

Rozdział drugi prezentuje analizę i ocenę możliwości wykorzystania sportu jako ważnej formy zagospodarowania czasu wolnego młodego człowieka, który w ciekawy sposób może pomóc w budowaniu relacji społecznych, hierarchii wartości czy nauce wielu pożądanych umiejętności. Prezentacja wspomnianych aktywności może zainspirować rodziców czy pedagogów do modelowania czasu wolnego dzieci przy wykorzystaniu sportu, by w kreatywny i owocny sposób mogły nauczyć się właściwego postępowania w społeczeństwie.

Celem *rozdziału trzeciego* jest analiza i ocena błędów wychowawczych, ze szczególnym uwzględnieniem przyjętego modelu wychowania. W części pierwszej zarysowano ujęcia definicyjne terminu „wychowanie” oraz ukazano wybrane modele, cele i granice wychowawcze, co dało podstawę do omówienia zagadnienia błędów wychowawczych.

W XXI w. doszło do znaczącego rozwoju kultury niepohamowanej konsumpcji, która w coraz większym stopniu obejmuje także najmłodszych członków społeczeństwa. Celem *rozdziału czwartego* jest próba analizy

oraz oceny problematyki edukacji konsumenckiej dzieci, ujmowanej w tym miejscu jako zagadnienie *stricte* pedagogiczne w szerokim rozumieniu. Zdaniem Autorki, rozszerzenie pola zainteresowań pedagogicznych o fakty i zjawiska związane z edukacją konsumencką, które to mają realne znaczenie dla rozwoju i wychowania dziecka, ale które nie mieszczą się w tradycyjnie pojmowanym obszarze oddziaływań edukacyjnych, jest ogromnie ważne i wymaga szczególnej uwagi.

Aktualnie coraz większy odsetek dzieci, jak i nastolatków nie potrafi funkcjonować bez smartfona, laptopa, Internetu czy telewizora. Nieustanne bycie *online* stało się czymś naturalnym, czymś bez czego ci młodzi ludzie nierzadko nie wyobrażają sobie życia, bowiem nowe media zawładnęły każdą wolną chwilą szerokiego grona najmłodszych. *Celem rozdziału piątego* jest analiza i ocena funkcjonowania nowych mediów obecnych w życiu dzieci w kontekście kluczowych zagrożeń związanych z ich użytkowaniem przez najmłodszych członków społeczeństwa.

Kontynuację rozważań na temat miejsca nowych mediów w życiu dzieci i młodzieży stanowi *rozdział szósty*. Prezentuje on pogłębioną analizę i ocenę niebezpieczeństw, na które narażeni są młodzi ludzie podczas *surfowania* w sieci. Jak jednak zauważono, katalog zagrożeń nie jest stały, lecz ulega nieustannym zmianom i przeobrażeniom, co stanowi ogromne wyzwanie, szczególnie dla rodziców i opiekunów, ale również dla szkół czy innych placówek opiekuńczo-wychowawczych.

Niezależność mediów w Polsce to zagadnienie omówione w *rozdziale siódmym*. Czym są niezależne media? Czy w ogóle istnieją? Co na ich temat mówią przeciętni obywatele, jak je definiują, a jak problem ten przedstawiają naukowcy? Próba odpowiedzi na powyższe pytania stanowi główny cel badawczy opracowania. Cele szczegółowe rozważań to przeanalizowanie relacji między mediami a władzą, omówienie kontroli działalności mediów czy wreszcie podjęcie rozważań na temat post-prawdy, czy tak modnego dziś pojęcia „prawdy alternatywnej”.

Część drugą publikacji otwiera *rozdział ósmy* analizujący pojęcie *Business English* w kontekście dyskursu zawodowego.

Celem *rozdziału dziewiątego* jest przybliżenie istoty postępowania sanacyjnego oraz wskazanie możliwości wykorzystania interim managementu w postępowaniu sanacyjnym.

Rozdział dziesiąty prezentuje zastosowanie głównych założeń ekonomii kosztów transakcyjnych do zidentyfikowania wpływu otoczenia na funkcjonowanie współczesnych łańcuchów dostaw. Wpływ ten zanalizowano przez pryzmat czynników oddziałujących na poziom kosztów transakcyjnych, które związane są z podmiotami rynku oraz atrybutami transakcji.

Monografię zamyka *rozdział jedenasty*, w którym dokonano analizy oraz oceny możliwości wykorzystania marketingu partnerskiego w sektorze

chemii. Pierwsza część prezentuje przegląd rynku producentów chemii. Dalej przedstawiono podstawy teoretyczne marketingu partnerskiego oraz uwarunkowania wpływające na tworzenie relacji partnerskich w przemyśle chemicznym.

Teksty zaprezentowane w niniejszej publikacji omawiają wybrane problemy nauk humanistycznych i społecznych przy wykorzystaniu już istniejącej wiedzy (opracowania przeglądowe). Zawierają również postulaty ich rozwiązań, uwzględniając wąsko wyspecjalizowaną wiedzę nabytą w trakcie studiów literaturowych lub praktyki zawodowej (opracowania przy czynkarskie). W efekcie niniejsza publikacja stanowi głos w dyskusji w obszarze niedomagań zidentyfikowanych na gruncie humanistyki i życia społeczno-gospodarczego. Opisuje, diagnozuje i interpretuje je w ujęciu całościowym, jak i w najróżniejszych aspektach, fragmentach czy warstwach.

Żywimy nadzieję, że niniejsze opracowanie stanie się inspiracją do podjęcia badań własnych, przyczyni się do poszerzenia współpracy z praktykami oraz do rozwoju teorii i badań podstawowych.

Klaudia Pujer i Zespół Autorski

CZĘŚĆ I
WYBRANE PROBLEMY
PEDAGOGIKI, SOCJOLOGII
I MEDIÓW

1

WARTOŚĆ WIERNOŚCI W RELACJACH RODZINNYCH

Monika Bobulska

Słowa kluczowe: wartość, wierność, rodzina, relacje.

Wprowadzenie

Celem artykułu jest próba oceny miejsca wartości jaką jest wierność w wybranych relacjach wewnątrzrodzinnych, mianowicie relacji małżeńskiej oraz rodzic-dziecko. Niewątpliwie „wierność” jest pojęciem wywołującym współcześnie wiele dyskusji. W dobie aktualnych przemian rodziny mówi się o kryzysie wartości. Człowiek ulega zmianom, decyduje się na akceptację poglądów, które niekoniecznie korelują z tym, co wyznaje, w celu konformistycznego podporządkowania się. Czy jednak znaczenie wierności zatracą swoją siłę? Warto zastanowić się nad tym niuansiem przez pryzmat właśnie rodziny – środowiska najbliższego człowiekowi.

Pojęcie wierności

Człowiek jest indywiduum, który podejmuje twórcze działania w otaczającym go świecie. Można zaryzykować stwierdzenie, że jest to najważniejsza cecha każdego człowieka – jest on istotą twórczo działającą. To zaś wywiera znaczący wpływ na sposób, w jaki postrzega rzeczywistość¹. W działaniu człowiek kieruje się wyznawanymi przez niego wartościami. To one, jak zauważa L. Dyczewski, są ważnym dobrami, bardziej od innych warte tego, by je w życiu osiągnąć². Mówiąc „społeczeństwo kieruje się wartościami”, ma się na myśli wartości moralne. Ale nie są to jedyne wartości, z którymi człowiek spotyka się w życiu. Wartościami są przecież także zdrowie i uroda, rodzina i wykształcenie, mądrość, bezpieczeństwo, dobra rozrywka czy kariera. To, co jest dla nas ważne i cenne, co jest dla nas wartością, wiele o nas mówi. Czy to sobie uświadamiamy, czy nie, nasze wartości

¹ M. Sieńko, *Wartość jako ogniwo działania, Zrozumieć kulturę. System filozoficzny Floriana Znanieckiego*, Zielona Góra 2004, s. 45 (praca doktorska), http://zbc.uz.zgora.pl/Content/3316/sienko-zrozumiec_kulture.pdf (online: 01.10.2017).

² L. Dyczewski, *Kultura polska w procesie przemian*, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 1995, s. 104.

wpływają na każdą naszą decyzję i działanie, ponieważ staramy się zdobyć i zachować to, na czym nam zależy³.

Wierność to jedna z wartości w znaczeniu ogólnym i z reguły społecznie akceptowana i eksponowana, choć nie jest ona filarem systemu wartości każdej jednostki. Niekiedy wierność sugeruje odpowiednie działanie, ze względu na przywiązanie do wartości, reprezentowanie ich. Nie jest to jednak reguła.

A. Drożdż stwierdza, że wierność wyrasta z wewnętrznej decyzji (jednostki lub zbiorowości) o zawierzeniu, opowiedzeniu się w sposób trwały za pewną wartością. Niekiedy stanowi ona nawet rodzaj przysięgi (wewnętrznego postanowienia) złożonej w imię wierności tej wartości⁴. Co również ważne, wierność nie ogranicza się tylko do dotrzymania obietnicy, rozciąga się ona i na same przekonania. Warto również zauważyć, że wszelka odczuwana i okazywana miłość ma w istocie charakter pewnego rodzaju przyrzeczenia. Etos wierności polega na trwaniu wszelkich w ogóle przekonań, a jest w gruncie rzeczy trwaniem osoby⁵.

Niezwykle ciekawie pojęcie „wierności” przedstawia R. Zawadzki. Otóż pisze on, że miarą wierności jest stopień ludzkiego „przyłgnięcia” do uznawanych przez siebie wartości. „Przyłgnięcie” to często nie może zostać urzeczywistnione inaczej, jak tylko poprzez pewne „oderwania się” od siebie. Należy też zauważyć, iż będąc właściwością osobowości człowieka, wierność określa zarazem jego relacje osobowe, także jego odniesienia do rzeczy, które reprezentują jakieś wartości, albo przynajmniej, jako takie są przez niego postrzegane. Ten relacyjny charakter wierności znajduje swe odzwierciedlenie także w formach opisującego ją języka. Powszechnie używane wyrażenia i zwroty zawierające odniesienie do idei wierności ujmują ją najczęściej właśnie w kontekście relacji do osób lub do rzeczy⁶.

Wierność w małżeństwie

Relacją, gdzie wierność ma konstytutywne znaczenie jest małżeństwo. Ma ona niebagatelny wpływ na proces rozwoju i pogłębiania tejże relacji. Jasne jest przecież, że relacja małżeńska ewoluuje i ubogaca małżonków między

³ E. Kolenda, „Wartości – po co nam w życiu?”, S. 3, pdf, <http://wuplodz.praca.gov.pl/> (online: 26.11.2016).

⁴ A. Drożdż, *Zdrada dramatem człowieka i złem moralnym*, „Śląskie Studia Historyczno-Teologiczne” 2009, t. 42, z. 2, s. 71

⁵ J. Makota, *Filozofia wartości według Nicolai Hartmanna*, „Estetyka i Krytyka” 2008/2009, 15/16, s. 98.

⁶ R. Zawadzki, *Charakter „dialogiczny” Biblijnej koncepcji wierności*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2008, nr 3 (203), s. 13.

innymi dzięki wierności. Nadaje ona małżeństwu wyjątkowy charakter. Z jednej strony wierność jest postawą wymagającą, z drugiej jest składnikiem miłości, zatem nieodzownym atrybutem w wzbogacaniu się wzajemnym małżonków.

Wiele osób z pojęciem „wierności” łączy skojarzenia związane z brakiem zdrady współmałżonka, najczęściej fizycznej, według niektórych także psychicznej. Jednak warto zwrócić uwagę, że wierność małżeńska to nie tylko wyłączność seksualna i uczuciowa. To również lojalność małżeńska, oraz akceptacja małżonka także wtedy, gdy nie spełnia on oczekiwań drugiej strony. W takim rozumieniu wierność oznacza przede wszystkim świadomą rezygnację z własnego punktu widzenia. Moc do takiej trwałej wierności chrześcijańscy małżonkowie czerpią z ważnego sakramentu małżeństwa⁷. Co ważne, wierność rozwija się razem z miłością. W początkowym etapie, szczególnie w zakresie wyłączności, stanowi raczej dyscyplinę niż zasadę postępowania. Dopiero stopniowo wewnętrzne przekonanie „nie mogę”, zmienia się w „nie chcę”. Zatem wierność człowiekowi staje się wiernością wobec miłości, wobec własnego wyboru. Warto podkreślić, że wierność uczy konfrontacji wartości i postawy obronnej. Co więcej, ta sama postawa obronna, zwracająca się na początku przeciwko wszystkim przeszkodom napotkanym w dążeniu do połączenia się z wybranym człowiekiem, staje się z czasem obroną wewnętrzną wspólnoty małżeńskiej⁸.

Wobec powyższego, postawa wierna to postawa wymagająca. Nie sposób zaprzeczyć, że wierność, szczególnie w małżeństwie, nie przychodzi łatwo. Również ta dotycząca poglądów wartości wymaga pewnego rodzaju poświęcenia, siły. W związku ze zmianami zachodzącymi w społeczeństwie, zmienia się również podejście do wierności, jej interpretowania, pewnej modyfikacji.

W jednym z badań przeprowadzonym przez Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) wykazano, iż coraz więcej osób (48%) obserwuje wokół siebie sytuacje, gdy ktoś, pozwala sobie na flirt z osobą, która jest w związku, bądź sam w nim jest. Co gorsze, prawie dwie piąte badanych (38%) przyznaje, że w ich środowisku są osoby, które w takich relacjach idą o krok dalej – posuwają się do kontaktów fizycznych⁹. Znajomość osób wdających się w takie flirty i romanse częściej deklarują ludzie w „młodszym wieku” (głównie mający 25-34 lata), niż w wieku emerytalnym. Twierdzą-

⁷ K. Graczyk, *Wierność fundamentem prawidłowego funkcjonowania wspólnoty małżeńskiej*, „Studia Włocławskie” 2009, nr 11, s. 206.

⁸ K. Graczyk, *op. cit.*, za: E. Sujak, *Kontakt psychiczny w małżeństwie i rodzinie*, Katowice 1971, ss. 122-123.

⁹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” przeprowadzono w dniach 30 czerwca – 6 lipca 2011 roku na liczącej 1080 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

cym odpowiedziom na omawiane pytania dość wyraźnie sprzyja też zamieszkiwanie w większej miejscowości, relatywnie lepsze wykształcenie, dobra ocena swojej sytuacji materialnej oraz lewicowe poglądy polityczne. Częściej niż inni odpowiedzi takich udzielają też wysoko wykwalifikowani specjaliści, którzy prowadzą własną działalność gospodarczą poza rolnictwem, a także pracownicy administracyjno-biurowi. Dla znajomości osób decydujących się na zdradę fizyczną, nie bez znaczenia okazuje się także płeć ankietowanych i uczestnictwo w praktykach religijnych – częściej przyznają się do niej mężczyźni oraz badani rzadziej praktykujący religijnie¹⁰. Widać zatem pewne przyzwolenie na zdradę, czyli zaprzeczenie wierności.

Bardzo ważną kwestię w aspekcie ochrony wierności pokazuje J. Kułaczkowski. Mianowicie stwierdza on, iż ówczasie, w sytuacji znacznego zrelatywizowania wierności małżeńskiej w społeczeństwie polskim, potrzebne by było duszpasterstwo rodzin, które powinno przypisywać priorytetową rolę inicjatywom pastoralnym podejmowanym na rzecz wzmocnienia wierności małżeńskiej. Działalność ta powinna być prowadzona z dużą dążnością taktu, delikatności, ponieważ dotyczy bardzo osobistej i intymnej sfery życia małżeńskiego. Niewierność dotyczy uczciwości małżeńskiej i płaszczyzny moralnej człowieka, neguje wolę Bożą wobec przymierza małżeńskiego i uderza we wzajemne dążenie małżonków do świętości¹¹.

Należy też dodać, że miłość małżeńska domaga się przede wszystkim wierności i wyłączności, stąd też zdrada w każdej postaci jest poważnym nieporządkiem moralnym, które uderza w dobro jedności małżeńskiej. Postawa ta (zdrada) działa destrukcyjnie na jedność małżeństwa i rodziny. Zdrada niszczy także wartości duchowe i religijne. Małżeństwo jest świętynią i nie ma w nim miejsca na działania, które uderzają wprost w jego istotę. Rodzina, jako mały Kościół – przez zdradę zostaje kompletnie rozbita. Stałe życie ze sprzecznymi wartościami powoduje degradację duchową oraz stopniowe zubożenie człowieka na wartości religijne i duchowe. Każda niewierność w małżeństwie sieje straszliwe spustoszenie, które niszczy istniejące w relacjach rodzinnych harmonię i pokój. Co najważniejsze, człowiek dopuszczający się zdrady osłabia miłość, która stanowi fundament każdego związku¹².

P. Chrzanowski również zauważa, że wierność więzi implikuje i wymaga zachowywania miłości i wierności względem drugiego człowieka. Oczywi-

¹⁰ CBOS, *Komunikat z badań, Zdrady i romanse*, Warszawa 2011, s. 2.

http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2011/K_090_11.PDF (online: 27.11.2016).

¹¹ J. Kułaczkowski, *Wierność jako istotna cecha przymierza małżeńskiego a duszpasterstwo rodzin*, „Rocznik Teologii Katolickiej” 2009, t. VIII, s. 150.

¹² J. Szyran, *Wierność aż po heroizm*, „Poślaniec św. Antoniego z Padwy” 2007, nr 2, s. 20-21.

ście, nie należy tu miłości rozumieć jedynie w kategorii emocji, ale w sensie teologicznym, jako cnotę, „która wszystko znosi, wszystkiemu wierzy, we wszystkim pokłada nadzieję, wszystko przetrzyma, (...) nigdy nie ustaje”¹³.

Podsumowując powyższe należy stwierdzić, iż bez wierności trudno jest w małżeństwie o podtrzymywanie i rozwój relacji. To ona nadaje jej głębszy wyraz, chroni wręcz małżonków. Tak naprawdę nie stanowi wymuszenia, jakiejś trudności, zakazu, lecz stoi na straży trwałości związku małżeńskiego.

Wierność w relacji rodzic-dziecko

System rodzinny obejmuje także dzieci, a dzięki nim relacja rodzinna staje się bogatsza, różnorodna. Warto przyjrzeć się strukturze rodzinnej przez pryzmat wierności i jej okazywania ze strony rodziców wobec dzieci.

A. Gos podkreśla, że silne uczuciowe więzi między samymi rodzicami, rodzicami a dziećmi sprawiają, że przyswaja ono sobie poprawne normy współżycia społecznego. Procesy uczenia się miłości przez dzieci oparte na dążeniu do niej mają konstytutywne znaczenie dla późniejszego postępowania człowieka w jego życiu dorosłym. Wiele uwagi zwraca się na to, iż potrzeba miłości, kochania i bycia kochanym a zarazem budowania więzi z innymi ludźmi utrzymuje się przez całe życie. W zależności od faz rozwojowych i konkretnych sytuacji życiowych zmieniają się jedynie podmioty, z którymi człowiek utrzymuje więzi uczuciowe. Jeśli przykładowo uda mu się stworzyć silną więź z innym człowiekiem, znika poczucie izolacji, osamotnienia i indywidualnej odrębności. Za to pojawia się poczucie wspólnoty, bezpieczeństwa a nawet uzupełnienia przez drugiego człowieka. Z pragnienia, potrzeby kontaktu emocjonalnego oraz z postaw życzliwości wobec innych, wzrasta miłość charakteryzująca się pragnieniem tworzenia wspólnoty z drugim człowiekiem i poczucie odpowiedzialności za niego. Miłość staje się przeciwwagą dla ogarniającego poczucia osamotnienia i lęku¹⁴. Taka wierna miłość i towarzyszenie rodziców dzieciom powoduje ich prawidłowy rozwój. Dziecko potrzebuje zapewnienia, że zawsze znajdzie pocieszenie w ramionach rodziców, a rodzice będą wiernie trwać przy nim nawet, jeśli ich nie raz zawiedzie.

Wobec powyższego, relacje wewnątrzrodzinne mają szczególne znaczenie dla dorastającego człowieka. Bardzo silną relacją w systemie rodzinnym jest ta pomiędzy matką a dzieckiem. Można zaryzykować stwierdzenie

¹³ P. Chrzanowski, *Wierność więzi*, „Chryistianitas” 2015, nr 60-61, s. 138.

¹⁴ A. Gos, *Znaczenie postaw wobec małżeństwa i rodziny w budowaniu relacji interpersonalnych*, „Fides et Ratio” 1(17)2014, ss. 38-39.

nie, że każda zdrowa i odpowiedzialna matka jest wierna swojemu dziecku aż do śmierci. Wspomniane wcześniej przyłgnięcie, ma tutaj dosadne znaczenie. Na specyfikę tej relacji, jej osobliwy charakter i znaczenie zwraca uwagę papież Franciszek w adhortacji *Amoris Laetitia*. Mianowicie pisze on, że „więź między wiernym a jego Panem wyraża się w rysach miłości rodzicielskiej lub matczynej. Pojawia się tutaj delikatna i czuła intymność między matką a dzieckiem, noworodek śpi w ramionach swojej matki, po czym karmiony jest piersią”¹⁵.

Na potrzebę wiernego trwania matki przy dziecku zwraca uwagę J. Bowlby opracowując teorię przywiązania. Na podstawie badań określił, iż najlepsze dla dziecka jest przywiązanie oparte na poczuciu bezpieczeństwa. Zauważył również, że bezpośrednim efektem oddzielenia dziecka od matki i środowiska rodzinnego są głęboki ból i udręczenie psychiczne, które dzieci wyraźnie odczuwają i intensywnie manifestują poprzez swoje zachowanie, np. dzieci w wieku od kilkunastu miesięcy do dwóch-trzech lat pozostawione w szpitalu reagują na tego typu sytuację dużym niezadowoleniem, płaczem, gwałtownymi i gniewnymi protestami, brakiem akceptacji w stosunku do opiekujących się nimi pielęgniarek¹⁶. Warto zaznaczyć, że w każdym wieku, począwszy od wczesnego dzieciństwa, poprzez wiek szkolny i adolescencję, dzieci charakteryzujące się bezpiecznym wzorcem przywiązania, a co za tym idzie efektywną regulacją emocji, prezentują mniej problemów emocjonalnych niż dzieci z niedającym poczuciem bezpieczeństwa wzorcem przywiązania. Nieprawidłowości występujące we wczesnych okresach rozwoju, niebędące jaskrawymi przejawami patologii więzi, a jedynie „drobnymi” formami zaburzeń mogą powodować podatność na negatywne efekty późniejszych sytuacji stresowych¹⁷.

Należy też zwrócić uwagę, że matka jest dla dziecka punktem odniesienia przez całe życie. Duża w tym zasługa cech kobiecych takich jak: ofiarność, wierność, intuicja, wrażliwość, empatia, Dziecko potrzebuje matki dla prawidłowego rozwoju emocjonalnego i społecznego, a matka potrzebuje dziecka do rozwoju swojej kobiecości¹⁸. Podobnie ojca jako drugiego wzmacniającego w dziecku poczucie jestestwa.

„Dobry ojciec pozytywnie wpływa na rozwój społeczny swego dziecka i aktywnie uczestniczy w procesie jego wychowania. Powinien więc interesować się dzieckiem, aby wzbudzić u niego uczucie przywiązania do swej

¹⁵ Franciszek, adhortacja *Amoris Laetitia* (AL-28).

¹⁶ P. Marchwicki, *Teoria przywiązania J. Bowlb'ego*, „Seminare. Poszukiwania naukowe” 2006, nr 23, s. 367.

¹⁷ M. Czub, *Znaczenie wczesnych więzi społecznych dla rozwoju emocjonalnego dziecka*, „Forum Oświatowe” 2003, nr 2 (29), ss. 14-15.

¹⁸ D. Pauluk, *Modele ról kobiety w podręcznikach do wychowania seksualnego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005, s. 115.

osoby i chęć naśladowania siebie, a co za tym idzie, konsekwentnie przestrzegać głoszonych i respektowanych przez siebie postaw. Od tego zależy, czy będzie on reprezentował pozytywne wartości społeczne. Ojciec poprzez towarzyszenie swojemu dziecku w jego rozwoju sam również staje przed możliwością własnego osobowego wzrostu. Dziecko pomaga ojcu nie tylko stawać się lepszym ojcem, ale także bardziej odpowiedzialnym człowiekiem. Ojciec, wychowując swoje dzieci, sam bywa przez nie wychowywany. (...) Ojcostwo jest fundamentalnym doświadczeniem mężczyzny. Dzięki niemu może, bowiem osiągnąć pełną dojrzałość swojego ludzkiego życia w wymiarze uczuciowym i duchowym¹⁹. Zatem również tutaj można dostrzec symbiotyczną wręcz więź pomiędzy ojcem, a dzieckiem opartej na wierności. Ojciec przecież również wiernie towarzyszy swojemu dziecku. Swoją bardziej stonowaną emocjonalnością potrafi odpowiednio reagować na zachowanie dziecka, uczyć je odpowiedzialności za swoje czyny. Wierny, stanowczy i kochający ojciec to najlepszy wychowawca.

Postawa taka jest bardzo wymagająca, bo oczekuje prawie całkowitego oddania się drugiemu człowiekowi, jakim jest dziecko. Jednakże ojcostwo to nie tylko bycie animatorem zabaw, dostarczanie środków ekonomicznych, ale spełnianie zadań wychowawczych i socjalizacyjnych, co niekiedy wiąże się z poświęceniem.

W rozwoju młodego człowieka niezwykle ważny jest zespół doświadczeń związanych z postawami wobec wartości, norm moralnych, a także ze sposobami odnoszenia się do siebie, kulturą języka, współpracą, rozwojem zainteresowań, które wynosi on z domu. „Całokształt tych doświadczeń odgrywa ogromną rolę w procesie socjalizacji, który obejmuje także kształtowanie umiejętności realizacji swej roli społecznej, właściwą troskę o zaspokojenie własnych potrzeb egzystencjalnych, zwłaszcza prowadzących do komplementarnego rozwoju personalnego”²⁰. Matka, ojciec trwając wiernie w określonym systemie wartości, przekazują go swoim dzieciom podczas codziennych sytuacji. Wnoszą w jego świat wzorce postępowania, które również będą kształtowały życie dziecka.

Niestety aktualnie kwestionuje się wagę obecności rodziców przy dziecku. Natłok obowiązków sprawia, że coraz mniej czasu rodzice przeznaczają dziecku. Współczesne zjawiska charakteryzujące nowoczesne społeczeństwo, takie jak ciągły wzrost stopy bytowej, szybkie tempo życia i powszechny brak czasu sprawiają, że rodzice próbują kompensować braki w stosunkach emocjonalnych z dziećmi w formie materialnej, zamiast tej emo-

¹⁹ J. Augustyn, *Ojcostwo. Aspekty pedagogiczne i duchowe*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2002, s. 72.

²⁰ F. Adamski, *Rodzina. Wymiar społeczno-kulturowy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2002, s. 38-39, za: P. Mazurek, *Relacje rodzinne fundamentem tożsamości i egzystencji społecznej człowieka*, „Fides et Ratio” 2014, nr 3, s. 8.

cyjonalnej²¹. Coraz bardziej staje się widoczna również relatywizacja wartości, co ma też swoje odniesienie w rodzinie. Upada trwałość autorytetów, a docenia się wartość doczesnych przyjemności o hedonistycznym charakterze.

Podsumowanie

Współczesny człowiek pomimo doświadczanych i obserwowanych zmian w obszarze rodziny powinien kierować się odpowiednimi wartościami. Szczególną odpowiedzialność w procesie ich przekazywania spoczywa na rodzinie, a w szczególności rodzicach. Ich postawa wiernego trwania przy poglądach, priorytetach ma konstytutywne znaczenie w procesie wychowawczym młodego pokolenia. Jeśli rodzice są blisko dziecka, spędzają z nim czas, o wiele łatwiej o egzekwowanie od najmłodszej części społeczeństwa wymaganych postaw. Relacja rodzinna to pierwsza relacja dla człowieka, a co za tym idzie mająca wpływ na kolejne. Kręgosłup moralny budowany na wartościach rodzinnych nie będzie elastyczny w przyjęciu sprzecznych z człowiekiem postaw.

Literatura

- Adamski F., *Rodzina. Wymiar społeczno-kulturowy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2002.
- Augustyn J., *Ojcostwo. Aspekty pedagogiczne i duchowe*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2002.
- Chrzanowski P, *Wierność więzi*, „Chrystianitas” 2015, nr 60-61.
- Czub M., *Znaczenie wczesnych więzi społecznych dla rozwoju emocjonalnego dziecka*, „Forum Oświatowe” 2003, 2(29).
- Drożdż A., *Zdrada dramatem człowieka i złem moralnym*, „Śląskie Studia Historyczno-Teologiczne” 2009, t. 42, z. 2.
- Dyczewski L., *Kultura polska w procesie przemian*, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 1995.
- Franciszek, *adhortacja Amoris Laetitia*.
- Gos A., *Znaczenie postaw wobec małżeństwa i rodziny w budowaniu relacji interpersonalnych*, „Fides et Ratio” 2014, nr1(17).
- Graczyk K., *Wierność fundamentem prawidłowego funkcjonowania wspólnoty małżeńskiej*, „Studia Włocławskie” 2009, nr 11.
- Kułaczkowski J., *Wierność jako istotna cecha przymierza małżeńskiego a duszpasterstwo rodzin*, „Rocznik teologii katolickiej” 2009, t. VIII.
- Makota J., *Filozofia wartości według Nicolaiia Hartmanna*, „Estetyka i Krytyka” 2008/2009,

²¹ A. Ostrowska, *Socjologia medycyny. Podejmowane problemy, kategorie, analizy*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 2009, s. 29.

15/16.

Marchwicki P., *Teoria przywiązania J. Bowlb'ego*, „Seminare. Poszukiwania naukowe” 2006, 23.

Mazurek P., *Relacje rodzinne fundamentem tożsamości i egzystencji społecznej człowieka*, „Fides et Ratio” 2014, nr 3.

Ostrowska A., *Socjologia medycyny. Podejmowane problemy, kategorie, analizy*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 2009.

Pauluk D., *Modele ról kobiety w podręcznikach do wychowania seksualnego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.

Sujak E., *Kontakt psychiczny w małżeństwie i rodzinie*, Katowice 1971.

Szyran J., *Wierność aż po heroizm*, „Posłaniec św. Antoniego z Padwy” 2007, nr 2.

Zawadzki R., *Charakter „dialogiczny” Biblijnej koncepcji wierności*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2008, nr 3 (203).

Źródła internetowe

CBOS, *Komunikat z badań, Zdrady i romanse*, Warszawa 2011, s. 2.

http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2011/K_090_11.PDF (online: 27.11.2016).

Kolenda E., *„Wartości – po co nam w życiu?”*, pdf, <http://wuplodz.praca.gov.pl/> (online: 26.11.2016).

Sieńko M., *Wartość jako ogniwo działania, Zrozumieć kulturę. System filozoficzny Floriana Znanieckiego*, Zielona Góra 2004, s. 45 (praca doktorska),

http://zbc.uz.zgora.pl/Content/3316/sienko-zrozumiec_kulture.pdf (online: 01.10.2017).

THE VALUE OF FAITHFULNESS IN FAMILY RELATIONSHIPS

Summary

The article aims to draw attention to the value, which is fidelity on several levels, including the family. Undoubtedly „faithfulness” is a term causing today many opinions, thoughts and conclusions. In the era of modern changes a lot of talk about the crisis of values. The man is changing, it may decide to accept ideas that do not always correlate with him, but confesses, because they want to be a conformist. But the importance of fidelity losing strength? it is worth reflecting on this nuance through the prism of the family – the immediate environment of man.

Keywords: value, fidelity, family, relationships.

Autor

mgr Monika Bobulska
Uniwersytet Opolski
Wydział Teologiczny

2 SPORT I GRY ZESPOŁOWE W KONTEKŚCIE WYCHOWANIA DO WARTOŚCI

Monika Bobulska

Słowa kluczowe: sport, gry zespołowe, wartości, wychowanie.

Wprowadzenie

W obszarze psychologii rozwojowej czy socjologii wychowania wiele mówi się o problematyce wychowania w kontekście wartości, norm obowiązujących w społeczeństwie. Poznanie podstawowych, obowiązujących w życiu zasad ma niebagatelne znaczenie w rozwoju kompetencji społecznych oraz osiągnięciu jak najwyższego poczucia jakości życia. Sposobem na ukształtowanie w człowieku poczucia odpowiedzialności za innego człowieka, wpojenie mu pożądanych zasad współżycia społecznego może być zaproponowanie mu udziału w grach zespołowych, sportowych rozrywek, które poprzez obowiązujące w nich zasady, mogą stać się ważnym czynnikiem kształtującym ludzkie zachowanie.

Celem artykułu jest analiza i ocena możliwości wykorzystania sportu jako ważnej formy zagospodarowania czasu wolnego młodego człowieka, który w ciekawy sposób może pomóc w budowaniu relacji społecznych, hierarchii wartości, nauce wielu pożądanych umiejętności społecznych. Prezentacja wspomnianych aktywności może zainspirować rodziców, wychowawców do modelowania czasu wolnego dzieci, by w kreatywny i owocny sposób mogły nauczyć się właściwego postępowania w społeczeństwie.

Pojęcie sportu

Mając na uwadze znaczenie sportu w rozwoju człowieka, warto przyjrzeć się jego definicji. Należy zwrócić uwagę przede wszystkim na współzawodnictwo, rywalizację indywidualną lub zespołową oraz zasady towarzyszące jako niezbywalne elementy sportu. W sporcie ważne jest również działanie zgodnie z zasadami *fair play* jak również dążenie do jak najlepszych wyników czy doskonalenie własnych cech fizycznych¹.

Należy też podkreślić, że sport w obrębie swoich założeń i ideologii sta-

¹ Wielka Encyklopedia PWN, PWN, Warszawa 2004, t. 25, s. 454.

nowi integralna część życia społecznego². Sport można też opisać jako świadomą i dobrowolną działalność człowieka, podejmowaną głównie w celu zaspokojenia potrzeb zabawy, popisu i walki, a także wewnętrznego doskonalenia się w drodze systematycznego rozwoju cech fizycznych, umysłowych i wolicjonalnych³.

Funkcje sportu

Sport, pomijając walor estetyczny, jest niewątpliwie jednym z czynników kształtujących styl życia wielu ludzi i w znacznym stopniu wpływa na jego jakość. Sport może pełnić kilka funkcji w życiu człowieka. Jeśli mówi się o funkcji dydaktycznej, zwraca się uwagę na rozwijanie cech psycho-fizycznych, szczególnie ważnych dla dzieci i młodzieży. Rekreacyjno-sportowe ćwiczenia, uprawiane w sposób regularny, a niekoniecznie związane z osiągnięciem wysokich wyników, prowadzą do zrównoważonego rozwoju fizycznego, mają także wpływ na kształtowanie sylwetki oraz poprawiają kondycję fizyczną. Co również ważne, rywalizacja tkwiąca w sporcie sprzyja rozwojowi cech wolicjonalnych, takich jak determinacja, wytrwałość, wola walki, konsekwencja, dyscyplina pracy itp. Kolejna funkcja – rekreacyjna polega na regeneracji sił po wypełnieniu obowiązków, przejawiająca się w postaci czynnej, np. jazda na rowerze i biernej, np. czytanie książek. Warto też przyjrzeć się funkcji integracyjnej sportu służącej budowaniu i zacieśnianiu więzi między ludźmi, socjalizacji różnych warstw i klas społecznych czy rozwijaniu postaw. Można ją zaobserwować na poziomie lokalnym, jak i w wymiarze międzynarodowym. Rozpatrując sport poprzez pryzmat funkcji promocyjnej należy mieć na uwadze popularyzację różnych obiektów, miejsc czy wydarzeń. Z obserwacji wynika, że po sport jako nośnik komunikacji sięgają także organizacje międzynarodowe (Fundusz Narodów Zjednoczonych na rzecz Dzieci, ang. *United Nations International Children's Emergency Fund*, UNICEF), miasta i regiony, np. „Opole biega”. Należy też przyjrzeć się integracyjnemu wymiarowi sportu. Wiele pisze się o jednoczeniu się kibiców wokół sportu na wielu różnych poziomach⁴.

Wielu naukowców i specjalistów podkreśla, że ogólna kultura domu rodzinnego, a także sposoby spędzania czasu wolnego przez rodziców mają istotny wpływ na kształtowanie się zainteresowań oraz upodobań, co do

² P. Nosal, *Społeczne ujęcie sportu. (Trudne) definiowanie zjawiska i jego dyskurs*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2015, nr 2, s. 18.

³ Z. Waśkowski, *Uwarunkowania i sposoby wdrażania orientacji marketingowej w klubach sportowych*, AE, Poznań 2007, s. 16.

⁴ Z. Paśkowski, *Integracyjna rola sportu we współczesnym świecie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług” 2011, nr 78, s. 26.

konkretnych form zajęć i rozrywki u dzieci i młodzieży. Wiele zależy właśnie od warunków, jakie stworzą rodzice dla rozwoju swoich dzieci oraz od tego, jakie wzory, nawyki i wartości im przekażą. Wpływają one na wybory jednostki w zakresie tego, jaki sposób spędzania czasu wolnego wybierze, czy poświęcać go będzie dobrowolnie na wypoczynek, rozrywkę i rozwój osobowości, czy może uczyni go czasem pustym i zupełnie bezwartościowym. Niezwykle ważna jest zatem świadomość oraz wiedza rodziców, że środkiem zapobiegawczym przed niewłaściwym wykorzystaniem czasu wolnego w życiu dorosłym przez dzieci i młodzież może być wdrażanie do racjonalnego spędzania czasu wolnego już od najmłodszych lat⁵.

Obowiązkową wiedzę na temat wychowa fizycznego powinny posiadać również środowiska wychowawcze i edukacyjne. Ich obowiązek wręcz powinien oscylować wokół przekazywania informacji dzieciom, że dzięki aktywności sportowej uczeń rozpoznaje i uczy się nowych nawyków ruchowych, kształtuje swoje zainteresowania, poszerza wiedzę w zakresie kultury fizycznej i sportu, a także uczy się jak prowadzić aktywny tryb życia oraz pomnaża swoje zdrowie fizyczne oraz psychiczne⁶.

Sport wywiera znaczący wpływ na życie człowieka, jego zachowanie oraz postawy. Często daje możliwość poznania samego siebie, swoich zdolności, możliwości, siły. Dając radość człowiekowi, ma wpływ na jego wychowanie, rozwój i doskonalenie się zarówno w sferze fizycznej, jak i duchowej. Przede wszystkim pomaga utrzymać, bądź nawet poprawiać, zdrowie (zwłaszcza sport masowy i szkolny), kształtuje osobowość, uczy wytrzymałości, obowiązkowości, przestrzegania reguł i wdraża w systematyczną ciężką pracę. Ponadto formuje pożądane z punktu widzenia życia społecznego cechy, takie jak solidarność i koleżeństwo, a także bycia dla drugich i z innymi⁷.

Warto przyjrzeć się roli sportu w postaci nośnika wartości, jak i sposobu jego przekazywania.

⁵ A. Kaik-Woźniak, K. Szymczuk, A. Trojan-Augustyn, *Rodziny proces wychowania do czasu wolnego młodzieży studiujecej* [w:] W. Siwiński, R. D. Tauber, E. Mucha-Szajek (red.) *Społeczno-kulturowe studia z turystyki, rekreacji, hotelarstwa i żywienia*, WSHiG, Poznań 2012, s. 44.

⁶ A. Famuła-Jurczak, *Pedagogiczny wymiar wychowania fizycznego* [w:] P. Mazur. (red.), *Wychowanie poprzez sport. Wielość spojrzeń i doświadczeń*, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Chełmie, Chełm 2014, s. 47.

⁷ Z. Waśkowski, *Integracyjna rola sportu we współczesnym świecie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług” 2011, nr 78, s. 78.

Rola sportu w przekazywaniu wartości

Sport to przede wszystkim aktywność fizyczna hartująca ciało, ale także ducha. Poprzez sport i poszczególne jego dyscypliny można ukształtować człowieka jako tego kierującego się właściwym systemem wartości a jego kręgosłup moralny nie zakrzywi się pod wpływem późniejszych, trafiających do niego sprzecznych postaw.

Najbardziej pozytywnym zjawiskiem o znaczeniu światowym jest powszechnie kultywowana idea nowożytnego olimpizmu, opartego na znanej zasadach *fair play*, tolerancji i wzajemnego zrozumienia między narodami⁸. Chodzi tu o „czysty sport”, w którym tkwią humanistyczne i wychowawcze walory, eksponujące i sławiące harmonijną jedność przymiotów ciała, woli i ducha. Olimpizm jest ważnym założeniem programowym w procesie humanistycznej edukacji młodzieży⁹.

Wspomniane już miano „czystego sportu” często pojawia się w literaturze i praktyce sportowej. Otóż prawdziwie czysty sport posiada wartości wychowawcze, wtedy gdy jest ukierunkowany na rozwój osoby w sensie integralnym, dotyczącym całego człowieka we wszystkich płaszczyznach jego egzystencji. Obejmuje troskę o zdrowie i rozwój fizyczny, twórczą pracę, rozwój intelektualny a także duchowy, poszukiwanie prawdy i ciągłą dbałość o głębokie życie duchowe. Wychowując do czystego sportu, należy kształtować osoby, które szanują swoje ciało, innych traktują z szacunkiem oraz poszukują własnej równowagi. Należy mieć świadomość, że organizując proces wychowania poprzez sport, w centrum stawia się człowieka jako osobę, jej dobro i harmonijny rozwój, co ma pierwszeństwo przed widowiskiem i medalami¹⁰. Można tu zatem dopatrzeć się personalistycznego wymiaru sportu, który afirmuje osobę, ujmując ją kompleksowo we wszystkich wymiarach. W dobie nowoczesności bardzo ważna jest świadomość, że człowiek to nie tylko perfekcyjne ciało, ale także wnętrze, modelowane w trybie pracy nad sobą, która to może przebiegać właśnie podczas uprawiania sportu.

Saska-Dymnicka pisze o ważnych walorach sportu wpływających na człowieka, mianowicie poprzez sport kształtuje on wytrwałość, wzmacnia poczucie poszanowania siebie oraz otoczenia. Podczas uprawiania różnych dyscyplin sportowych, gracz może zapoznać się z obowiązującymi zasadami oraz prawami panującymi w społeczeństwie. Podejmując trud wysiłku

⁸ J. Lipiec, *Pożegnanie z Olimpią*, FALL, Kraków 2007, ss. 52-54.

⁹ Z. Dziubiński, *Olimpizm w kontekście nowoczesności* [w:] J. Nowocień (red.), *Społeczno-edukacyjne oblicza sportu i olimpizmu. Wychowanie fizyczne i sport dzieci wiejskich i w małych miastach*, AWF, Warszawa 2008, s. 59.

¹⁰ D. Pater, *Współczesna myśl katolicka o wartości sportu w życiu człowieka*, „Warszawskie Studia Teologiczne” 2012, nr 24, s. 217.

sportowego człowiek buduje pozytywny stosunek do ludzi i otaczającego go środowiska, podnosi sprawność umysłową oraz poprawia swoją tężyzną fizyczną. Wszelka aktywność wywiera znaczny wpływ na rozwój fizyczny dziecka, bierze udział w przygotowaniu do wysiłku fizjologicznego oraz psychicznego, a także pomaga również kształtować jego wolę i siłę charakteru. Z upływem czasu ułatwia przystosowanie do ról społecznych. Uprawianie sportu przez młodego człowieka w sposób regularny rozwija jego umiejętności, pomaga rozwiązywać zadania życiowe i wyrabia poczucie odpowiedzialności i własnej wartości¹¹.

Podkreśla się również, że jakość życia zawodnika zależy w dużej mierze od wartości wiążących się z jego osobowością i aspiracjami. Istotne dla aktywności sportowej jest ukształtowanie poczucia własnej wartości, które jako wewnętrzny proces zachodzący w psychice człowieka może mieć znaczenie dla odporności psychicznej i przetrwania w ekstremalnych warunkach podczas walki sportowej. Może być źródłem zarówno pozytywnych uczuć, jak i działań destruktywnie, przyjmując szkodliwe formy, na przykład w agresywnych, niedopuszczalnych zachowaniach. Cechy w wyglądzie i zachowaniu ludzi o wysokim poczuciu własnej wartości to: spokój i zrelaksowanie, zadbanie, energiczność i zdecydowanie, otwartość i pełnia ekspresji, pozytywne nastawienie i optymizm, niezależność, towarzyskość oraz chęć do współpracy, pewność siebie, praca nad własnym rozwojem, swoboda, poczucie dowartościowania i wewnętrzna mobilizacja¹².

Personalizm aprobuje także społeczny wymiar sportu, co jest istotne także z perspektywy socjologii sportu. Przejawia się on w postaci współpracy zaangażowanych aktorów/graczy w grach zespołowych, ale i w dyscyplinach solowych, gdzie sportowiec współdziała z osobą trenera, lekarza, sponsora itp. Gra sportowa może ułatwiać nawiązywanie relacji międzyludzkich, inspirować, prowokować przyjaźnie itp.¹³

Naczelne wartości w sporcie mogą mieć nieraz charakter autoteliczny, ale jednocześnie sama aktywność sportowa przedstawiać się może jako źródło (instrumentarium) innych kategorii aksjologicznych. Często podkreśla się, że w sporcie obecne są m.in. wartości witalne (zdrowie, zwinność ciała, płynność ruchu, zręczność, tężyzna fizyczna). Oczywiście, należy również pamiętać, że uprawianie sportu, zwłaszcza kwalifikowanego, może być także zagrożeniem dla zdrowia, a nawet życia człowieka. W pogoni za rekordami może dojść do nadmiernej eksploatacji ludzkiego organizmu,

¹¹ J. Saska-Dymnicka, *Sport młodzieżowy kuźnią charakteru i postaw prospołecznych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług” 2011, nr 78, s. 113.

¹² Z. Żukowska, *Poczucie własnej wartości a zachowania agresywne w sporcie* [w:] Z. Dziubiński (red.), *Sport a agresja*, SALOS RP, Warszawa 2007, s. 212.

¹³ S. Kowalczyk, *Elementy filozofii i teologii sportu*, KUL, Lublin 2010, ss. 72-75.

stosowania szkodzących środków dopingowych w celu uzyskania lepszego wyniku. Zawodnicy narażeni są też na intensywny stres psychiczny – wzrasta ryzyko załamania psychicznego czy depresji, a nawet ryzyko ograniczenia sprawności ruchowej – zwiększone prawdopodobieństwo kalectwa¹⁴.

Sport może być obecnie świetnym narzędziem pracy dla rodziców i pedagogów w procesie wychowywania dzieci. Może być też nośnikiem norm, wartości czy komunikowania sposobów właściwego postępowania. Młody człowiek trenując poszczególne dyscypliny może uczyć się postępowania w społeczeństwie, zasad w nim obowiązujących. Współzawodnictwo, ale też współpraca w sporcie to ważna szkoła życia przygotowująca do trudniejszych wyzwań.

Gry zespołowe

Postrzeganie gry jako gry jest możliwe dzięki temu, że w aktach konstytuujących świat gry znajomość jej reguł i ich znaczenie stanowi matrycę, wedle której przebiega percepcja i rozumienie gry. I tak, dla kibica biegnący mężczyzna jest np. lewoskrzydłowym przy piłce, a przesunięcie drewnianej figurki jest np. biciem w przelocie, natomiast zupełnie inaczej sytuację postrzeżga osoba, która nie zna reguł gry lub nie jest nastawiony na odbiór gry jako gry. Występuje tu więc pewien rodzaj analogii pomiędzy nastawieniem estetycznym a nastawieniem na uchwycenie gry jako gry¹⁵.

Co również istotne, gra ma charakter powtarzalny, istnieje bowiem możliwość repetycji poszczególnych akcji (atak-kontratak) lub całej gry (np. podczas spotkania rewanżowego). Przebieg gry jest ograniczany i regulowany w różny sposób (np. czas trwania, wynik)¹⁶.

Naglak definiując grę, umiejscawia ją wśród działania dwóch zespołów sportowych, które zmierzają do niezgodnych celów i wykonują według określonych reguł. Dalej pisze, że miarą zwycięstwa jest realizacja celu gry¹⁷.

Elementami, które konstytuują świat gry są przede wszystkim gracze (zawodnicy), którzy zdolni do rozumienia reguł gry, a także do konstytuowania czysto intencjonalnego, ale intersubiektywnego świata gry, mocą aktów intencyjnych świadomości kreują pewną dziedzinę, w której rozgrywa się gra. Akty te traktowane są jako akty kreowania lub konstytuowania

¹⁴ S. Kowalczyk, *op. cit.*, s. 76.

¹⁵ F. Kobiela, *Ontologiczne podstawy gier* [w:] S. Żak, M. Spieszny (red.), *Humanistyczny sens gier z piłką w wychowaniu fizycznym*, Monografie, nr 8, Międzynarodowe Towarzystwo Naukowe Gier Sportowych, Wrocław 2008, s. 20-25, s. 32.

¹⁶ R. Panfil, *Prakseologia gier sportowych. Studia i Monografie AWF we Wrocławiu*, AWF, Wrocław 2006, s. 82.

¹⁷ Z. Naglak, *Zespołowa gra sportowa*, AWF, Wrocław 1996, s. 16.

wania świata gry, a oprócz graczy dokonują ich także kibice i sędziowie. Gracze mają zdolność aktywnego uczestniczenia w świecie gry, będąc nie tylko świadkami, ale i aktorami gry. Wykonują oni pewne czynności, będące aktami uczestnictwa w grze. Czynności te przejawiają się ingerencją w świat gry, sterowaniem wybranymi składnikami tego świata.

Ważne w świecie gier są reguły – definiujące grę, określające schemat świata gry. Ich znajomość jest niezbędna do kreacji świata gry. Reguły mają znaczenie przy decyzji o tym, które elementy realnego świata są składnikami gry. Co istotne, świat gry – stanowi czysto intencjonalny, wewnętrznie zróżnicowany świat wytworzony przez graczy na podstawie reguł i realnego substratu gry. Ostatnim składnikiem jest realne podłoże (substrat) gry – są to wszystkie realne przedmioty związane z grą¹⁸.

Piłka stanowi konstytutywny element w relacji z zawodnikiem (jeden zawodnik – jedna piłka), przyjmując rolę *quasi* podmiotu (żonglerka futbolowa, kozłowanie koszykarskie), a jej ruch wymusza ruch człowieka. Aby przejąć nad nią kontrolę, gracz musi ją dogonić, chwycić, zatrzymać. Umiejętność panowania nad nią wymaga wielu żmudnych ćwiczeń. Zespołowe gry sportowe są przykładem utraty monopolu na partnerstwo piłki wobec jednego podmiotu w sytuacji, kiedy pojawia się drugi człowiek, co stanowi o ich społecznym atucie. Sytuacje, w których realizacja celu gry jest efektem działania (od początku do końca) wyłącznie jednego zawodnika, są niezwykle rzadkie. Rozgrywanie akcji wymaga współpracy z partnerem (co najmniej jednego, ale najczęściej wielu). Wtedy to piłka staje się pośrednikiem relacyjnym, jak pisze Lipiec „stanowi medium informacji wzajemnej, intencji każdego wobec drugiego, interakcji, która splata uczestników związku z piłką w jeden zespolony, żywy, dynamiczny system”¹⁹.

Podsumowanie

Sport i gry zespołowe to ważna przestrzeń realizacji się jednostki społecznej, ale i nabywania potrzebnych jej umiejętności. W sporcie obowiązują zasady, których respektowanie umożliwia prawidłowe funkcjonowanie. Środowiska zajmujące się wychowywaniem młodego człowieka powinny według swoich możliwości oddziaływać na dziecko, młodzież i wpajać im wartości poprzez sport. Jako ta ważna przestrzeń życiowa dla dzieci, sport może mieć o wiele lepszy efekt w kształtowaniu w nich postaw prospołecznych niż słowne nakazy i zakazy. Warto, by pokazać młodym ludziom,

¹⁸ H. Zdebska, *Gry performatywowe i kinetyczne – przyczynek do rozważań nad ontologicznymi podstawami gry sportowej*, „Rozprawy Naukowe” 2011, nr 32, s. 12.

¹⁹ Lipiec J., *Pożegnanie z Olimpią*, FALL, Kraków 2007, s. 231.

dzieciom idee sportu, gry *fair play* aby w ten sposób mogły poznawać swoje możliwości ale i granice właściwego postępowania. Sport wymusza odpowiednie zachowania wśród graczy, jest zatem dobrą „szkołą” dla dzieci, które już od wczesnych lat życia muszą liczyć się ze współpracą z innymi w celu osiągnięcia sukcesu. Trenowanie poszczególnych dyscyplin to także rodzaj działań profilaktycznych przeciw wielu chorobom i otyłości zagrażającej współczesnej cywilizacji. Dobre nawyki w ramach aktywności to również inwestycja w przyszłe zdrowie i lepsze samopoczucie. Poszczególne sukcesy dzieci i młodzieży w sporcie to także motywacja do pracy nad sobą, ale i miła odskocznia od obowiązków domowych i szkolnych. Sport z jednej strony pozwala w pożyteczny sposób zagospodarować czas wolny, ale także nauczyć się wielu zasad i zachowań, które są potrzebne w przyszłym, dorosłym życiu w społeczeństwie.

Literatura

- Dziubiński Z., *Olimpizm w kontekście nowoczesności* [w:] J. Nowocień (red.), *Społeczno-edukacyjne oblicza sportu i olimpizmu. Wychowanie fizyczne i sport dzieci wiejskich i w małych miastach*, AWF, Warszawa 2008.
- Famuła-Jurczak A., *Pedagogiczny wymiar wychowania fizycznego*, [w:] Mazur P. (red.), *Wychowanie poprzez sport. Wielość spojrzeń i doświadczeń*, PWSZ, Chełm 2014.
- Kaik-Woźniak A., Szymczuk K., Trojan-Augustyn A., *Rodzinny proces wychowania do czasu wolnego młodzieży studiującej* [w:] Siwiński W., Tauber R. D., Mucha-Szajek E. (red.) *Społeczno-kulturowe studia z turystyki, rekreacji, hotelarstwa i żywienia*, WSHiG, Poznań 2012.
- Kobiela F., *Ontologiczne podstawy gier* [w:] *Humanistyczny sens gier z piłką w wychowaniu fizycznym, Monografie*, nr 8, Międzynarodowe Towarzystwo Naukowe Gier Sportowych, Wrocław 2008.
- Kowalczyk S., *Elementy filozofii i teologii sportu*, KUL, Lublin 2010.
- Lipiec J., *Pozegnanie z Olimpią*, FALL, Kraków 2007.
- Naglak Z., *Zespołowa gra sportowa*, AWF, Wrocław 1996.
- Nosal P., *Społeczne ujęcie sportu. (Trudne) definiowanie zjawiska i jego dyskurs*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2015, nr 2.
- Panfil R., *Prakseologia gier sportowych. Studia i Monografie AWF we Wrocławiu*, AWF, Wrocław 2006.
- Paśkowski Z., *Integracyjna rola sportu we współczesnym świecie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług” 2011, nr 78.
- Pater D., *Współczesna myśl katolicka o wartości sportu w życiu człowieka*, „Warszawskie Studia Teologiczne” 2012, nr 24.
- Saska-Dymnicka J., *Sport młodzieżowy kuźnią charakteru i postaw prospołecznych*, „Zeszyty naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług” 2011, nr 78.
- Waśkowski Z., *Uwarunkowania i sposoby wdrażania orientacji marketingowej w klubach sportowych*, AE, Poznań 2007.
- Wielka Encyklopedia PWN*, PWN, Warszawa 2004, t. 25.
- Zdebska H., *Gry performatywowe i kinetyczne – przyczynek do rozważań nad ontologicznymi podstawami gry sportowej*, „Rozprawy Naukowe” 2011, nr 32.

Żukowska Z., *Poczucie własnej wartości a zachowania agresywne w sporcie* [w:] Z. Dziubiński (red.), *Sport a agresja*, SALOS RP, Warszawa 2007.

SPORT AND TEAM GAMES IN THE CONTEXT OF UPBRINGING WITH VALUES

Summary

Movement activity in the process of human development is of great importance. This article highlights the role of sport and team games through the prism of values. The aim is to draw attention to the possibility of parental influence on the system of values preferred by the child, and in the future adult human. Sports and games are presented in a way that demonstrates their essential functions and potential for impact on a young person.

Key words: sport, team games, values, upbringing.

Autor

mgr Monika Bobulska

Uniwersytet Opolski

Wydział Teologiczny

3 BŁĘDY WYCHOWAWCZE RODZICÓW – ZARYS PROBLEMATYKI

*Agnieszka Zawadzka
Agnieszka Dębska*

Słowa kluczowe: rodzic, błędy wychowawcze, wychowanie.

Wprowadzenie

Współczesna literatura oraz dokumenty elektroniczne dostępne w sieci Internet przyczyniają się do pogłębienia wiedzy rodziców na temat wychowania. Często jednak ich wiadomości dotyczące rozwoju dziecka są niepełne. Wychowanie to nie jedynie stosowanie określonych technik. Zachowanie dziecka nie wyraża tylko rodzicielskiego stylu wychowania, ale przede wszystkim fazy rozwojowe, przez które przechodzi, temperament, charakter i indywidualność. Specyfikę rozwojową należy zaakceptować i towarzyszyć dziecku na każdym etapie dojrzewania. Wychowanie dziecka to najważniejszy i najtrudniejszy proces w życiu każdego rodzica¹.

Celem rozważań jest analiza i ocena błędów wychowawczych, ze szczególnym uwzględnieniem przyjętego modelu wychowania.

Pojęcie i cechy wychowania

Wychowanie to proces oddziaływań podmiotu wychowującego na podmiot wychowywany. Do XIX w. wychowanie znaczyło tyle, co „żywienie”, „utrzymanie”. Współcześnie wychowanie jest rozumiane jako przekształcenie oraz rozwijanie jednostki².

Pojęcie wychowania w literaturze pedagogicznej definiowane jest w szerokim i wąskim znaczeniu. Szerokie rozumienie dotyczy wychowania skoncentrowanego na rozwoju umysłowym oraz uczuciowym człowieka, jak również sfery jej motywacji oraz konkretnych działań. Wychowanie w tym rozumieniu utożsamiane jest z kształtowaniem osobowości uwzględniając wszystkie jego cechy zarówno intelektualne, emocjonalne, jak i wolicjonal-

¹ J. Rogge, *Co zrobić gdy dziecko?*, Świat Książki, Warszawa 2014, ss. 245-247.

² L. Zarzecki, *Teoretyczne podstawy wychowania. Teoria i praktyka w zarysie*, Karkonoska Państwowa Szkoła wyższa, Jelenia Góra 2012, ss. 34-35.

ne tworzące całość psychiki człowieka³.

W węższym znaczeniu wychowanie rozumiane jest jako kształtowanie charakteru człowieka skoncentrowane na celach wartościowych, w tym moralnych. Wychowanie takie wpływa na konstruktywne przeżyć emocjonalno-motywacyjnych człowieka będących jedną z podstaw kształtujących zachowania społeczne i moralnie pożądane⁴.

W literaturze przedmiotu wyróżnia się wychowanie dyrektywne, czyli bezpośrednie oraz niedyrektywne. Wychowanie bezpośrednie to z góry ukierunkowana interwencja na rozwój wychowanka, za którego odpowiedzialny jest w pełni wychowawca. Wychowanie niedyrektywne polega na wspomaganiu osobistego rozwoju wychowanka uwzględniając naturalny i spontaniczny rozwój młodzieży w procesie wychowawczym. Nowe teorie sugerują, że w wychowaniu istotną rolę odgrywa aktywność wychowanka, wykluczając tym samym traktowanie wychowanka jako bezwolnego podmiotu⁵.

Do cech wychowania zaliczyć należy:

- złożoność wychowania – zachowanie człowieka uwarunkowane jest zewnętrznymi i wewnętrznymi przeżyciami człowieka. Wysoki stopień złożoności procesu wychowania polega na adaptacji obowiązujących norm społecznych dotyczących asymilacji. W wychowaniu nie chodzi tylko o rozumienie i zapamiętywanie pożądanych wychowawczo norm postępowania, lecz także o ich uwewnętrznienie i akceptację. Ważnym jest wprowadzenie tej idei w codzienne postępowanie wychowanka;
- intencjonalność wychowania – wychowawca w sposób świadomy osiąga cele w wyniku planowo organizowanej działalności wychowawczej. Wychowanie intencjonalne dotyczy wpływów intencjonalnych, czyli ukierunkowanych w sposób świadomy, oddziaływań na rozwój społeczny i moralny wychowanków. Poprzez spontaniczny i naturalny rozwój możliwa jest realizacja przewidzianych celów wychowawczych, tak jak w sytuacji wychowania niedyrektywnego;
- interaktywność wychowania – polega na współdziałaniu wychowawcy i wychowanka. W interakcji zakłada się, że wychowanek stanowi godnego partnera swojego wychowawcy, zasługuje na dialog i wysłuchanie. Oczywiście jest, że wychowawca jest bardziej doświadczonym partnerem, jednak wychowanka nie należy wykluczać z istniejącej interakcji. Interakcyjny proces spełnia zamierzone cele kiedy sprzyja zaktywizowaniu oraz usamodzielnieniu wychowanka. Zachowanie

³ M. Łobocki, *Teoria wychowania w zarysie*, Impuls, Kraków 2010, ss. 58-61.

⁴ W. Okoń, *Wszystko o wychowaniu*, Żak, Warszawa 2007, s. 56.

⁵ L. Zarzecki, *op. cit.*, s. 36.

wanie interakcji jest bardzo ważne, aby wychowanie nie stało się jednokierunkowym oddziaływaniem prowadzącym do instrumentalnego traktowania wychowanka;

- relatywność wychowania – wynika z trudności związanych z przewidywaniem skutków oddziaływań wychowawczych. Jest wynikiem złożoności procesów wychowania jak również złożonej osobowości ludzkiej. Znaczący wpływ na psychikę i zachowanie młodzieży ma też środowisko rówieśnicze oraz środki masowego przekazu. Mowa tu o zjawisku socjalizacji lub wychowaniu naturalnym. Wpływy socjalizacji są tak wielorakie, że często trudno byłoby rozstrzygnąć co jest wynikiem socjalizacji oraz inkulturacji, a co zasługą wychowania;
- długość wychowania – jest procesem przemiany osobowości w trakcie całego życia. Długość jest zabieganiem o doskonalenie osobowości zarówno wychowanka, jak i wychowawcy, który spełniając funkcje przewodnika, inspiratora, doradcy, stawał się czasami uczniem swojego wychowanka. Długość wychowania łączy się z systematycznością, co oznacza ciągle pogłębianie i zachowanie osiągniętych wyników. Przerwy w procesie wychowawczym mogą prowadzić do ryzyka zatracenia tego, co udało się już osiągnąć, jak również mogą grozić cofaniem się w rozwoju społeczno-moralnym wychowanków⁶.

Zrozumienie przedstawionych cech wychowania i wdrożenie ich w proces wychowawczy stanowi istotny element procesu wychowania. Skuteczne wychowanie uwarunkowane jest więc: współdziałaniem wychowawcy i wychowanka, wyznaczaniem celów wychowankowi, aktywizowaniem jego działalności praktycznej, wysokimi oczekiwaniami rodziców i opiekunów wobec wychowanka, pobudzaniem do samodzielności, byciem konsekwentnym, ale także odpowiednią – realną samooceną osób zajmujących się wychowaniem i nauczaniem.

Modele, cele i granice wychowawcze

Wychowanie to działalność człowieka, która jest powiązana z całokształtem procesów życia społecznego w tym rodzinnego. Rodzina w znaczny sposób kształtuje psychikę dziecka i ponosi największą odpowiedzialność za jego rozwój. Stosunki panujące w rodzinie, styl modelu wychowawczego i wyznaczone granice wychowawcze w dużej mierze kształtują zachowania dziecka.

W literaturze specjalistycznej rozróżnia się trzy modele wychowania:

⁶ M. Łobocki, *op. cit.*, s. 67.

przyzwalający, demokratyczny i restrykcyjny. Ich podstawowe atrybuty omówiono poniżej:

- model przyzwalający – wolność bez granic. Rozwiązywanie problemów następuje poprzez odpowiedzialność i perswazje. Wychowankowie sprawdzają granice, podważają i ignorują określone zasady i autorytety podejmując przepychanki słowne z wychowawcami. W modelu tym jedna strona wygrywa, druga przegrywa;
- model demokratyczny – wolność w ramach granic. W modelu tym rozwiązywanie problemów następuje poprzez współpracę. Obie strony wygrywają. Następuje tutaj równowaga pomiędzy szacunkiem a stanowczością. Osiągnięcie celu jest możliwe w krótszym czasie z użyciem mniejszej ilości energii jednocześnie bez ranienia uczuć;
- model restrykcyjny/autorytarny – granice bez wolności. W modelu tym rozwiązywanie problemów następuje siłą, bez jakiegokolwiek współpracy. Jedna strona przegrywa druga wygrywa. Wychowankowie reagują buntem, gniewem, uporem, wycofaniem na nawet podporządkowaniem pełnym lęku⁷.

Wytyczanie granic jest procesem uniwersalnym dla wszystkich rodziców/wychowawców. Jego celem jest, nauczenie dzieci zasad obowiązujących w rodzinie, społeczeństwie i w kulturze. Podstawą skutecznego wychowania jest wytyczanie granic, które pomagają funkcjonować dziecku w otaczającym je świecie. Odpowiednio wyznaczone granice pomagają dzieciom odkrywać świat w sposób mądry i bezpieczny. Granice odgrywają znaczącą rolę w procesie uczenia się, jednak przekazywane informacje mogą łatwo ulec zniekształceniu, jeśli wysyłane sygnały nie będą jednoznaczne. Granice wychowawcze pomagają zrozumieć reguły rządzące światem. Dzieci powinny wiedzieć, czego się od nich oczekuje, jakie są ich relacje z innymi ludźmi, jak daleko mogą się posunąć oraz co się dzieje, kiedy posuną się za daleko. W miarę dorastania potrzebują sposobu, by poznać swoje rosnące umiejętności i możliwości⁸.

Wytyczanie granic jest procesem dynamicznym. Dzieci zmieniają się, rosną i w miarę rozwoju dojrzewają do coraz większej wolności jak również odpowiedzialności. Określone granice oraz stopień swobody, siły i kontroli stwarzają kontekst dla rozwoju dziecka.

R. MacKenzie wyróżnia następujące rodzaje granic:

- granice zbyt restrykcyjne: granice są zbyt wąskie, aby zapewnić niezbędną swobodę dla prawidłowego rozwoju dziecka. Odmawiając mu wolności koniecznej do zdrowego testowania i odkrywania świata, rodzice ograniczają możliwości rozwoju i uczenia się dziecka;

⁷ R. MacKenzie, *Kiedy pozwolić? Kiedy zabronić?*, GWP, Gdańsk 2013, ss. 120-122.

⁸ *Ibidem*, ss. 124-125.

- granice zbyt szerokie: dzieci nie uczą się odpowiedzialności, ponieważ nie ponoszą konsekwencji swoich niewłaściwych wyborów. Konsekwencją tego są gorsze wyniki w nauce oraz zaburzone relacje rodzic-dziecko, ponieważ dzieci w coraz większym zakresie testują rodziców „co wolno a co nie” i coraz bardziej poszerzają granice. Może to doprowadzić do zaburzenia stabilności granic;
- granice niestabilne: prowokują one dzieci do nadmiernego testowania i buntu. Dziecko przeprowadza wielorakie testy, aby przekonać się co będzie tolerowane;
- granice zrównoważone: stwarzają idealne warunki dla rozwoju dziecka. Zapewniają dzieciom swobodę, która jest niezbędna dla zdobywania nowych umiejętności. Zmniejszają potrzebę testowania, jak również uczą dzieci odpowiedzialności⁹.

Wszystkie dzieci potrzebują określonej dozy swobody lecz również kontroli nad własnym życiem. Potrzebują granic szerokich dla testowania oraz zdobywania nowych umiejętności, a zarazem dość restrykcyjnych dla zapewnienia sobie bezpieczeństwa i nauki odpowiedzialności. Granice, które równoważą kontrolę i wolność, zapewniają optymalne warunki dla prawidłowego rozwoju.

Obowiązkiem wychowawców jest ułatwienie dorastania i rozwoju dziecka. Rodzic ma na celu przygotować swojego wychowanka do dorosłości. Cele wychowania powinny być realizowane poprzez zaspokojenie potrzeb fizycznych, emocjonalnych i edukacyjnych¹⁰. Tworząc bezpieczne otoczenie dla dziecka, troszcząc się o jego zdrowie i żywienie, zachęcając do uczestniczenia w zajęciach szkolnych, podejmując intelektualne wyzwania oraz stymulację rozwojową, sprostać można potrzebom fizycznym i edukacyjnym wychowanka. Natomiast potrzeby emocjonalne są zdecydowanie trudniejsze do zaspokojenia. Wychowawca powinien zadbać o atmosferę w domu, która powinna być pełna troski, zrozumienia i szacunku. Ponadto rodzic musi pozwolić dziecku, aby rozwijało się jako człowiek samodzielny o odrębnej osobowości, nawet jeśli nie spełnia ich oczekiwań.

Błędy wychowawcze

Błąd wychowawczy to zachowanie stanowiące realne ryzyko powstania szkodliwych skutków dla rozwoju dziecka. Skutki błędów wychowawczych mogą być doraźne lub odległe w czasie. Skutki doraźne to zaburzona inte-

⁹ R. MacKenzie, *op. cit.*, ss. 126-128.

¹⁰ T.E. Dąbrowska, B. Wojciechowska-Charlak, *Między praktyką a teorią wychowania*, Lublin 1997, s.47.

rakcja w relacji rodzic-dziecko, jak również postrzeganie rodzica jako niesprawiedliwego i niekompletnego. Skutki odległe w czasie prowadzą natomiast do negatywnych zmian osobowości lub jej zaburzeń¹¹.

Według O'Leary błąd wychowawczy to stosowanie nieefektywnych metod celem zapobiegania złemu zachowaniu dziecka¹². Natomiast K. Steede wyodrębnił dziesięć błędów wychowawczych. Są nimi:

Błąd 1. Wpajanie błędnych przekonań

Każdy rodzic chce jak najlepiej dla swojego dziecka. Kształtując pożyteczne umiejętności życiowe oraz ucząc dziecko systemu wartości, zupełnie nieświadomie może wpajać mniej pozytywne przekonania. Przykładem jest zachęcanie dziecka, aby wszystkie zadania, które podejmuje wykonywało jak najlepiej, ucząc tym samym, że we wszystkim musi być najlepsze. Często zmuszają dziecko by uczestniczyło w zajęciach, które w ogóle nie budzą jego zainteresowania, zapominając, że dziecko nie może być najlepsze we wszystkim. Tym samym wyrządzają nieświadomie krzywdę dziecku, któremu może spaść samoocena, widząc, że z pewnymi zadaniami sobie nie radzi. Aby uniknąć tego błędu, należy zachęcać dziecko do angażowania się w te działania, które je interesują i sprawiają przyjemność. Należy wytłumaczyć dziecku, że każdy człowiek ma inne zainteresowania i nie we wszystkim można być najlepszym¹³.

Błąd 2. Nieświadome prowokowanie złego zachowania

Każde dziecko pragnie skupiać na sobie uwagę rodziców. Jeżeli jest ignorowane będzie próbowało zwrócić na siebie uwagę poprzez złe zachowanie. Rodzice pochłonięci sprawami życia codziennego, często zapominają pochwalić dziecko, gdy dobrze wykona dane zadanie bądź gdy nie sprawia kłopotów. Czekają, aż dziecko źle się zachowa lub nie wykona swoich obowiązków i wówczas zaczynają reagować. Dla dziecka jest to szybka nauka – poprzez złe zachowanie osiągnie swój cel, zostanie zauważone. Aby uniknąć tego problemu, rodzice muszą szukać pozytywnych zachowań u swoich dzieci, a następnie nagradzać je pochwałą i uwagą¹⁴.

Błąd 3. Brak konsekwencji

Największa pułapka w jaką wpadają rodzice to brak konsekwencji. Jest to związane często z brakiem czasu, roztargnieniem, stresem czy też zwykłą nieuwagą. Niestety brak konsekwencji prowadzi do powstawania licznych problemów wychowawczych. Konsekwencja oznacza podążanie za przyjętymi zasadami oraz logiką. Jeżeli rodzic ustala pewną zasadę i informuje dziecko o konsekwencjach nieprzestrzegania jej, powinien zgodnie

¹¹ A. Gurycka, *Błąd w wychowaniu*, WFiP, Warszawa 1990, s. 24.

¹² F.G. O'Leary, *Parental discipline mistake*, „Current Directions in Psychological Science” 1995, no. 4(1), pp. 11-13.

¹³ K. Steede, *10 błędów popełnianych przez dobrych rodziców*, GWP, Sopot 2015, ss. 15-38.

¹⁴ *Ibidem*, ss. 39-50.

z tym postępować. Dziecko szybko uczy się sprawdzać, gdzie jest granica, szczególnie w przypadku, kiedy rodzice nie wywiązują się ze swoich oświadczeń. W takiej sytuacji niewiele wyegzekwują od dziecka. Te widząc, że rodzice nie wyciągają konsekwencji, nie zastosuje się do ich wymagań. Konsekwentne postępowanie jest bardzo potrzebne dziecku, daje ono poczucie bezpieczeństwa, przewidywalności, kontroli oraz uczy je jak ważne jest dotrzymywanie obietnic i wywiązywanie się z pewnych zobowiązań. Oczywiście, jeśli wymierza się karę za nierespektowanie się zasad, należy też pamiętać o nagrodach, kiedy dziecko sumiennie wykona swoje obowiązki. Nagroda to największa motywacja, uczy dziecko, że jego poświęcenie zostanie docenione¹⁵.

Błąd 4. Pułapki porozumiewania się

Najważniejszą umiejętnością rodziców jest umiejętność porozumiewania się ze swoim dzieckiem. Kiedy dziecko widzi, że może porozmawiać z rodzicami o własnych sprawach, czuje się ważne i może kontrolować sytuację. Odpowiednia komunikacja uczy dziecko rozwiązywania problemów i współpracy z innymi. Kiedy dziecko dorasta, rola rodzica w znacznym stopniu maleje. Traci on zdolność do bezpośredniego kontrolowania środowiska otaczającego dziecko, tym samym ograniczeniu ulega jego wpływ na postępowanie małoletniego. Uczciwy i otwarty dialog staje się wówczas najbardziej efektywną i często jedyną metodą wychowawczą. Nastolatek, który potrafi rozmawiać z rodzicami o swoich związkach, narkotykach czy seksie, ma większe szanse na łagodne i pomyślne przetrwanie tych burzliwych i niebezpiecznych lat. Aby komunikacja między dzieckiem i rodzicem była otwarta i skuteczna, dziecko musi czuć, że jest wysłuchiwane z pełną i szczerą uwagą. Jeżeli próba nawiązania rozmowy wywoła falę krytycznych uwag ze strony rodzica, dziecko zrezygnuje z dalszych rozmów¹⁶.

Błąd 5. Zrobię to za Ciebie

Naturalną rzeczą jest fakt, że dzieci wraz z rozwojem napotykają trudności, przeszkody oraz stają przed różnymi dylematami. Rodzice często chcą chronić swoje dziecko przed bólem i rozczarowaniem, którego sami kiedyś doznali, popadając w pułapkę „zrobię to za ciebie”. Nie jest to jednak dobra metoda. Rozwiązując problemy swoich dzieci, pozbawiają je możliwości uczenia się na własnych błędach, doprowadzając do tego, że stają się one w pełni zależne od swoich opiekunów. Tym samym, nie pozwalając dziecku doświadczać konsekwencji postępowania, budzą jego frustrację i zniechęcenie, poprzez ograniczenie rozwoju i dorastania. Najlepszą metodą jest pozwolić dziecku dokonywać wyborów, nawet jeśli wybory te nie są najlepsze. Dziecko poniesie konsekwencje i wyciągnie wnioski, które pomogą

¹⁵ K. Steede, *op. cit.*, ss. 51-63.

¹⁶ *Ibidem*, ss. 65-87.

mu w przyszłości podejmować bardziej trafne decyzje. Oczywiście należy wyłączyć z tej metody decyzje, które bezpośrednio mogą zagrażać dziecku¹⁷. Błędym zachowaniem rodzica jest zastępowanie dziecka w działaniu oraz przejmowaniu jego zadań. Właściwym zachowaniem jest pomoc oraz współdziałanie¹⁸.

Błąd 6. My przeciwko nim

Na relacje w rodzinie decydujący wpływ mają rodzice. To do nich należy ostatnie zdanie. Sytuacja ta budzi często złość, sfrustrowanie czy urażenie dziecka, prowadząc do buntu i zaostrzenia konfliktów. Ta nierówna walka może przyjąć różne formy. Najlepszą z nich jest forma nastawiona na współpracę, która jednoczy rodzinę w zgrany zespół, pozwalając na wspólne rozwiązywanie konfliktów. Dzieci nauczone zwracać się do rodziców o pomoc w rozwiązywaniu wszelkich problemów, są dużo pewniejsze siebie i czują się bardziej doceniane niż dzieci, których rodzice są mało dostępni. Jedną z najlepszych metod zbudowania atmosfery współpracy są regularne zebrania rodzinne, podczas których omawiane są bieżące kwestie, w tym zmartwienia, sugestie, osiągnięcia, uczucia czy też pytania. Każdy temat jest podejmowany i rozważany. Zebrania takie dają każdemu członkowi rodziny poczucie kontroli i siły ponieważ wszelkie poglądy czy troski zostają wysłuchane i docenione. Zdecydowanie rzadziej dochodzi do kłótni czy buntu poprzez ustalenie wspólnego rozwiązania. Dziecko czynnie uczestnicząc w spotkaniach czuje się ważnym członkiem rodziny¹⁹.

Błąd 7. Żelazna dyscyplina

W każdej rodzinie zdarzają się sytuacje, które wymagają wprowadzenie dyscypliny. Jest to wbrew pozorom skomplikowana kwestia, ponieważ rodzice mogą popełnić przy tym wiele błędów, prowadzących do obniżenia skuteczności próby dyscyplinowania bądź spowodować spadek samooceny dziecka. Jednym z najczęściej popełnianych błędów jest wprowadzanie dyscypliny w chwili zdenerwowania. Prowadzi to do wzmożonego ataku ze strony rodzica i pozycji obronnej ze strony dziecka. Jeżeli podejź się do problemu po wygaśnięciu emocji, bardziej prawdopodobne jest pozytywne jego rozwiązanie. Szczególnie istotną kwestią jest również stosowanie kar, które będą łatwe do wyegzekwowania. Jeżeli w chwili zdenerwowania rodzic wymierza dziecku karę np. zakaz wychodzenia z domu w czasie wolnym przez okres trzech tygodni, bardzo szybko może okazać się, że zakaz ten będzie trudny do utrzymania. Uczymy wówczas dziecko, że nie jesteśmy konsekwentni w swoich czynach i wszelkiego rodzaju kary przestaną spełniać swoją rolę. Dlatego wymiar kary powinien być dobrze przemyśla-

¹⁷ K. Steede, *op. cit.*, ss. 89-99.

¹⁸ A. Gurycka, *op. cit.*, s. 57.

¹⁹ K. Steede, *op. cit.*, ss. 103-112.

ny. Kolejnym ważnym czynnikiem dyscyplinującym jest dawanie wyboru. Zwiększa to u dziecka poczucie kontroli i zmniejsza potrzebę reagowania złością. Kiedy dyscyplina wprowadzana jest w odpowiedni sposób niesie ona pozytywną lekcję, z której dziecko uczy się, jak być samodzielnym, odpowiedzialnym i szczęśliwym²⁰. Właściwym zachowaniem rodzica jest też stawianie dziecku realnych wymagań oraz kontrola ich realizacji z wykorzystaniem systemu nagród i kar²¹.

Błąd 8. Rób to co mówię a nie to co robię

Jedną z podstawowych i najskuteczniejszych metod wychowawczych jest bycie wzorem dobrego zachowania. Jeżeli dziecko darzy szacunkiem swoich rodziców w naturalny sposób będzie brało z nich przykład. W związku z tym, zobowiązuje to rodziców do właściwego zachowania. Jeśli rodzic ma zwyczaj przeklinać, kiedy coś wyprowadzi go z równowagi, nie ma nic zadziwiającego w tym, że dziecko będzie używać podobnych słów, gdy np. zepsuje mu się zabawka. Jeśli podczas rozmowy ze znajomym rodzic mija się z prawdą, celem wykręcenia od niechcianego spotkania, nie powinno go zdziwić, że dziecko będzie kłamać kiedy np. zapyta je, kto zbił wazę. Podobna sytuacja ma miejsce kiedy dziecko widzi, że rodzic pali papierosy bądź pije alkohol. Można oczywiście pozytywnie wpływać na zachowanie dzieci, poprzez odpowiedni przykład do naśladowania. Wszelkie czyny rodziców mają o wiele większy wpływ na dziecko niż słowa. Jeśli rodzic współpracuje z dzieckiem, to będzie ono potrafiło współpracować z innymi. Jeśli widzi, że rodzice szanują uczucia i potrzeby drugiej osoby, będzie postępować tak samo²².

Błąd 9. Ignorowanie potrzeb i trudności dziecka

Każde dziecko jest wyjątkowe. Posiada wady, zalety, umiejętności, zainteresowania oraz słabości. Połączenie naturalnych predyspozycji i doświadczeń życiowych sprawia, że dzieci różnią się między sobą poziomem asertywności, nieśmiałości, aktywności, tolerancji na frustrację oraz wieloma innymi cechami. Niektóre z tych cech, są całkowicie pozytywne i powinno się je wspierać. Niestety niektóre skłonności mogą stwarzać problemy i powinny zostać jak najszybciej wyeliminowane. Sztuką jest rozpoznać, które cechy powinny być wzmacniane, a które należy moderować. Dziecko bardzo aktywne ruchowo, należy zachęcać do uprawiania sportów, ponieważ w ten sposób zostaną zaspokojone jego naturalne potrzeby. Dziecko zainteresowane muzyką zachęcić należy do uczestnictwa w zajęciach wokalnych, instrumentalnych czy tanecznych. Jednak jeśli dziecko jest zamknięte w sobie i woli zajęcia umysłowe, nie należy zmuszać go do upra-

²⁰ K. Steede, *op. cit.*, ss. 117-125.

²¹ A. Gurycka, *op. cit.*, s. 61.

²² *Ibidem*, ss. 129-137.

wiania sportu czy występów publicznych, ponieważ nie będzie się czuło komfortowo. Nie należy przejmować się, że dziecko sąsiadki świetnie gra na skrzypcach, ponieważ nasze tymczasem może być świetnym matematykiem czy biologiem²³.

Błąd 10. Hamowanie aktywności dziecka

Aktywność to główna cech rozwoju w okresie wczesnego dzieciństwa. Dziecko w określony sposób dąży do zaspokojenia swoich potrzeb. Sposób ten jest sprzeczny z wymaganiami społecznymi, prowadząc tym samym do konfliktu między rodzicem a dzieckiem²⁴.

Rodzic zniechęca dziecko do podejmowania pewnych działań, przerywa jego aktywność, zabrania, krytykuje, narzuca inny rodzaj aktywności²⁵.

Hamowanie aktywności dziecka może negatywnie wpłynąć na jego rozwój poznawczy, co w konsekwencji może doprowadzić do poważnych zaburzeń w kształtowaniu się osobowości²⁶.

Podsumowanie

Dorośli często zapominają, jak to jest być dzieckiem. Pochłonięci codziennymi obowiązkami, ograniczają swoje życie do pracy i obowiązków domowych, zapominając jak wiele można nauczyć się od dzieci. Jeśli będziemy aktywnie je obserwować i uczestniczyć w zabawach, pokażą nam jak piękne i fascynujące może być nasze życie. Dzieci odbierają codzienność w sposób bezpośredni i spontaniczny, każdego dnia poznają świat, który jest dla nich pełen magii, cudów i silnego wrażenia, że wszystko jest możliwe. Rzadko wracają wspomnieniami do tego, co stało się miesiąc temu, czy też ma się wydarzyć za tydzień. Jako nauczyciele własnych dzieci rodzice powinni pielęgnować ich naturalną ciekawość świata, radość i optymizm, jaki wnoszą w życie. Prowadzi to do obopólnych korzyści. Dziecko nauczone czerpać radość z każdego dnia jest bardziej uodpornione na potencjalne problemy w przyszłości, jak na przykład depresja, lęki, zaniżona samoocena. Rodzic natomiast zaczyna żyć chwilą, odnajduje radość we wszystkim co go spotyka, nawet w rzeczach małych. Większość problemów, które

²³ A. Gurycka, *op. cit.*, s. 139-157.

²⁴ A. Brzezińska, *Społeczna psychologia rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2002, s. 76.

²⁵ A. Gurycka, *op. cit.*, s. 49.

²⁶ G. Shugar, *Małe dziecko w sytuacji dwupodmiotowej. Jak powstaje i na czym polega struktura „Działanie wspólne”?* [w:] A. Gurycka, M. Kowta (red.), *Podmiotowość w doświadczeniach wychowawczych dzieci i młodzieży. Wychowanek jako podmiot działań*, Wydawnictwo UW, Warszawa 1999, s. 65.

przytłaczały do tej pory, przestaje mieć tak wielkie znaczenie²⁷.

Wychowanie dziecka to najważniejszy i najtrudniejszy proces w życiu każdego rodzica. Niestety nie sposób go przejść nie popełniając przy tym mniejszych bądź większych błędów. Nie oznacza to, że rodzic popełniający błędy to zły rodzic. Często owe błędy wynikają z niewiedzy bądź troski o dziecko. Najważniejsze aby z wychowania uczynić priorytet. Należy pozwolić dziecku na poznawanie otaczającego go świata, na podejmowanie decyzji, okazać mu uwagę i zainteresowanie, wspierać je i być dla niego wzorem.

Literatura

- Brzezińska A. , *Spółeczna psychologia rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2002.
- Dąbrowska T. E. , Wojciechowska-Charlak B. , *Między praktyką a teorią wychowania*, Lublin 1997.
- Gurycka A, *Błąd w wychowaniu*, WFiP, Warszawa 1990
- Łobocki M. , *Teoria wychowania w zarysie*, Impuls, Kraków 2010.
- MacKenzie R. , *Kiedy pozwolić? Kiedy zabronić?*, GWP, Gdańsk 2013.
- Okoń W. , *Wszystko o wychowaniu*, Żak, Warszawa 2007.
- O'Leary F. G. , *Parental discipline mistake*, „Current Directions in Psychological Science” 1995, no. 4(1).
- Rogge J. , *Co zrobić gdy dziecko?*, Świat Książki, Warszawa 2014.
- G. Shugar, *Małe dziecko w sytuacji dwupodmiotowej. Jak powstaje i na czym polega struktura „Działanie wspólne”?* [w:] A. Gurycka. M. Kowta (red.), *Podmiotowość w doświadczeniach wychowawczych dzieci i młodzieży. Wychowanek jako podmiot działań*, Wydawnictwo UW, Warszawa 1999.
- Steede K. , *10 błędów popełnianych przez dobrych rodziców*, GWP, Sopot 2015.
- Zarzecki L. , *Teoretyczne podstawy wychowania. Teoria i praktyka w zarysie*, Karkonoska Państwowa Szkoła wyższa, Jelenia Góra 2012.

²⁷ K. Steede, *op. cit.*, ss. 161-165.

THE AUTHORITY OF TRUTH: HOW TO AVOID PARENTING MISTAKES?

Summary

Raising a child is the most important and most difficult process in every parent's life. Modern upbringing is understood as a transformation and development of an individual. Its purpose is to teach children the rules applicable in the family, society and culture. The basis of effective parenting is setting boundaries that help the child function in the surrounding world. Appropriately set boundaries help children discover the world in a wise and safe way. The parent aims to prepare his child for adulthood. Goals of upbringing should be pursued through meeting physical, emotional and educational needs. Upbringing is not just setting goals and boundaries but also eliminating mistakes that are embedded in the process of parenting. Every parent, even the best one, makes mistakes in education. It is the most important to see and successively eliminate them. This attitude will lead to wise as well as effective upbringing of your child.

Autorzy

mgr Agnieszka Dębska

Uniwersytet Jana Kochanowskiego
w Kielcach
Wydział Lekarski i Nauk o Zdrowiu

mgr Agnieszka Zawadzka

Uniwersytet Jana Kochanowskiego
w Kielcach
Wydział Lekarski i Nauk o Zdrowiu

4 „WYCHOWANIE DO PIENIĄDZA”, CZYLI JAK WYCHOWAĆ MĄDREGO KONSUMENTA?

Sabina Waluś

Słowa kluczowe: dziecko, wychowanie, edukacja konsumencka.

Wprowadzenie

W XXI w. konsumpcja stała się integralną częścią życia każdego człowieka, przez co w coraz większym stopniu pochłania zarówno środki finansowe, jak i wolny czas ludzi. W społeczeństwie konsumpcyjnym niezwykle trudno jest bowiem nie być konsumentem, ponieważ człowiek jest przedmiotem nieustannego nacisku by konsumować. Te potrzeby i ambicje podsycają dodatkowo media masowe prezentując konsumpcję jako działalność ze wszech miar pożądaną: źródło satysfakcji, poważania wśród ludzi czy po prostu szczęścia¹. Niepokojące jest to, iż wspomniane społeczeństwo konsumpcyjne bardzo szybko się zmienia. Aktualnie już coraz młodsze dzieci stają się samodzielnymi uczestnikami rynku, co zaledwie jeszcze kilkanaście lat temu było czymś niespotykanym.

Celem opracowania jest próba analizy oraz oceny problematyki edukacji konsumenckiej dzieci, ujmowanej w tym miejscu jako zagadnienie *stricte* pedagogiczne w szerokim rozumieniu. Zdaniem Autorki, rozszerzenie pola zainteresowań pedagogicznych o fakty i zjawiska związane z edukacją konsumencką, które to mają realne znaczenie dla rozwoju i wychowania dziecka, ale które nie mieszczą się w tradycyjnie pojmowanym obszarze oddziaływań edukacyjnych, jest ogromnie ważne².

Edukacja konsumencka najmłodszych

Termin „konsumpcja” wywodzi się z łaciny (*consumo, consumptio*) i oznacza: jedzenie, spożywanie, używanie³. Konsumpcja od zawsze zajmowała

¹ M. Lisowska-Magdziarz, *Pasażer z tylnego siedzenia. Media, reklama i wychowanie w społeczeństwie konsumpcyjnym*, Oficyna Wydawnicza Łośgraf, Warszawa 2010, s. 13.

² P. Kossowski, *Dziecko i reklama telewizyjna*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 1999, ss. 19-20.

³ C. Bywalec, *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, PWN, Warszawa 2007, ss.13-14.

szczególne miejsce w życiu człowieka, jednak z biegiem lat nabrała coraz większego znaczenia, a jej podmiotem stają się już coraz młodszy członkowie społeczeństwa, chociażby przez chęć uzyskania akceptacji rówieśników. Jak przyznaje większość Polaków – rozmawiają oni w domu o finansach, ale prawie połowa z nich nie włącza do takich rozmów dzieci. Zdecydowana większość (aż 65%) nie daje również dzieciom kieszonkowego. Wyraźnie widać, iż poza przekazywaniem wiedzy w teorii, polskie rodziny niewiele robią, by wychować dojrzałe finansowo potomstwo⁴. Zastanawiające jest również, czy opiekunowie posiadają wiedzę na odpowiednim poziomie, którą później przekazują najmłodszym, ponieważ refleksje z badania „Postawy Polaków wobec oszczędzania” za 2014 r.⁵ są niepokojące. Polacy subiektywnie dosyć dobrze oceniają stan swojej wiedzy finansowej, ale ich wiedza obiektywna jest skromna. Przeciętny rodzic woli zapytać o poradę finansową znajomego niż dobrego eksperta. Poza tym, większość Polaków planuje swoje budżety co najwyżej na 30 dni do przodu dlatego też, co roku zaskakują ich wydatki na święta czy wakacje, przez co wydają w tym czasie więcej niż by chcieli⁶.

W obecnych czasach pieniądze w coraz większym stopniu określają ludzki status społeczny, przypisując tym samym człowiekowi do określonych klas społecznych, co sprawia, że łatwo poczuć się lepszym albo gorszym. Mówiąc o sytuacji ekonomicznej w kontekście rodziny, mamy najczęściej na myśli bariery jakie rodzina musi pokonać, aby zaspokoić potrzeby jej członków. Problemy z wychowaniem dzieci na świadomych konsumentów dotyczą w równym stopniu zarówno rodziny dobrze sytuowane jak też rodziny w których sytuacja materialna jest trudna⁷.

Uczenie dzieci świadomości ekonomicznej nie polega tylko na nauce gospodarowania środkami finansowymi czy pobudzaniu w najmłodszych ducha przedsiębiorczości. Rolą edukacji konsumenckiej w odniesieniu do dzieci jest kształtowanie świadomego obywatela i konsumenta, odpowiedzialnego za każdego człowieka czy środowisko naturalne oraz wpajanie prawidłowych nawyków i przyzwyczajzeń konsumenckich. Z tego też powodu, rozmowy o pieniądzu z dziećmi to obowiązek i warto zacząć je jak najwcześniej, dopasowując problemy i język do wieku dziecka⁸. Tylko dys-

⁴ Czy Polacy potrafią rozmawiać z dziećmi o pieniądzu? Zaskakujące wyniki badań. <http://dzieci-licza-pieniadze.pl/czy-polacy-potrafia-rozmawiac-z-dziecmi-o-pieniadzach-zaskakujace-wyniki-badania/> (online: 29.07.2017).

⁵ Zob. więcej: *Postawy Polaków wobec oszczędzania*, Raport Fundacji Kronenberga przy City Handlowy, TNS Polska, Warszawa 2013, ss. 5-49, http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/files/fk_oszcz_2013.pdf.

⁶ M. Lemańska, *Zrozumieć świat pieniądza*, „Rzeczpospolita. PlusMinus” 2017, nr 169, s.14.

⁷ A. Przygoda, *Problemy wychowania dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym w czasach dynamicznych przemian*, „Nauczanie Początkowe” 2016, nr 3, s. 15.

⁸ A. Olechnowicz, *Problemy ekonomiczne. Obszar rozmów z dzieckiem*, Gdańsk 2016, s. 30,

ponujące odpowiednią wiedzą, dzieci są w stanie oprzeć się nieuczciwym praktykom marketingowym wielkich koncernów. Konsument nieznający swoich praw są szczególnie łatwym obiektem tychże manipulacji⁹. Edukacja konsumencka jest procesem długotrwałym, wymagającym działań ciągłych i systematycznych¹⁰. Jej celem jest zachęcanie jednostek do analizowania i podejmowania osobistych decyzji w oparciu o wartości, biorąc pod uwagę ich potrzeby i wymagania. Dotyczy ona przede wszystkim postaw i wiedzy potrzebnych do życia w społeczeństwie konsumpcyjnym, a skoncentrowana jest na kształtowaniu umiejętności, co odróżnia edukację konsumencką od informacji konsumenckiej, która umożliwia jedynie wykorzystanie informacji konsumenckiej w taki sposób, aby człowiek (konsument) mógł ostatecznie podejmować przemyślane decyzje. Stąd obszarami dla edukacji konsumenckiej są przede wszystkim:

- obszar kształcenia szkolnego (szkoły);
- pozaszkolnego (kursy, kluby młodzieżowe);
- nieformalnego (bez konkretnie określonego celu oraz obszaru nauczenia)¹¹.

Jednak niezwykle ważną rolę w tym zakresie odgrywa rodzina dziecka, która towarzyszy młodej osobie na każdym etapie jej rozwoju biologicznego a zarazem i konsumenckiego. Można zauważyć jeszcze jedną zależność, tj. im dziecko starsze, tym większy wpływ na edukację finansową ma szkoła, która daje szansę na nadrobienie wychowawczych deficytów w tym zakresie. Młodzież ponadgimnazjalna jest już na tyle ukształtowana, że nie zawsze chce czerpać wzorce z domu i kiedy zauważa tam pewne nieprawidłowości, poszukuje nowych rozwiązań. Wtedy bardzo często pomaga edukacja finansowa prowadzona w szkole oraz przeróżne programy realizowane przez banki czy inne instytucje¹².

<http://www.uniwersytet-dzieciocy.pl/files/document/fab0428ea1c9e9ffee395d81481098931462657209.pdf> (online: 20.08.2017).

⁹ E. Lewicka-Strzałecka, *O naturze praw konsumenckich, w szczególności o prawie konsumentów do edukacji*, [w:] A. Lewicka-Strzałecka (red.), *Edukacja konsumencka. Cele, instrumenty, dobre praktyki*, WSPiZ, Warszawa 2006, s. 30.

¹⁰ A. Zawartko, *Działania edukacyjno-informacyjne Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów*, [w:] A. Lewicka-Strzałecka (red.), *Edukacja konsumencka. Cele, instrumenty, dobre praktyki*, WSPiZ, Warszawa 2006, s. 39.

¹¹ A. Dąbrowska i in., *Wprowadzenie do edukacji konsumenckiej*, Urząd Oficjalnych Publikacji Wspólnot Europejskich, Luksemburg 2008, s. 2.

¹² M. Lemańska, *Zrozumieć świat pieniądza*, „Rzeczpospolita. Plus Minus” 2017, nr 169, s.14.

Wychowanie do roli konsumenta

Obecnie już nawet noworodki są traktowane jako konsumenci – co prawda nie samodzielni – ale to właśnie przez rodziców, marketingowcy i producenci, starają się dotrzeć do tej grupy odbiorczej. W ich przypadku pierwsze preferencje dotyczące produktów pojawiają się już około drugiego roku życia. W tym wieku dziecko zaczyna rozumieć związek między tym, co widzi w reklamie a produktem, który jest dostępny w sklepie. Potrafi to około 40% dwulatków¹³. W tym czasie słaba jest jeszcze orientacja dzieci na temat źródeł pochodzenia pieniędzy. Do około piątego roku życia dzieci są przekonane, że rodzice, a w szczególności ojciec, zawsze posiada gotówkę, mimo iż często mają okazję obserwować, jak dorośli wychodzą z domu, aby pójść do pracy¹⁴. Dziecko nie dostrzega również związku między tym, że rodzice pracują a tym, na co rodzinę stać bądź też nie stać. Dlatego też, jest to odpowiedni czas, na zaszczepienie w dziecku wiedzy o finansach np. poprzez naukę dysponowania małymi kwotami gotówki, dając niewielkie kieszonkowe. W ten sposób dziecko uczy się podejmować pierwsze decyzje finansowe oraz powoli poznaje wartość pieniądza. Jednak nauka oszczędzania, to nie tylko dobry pomysł na gromadzenie pieniędzy, ale również na pokazanie źródeł i możliwości ich zarabiania. Oczywiście, rodzic nadal może mieć wpływ na decyzje finansowe swej pociechy, np. poprzez doradzenie, by nie kupowało w tym momencie lizaka, skoro zaraz będzie obiad. Inna sytuacja jest wtedy, kiedy dziecko chce kupić kolejną w tygodniu zabawkę. Może ją kupić z kieszonkowego, jednak warto je uświadomić, że jeśli wyda kieszonkowe na taki cel, to nie będzie miało pieniędzy na inny¹⁵.

Jeszcze inną formą edukacji finansowej, jest poszukiwanie sposobu na to, aby zdobyć pieniądze na jakiś wymarzony przez malucha przedmiot. Przykładowo, jeśli kieszonkowe nie wystarcza, można zachęcić dziecko do wykonania jakiejś pracy plastycznej np. kartek na święta, które potem może zakupić rodzina lub znajomi. Dzięki takim działaniom dziecko ma poczucie kompetencji oraz sprawczości finansowej, przez co dowiaduje się, że pieniądze trzeba samodzielnie zarobić¹⁶.

Dzieci wychowane w społeczeństwach konsumujących, zwykle między trzecim a siódmym rokiem życia znają już i rozumieją typowe zachowania towarzyszące zakupom. Jednak przeciętny czterolatek nie rozumie jeszcze w pełni celu i sensu tych czynności. Dla dzieci w tym wieku, sklep istnieje

¹³ Szlendak T., *Komercjalizacja dzieciństwa. Kilka uwag krytycznych o niewygodach wychowania dzieci w kulturze konsumpcji*, „Kultura i Edukacja” 2005, nr 2, s. 23.

¹⁴ M. Goszczyńska, S. Kołodziej, A. Trzcńska, *Uwikłani w świat pieniądza i konsumpcji. O socjalizacji ekonomicznej dzieci i młodzieży*, Difin, Warszawa 2012, s. 23.

¹⁵ M. Lemańska, *op. cit.*, s.14.

¹⁶ *Ibidem*, s.15.

po to, żeby sprawiać mu przyjemność i dawać te rzeczy, na które ma ochotę. W tej sytuacji trudno się dziwić atakom złości na zakupach, gdy okazuje się, że czegoś w sklepie nie można otrzymać¹⁷.

Rytuał bycia na zakupach to jeden z ważniejszych momentów, gdy dorośli i dzieci mogą być razem i gdy – przynajmniej z pozoru – funkcjonują na takim samym poziomie. Zakupy dają zarówno dzieciom, jak i dorosłym równy status konsumenta. Dla dzieci to poczucie podmiotowości, wraz z przyjemnością czerpaną z bycia z dorosłymi (którzy zwykle poświęcają im za mało czasu) sprawia, iż zakupy stają się wyczekiwany sposób zagospodarowania wolnej chwili. Jednak to poczucie równości jest złudne, ponieważ to dorośli płacą i to oni (teoretycznie) powinni mieć ostatnie słowo. Bliższa obserwacja dowodzi, że nawet to nie jest całkiem prawdziwe¹⁸. Badania pokazują, iż dzieci niezwykle często wywierają wpływ na swych opiekunów w przypadku produktów, których same są konsumentami – płatków śniadaniowych, słodczy, zabawek, ubrań czy przyborów szkolnych¹⁹.

Miedzy ósmym a dziesiątym rokiem życia zdecydowana większość dzieci ma już opanowaną wiedzę o liczbowej wartości pieniądza i znaczeniu transakcji monetarnych. Dzieci w tym wieku są w stanie prawidłowo przyporządkować ceny różnym towarom i uszeregować je od najtańszego do najdroższego. W okresie dorastania dzieci zaczynają dostrzegać prawa rządzące rynkiem oraz pozycję własnej rodziny w strukturze społecznej. Pogłębia się przez to ich wiedza na temat różnic i nierówności społecznych pojmowanych w kategoriach klasowych i przynależności grupowych. Dla przykładu, dzieci z klasy średniej, żyjąc w stosunkowo zamożnym środowisku, są przekonane o łatwym dostępie do pieniędzy, a ich stwierdzenie, że ojcowie zawsze mają pieniądze w portfelu, jest opisaniem naturalnego dla nich stanu rzeczy. Z kolei dzieci z biednych rodzin, które utrzymują się głównie z zasiłków wypłacanych przez państwo, uogólniają swoje doświadczenia wyniesione z domu, stwierdzając, że właściciele sklepów również otrzymują pieniądze z opieki społecznej, nawet gdy zarabiają na sprzedaży towarów²⁰. Jak twierdzi J. Bartosiewicz²¹, analizując wyniki badań przeprowadzonych przez zachodnich psychologów ekonomicznych, przekonania dzieci o istnieniu innych niż praca źródeł pozyskiwania pieniędzy są odzwierciedleniem doświadczenia sytuacji ubóstwa lub dobrobytu, który kojarzony jest z łatwym otrzymaniem pieniędzy, bez koniecz-

¹⁷ M. Lisowska-Magdziarz, *op. cit.*, s. 46.

¹⁸ *Ibidem*, s. 133.

¹⁹ M. Niesiobędzka, *Udział dzieci w decyzjach konsumenckich dotyczących produktów przeznaczonych do ich użytku*, „Kwartalnik Pedagogiczny” 2009, nr 1, s. 116.

²⁰ M. Goszczyńska, S. Kołodziej, A. Trzcińska, *op. cit.*, s. 24.

²¹ *Ibidem*, s. 24.

ności zapracowania na nie. Nasuwa się więc ogólny wniosek, że pojmowanie pojęcia pieniądza i zrozumienie jego różnych funkcji jest długotrwałym procesem, w którym istotną rolę odgrywają dojrzewanie i środowisko społeczne, w jakim wychowuje się dziecko. Trzecim, nie mniej istotnym czynnikiem warunkującym rozwój myślenia ekonomicznego, jest własna aktywność dziecka. W tym celu jednak niezbędna jest edukacja konsumencka na każdej płaszczyźnie życia młodego człowieka, a warto ją zacząć jak najwcześniej. Dziecko w okresie szkoły podstawowej powinno już wiedzieć, czym jest sytuacja ekonomiczna rodziny oraz zdawać sobie sprawę, że trzeba się do niej dostosować. Służy temu przede wszystkim rozmowa o tym ile rodzice zarabiają, jednak bez szczegółów i tak by pokazać dziecku skalę wydatków i zilustrować je na jakichś prostych przykładach. Z dziećmi w wieku wczesnoszkolnym warto zabawić się używając prostych działań matematycznych, ponieważ to wtedy najszybciej się uczą.

Dzieci, które uczęszczają do gimnazjum czy liceum można uczyć gospodarowania pieniędzmi czy zachowań konsumenckich za sprawą powiększonego kieszonkowego, by to one decydowały, na co przeznaczyć otrzymane środki, przez co uczą się podejmować pierwsze decyzje finansowe a zarazem konsumenckie. W tym wieku dorośli nie są już dla dzieci autorytetami w kwestiach stylu, więc lepiej wspierać ich samodzielność. To ważne, żeby dziecko miało swobodę wyboru, ponieważ w ten sposób uczy się je też odpowiedzialności oraz tego, że dziecko potrafi samo o sobie zdecydować²². W edukacji finansowej młodzieży pomagają aktualnie różne programy, takie jak: „Moje finanse” czy „Ekonomia na co dzień”. Uczą one odróżniania potrzeb od zachcianek, szukania motywów wydawania pieniędzy czy stawiania sobie celów. Podczas takich zajęć dzieci dowiadują się, że jeśli mają dług, to należy go spłacić a nie zwlekać, otrzymują informacje na temat bezpiecznego przechowywania kart płatniczych czy pieniędzy oraz dostają praktyczną wiedzę dotyczącą wykorzystania Internetu w celach finansowych²³. Programy te najczęściej trafiają do szkół z małych miejscowości²⁴.

Rozmowa o pieniądzach to jednocześnie rozmowa o wartościach, bo tak naprawdę to one za nimi stoją. Niezależnie od tego, czy w domu panuje dostatek, czy się nie wie, temat różnic społecznych i statusu jaki dają pieniądze podjąć trzeba. W zamożnych domach można uświadomić dziecku, że pieniądze nie biorą się znikąd, w domach z niedostatkiem koniecznością jest rozmowa o tym, co się dzieje, dlaczego na wszystkim się oszczęd-

²² *Jak rozmawiać z dzieckiem o pieniądzach?*, <https://www.hebe.pl/2016/3/31/jak-rozmawiac-z-dziekiem-o-pieniadzach> (online: 28.07.2017).

²³ M. Lemańska, *op. cit.*, s. 15.

²⁴ *Ibidem*, s. 14.

dza. Nie warto jednak odbierać dziecku wszystkich przyjemności. Ważne też, by dziecko nie czuło się współodpowiedzialne za sytuację ekonomiczną i uświadomić mu, że nie ma na nią wpływu.

Z całą pewnością można zatem stwierdzić, iż trzon działań edukacji konsumenckiej najmłodszych stanowią rodzice. Działania ukierunkowane na kształtowanie u dzieci niekonsumpcyjnego systemu wartości można zaobserwować nawet w konsumpcyjnie nastawionych rodzinach. Dobrze wykształceni rodzice z klasy średniej często dostrzegają zagrożenia i niepokoje, jakie niesie za sobą nadmierne zaufanie do wartości konsumpcyjnych oraz rozpatrują swoje życiowe wybory w świetle wartości autotelicznych jako ważniejszych od rzeczy materialnych. Bezrefleksyjny konsumpcjonizm czy pogoń za pieniędzmi są przez nich krytykowane jako wyraz bezmyślności albo niskiego poziomu rozwoju moralnego, nawet przez tę część z nich, która jest zaangażowana w realizację konsumpcyjnego modelu życia. Bardziej zamożni rodzice dzieci są całkowicie przekonani, że realizują konsumpcyjny model życia tylko w takim zakresie, w jakim jest to niezbędne. Grupa ta jest dumna ze swego antykonsumpcyjnego nastawienia i chętnie je podkreśla, często w opozycji do bezrefleksyjnej pogoni za konsumpcją klas niższych (albo wyższych) od własnej. To ludzie zainteresowani ochroną środowiska naturalnego, więc konsumowanie świadome jest ujmowane jako wyznacznik świadomego, zdrowego, ekologicznego stylu życia²⁵.

Pomocne w wychowaniu dziecka właściwie rozumiejącego konsumowanie dóbr i usług mogą okazać się instytucje kształcenia szkolnego, pozaszkolnego i nieformalnego. Jednak należy mieć na uwadze, iż nie można całego ciężaru zrzucić na tego typu organizacje, ponieważ one wspierają tylko to, co wypracuje się w domach. Największa odpowiedzialność w tym zakresie spoczywa na rodzicach. Jednak jeżeli podejną oni do sprawy odpowiedzialnie, to z pewnością wychowają mądrego i świadomego ważnych życiowych wartości człowieka, który będzie kierował się w życiu ważniejszymi priorytetami niż bogactwo materialne i wysoka pozycja społeczna. W wielu krajach istnieje narodowa strategia edukacji finansowej, nad którą najczęściej sprawują pieczę banki centralne i ministerstwa finansów (przykładowo w Holandii jest to narodowy program zarządzania budżetem rodzinnym). W Polsce poszczególne programy finansują prywatni przedsiębiorcy lub banki (spółdzielcze lub Narodowy Bank Polski), ale także fundacje np. PZU²⁶.

²⁵ M. Lisowska-Magdżiarz, *op. cit.*, ss. 360-362.

²⁶ M. Lemańska, *op. cit.*, s. 15.

Podsumowanie

Chociaż działań edukacyjnych dotyczących finansów na rzecz młodych osób podejmowanych przez firmy i instytucje jest coraz więcej, by zaczęły przynosić one efekty trzeba konsekwentnie prowadzić je latami. Związek Banków Polskich twierdzi, iż edukacja taka będzie miała sens, jeśli ukończy ją przynajmniej dziesięć roczników. Z dobrymi nawykami finansowymi jest podobnie jak np. z oszczędzaniem energii czy wody. Ciekące krany nikomu w Polsce nie przeszkadzały do czasu, kiedy nie zaczęto płacić za wodę. Dziś większość społeczeństwa jest znacznie bardziej ekologiczna i „świadoma”. Jednak nasuwa się pytanie, czy to społeczeństwo nabywa dobre nawyki czy może, gdyby woda znów była za darmo, to wrócono by to starych przyzwyczajień²⁷? Zatem istota edukacji ekonomicznej sprowadza się do tego, by młody człowiek wchodząc w dorosłe życie rozumiał, jak ważna jest systematyczność, powtarzalność i umiar, że konsumpcja generuje koszty, a inwestycje z kolei nierozzerwalnie wiążą się z ryzykiem – i przede wszystkim – że znacznie ważniejsze niż posiadane dużej ilości dóbr materialnych jest to, jakim jest się człowiekiem²⁸.

Abstrahując od roli szkoły i innych instytucji, będąc rodzicem i rozważając różne aspekty konsumpcjonizmu, szczególnie łatwo popaść w obsesję dostrzegając trening do roli konsumenta we wszystkich okolicznościach, w jakich znajduje się dziecko. Natura życia społecznego w erze zaawansowanej konsumpcji jest taka, że wysiłek wychowawczy opiekunów, nastawiony na planowe ukształtowanie nie-konsumenta, pomimo szczerych chęci, może się okazać nieskuteczny. W sytuacji notorycznego nacisku kultury promocyjnej, społecznego przymusu konsumowania oraz braku innej, sensownej alternatywy, rodzicom może nie przyjść z pomocą żadna z nowoczesnych instytucji, odpowiedzialnych za kształtowanie człowieka oraz obywatela – ani kościół, który coraz częściej przejmuje od kultury promocyjnej sposób komunikowania się z wiernymi, nie zmieniając jednocześnie swej anachronicznej wizji świata, ani też media publiczne, które w Polsce niemal bez wyjątku oddały pole kulturze komercyjnej. Z tego względu, rozwiązaniem wydaje się być próba wychowania człowieka kompetentnie i trzeźwo reagującego na pokusy kultury konsumpcyjnej, ale także potrafiącego korzystać z przyjemności, których ona dostarcza. Trzeba w to włożyć pewną ilość świadomego wysiłku. Konieczna jest zdolność do refleksji nad wartościami i zasadami tej kultury oraz autorefleksja nad własnymi działaniami²⁹.

²⁷ M. Lemańska, *op. cit.*, s. 15.

²⁸ *Ibidem*, s. 13.

²⁹ M. Lisowska-Magdziarz, *op. cit.*, s. 363.

Literatura

- Bywalec C., *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, PWN, Warszawa 2007.
- Gomolla W., *Dzień bez zakupów – mali konsumenci*, „Oświatowy Miejski Serwis Informatyczny” 2011, nr 9.
- Goszczyńska M., Kołodziej S., Trzcńska A., *Uwiktani w świat pieniądza i konsumpcji. O socjalizacji ekonomicznej dzieci i młodzieży*, Difin, Warszawa 2012.
- Lemańska M., Zrozumieć świat pieniądza, „Rzeczpospolita. PlusMinus” 2017, nr 169.
- Lewicka-Strzałecka E., *O naturze praw konsumenckich, w szczególności o prawie konsumentów do edukacji* [w:] A. Lewicka-Strzałecka (red.), *Edukacja konsumencka. Cele, instrumenty, dobre praktyki*, WSPiZ, Warszawa 2006.
- Lisowska-Magdziarz M., *Pasażer z tylnego siedzenia. Media, reklama i wychowanie w społeczeństwie konsumpcyjnym*, Oficyna Wydawnicza Łośgraf, Warszawa 2010.
- Niesiołowska M., *Udział dzieci w decyzjach konsumenckich dotyczących produktów przeznaczonych do ich użytku*, „Kwartalnik Pedagogiczny” 2009, nr 1.
- Przygoda A., *Problemy wychowania dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym w czasach dynamicznych przemian*, „Nauczanie początkowe” 2016, nr 3.
- Szlendak T., *Komercjalizacja dzieciństwa. Kilka uwag krytycznych o niewygodach wychowania dzieci w kulturze konsumpcji*, „Kultura i Edukacja” 2005, nr 2.
- Zawartko A., *Działania edukacyjno-informacyjne Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* [w:] A. Lewicka-Strzałecka (red.), *Edukacja konsumencka. Cele, instrumenty, dobre praktyki*, WSPiZ, Warszawa 2006.

Źródła internetowe

- Czy Polacy potrafią rozmawiać z dziećmi o pieniądzach? Zaskakujące wyniki badań.*
<http://dzieci-licza-pieniadze.pl/czy-polacy-potrafia-rozmawiac-z-dziecmi-o-pieniadzach-zaskakujace-wyniki-badania/>
- Jak rozmawiać z dzieckiem o pieniądzach?*,
<https://www.hebe.pl/2016/3/31/jak-rozmawiac-z-dzieckiem-o-pieniadzach>
- Olechnowicz A., *Problemy ekonomiczne. Obszar rozmów z dzieckiem*, Gdańsk 2016,
<http://www.uniwersytet-dzieciocy.pl/files/document/fab0428ea1c9e9ffee395d81481098931462657209.pdf>
- Postawy Polaków wobec oszczędzania*, Raport Fundacji Kronenberga przy City Handlowy, TNS Polska, Warszawa 2013.
http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/files/fk_oszcz_2013.pdf

4. „WYCHOWANIE DO PIENIĄDZA”, CZYLI JAK WYCHOWAĆ MĄDREGO KONSUMENTA?

EDUCATION TOWARDS MONEY, HOW TO EDUCATE A SMART CUSTOMER?

Summary

Nowadays already smaller and smaller children become independent consumers, so they are of interest to both producers and marketers. Important role in this process is played by parents, who take their children shopping from the first months of life, thus teaching consumer behavior. Therefore, if from the earliest years a child grows up in a world filled with consumption, then it will begin to control their lives in this way. Besides, this lifestyle encourages children to have more and more material goods, no matter what. Their pursuit of fashionable gadgets or clothes is to provide them with the prestige and the right place in the peer group, but by such proceedings they only fall into a vicious circle of meeting their ever-newer shopping desires. Already, more and more often in young people's opinion 'who you are' does not matter in contrast to 'what you have'. Therefore, consumer education is important, which in the era of commercialization of childhood plays an important role.

Keywords: child, consumer education.

Autor

mgr Sabina Waluś
Uniwersytet Opolski
Instytut Nauk Pedagogicznych

5 WYCHOWANIE NAJMŁODSZYCH DO KORZYSTANIA Z NOWYCH MEDIÓW

Sabina Waluś

Słowa kluczowe: dziecko, wychowanie, nowe media, uzależnienie.

Wprowadzenie

Obecność nowych mediów w życiu młodego pokolenia jest faktem. Świat dzieci i nastolatków zdominowały smartfony i komputery, które coraz wcześniej wkraczają w bezpośrednie otoczenie dziecka i coraz intensywniej wypełniają jego czas przeznaczony na zabawę, naukę, rozrywkę czy sen. Dlatego też dorastanie najmłodszych odbywa się coraz bardziej w wirtualnym świecie, często poza zasięgiem rodziców czy opiekunów a osobiste kontakty z rówieśnikami zastępują im rozmowy na portalach społecznościowych¹. Z badań wynika, że użytkownikami laptopów, smartfonów czy tabletów w dużej mierze stają się już bardzo małe dzieci (dwulatki lub trzylatki), a wspomniane urządzenia są dla dzieci bardziej atrakcyjne niż tradycyjne klocki czy gry planszowe. Paradoksalnie, w pierwszej kolejności to sami rodzice zapoznają dzieci z nowymi mediami. Z doniesień amerykańskich badań wynika, że 65% rodziców używa sprzętu mobilnego do uspokajania dziecka, 60% stosuje go do zabawiania maluchów np. podczas robienia zakupów, a 29% wykorzystuje do usypiania swych pociech². Jednocześnie wskazuje się, że z nałogowym używaniem nowych mediów mogą mieć już problem dzieci w szkole podstawowej, co po części wiąże się również z okresem komunijnym, kiedy modny gadżet zastępuje tradycyjny prezent. Rodzicom i wychowawcom trudno jest czasem zrozumieć, że wychowanie młodego pokolenia w dobie nowych mediów nie może przebiegać według dotychczasowych schematów działania³.

Celem rozdziału jest analiza i ocena funkcjonowania nowych mediów

¹ L.A. Wiśniewska, „Myszka i co dalej”. Szanse i zagrożenia z dorastaniem online [w:] M. Banasiak, A. Wołowska (red.), *Szkoło, jaka jesteś? Problemy nauczycieli i uczniów we współczesnej szkole*, Difin, Warszawa 2015, s. 32.

² *Coraz młodsze dzieci korzystają ze smartfonów... nawet niemowlęta*, <http://technowinki.onet.pl/coraz-mlodsze-dzieci-korzystaja-ze-smartfonow-nawet-niemowleta/hbg2c1> (online: 26.07.2017).

³ E. Krzyżak-Szymańska, *Wychowanie dzieci do korzystania z nowych mediów*, „Remedium” 2015, nr 9, s. 1.

obecnych w życiu dzieci w kontekście kluczowych zagrożeń związanych z ich użytkowaniem przez najmłodszych członków społeczeństwa.

Nowe media i ich miejsce w życiu dzieci i młodzieży

Jeszcze do niedawna dużym problemem wśród dzieci i młodzieży było nadmierne korzystanie z telefonów komórkowych, jednak obecnie sytuacja wygląda znacznie gorzej, gdyż krąg urządzeń absorbujących czas najmłodszych znacznie się poszerzył. Tytułowe nowe media (w najszerszym znaczeniu) to media, które korzystają z urządzeń, nośników i systemów elektronicznych, działających w oparciu o informacje przetwarzane w systemie cyfrowym⁴, może to być np. Internet czy inne nowości technologiczne, które służą do komunikowania się czy zabawy. Nie dziwi zatem fakt, iż najmłodszy są wprost zafascynowani tego typu urządzeniami, skoro one bezustannie ich zaskakują. W Polsce ponad 40% dzieci przed drugim rokiem życia korzysta z urządzeń mobilnych, a blisko 30% dzieci w tym wieku używa ich codziennie, zatem w cyberświat wchodzi już coraz młodszy użytkownicy⁵. Z wydanego niedawno przez Centrum Profilaktyki Społecznej raportu „Cyfrowe Dzieci” wynika, że z komputerów i smartfonów korzystają już niemal wszyscy badani gimnazjaliści (98% z nich używa codziennie komputera, a 89% telefon)⁶. O ile nad młodszymi dziećmi opieka jest sprawowana jeszcze w większym zakresie, tak gimnazjalistom rodzice zostawiają większą swobodę. W konsekwencji 80% z nich jest *online* do późnych godzin nocnych, a co drugi kończy aktywność godzinę przed północą⁷. Połowa starszych uczniów pasjonuje się grami. Jednak znajdują oni czas również na słuchanie muzyki, pisanie krótkich wiadomości tekstowych (tzw. SMS) czy kontakty w portalach społecznościowych. Konto na *Facebooku* ma już 98% nastolatków i 42% młodszych dzieci⁸. Ekspertki jednak ostrzegają, ponieważ większość rodziców tak naprawdę nie wie, co ich pociechy robią w sieci. Poza tym potwierdzono, iż zbyt długie korzystanie z nowych mediów może mieć niekorzystny wpływ na rozwój dziecka (zarówno psychiczny, jak i fizyczny), gdyż coraz więcej uczniów ma zaburzenia wynikające z surfowania w sieci a wirtualny świat często przesłania im realny⁹.

⁴ *Nowe media. Elementarz*, users.uj.edu.pl/~usgoban/files/nowe_media_elementarz.ppt (online: 29.07.2017).

⁵ M. Goetz, *Mózg tabletyzowany*, „Głos Nauczycielski” 2016, nr 12-13, s. 23.

⁶ *Cyfrowe dzieci*, <http://www.polskieradio.pl/130/2350/Artykul/1809823,Cyfrowe-dzieci> (online: 29.08.2017).

⁷ G. Zawadka, *Nasze dzieci toną w sieci*, „Rzeczpospolita” 2017, nr 182, s. 1.

⁸ *Ibidem*, s. 1.

⁹ G. Zawadka, *op. cit.*, s. 1.

W związku z powyższym, rodzice i wychowawcy oddziałujący na dziecko powinni być bardziej świadomi zagrożeń, jakie związane są z nowymi mediami oraz powinni orientować się w podstawowych funkcjach, jakie one pełnią¹⁰. Jedną z nich jest funkcja edukacyjna, realizowana przez dostarczanie różnorodnych gier edukacyjnych (zarówno komputerowych, jak i *online*), aplikacji i programów komputerowych. Jest to jedna z ważniejszych funkcji, ponieważ każdy rodzic chce, aby jego pociecha rozwijała się prawidłowo i szybko uczyła się nowych rzeczy. Inną ważną funkcją jest funkcja rozrywkowa, z racji tego, że nowe media wypełniają wolny czas najmłodszych. Przykładem jest Internet, który oferuje szereg serwisów zapewniających rozrywkę dzieciom np. w postaci różnorodnych gier. Jednak problemem dużej grupy rodziców jest brak czasu, który mogliby poświęcić na wspólną zabawę z dzieckiem. Wielu z nich myśli, że mogą to zrekompensować dając do ręki smartfon czy tablet z dostępem do Internetu. Często też są to jedyne rozrywki dzieci. Kolejna funkcja związana jest z obserwacją otaczającego świata, ponieważ dziecko oglądając np. filmiki na *YouTube* czy zdjęcia na *Instagramie* prezentujące jakieś aktywności lub zachowanie przyjmuje, że są one dopuszczalne i tak może lub powinno się zachowywać. Z nowymi mediami nieodzownie związana jest również funkcja komunikacji społecznej, ponieważ dzisiejsi uczniowie częściej dzwonią czy wysyłają do rówieśników smsy, niż spotykają się z nimi twarzą w twarz. Kolejna funkcja tj. tworzenia obrazu świata, dzięki której to dzieci mogą budować sobie wizję świata i jego spraw z przekroczeniem tego, czego doświadczą się bezpośrednio. Sposób widzenia świata wpływa na to, jak się w nim poruszamy. Ostatnia funkcja – nakłaniania do zakupów, dotyczy głównie reklam określonych produktów, w szczególności zabawek czy działań promujących określone strony internetowe, np. gry za które należy zapłacić. Nakłanianie do zakupów może przybierać formę manipulacji, w której dziecko traktuje się instrumentalnie¹¹.

Poza tym, należy pamiętać, iż młodsze lata dzieciństwa to czas, w którym dzieci najszybciej poznają otaczającą ich rzeczywistość, głównie przez interakcję z innymi, ale również przez naukę na własnych błędach. Jeśli jednak, większość czasu spędzą na zabawie, z którymś z urządzeń w ręku, to nie nauczą się wspomnianych czynności lub przyswoją je w ograniczonym zakresie¹².

¹⁰ E. Krzyżak-Szymańska, *op. cit.*, s. 1.

¹¹ *Ibidem*, s. 1.

¹² D. Romanowska, E. Lis, *Tabletowe dzieci*, „Newsweek” 2015, nr 31, s. 13.

Czynniki ryzyka w środowisku nowych mediów

W celu skutecznej ochrony młodego pokolenia przed zagrożeniami występującymi w cyberprzestrzeni należy znać niebezpieczeństwa, jakie im grożą. W ramach europejskiego projektu badawczego *EU Kids Online*¹³, w którym przeprowadzono analizę czynników ryzyka, określono najważniejsze obszary zagrożeń w sieci. Prezentuje je tabela 1.

Tabela 1. Zagrożenia związane z używaniem nowych mediów przez dzieci i młodzież

	Komercja	Agresja	Erotyka	Wartości
Zawartość (odbiorca)	Spam/ Reklama	Treści zawierające sceny agresji	Pornografia	Treści rasistowskie/ nieprawidłowe nt. zdrowia/narkotyków
Kontakt (uczestnik)	Śledzenie działań/ zbieranie danych osobowych	Ofiara agresji elektronicznej	Spotkania z obcymi/ molestowanie	Samookaleczenia
Zachowanie (sprawca)	Hazard/ piractwo/ hackerstwo	Agresja elektroniczna/ produkcja treści agresywnych	Produkcja pornografii	Tworzenie treści instruujących jak popełnić samobójstwo itp.

Źródło: opracowanie na podstawie S. Livingstone, L. Haddon, *op. cit.*, s. 10.

Wychowując dziecko ku bezpiecznemu korzystaniu z nowych mediów należy mieć na uwadze, że zaprezentowany katalog zagrożeń nieustannie ulega zmianie. To z kolei wymaga monitorowania niebezpieczeństw i reagowania na nie poprzez uruchamianie działań zapewniających ochronę dzieci i młodzieży w środowisku sieci. Niezwykle ważne miejsce w tych działaniach zajmuje środowisko rodzinne i szkolne dziecka. Wśród czynników ryzyka negatywnego wpływu na dziecko występujących w domu rodzinnym wymienia się zarówno te ogólne związane z budowaniem relacji dziecko-rodzice, jak i te związane bezpośrednio z używaniem w domu nowych mediów¹⁴.

W grupie czynników ryzyka dotyczących korzystania z nowych mediów przez dzieci wymienić należy przede wszystkim wykorzystanie nowych mediów jako substytutu rodzicielstwa, co pozwala rodzicom na chwilę wytchnienia. Natomiast w późniejszym czasie może pojawić się już tylko problem z ograniczeniem dziecka dostępu do nowych mediów. Rodzice zwykle nie są w stanie tego zrobić, bo nie potrafią powiedzieć „dość” lub – co gorsze – pozwalają dziecku na nielimitowany dostęp, ponieważ jest to

¹³ S. Livingstone, L. Haddon, *EU Kids Online: Final Raport*, London 2009, s. 10.

¹⁴ E. Krzyżak-Szymańska, *op. cit.*, ss. 1-2.

dla nich wygodne i pozwala na zwolnienie z części rodzicielskich obowiązków.

Z kolei brak lub nieskuteczna kontrola rodzicielska w zakresie aktywności dzieci *online* jest również jednym z czynników ryzyka. Oczywiście żadne z rozwiązań technicznych nie zastąpi uwagi rodzica i zdrowego rozsądku, ale programy kontroli rodzicielskiej mogą ułatwić nadzór nad dzieckiem, co w przypadku urządzeń mobilnych, takich jak: laptop, tablet lub smartfon jest szczególnie ważne. Ich podstawowe funkcje to m.in.: blokowanie dostępu do nieodpowiednich dla dzieci stron internetowych czy stałe lub czasowe ograniczanie dostępu do określonych programów. W przypadku blokowania dostępu do stron, rodzic (tj. administrator urządzenia) ma możliwość określenia, jakie kategorie stron nie powinny być wyświetlane, np. erotyczne czy portale społecznościowe. Innym sposobem może być określenie listy stron, które rodzic uznaje za nie stosowane dla dziecka (tak zwana „czarna lista” stron). Dodatkowo można określić słowa lub frazy, które użyte w treści strony spowodują jej zablokowanie. Najwyższym poziomem zabezpieczenia jest zezwolenie na dostęp jedynie do konkretnych stron, które rodzic określił jako bezpieczne. To tak zwana „biała lista” stron¹⁵.

Poza tym niezwykle ważne jest dostarczanie dzieciom produktów, np. gier komputerowych adekwatnych do ich wieku i rozwoju, ponieważ większość z gier dostępnych w sklepach jest adresowana do nastolatków, a niektóre przeznaczone są wyłącznie dla osób pełnoletnich, gdyż zawierają treści związane z przemocą lub pornografią. W przypadku gier umożliwiających rozgrywkę w sieci pojawia się dodatkowo ryzyko niebezpiecznych kontaktów i cyberprzemocy. Z grami z kolei wiąże się ryzyko uzależnienia¹⁶. Ta sama sytuacja dotyczy portali społecznościowych. Przykładowo Facebook, który powinien być dostępny od 13 roku życia, bardzo często jest użytkowany już przez 10-latków. Nierzadko to sami rodzice zakładają swym pociechom konta, często nie będąc świadomym konsekwencji swego działania. Opiekunowie nie przejmują się tym, że najmłodszy nie są w stanie wiązać przyczyny ze skutkiem oraz tego, że nie potrafią przewidzieć konsekwencji swoich działań, przez co nierzadko są ofiarami bolesnych doświadczeń. Z badań wynika, że czterech na dziesięciu uczniów doświadczyło *hejtowania*, a 13% prowokacji lub ataku fizycznego z jednoczesnym nagrywaniem zdarzenia, żeby później pokazać takie nagranie w sieci¹⁷.

Mając na uwadze powyższe przykłady, nie może być przyzwolenia na

¹⁵ *Bezpieczne media. Poradnik dla rodziców*, https://fundacja.orange.pl/files/user_files/user_upload/materialy_edu_dla_nauczycieli/Poradnik_Bezpieczne_media/Bezpieczne_media_Przewodnik_dla_rodzicow.pdf, s. 38.

¹⁶ *Ibidem*, s. 23.

¹⁷ *Ibidem*, s. 32.

korzystanie przez dzieci z nowoczesnych mediów oraz środowiska *online* w nieograniczonym czasie i zakresie bez żadnej rodzicielskiej kontroli, co w kontekście prowadzonych rozważań uznano za kolejny czynnik ryzyka. Niewątpliwą przyczyną takiego stanu jest brak wolnej chwili dla swych pociech, co spowodowane jest tym, że rodzice bardzo dużo pracują (Polska znajduje się w czołówce najbardziej zapracowanych państw Europy). Dodatkowo z badań *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) wynika, że polskie matki poświęcają średnio o 7 minut mniej czasu swym dzieciom, niż Europejki, które na ten cel przeznaczają codziennie 74 minuty. Polski ojciec ma do zaoferowania swym pociechom zaledwie kwadrans w ciągu dnia¹⁸. Jak wynika z badań fundacji „Dbam o mój z@sięg”, większość uczniów jest *always on*, zarówno w szkole – podczas lekcji, jak i w domu. Średni wiek w którym dziecko dostaje telefon z dostępem do Internetu to 10 lat, jednak w dużych miastach smartfony dostają już dzieci siedmioletnie. Wśród nastolatków 90% ma konto na Facebooku, a ponad połowa także na innych portalach. Zauważyć również można wyraźne preferencje dotyczące wyboru określonej wirtualnej społeczności w zależności od wieku dziecka, tj. uczniowie podstawówki najchętniej wybierają Snapchat, licealiści z kolei wolą Instagram. Co trzeci każdego dnia wrzuca do sieci przynajmniej jedno zdjęcie, a co dziesiąty po kilkadziesiąt zdjęć na dobę¹⁹. Z ankiety, jaką przeprowadził wśród swoich użytkowników portal Dzieciaki.pl, wynika, że większość dzieci spędza czas na surfowaniu w sieci 1-2 godziny dziennie. Co dziesiąte dziecko spędza przed komputerem więcej niż 5 godzin dziennie²⁰.

Tak duża ilość czasu spędzona na obcowaniu z nowoczesnymi technologiami i środowiskiem *online* wymaga od rodziców i opiekunów wiedzy oraz umiejętności w obrębie zagrożeń w sieci. Jej brak można również uznać za czynnik ryzyka. Poza tym, nie należy przeceniać wiedzy dziecka czy jego umiejętności technicznych, a tym bardziej umiejętności dostrzeżenia niebezpiecznych sytuacji w wirtualnym świecie i poradzenia sobie z nimi. Zadaniem dorosłych jest bezpieczne wprowadzenie dziecka w ten świat, ponieważ do niewiedzy przyznają się już same dzieci. Wyniki badań EU Kids Online pokazują, że 39% dzieci w wieku 11-16 lat przyznało, że nie potrafi zmienić ustawień prywatności w portalu społecznościowym (jeden z podstawowych warunków ochrony prywatności w sieci), 42% stwierdziło, że nie umie zablokować niechcianych kontaktów w komunikatorze, a aż 70% nie wiedziało, jak zablokować natarczywe reklamy (nie zawsze adresowane do nich)²¹. Należy jednak zwrócić uwagę, iż kwestia bezpieczeń-

¹⁸ M. Halińska, *Tablety na święty spokój*, „Charaktery” 2013, nr 6, s. 40.

¹⁹ M. Świąchowicz, *Być w z@sięgu*, „Newsweek” 2017, nr 24, s. 31.

²⁰ D. Romanowska, E. Lis, *op. cit.*, s. 13.

²¹ *Bezpieczne media*, *op. cit.*, s. 7.

stwa małoletnich w sieci jest jednym z priorytetów polityki oświatowej państwa na nowy rok szkolny. Zmianie uległa podstawa programowa z informatyki, ponieważ zamiast zajęć komputerowych w planie pojawi się edukacja informatyczna, dzięki której dzieci zyskają informacje, jak bezpiecznie korzystać z sieci i rozpoznawać ewentualne zagrożenia²².

Bardzo ważnym czynnikiem ryzyka są zachowania rodziców charakteryzujące się nałogowym używaniem nowych mediów, które naśladują dzieci, a jak wiadomo, są one doskonałymi obserwatorami. Najmłodszy widząc zachowanie dorosłych, którzy również są zafascynowani nowinkami technologicznymi oraz stale wykonują rozmaite czynności na smartfonie, tablecie czy laptopie chcą te czynności naśladować, nawet jeśli duża grupa z nich chciałaby, żeby było inaczej. Taka sytuacja powinna skłonić do zmiany własnych zachowań, ponieważ bardzo łatwo jest się uzależnić. W Wielkiej Brytanii oznaki uzależnienia od tego typu urządzeń obserwuje się już nawet u czterolatków. Wielogodzinne korzystanie z tabletów i smartfonów (ale także iPadów i innych urządzeń mobilnych), wywołuje u nich wahania emocjonalne, które z kolei mogą prowadzić nawet do załamania nerwowego. Królewskie Towarzystwo Zdrowia Publicznego (RSPH) Wielkiej Brytanii zwróciło uwagę na to, że w ciągu ostatniego ćwierćwiecza, aż o 70% wzrosła liczba młodych ludzi cierpiących na depresję i zaburzenia lękowe. Gdy przepytano dzieci i młodzież, którzy korzystają z mediów społecznościowych, o to, jaką mają samoocenę, czy odczuwają lęki, przygnębienie, doświadczają poczucia osamotnienia, okazało się, że najbardziej narażona jest psychika tych z nich, którzy posiadają konto na Instagramie, kolejno na Snapchacie oraz Facebooku²³. Badania nie pozostawiają złudzeń. Za sprawą Internetu, komputerów czy smartfonów ludzie są wprost zalewani trzy razy większą ilością informacji niż społeczeństwa 30 lat temu²⁴. Człowiek nie dość, że nie może przyswoić takiej ilości informacji, to na jej nadmiar po prostu obojętnieje. Przykładowo badania nad użytkownikami Internetu wykazały, że w momencie, kiedy mózg jest przeciążony danymi, automatycznie wyłącza funkcjonowanie tych struktur, które odpowiadają za empatię, a całą energię angażuje w przetwarzanie informacji. Zgodnie z wynikami badań przeprowadzonych przez badaczy z Uniwersytetu w Michigan w latach 1979-2009 zdolność ludzi do odczuwania empatii zmniejszyła się średnio o połowę, przy jednoczesnym wzroście aprobaty dla szkodliwych społecznie zachowań²⁵. Oczywiście nie jest temu winny jedynie Internet czy inne nowoczesne rozwiązania technologiczne – równie dobrze i bez nich ten proces zapewne by postępował, tylko że w znacznie wolniejszym tem-

²² G. Zawadka, *op. cit.*, s. 1.

²³ M. Świąchowicz, *op. cit.*, s. 33.

²⁴ M. Goetz, *Przyjaźń online*, „Głos Nauczycielski” 2015, nr 1-2, s. 17.

²⁵ *Ibidem*, s. 17.

pie. Prawdopodobnie niemałe znaczenie ma również wzrost tendencji materialistycznych, konsumpcjonizm czy kult jednostki (egocentryzm).

Nie sposób w tym miejscu przytoczyć wszystkich wyników badań ostrzegających przed cyfrowymi (nowymi) mediami obecnymi w życiu dzieci. Jedno jest jednak pewne, iż wyniki tych badań nie napawają optymizmem. Jednym z czołowych autorów poruszających tę problematykę jest M. Spitzer²⁶, który twierdzi iż elektroniczne media wizualne mogą niekorzystnie wpływać na rozwój funkcji motorycznych czy myślowych. Mogą także niekorzystnie oddziaływać na rozwój emocjonalny i fizyczny dziecka, ponieważ ograniczają czas poświęcony na ruch i poznawanie otoczenia (przez co maluch nie może rozładować nagromadzonej energii)²⁷.

Na dodatek media elektroniczne i urządzenia mobilne mogą wywoływać niekorzystne nawyki, a nawet uzależniać, bo silnie oddziałują na mózgowy ośrodek nagrody. To właśnie dlatego, jak zauważają w swojej kampanii specjaliści z FDN (Fundacja Dzieci Niczyje), dziecko przyzwyczajone do tabletu reaguje stresem i płaczem w sytuacji, kiedy nie ma go w zasięgu. W skrajnej sytuacji może nawet nie być zainteresowane żadną inną zabawą. Duża grupa dzieci ma stale pod ręką telefon z kamerą oraz dostępem do sieci. Młodzież nie potrafi sobie wyobrazić, że nagle miałaby zostać od niego odłączona, więc już samo to, że mogliby zapomnieć telefonu z domu, zgubić go albo miałby się rozładować powoduje lęk, że coś ich ominie. Boją się tego, że przegapią powiadomienie, nie sprawdzą ile mają serduszek, *lajków* czy komentarzy. Mechanizmy, które powodują, że z tak dużym zaangażowaniem zbierają *lajki*, serduszka, są podobne do tych, które działają przy uzależnieniu od hazardu. Uruchamia się ta sama potrzeba zdobycia jeszcze więcej niż już się zdobyło. Jeśli to się nie uda, to może przyjść ochota, by poprawić wynik za wszelką cenę, albo zaczynają dręczyć myśli, że skoro inni mają dużo, a ja nie, to znaczy że coś jest ze mną nie tak. Gdzieś został popełniony błąd. Chyba nie jestem dość interesujący²⁸. Takie zachowanie może powodować zachwiane tożsamości oraz stany depresyjne, co jest już bardzo niebezpieczne.

²⁶ Zob. M. Spitzer, *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci?*, Dobra Literatura, Słupsk 2013.

²⁷ M. Świąchowicz, *op. cit.*, s. 23.

²⁸ *Ibidem*, s. 33.

Podsumowanie

Każdy rodzic, opiekun czy wychowawca chce żeby świat nowoczesnych mediów był przyjazny dla najmłodszych, a najlepszą ku temu drogą jest właśnie edukacja i odpowiednie wychowanie. W nieustannie zmieniającym się środowisku, jakim jest Internet, w którym co chwila pojawiają się nowe usługi, a więc i nowe zagrożenia, jedynym sposobem na ich uniknięcie jest wiedza, najlepiej – jak najbardziej aktualna²⁹. Poza tym kontrola rodzicielska i racjonalne podejście do kwestii korzystania z nowych mediów przez dzieci w odpowiednim wymiarze czasowym, może przynieść wiele korzyści. Niestety, wielu rodziców nie zdaje sobie sprawy z zagrożeń, a wręcz są zadowoleni, że dziecko jest zajęte tabletem czy smartfonem i przez kilka godzin „mają spokój”. Nierzadko jest tak, że to sami rodzice nie potrafią normalnie funkcjonować bez „nowo medialnej” rzeczywistości. Wystarczy wsiąść do pociągu lub autobusu. Niemal każdy ma oczy utkwione w ekranie smartfona, a palce wystukują kolejną wiadomość. Dialog, zwyczajną rozmowę z realnym współpasażerem zastępuje bezdźwięczna konwersacja z wirtualnym gronem przyjaciół³⁰. Tak samo sytuacja wygląda w restauracjach czy innych miejscach publicznych. Z kogo zatem najmłodszy mają brać dobry przykład do naśladowania?

Z drugiej strony, nowe media są dobrodziejstwem XXI w., w związku z czym zabronienie dzieciom korzystania z nich, byłoby tożsame z próbą uniemożliwienia im rozwoju w tym kierunku. Konieczne jest więc, aby dzieci doceniały i wykorzystywały tę integralną część nowoczesnego świata, jaką niewątpliwie są nowe media, ale by jednocześnie uczyły się odpowiedzialności polegającej na rozsądnym korzystaniu z urządzeń i funkcji, które one umożliwiają. Stanowi to wyzwanie nie tylko dla samych dzieci, ale przede wszystkim dla ich rodzin i nauczycieli, by przekazali im niezbędną wiedzę i umiejętności do poruszania się po tym niezwykle skomplikowanym świecie.

Literatura

- Goetz M., *Przyjaźń online*, „Głos Nauczycielski” 2015, nr 1-2.
 Goetz M., *Mózg stabletyzowany*, „Głos Nauczycielski” 2016, nr 12-13.
 Gruszczyk-Kolczyńska E., *Zgubne skutki zezwalania dzieciom na oglądanie ponad miarę telewizji, korzystania z komputerów i tabletów*, „Człowiek-Niepełnosprawność-Społeczeństwo” 2013, nr 2(20).
 Halińska M., *Tablety na święty spokój*, „Charaktery” 2013, nr 6.

²⁹ *Bezpieczne media*, op. cit. s. 5.

³⁰ T. Krzyżak, *Dorośli jak dzieci*, „Rzeczpospolita” 2017, nr 182, s. 2.

5. WYCHOWANIE NAJMŁODSZYCH DO KORZYSTANIA Z NOWYCH MEDIÓW

- Krzyżak T., *Dorośli jak dzieci*, „Rzeczpospolita” 2017, nr 182.
- Krzyżak-Szymańska E., *Wychowanie dzieci do korzystania z nowych mediów*, „Remedium” 2015, nr 9.
- Livingstone S., Haddon L., *EU Kids Online: Final Raport*, London 2009.
- Romanowska D., Lis E., *Tabletowe dzieci*, „Newsweek” 2015, nr 31.
- Spitzer M., *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci?*, Dobra Literatura, Słupsk 2013.
- Świąchowicz M., *Być w z@sięgu*, „Newsweek” 2017, nr 24.
- Wiśniewska L.A., *„Myszka i co dalej”. Szanse i zagrożenia z dorastaniem online* [w:] M. Banasiak, A. Wołowska (red.), *Szkoło, jaka jesteś? Problemy nauczycieli i uczniów we współczesnej szkole*, Difin, Warszawa 2015.
- Zawadka G., *Nasze dzieci toną w sieci*, „Rzeczpospolita” 2017, nr 182.

Źródła internetowe

Bezpieczne media. Poradnik dla rodziców.

https://fundacja.orange.pl/files/user_files/user_upload/materialy_edu_dla_nauczycieli/Poradnik_Bezpieczne_media/Bezpieczne_media_Przewodnik_dla_rodzicow.pdf

Coraz młodsze dzieci korzystają ze smartfonów.... nawet niemowlęta,

<http://technowinki.onet.pl/coraz-mlodsze-dzieci-korzystaja-ze-smartfonow-nawet-niemowleta/hbg2c1>

<http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/11878990/Nearly-half-of-children-addicted-to-smartphones-and-tablets.html>

Cyfrowe dzieci, <http://www.polskieradio.pl/130/2350/Artykul/1809823,Cyfrowe-dzieci>

Nowe media. Elementarz, users.uj.edu.pl/~usgoban/files/nowe_media_elementarz.ppt

EDUCATION OF THE YOUNGEST FOR USAGE OF NEW MEDIA

Summary

The presence of new media in the life of the young generation has become a reality. They are in the immediate vicinity of the child and are increasingly filling his time for fun, study, entertainment or sleep. It is imperative that children appreciate and use this integral part of the modern world, which the new media undoubtedly is, but at the same time they learn the responsibility of sensible use of the devices and functions that they allow. It is a challenge not only for the children themselves, but above all for their families and teachers to provide children with the necessary knowledge and skills to navigate this extremely complex world.

Keywords: child, education, new media.

Autor

mgr Sabina Waluś
Uniwersytet Opolski
Instytut Nauk Pedagogicznych

6 BEZPIECZEŃSTWO DZIECI W INTERNECIE

Sabina Waluś

Słowa kluczowe: dziecko, bezpieczeństwo, zagrożenia, Internet.

Wprowadzenie

Cyberprzestrzeń stanowi bardzo dynamicznie zmieniające się środowisko, które ma dużo zalet (generuje szanse), ale równie tyle wad (stwarza zagrożenia)¹. Z jednej strony wspomaga ona szeroko pojęty proces edukacyjny dzieci i młodzieży i daje szerokie możliwości, chociażby z tego względu, że towarzyszy ludziom każdego dnia, przez co można zawierać nowe znajomości, ciekawie spędzać wolny czas i rozwijać pasje. Z drugiej jednak strony cyberprzestrzeń jest narzędziem, które potrafi wyrządzić dzieciom wiele złego, jeżeli zostaną pozostawione bez kontroli, nadzoru i opieki ze strony rodziców bądź opiekunów. Dzieci takie wpadają w wirtualny świat niczym w „studnię bez dna”, bowiem zaczynają mieć problemy z komunikacją werbalną i funkcjonowaniem w rzeczywistym świecie oraz w coraz mniejszym stopniu uczestniczą w realnym życiu, z kolei w wirtualnej rzeczywistości funkcjonują doskonale. Jedynie odpowiednio przygotowane przez rodziców czy nauczycieli dzieci i młodzież są w stanie bezpiecznie korzystać z Internetu i uchronić się przed zagrożeniami w sieci.

Celem opracowania jest analiza i ocena niebezpieczeństw, na które narażeni są młodzi ludzie podczas *surfowania* w sieci. Niestety katalog zagrożeń nie jest stały, lecz ulega nieustannym zmianom i przeobrażeniom, co stanowi ogromne wyzwanie, szczególnie dla rodziców i opiekunów, ale również dla szkół czy innych placówek opiekuńczo-wychowawczych.

¹ J. Bednarek, *Patologiczny wymiar cyberprzestępstw dzieci i młodzieży* [w:] J. Bednarek, S. Bębas, J. Plis (red.), *Patologie w cyberświecie*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlowej, Radom 2012, s. 33.

Charakterystyka wybranych zagrożeń *online*

Pornografia zdaje się być jednym z najbardziej niebezpiecznych zagrożeń jakie może spotkać dziecko w sieci. Jej wpływ na młodego człowieka jest niezwykle destrukcyjny i prowadzi bardzo często do problemów i uzależnień w życiu dorosłym. Wszystko zależy od tego w jakim wieku dziecko zetknęło się z tym zjawiskiem, od częstotliwości kontaktów i od treści materiałów, z którymi miało do czynienia. Strony erotyczne dostępne w Internecie bardzo często przedstawiają fałszywy obraz seksualności, co skutkuje tym, że młody człowiek będzie nieświadomie kojarzył przyjemność z agresją i brutalnością wobec drugiej osoby. Jest to bardzo niebezpieczne i prowadzi do tego, że młodzież w bardzo młodym wieku rozpoczyna inicjację seksualną, często nacechowaną brakiem poszanowania dla godności drugiej osoby².

Równie groźnym zagrożeniem jest aktywność sekt w sieci stwarzających często pozory zupełnie nieszkodliwych społeczności wyznających pewne idee, dla których dotarcie do młodych ludzi *online* jest bardzo proste i niezwykle atrakcyjne. Członkowie sekt odpowiedzialni za werbowanie nowych osób są inteligentni, a dodatkowo do perfekcji opanowali techniki wywierania wpływu i doskonale wiedzą, jak mają manipulować młodą osobą, aby jej do siebie nie zrazić. Poszukiwane są w szczególności osoby młode, które czują się samotne, zagubione, nierozumiane przez otoczenie i niemające wsparcia w bliskich czy rodzinie. Nastolatki często popadają w konflikt z rodzicami, czują się niedocenieni, a tym samym stają się łatwym łupem dla łowcy z sekty i nie potrafią oprzeć się stosowanym przez łowcę manipulacjom. Wystarczy, że taka osoba będzie mówić to, co młody buntownik chce usłyszeć, tj. że jest kimś ważnym dla organizacji, którą oni reprezentują oraz, że poświęca się dla jakiejś szlachetnej idei. Młodzi ludzie są najczęściej pełnymi zapału idealistami a sekta, szczególnie na początku, pozwala im poczuć silną przynależność do grupy, daje możliwość wykazania się i pokazania swej prawdziwej osobowości, na co w codziennych relacjach społecznych nie zawsze mogą sobie pozwolić.

Z nieograniczonym dostępem do Internetu związana jest także agresja i przemoc, która uwidacznia się już w najmłodszych klasach szkoły podstawowej. Na początku są to wulgarne gesty lub słowa, ale na kolejnych etapach dochodzi do tego może przemoc fizyczna i zamieszczanie w sieci kompromitujących ofiarę materiałów, nierzadko sfabrykowanych, aby ją ośmieszyć i poniżyć. Ofiary takiej cyberagresji stają się wycofane, zastraszone, nie chcą uczęszczać do szkoły bo czują się w niej zaszczone i poniżo-

² A. Andrzejewska, *Przestrzeń cyfrowa pułapką dla dzieci i młodzieży*, „Świat Problemów” 2017, nr 1, s. 26.

ne, symulują więc choroby lub uciekają z lekcji. Jedną z form takiej agresji internetowej jest *cyberbullying* lub *mobbing* szkolny, czyli długofalowe działanie mające na celu wykluczenie ofiary z grupy rówieśniczej. Ten rodzaj agresji charakteryzuje powtarzalność, intencjonalność, prześladowanie ofiary poprzez portale społecznościowe, wpisy na forach internetowych, kompromitujące filmy itp. Odbywa się to przy udziale niereagującej widowni, która zamiast pomóc ofierze przemocy bardzo często kibicuje oprawcy. Taki rodzaj zagrożenia jest bardzo niebezpieczny, ponieważ długotrwałe nękanie może doprowadzić ofiarę do próby samobójczej, jeżeli ta czuje, że od nikogo nie otrzyma pomocy.

Inną, równie niebezpieczną formą przemocy jest *hejt*, który jest celowym działaniem w środowisku internetowym. Jego przejawem jest złość, agresja i nienawiść, a *hejterowi* zależy na tym, aby upokorzyć i/lub ośmieszyć ofiarę słowem, grafiką czy filmem. Od pewnego czasu jest to duży problem społeczny, a *hejterzy* czują się bezkarni, co powoduje, że tym bardziej chętnie obrażają innych użytkowników w sieci. *Hejt* przybrał szczególnie na sile w erze rozwoju mediów społecznościowych i jest niezwykle groźny, jeżeli dotknie osobę o słabej psychice. W skrajnych przypadkach, pod wpływem nękania, ofiary przemocy targnęły się na własne życie nie widząc innego wyjścia z sytuacji³. Warto pamiętać, iż dzieci nie rodzą się z uprzedzeniami i stereotypami, ale przejmują wzorce postępowania od dorosłych. Niestety wielu z nich nie potrafi kontrolować swych uprzedzeń, wyrażanych czy to w sposób werbalny czy niewerbalny, nawet w obecności dzieci. Oni z kolei, jako doskonali obserwatorzy, powielają następnie te same smutne wzorce. Warto dodać, iż mowa nienawiści zawiera najczęściej wątki antysemityczne i rasistowskie⁴.

Przejawów agresji i przemocy elektronicznej jest bardzo wiele. Jeszcze innym przykładem jest *cyberstalking*, czyli śledzenie poprzez przestrzeń wirtualną, nękanie telefonami czy zdjęciami robionymi z ukrycia. Kolejną formą przemocy jest *impersonation* czyli kradzież tożsamości, podszywanie się pod ofiarę w przestrzeni wirtualnej i wysyłanie w jej imieniu wiadomości mailowych najczęściej o obraźliwej treści do znajomych ofiary. Dostęp do tożsamości odbywa się na zasadzie kradzieży danych dzięki udziałowi osoby zaprzyjaźnionej z ofiarą. Inną formą przemocy jest *outing*, czyli upublicznienie tajemnic ofiary (listów, maili) i przekazanie ich do wiadomości osobom trzecim w Internecie. To jest również forma kradzieży tożsamości ofiary. Bardzo często też w sieci osoby są poniżane, upubliczniane są nieprawdziej informacje uwłaczające godności ofiary. Formą przemocy jest

³ J. Weyna-Szczepańska, „Hejt” w sieci ma groźne konsekwencje dla dzieci, <http://www.egaga.pl/hejt-w-sieci-ma-grozne-konsekwencje-dla-dzieci/> (online: 30.08.2017).

⁴ J. Drosio-Czaplińska, *Hejt jak pejcz*, „Polityka” 2015, nr 3, ss. 26-27.

również *exclusion* czyli wykluczenie osoby z listy kontaktowej w przestrzeni wirtualnej. Usuwa się taką osobę z grupy np. na portalu społecznościowym lub blokuje się jej dostęp do pewnych treści⁵.

Większość młodych ludzi jest również aktywna na portalach społecznościowych i forach internetowych, gdzie nierzadko toczy się większa część życia towarzyskiego. Media te stały się dla nich ważną (w wielu przypadkach nadrzędną) formą komunikacji, spędzania wolnego czasu i zawierania znajomości, a spotkania w realnym świecie stały się wręcz niemożliwe. Duży odsetek młodzieży nie potrafi ze sobą rozmawiać, ponieważ najczęściej komunikują się poprzez różne komunikatory wysyłając sobie wiadomości tekstowe. Wystarczy spojrzeć na młodzież siedzącą np. w autobusie. Każdy jest wpatrzony w swój smartfon, coś na nim pisze, uśmiecha się do ekranu i nie jest zainteresowany podjęciem konwersacji z osobą siedzącą obok. Zaangażowanie młodych ludzi w internetowe znajomości prowadzi do tego, że znajomymi zostają „znajomi znajomych”, osoby z którymi nie zamieniło się słowa w realnym świecie. Jednak Internet, niemal jak karta papieru, przyjmie wszystko. W sieci można sobie pozwolić na to, że niekoniecznie trzeba pisać całą prawdę o sobie, przez co można wywrzeć na drugiej osobie lepsze wrażenie niż w rzeczywistości. To samo dotyczy również zdjęć, które także nie muszą odzwierciedlać prawdziwego wizerunku osoby. Zachęcający wygląd i ciekawy opis z pewnością ułatwi zawarcie znajomości, poszerzy grono znajomych i sprawi, że taka osoba będzie postrzegana jako lubiana i otwarta. Co najważniejsze, w kontekście prowadzonych tu rozważań, to fakt, iż młodzi ludzie na portalach społecznościowych zamieszczają nierzadko informacje, które mogą zostać wykorzystane do celów przestępczych. Informowanie wszystkich, że przebywa się na urlopie, gdzieś daleko od domu z całą rodziną, jest oczywistą informacją np. dla złodzieja, że nikogo nie ma w domu i długo nie będzie, jak również może zostać odebrane jako chwalenie się posiadaniem bogactwem.

Jednak znacznie gorsze od chwaleń w sieci dobrami materialnymi jest stałe udostępnianie zdjęć ukazujących rodzinę, a w szczególności dzieci. Profanuje to czas wolny wielu rodzin, a dodatkowo można odnieść wrażenie, iż wiele czynności wykonywanych jest na pokaz. Takie zdjęcia nierzadko stawiają bliskich w niezręcznych sytuacjach – obecnie, czy za kilka lat, kiedy pociechy już dorosną. Z tego powodu kilka lat temu Fundacja Dzieci Niczyje (FDN) zainicjowała akcję „Pomyśl, zanim wrzucisz”. Jej celem jest zwrócenie uwagi na problem bezrefleksyjnego publikowania w sieci zdjęć dzieci przez ich rodziców oraz kwestii ochrony ich prywatności. Jak wynika z badań, aż jedna czwarta rodziców publikuje w sieci zdjęcia swoich dzieci nago lub w bieliźnie, nie myśląc o tym, że umieszczając zdję-

⁵ S. Polcyn-Matuszewska, *Bezpieczeństwo dzieci w sieci*, „Remedium” 2015, nr 4, s. 10.

cie w Internecie, traci się kontrolę nad tym gdzie i w jaki sposób zostanie ono wykorzystane. Przez tę akcję, Fundacja Dzieci Niczyje stara się przypominać rodzicom, że są oni odpowiedzialni za prywatność swoich dzieci⁶.

Uzależnienie od e-świata

Według Małej Encyklopedii PWN uzależnienie to „zaburzenie zdrowia polegające na powstaniu psychicznych lub fizycznych zależności, objawiających się okresowym lub stałym przymusem przyjmowania pewnych substancji w oczekiwaniu na efekty jej działania lub dla uniknięcia przykrych objawów jej braku”⁷. Z kolei, e-uzależnienie to problem który dotyka coraz młodszych użytkowników mediów elektronicznych i jest obecnie jednym z najważniejszych zagrożeń związanych z cyberprzestrzenią. Nowoczesne technologie w nieodwracalny sposób zmieniły rzeczywistość. Młodzież nie wyobraża sobie, aby nie być *online* czy nie przynależć do portalu społecznościowego. Fakt ten potwierdzają wyniki sondaży opinii społecznej jak również pojawiających się opracowań na ten temat, iż nadużywanie mediów elektronicznych szkodzi. Aktywność *online* w dużej mierze zależy też od płci badanych. Chłopcy częściej niż dziewczęta grają w gry sieciowe oraz hazardowe. Dziewczęta natomiast w większym stopniu koncentrują się na kontaktach towarzyskich, nauce, śledzeniu blogów czy zakupach w sklepach internetowych⁸. Specjaliści od uzależnień potwierdzają i ostrzegają, iż podłoże uzależnienia – niezależnie od płci, jest takie samo, jak w przypadku innych bardziej znanych uzależnień⁹.

Niestety, ale wielu rodziców nie radzi sobie z tym problemem, ponieważ nie potrafią oni kontrolować ani przeglądanych treści, ani tym bardziej czasu, który dziecko spędza w sieci. Co gorsza, z problemem nie radzą sobie również szkoły. Wyniki kontroli przeprowadzonej przez Najwyższą Izbę Kontroli (NIK) w 2016 r. w szkołach, poradniach i innych placówkach są alarmujące. Wskazują one, że szkoły bagatelizują problem uzależnienia od Internetu lub go w ogóle nie dostrzegają. pomimo tego, że o zagrożeniach sygnalizują rodzice, nauczyciele, pedagodzy i psychologowie. Programy rządowe dotyczące bezpieczeństwa w sieci istnieją, ale realizowane są w nielicznych szkołach często w niewystarczającym zakresie i nie odpowiadają

⁶ Ruszyła kampania „Pomyśl, zanim wrzucisz”,

<http://fdn.pl/ruszyl-kampania-pomysl-zanim-wrzucisz> (online: 26.08.2017).

⁷ B. Petrozolin-Skowrońska (red.), *Mała Encyklopedia*, PWN, Warszawa 1996, s. 922.

⁸ Raport *Młodzież 2016*, Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2017, s. 184.

⁹ *NIK o przeciwdziałaniu e-uzależnieniu dzieci i młodzieży*,

<https://www.nik.gov.pl/aktualnosci/nik-o-przeciwdzialaniu-e-uzaleznieniu-dzieci-i-mlodziezy.html> (online: 30.08.2017).

zagrożeniom wynikającym z rozwoju nowoczesnych technologii. Nie funkcjonuje również wsparcie systemowe dla nauczycieli w kwestii profilaktyki e-uzależnień. Zdaniem NIK głównym powodem niepodejmowania działań jest brak jednolitych narzędzi diagnostycznych¹⁰.

Problem e-uzależnienia w początkowej fazie to przede wszystkim zainteresowanie Internetem. Na tym etapie użytkownik jeszcze racjonalnie oraz z umiarem korzysta z sieci. Z czasem jednak czas poświęcany na bycie *online* wydłuża się i w krótkim czasie osoba taka traci kontrolę nad tym, ile czasu spędza przed komputerem czy z innym urządzeniem elektronicznym. Na tym etapie zaczyna się już uzależnienie. Traci zainteresowanie rzeczami, które wcześniej miały znaczenie. Bardzo często dzieci i młodzież zaczynają mieć zaległości w nauce, zaniedbują kontakty towarzyskie w realnym świecie, następuje odsunięcie się od rodziny i przyjaciół. Brak możliwości dostępu do Internetu staje powodem do frustracji i zdenerwowania, bo wydaje się takiej osobie, że coś ważnego ją ominie, jeżeli nie będzie cały czas mieć pod kontrolą sieci. W kolejnym etapie uzależnienia dochodzi do problemów zdrowotnych, szkolnych i rodzinnych, ponieważ cała aktywność dzieci skupia się na byciu w sieci. Jest to już faza destrukcyjna dla organizmu i bez wątpienia odbija się na stanie zdrowia osoby uzależnionej¹¹.

Uzależnienie od gier komputerowych jest jedną z form e-uzależnienia i dotyka coraz młodsze dzieci. Osoba uzależniona zaczyna żyć światem wirtualnym, traci zainteresowanie rzeczywistością i potrafi spędzić przed ekranem komputera kilka godzin czy nawet dni, aby tylko nic nie umknęło jej uwadze. Zapomina o codziennych obowiązkach, spożywaniu posiłków, higienie i odpoczynku¹². Często osoby uzależnione od gier *online*, w rzeczywistym świecie są wycofane, zamknięte w sobie, załęcznione, mające niskie poczucie własnej wartości. Dopiero wygrywając z innymi uczestnikami czują się doskonalsze i docenione oraz mają poczucie kontroli nad co robią.

Wyniki badania przeprowadzonego przez Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) na zlecenie Krajowego Biura ds. Przeciwdziałania Narkomanii „Młodzież 2016” pokazuje, iż stopień nadużywania Internetu różni się w zależności od preferowanego przez badanych sposobu spędzania cza-

¹⁰ *Przeciwdziałanie e-uzależnieniu dzieci i młodzieży. Informacja o wynikach kontroli*, NIK, Kielce 2016, s. 17,

<https://www.nik.gov.pl/plik/id,12563,vp,14960.pdf> (online: 30.08.2017).

¹¹ *Uzależnienie od internetu – zapobieganie, diagnoza, terapia*,

<http://www.uzaleznieniabehawioralne.pl/sieciholizm/uzaleznienie-od-internetu/> (online: 30.08.2017).

¹² M.J. Kacperska, *Uzależnienie od gier komputerowych*,

<http://www.psychiatria.pl/porada/uzaleznienie-od-gier-komputerowych/3783> (online: 30.08.2017).

su w sieci. W dwukrotnie większym stopniu uzależnieni są grający w gry hazardowe, tworzenie treści (np. prowadzenie bloga czy video bloga lub kanału na YouTube). Nadużywanie Internetu w mniejszym nasileniu występuje w przypadku takich aktywności, jak zamieszczanie własnych filmów i zdjęć *online* czy granie w gry sieciowe. Powszechna wśród młodzieży jest opinia, że życie bez Internetu byłoby nudne, puste i pozbawione sensu. Uważa tak 58% badanych¹³. W konsekwencji zaniedbują oni obowiązki domowe, pogarszają się im wyniki w nauce czy niedosypiają z powodu zbyt długiego korzystania z Internetu.

Przeciwdziałać e-uzależnieniom można w różny sposób, ale to przede wszystkim na rodzicach powinna spoczywać odpowiedzialność za to, aby poszerzać i pogłębiać zainteresowania dzieci, starać się przekierować e-aktywność na inne dziedziny, chociażby na wspólne wyjazdy czy inne formy aktywności np. fizycznej. Jeżeli bardziej zainteresują się tym, co robią dzieci i włożą większy wysiłek w zapewnienie im innej, niż tylko internetowej rozrywki, być może uzyskają efekty w postaci częściowego powrotu do tradycyjnych form spędzania wolnego czasu.

Ochrona najmłodszych przed niebezpieczeństwami w sieci

Wielu nastolatkom brakuje wiedzy o zagrożeniach wynikających z nadmiernego użytkowania Internetu, przez co bardzo często są ofiarami przemocy – co piąty gimnazjalista i co siódmy uczeń podstawówki choć raz w życiu był ofiarą *hejtu*, a aż 59% gimnazjalistów i 50% młodszych uczniów otrzymało wiadomości obfitujące w wulgaryzmy¹⁴. Zatrważające jednak jest to, że aż 80% dzieci nigdy nie przeszło żadnej edukacji na temat zagrożeń w Internecie¹⁵. Jednak niewiedza najmłodszych nie jest w tym przypadku jedynym czynnikiem ryzyka. Brak zainteresowania życiem dziecka przez rodziców oraz alternatywnych form spędzania czasu wolnego powoduje, że zwiększa się ekspozycja dziecka na niebezpieczeństwa wynikające z cyberprzestrzeni. Dlatego jednym z zadań wychowawczych odpowiedzialnego rodzica jest nauczenie dziecka jak dbać o swoje bezpieczeństwo podczas przeglądania stron internetowych¹⁶. Najlepszym sposobem jest towarzyszenie dziecku podczas przeglądania sieci i zwrócenie uwagi

¹³ Raport *Młodzież 2016*, *op. cit.*, s. 185.

¹⁴ G. Zawadka, *Sieć uzależnia najmłodszych*, „Rzeczpospolita” 2017, nr 182, s. A6.

¹⁵ *Ibidem*, s. A6.

¹⁶ *Dziecko w sieci – jak uchronić je przed niebezpieczeństwami – kilka praktycznych porad*, <http://www.egodziecka.pl/Czytelnia/Uczenie-sie/Dziecko-w-sieci-%E2%80%93-jak-uchronic-je-przed-niebezpieczenstwami-%E2%80%93-kilka-praktycznych-rad.html> (online: 30.08.2017).

na to, co ogląda. Należy uświadomić młodemu człowiekowi, że nie należy bezkrytycznie „klikać” w każdy link. Szkodliwe treści, na które może się natknąć przeglądając sieć, to informacje na stronach, które mogą mieć negatywny wpływ na rozwój emocjonalny i psychiczny. Na najmłodsze dzieci najsilniej oddziałują treści przekazywane za pomocą obrazu. Na szkodliwe treści można natrafić przypadkiem przez kliknięcie aktywnego linku lub poprzez reklamy pojawiające się w czasie np. grania lub oglądania filmu na Internecie¹⁷. Od najmłodszych lat należy dzieci edukować w kwestii bezpiecznego korzystania z Internetu i wpajać im podstawowe zasady korzystania z sieci:

- nigdy nie należy podawać imienia, nazwiska, adresu domowego i numeru telefonu;
- nigdy nie należy wysyłać nieznanym swoich zdjęć i zachowywać ostrożność publikując zdjęcia w sieci;
- nie należy odpowiadać na wiadomości od nieznanego nadawcy jak również otwierać pliki nieznanego pochodzenia, ponieważ mogą zawierać szkodliwe wirusy infekujące komputer,
- nigdy nie ma się pewności z kim się rozmawia w Internecie; często ktoś, kto podaje się za rówieśnika w rzeczywistości jest starszy i może mieć złe zamiary;
- należy mieć świadomość tego, że nasze działania w sieci nie są anonimowe, nr IP komputera jest możliwy do ustalenia¹⁸; podobnie, jak same treści korespondencji.

Ministerstwo Edukacji Narodowej (MEN) zapowiada zmiany w podstawie programowej z informatyki, przez co elementy edukacji medialnej zostaną włączone na stałe do lekcji najmłodszych uczniów i młodzieży. Znowelizowane prawo oświatowe¹⁹, odpowiadając na potrzeby dynamicznie zmieniającego się społeczeństwa, jako jedno z podstawowych zadań szkoły, wskazuje upowszechnienie wiedzy o bezpieczeństwie oraz kształtowanie właściwych postaw wobec zagrożeń, w szczególności związanych z korzystaniem z komunikatorów internetowych. W praktyce będzie to wyglądało tak, że od początku edukacji, aż do końca liceum, uczniom będzie przekazywana praktyczna wiedza o bezpiecznym korzystaniu z sieci, wykładana adekwatnie do wieku ucznia²⁰.

¹⁷ A. Kałuba-Korczyk, *Dziecko w Internecie-zagrozenia*, „Wychowanie w Przedszkolu” 2017, nr 5, s. 6.

¹⁸ *Bezpieczeństwo dzieci w internecie*,

<http://rodzice.net/news/bezpieczenstwo-dzieci-w-internecie/> (online: 30.08.2017).

¹⁹ Ustawa z 14 grudnia 2016 r. – Prawo oświatowe (Dz.U. 2017, poz. 59).

²⁰ G. Zawadka, *op. cit.*, s. A6.

Podsumowanie

Biorąc pod uwagę nieustany rozwój mediów elektronicznych oraz obniżanie się wieku młodych ludzi korzystających z nowoczesnych technologii, a co za tym idzie, również Internetu, istotne jest identyfikowanie wynikających z tego zagrożeń. Jak zostało to przedstawione w niniejszym opracowaniu katalog niebezpieczeństw jest rozległy i stale się zmienia, co przysparza dodatkowych trudności. W rozdziale szczególną uwagę poświęcono tematyce uzależnień od wirtualnego świata. Zdaniem Autorki, ważne jest monitorowanie skali nadużywania Internetu przez najmłodszych członków społeczeństwa, określenie społecznego rozmiaru e-uzależnień oraz opracowanie i zaproponowanie rozwiązań adekwatnych do potrzeb zagrożonych tym zjawiskiem²¹. Trudno określić dokładnie jaki odsetek dzieci i młodzieży doświadcza tego problemu. Część z nich w ogóle nie zgłasza się z tą kwestią do specjalisty, bo nie widzi takiej potrzeby. Uważają, że problemy wynikające z korzystania z komputera są wyolbrzymiane. Przesiadywanie przed komputerem, w porównaniu z innymi mogącymi spowodować uzależnienie zachowaniami, takimi jak picie alkoholu czy palenie papierosów, nie jest zasadniczo postrzegane jako zachowanie negatywne²².

W problemie e-uzależnienia bardzo ważne jest, aby stale na bieżąco monitorować poziom zagrożenia m.in. poprzez ocenę w jakiej fazie uzależnienia ci młodzi ludzie się znajdują oraz podejmować zdecydowane działania mające na celu ograniczenie skali zjawiska²³. Można to uczynić między innymi poprzez takie działania, jak: prowadzenie działalności informacyjno-edukacyjnej w tym zakresie, opracowywanie i wdrażanie nowych metod czy programów profilaktyki i rozwiązywania problemów wynikających z cyfrowych uzależnień oraz prowadzenie działań polegających na podnoszeniu ich jakości. Dodatkowo można pomagać finansowo instytucjom oraz stowarzyszeniom, które realizują zadania związane z pomocą osobom uzależnionym od cyberprzestrzeni i innych aktywności z nią związanych. Efekty nie będą widoczne od razu, być może po kilku latach, lecz bez wątpienia powyższe działania podniosą poziom bezpieczeństwa wszystkich użytkowników internetowej rzeczywistości, w szczególności tych najmłodszych.

²¹ *Przeciwdziałanie e-uzależnieniu dzieci i młodzieży*, op. cit., ss. 9-13.

²² *Uzależnienie od komputera i internetu*,

<http://www.pracowniapsychologiczna.republika.pl/komputer.htm> (online: 30.08.2017).

²³ M. Styśko-Kunkowska, G. Wąsowicz, Raport *Uzależnienia od e-czynności wśród młodzieży: diagnoza i determinanty*, FRPH, Warszawa 2014, s. 10.

Literatura

- Andrzejewska A., *Przestrzeń cyfrowa pułapką dla dzieci i młodzieży*, „Świat Problemów” 2017, nr 1.
- Bednarek J., *Patologiczny wymiar cyberprzestępstw dzieci i młodzieży* [w:] J. Bednarek, S. Bębas, J. Plis (red.), *Patologie w cyberświecie*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlowej, Radom 2012.
- Drosio-Czaplińska J., *Hejt jak pejcz*, „Polityka” 2015, nr 3.
- Kałuba-Korczak A., *Dziecko w Internecie-zagrożenia*, „Wychowanie w Przedszkolu” 2017, nr 5.
- Petrozolin-Skowrońska B. (red.), *Mała Encyklopedia*, PWN, Warszawa 1996.
- Polcyn-Matuszewska S., *Bezpieczeństwo dzieci w sieci*, „Remedium” 2015, nr 4.
- Raport *Młodzież 2016*, Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2017.
- Styśko-Kunkowska M., Wąsowicz G., *Raport Uzależnienia od e-czynności wśród młodzieży: diagnoza i determinanty*, FRPH, Warszawa 2014.
- Zawadka G., *Sieć uzależnia najmłodszych*, „Rzeczpospolita” 2017, nr 182.

Akty prawne

Ustawa z 14 grudnia 2016 r. – Prawo oświatowe (Dz.U. 2017, poz. 59).

Źródła internetowe

- Weyna-Szczepańska J., *„Hejt” w sieci ma groźne konsekwencje dla dzieci*, <http://www.egaga.pl/hejt-w-sieci-ma-grozne-konsekwencje-dla-dzieci/> (online: 30.08.2017).
- Ruszyła kampania „Pomyśl, zanim wrzucisz”*, <http://fdn.pl/ruszy-l-kampania-pomysl-zanim-wrzucisz> (online: 30.08.2017).
- NIK o przeciwdziałaniu e-uzależnieniu dzieci i młodzieży*, <https://www.nik.gov.pl/aktualnosc/NIK-o-przeciwdzialaniu-e-uzaleznienu-dzieci-i-mlodziezy.html> (online: 30.08.2017).
- Kacperska J.M., *Uzależnienie od gier komputerowych*, <http://www.psychiatria.pl/porada/uzaleznienie-od-gier-komputerowych/3783> (online: 30.08.2017).
- Uzależnienie od internetu – zapobieganie, diagnoza, terapia*, <http://www.uzaleznieniabehawioralne.pl/siecioholizm/uzaleznienie-od-internetu/> (online: 30.08.2017).
- Dziecko w sieci – jak uchronić je przed niebezpieczeństwami – kilka praktycznych porad*, <http://www.egodziecka.pl/Czytelnia/Uczenie-sie/Dziecko-w-sieci-%E2%80%93-jak-uchronic-je-przed-niebezpieczenstwami-%E2%80%93-kilka-praktycznych-rad.html> (online: 30.08.2017).
- Bezpieczeństwo dzieci w internecie*, <http://rodzice.net/news/bezpieczenstwo-dzieci-w-internecie/> (online: 30.08.2017).
- Uzależnienie od komputera i internetu*, <http://www.pracowniapsychologiczna.republika.pl/komputer.htm> (online: 30.08.2017).
- Przeciwdziałanie e-uzależnieniu dzieci i młodzieży. Informacja o wynikach kontroli*, NIK, Kielce 2016. <https://www.nik.gov.pl/plik/id,12563,vp,14960.pdf>

CHILD SAFETY IN THE INTERNET

Summary

Nowadays, the Internet is not bound to a certain place, available only at home, school or an Internet cafe. In practice, each person has a constant access using a telephone or a smartphone, what makes the Web present in people's lives almost in every situation. However, such easy access, speed or a lack of control carries numerous threats, especially in case of young people, who are not aware of risks waiting for them in the cyberspace. Thus, parents and guardians should not leave children and youth unattended in the Internet. Their obligation is to wisely accompany them in their learning of the virtual world and to warn them about the dangers.

Keywords: child, safety, threats, the Internet.

Autor

mgr Sabina Waluś
Uniwersytet Opolski
Instytut Nauk Pedagogicznych

7 „NIEZALEŻNE MEDIA” – AKSJOMAT SPOŁECZNY, NIEOSIĄGALNY IDEAŁ CZY WAŻNY ELEMENT DEMOKRATYCZNEGO PAŃSTWA?

Marcin Jurzysta

Słowa kluczowe: media, władza, polityka.

Wprowadzenie

Czym są niezależne media? Czy w ogóle istnieją? Co na ich temat mówią przeciętni obywatele, jak je definiują, a jak problem ten przedstawiają naukowcy? Próba odpowiedzi na powyższe pytania stanowi główny cel badawczy niniejszej pracy. Cele szczegółowe rozważań to przeanalizowanie relacji między mediami a władzą, omówienie kontroli działalności mediów czy wreszcie podjęcie rozważań na temat post prawdy, czy tak modnego dziś pojęcia „prawdy alternatywnej”.

W poniższej analizie zasadniczo ukazano dwie kwestie. Mianowicie postawiono pytanie o to, po pierwsze – czym są niezależne media, oraz po drugie – czym powinny niezależne media być. Wywód jest studium obserwacyjno-analitycznym tego, w jak różny (niejednokrotnie nawet skrajnie różny) sposób niezależność mediów jest pojmowana.

Na potrzeby prowadzonych rozważań przestudiowano wystąpienia medialne polityków, jak również ich wystąpienia na temat mediów. Wiarygodność i rzetelność obserwacji poparto rozważaniami teoretycznymi, których fundamentem są publikacje zbiorowe takich badaczy, jak: L. Pokrzycka, W. Micha czy B. Dobek-Ostrowska. Analizowany problem ujęto wieloaspektowo. Uwzględniono tak odniesienia polityczne, społeczne, prawne, jak i etyczno-filozoficzne funkcjonowania mediów.

Czym są niezależne media? Wydarzenia z połowy grudnia 2016 r. dowodzą nieznamomości materii nawet przez tych, którzy owej niezależności pragnęli bronić. Oto bowiem, gdy obecna większość parlamentarna chciała wprowadzić przepisy ograniczające możliwość poruszania się dziennikarzy po Sejmie, to obok hasła „wolne media” pojawiło się wezwanie do obrony „niezależności mediów”. Te dwa, skądinąd słuszne postulaty mogą być traktowane jako synonimy¹. W tej konkretnej sytuacji jednak należy

¹ K. Dziubka, *Wolność*, [w:] A. Antoszewski, R. Herbut (red.), *Leksykon Politologii*, Atla2 Wrocław 2000, s. 652-653.

rozdzielić obydwie kategorie.

Broniący wolności mediów w Sejmie sprzeciwiali się nowym przepisom ograniczającym możliwość poruszania się dziennikarzy po sejmowych budynkach. Nie chcieli by aktywność mediów w pozyskiwaniu i weryfikowaniu informacji była czymkolwiek ograniczana. Protestujący uważali, że prawo o dostępie do informacji publicznej² może zostać w ten sposób naruszone.

Broniącym niezależności mediów chodziło natomiast zapewne nie o niezależność sensu *stricte*: w Sejmie, w Ratuszu, czy gdziekolwiek indziej, ale o niezależność w ogóle. Niezależność rozumianą jako pewien imperatyw życia publicznego, który w sposób istotny mógł zostać zachwiany.

Media jako agora

Wymogiem każdego systemu demokratycznego jest istnienie pluralizmu, efektem czego jest możliwość prowadzenia debaty, sporu na tematy bieżące. Jak wskazuje W. Mich współczesną agorą są dziś media³. Jest to jedyne, jak się wydaje, pole na którym skutecznie mogą funkcjonować przeciwstawne poglądy i koncepcje. Dlatego tak ważnym jest, by owa współczesna agora była odpowiednio urządzona i akceptowalna przez wszystkich uczestników dyskursu politycznego.

Stan powszechnej akceptacji przestrzeni medialnej jest niezwykle trudny do osiągnięcia. Zatem czy współczesną agorą mogą być media, które jako takie są dezawuowane w zasadzie przez wszystkich uczestników życia publicznego? Czy na gruncie tej przestrzeni może toczyć się debata, skoro odbiorca (często od samych jej uczestników) dostaje taki oto komunikat „tym mediom nie wiercie”.

Drugim, równie ważnym problemem jest jakość debaty toczącej się w mediach. W tym aspekcie media również nie przypominają już antycznej agory. Tabloidyzacja i walka o widza sprawiają, że debata z merytorycznej dyskusji na argumenty, zmienia się w *show*, gdzie liczy się to, kto kogo bardziej skompromituje. Należy zgodzić się z W. Michem, że na taki stan w dużej mierze ma wpływ brak profesjonalizmu wielu dziennikarzy⁴. Dziś bowiem dziennikarzem może być każdy nawet „nie dziennikarz” (czyli ktoś bez wykształcenia, lub choćby przygotowania warsztatowego). Dzieje się tak, gdyż jak zauważa S. Gwodź „Internet, telefonia komórkowa, kompute-

² Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz.U. z 2016, poz. 1764).

³ W. Mich, *Media jako współczesna agora: szanse i zagrożenia*, [w:] L. Pokrzycka, W. Mich (red.), *Media a demokracja*, UMCS, Lublin 2007, s. 11.

⁴ *Ibidem*, s. 16

ryzacja sprawiają, że w przestrzeni informacyjnej coraz bardziej zaczynają ważyć opinie tzw. zwykłych ludzi”⁵. Ci „zwykli” odbiorcy nie są w stanie przyswoić ambitnych treści, wieloaspektowych debat, dogłębnych analiz, dlatego, siłą rzeczy, przekaz medialny coraz bardziej się trywializuje. Sprawy trudne, skomplikowane schodzą na dalszy plan, na pierwszy natomiast wysuwają się banały, „bon-moty”, by sięgnąć poziomu *reality show*, który – powtarzając za ks. J. Mierzw – „reklamowany jest jako „wreszcie prawdziwy obraz społeczeństwa”⁶.

Można zatem postawić tezę, że media będą pełniły rolę współczesnej agory wówczas, gdy zadziałają nań prawidłowo funkcjonujące instrumenty kontroli. Mówiąc o kontroli ma się na myśli zarówno kontrolę społeczną (związaną z krytycznym osądem i intuicją obywatelską odbiorców), jak i kontrolą instytucjonalną (prowadzoną przez gremia do tego celu powołane). Problem jednak polega na tym, iż skład owych gremiów i ich często (polityczne) umocowanie, każą mieć duże wątpliwości, co do ich rzetelności.

Media w rękach polityków

Często mówi się, że ten kto ma media ten ma władzę. W polskiej rzeczywistości społeczno-politycznej z powodzeniem można by dokonać inwersji tego powiedzenia i stwierdzić, że „kto ma władzę ten ma media”. Oto bowiem media zawsze postrzegane były jako „łup polityczny”, zagarniany zaraz po objęciu władzy. Te tradycje zostały wywiedzione z okresu Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej i w wolnej Polsce od początku, wzorem Radiokomiteu, działalność instytucji nadzorujących media, w mniejszym lub większym stopniu, zawsze uzależniona była od polityków. Być może jest to, jak wskazuje B. Dobek-Ostrowska⁷, efekt uwarunkowań historycznych. Czyli tego, że działalność instytucji demokratycznych, jak we wszystkich krajach znajdujących się niegdyś za żelazną kurtyną, jest u nas jeszcze w fazie „raczkującej”. Być może jednak taki stan rzeczy jest konwencją naturalnej skłonności możliwych tego świata do wywierania wpływu na instytucje oraz

⁵ S. Gwóźdz, *miejsce mediów masowych w społeczeństwie informacyjnym*, „Media i Medioznawstwo” 2013, nr 3-4, s. 73.

⁶ J. Mierzwa, *Mechanizm manipulacji medialnych*, [w:] M. Koś, M. Zdunek (red.), *Ślady przeszłości. Sejmik kultury powiatu strzyżowskiego w latach 2006-2012*, Wydawnictwo Powiatu Strzyżowskiego, Strzyżów 2012, s. 36.

⁷ B. Dobek-Ostrowska, *Media i rola mediów masowych w procesach demokratyzacyjnych*, [w:] *Media masowe w demokratyzujących się systemach politycznych. W drodze do wolności słowa i mediów*, red. B. Dobek-Ostrowska, Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2006, ss. 27-33.

środowiska, które z dużą dozą krytycyzmu patrzyłyby lub próbują patrzeć im na ręce (przykłady: Berlusconi we Włoszech czy Putin w Rosji).

Jak już zostało wcześniej wspomniane, na straży obiektywnego przekazu medialnego winny stać odpowiednie instytucje kontrolne. Jednak ich apolityczność stoi pod znakiem zapytania. Oto bowiem skład personalny Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (KRRiT) czy (w szczególności) Rady Mediów Narodowych (RMN) pozostawia wiele do życzenia. Dlatego też tak istotną rolę pełnią tu organizacje pozarządowe, będące poza wpływem polityków. Wystarczy spojrzeć choćby na działalność Instytutu Monitoringu Mediów, który prowadzi dogłębną analizę funkcjonowania każdej redakcji, niezależnie czy jest to gazeta, radio, telewizja czy portal internetowy. Instytut należy do międzynarodowej organizacji Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse⁸, nie można mieć zatem żadnych wątpliwości, że jego analizy są rzetelne i obiektywne. Niebagatelną rolę odgrywają też stowarzyszenia, jak choćby Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, czy Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej. Oczywiście zawsze czy to w stosunku do pozarządowych instytucji badających media, czy wobec stowarzyszeń dziennikarskich, może pojawić się podejrzenie o ich ewentualną stronniczość lub działanie w obronie mitycznych układów korporacyjnych. Jednakże instytucje te mają jedną, istotną wartość, której niestety brakuje zarówno KRRiT i RMN – mianowicie o ich składzie nie decydują politycy. Owszem, niezaprzeczalnym faktem jest to, że prezesem tego, czy innego gremium może być osoba sprzyjająca tej, czy innej politycznej opcji, ale czy można wymagać by ktoś przestał mieć poglądy polityczne tylko dlatego, że zostaje prezesem jakiejś organizacji? Owe poglądy nie powinny jednak nigdy być przekładane na działania stowarzyszenia, w przeciwnym razie taki człowiek winien być skutecznie i szybko usunięty przez członków gremium. Sytuacja tego typu nigdy nie będzie miała miejsca ani w przypadku KRRiT, ani tym bardziej w RMN.

Relacje media-władza to też dobre praktyki i przykłady pozytywnych zdarzeń. Trudno o nie na pewno na szczeblu centralnym, gdzie dyskurs publiczny jest szczególnie żywy. Niemniej jednak na poziomie lokalnym takie dobre relacje mogą się pojawić. Owszem, są one obarczone pewnym ryzykiem, gdy wydawcy mediów lokalnych są w sposób ewidentny uzależnieni od finansowego wsparcia lokalnego polityka (np. wójta czy burmistrza). Istnieje jednak duża szansa, że media na poziomie lokalnym będą służyć obu stronom – władzy i społeczeństwu. Jak wskazuje J. Parnes najefektywniejsze w tym zakresie są media elektroniczne, które stają się płaszczyzną dialogu społecznego, ułatwiają konsultacje społeczne i stają się

⁸ www.imm.com.pl/o-firmie

platformą komunikacji interwencyjnej⁹. Tego typu praktykom, co może wydawać się paradoksem, służą m.in. fora internetowe czy profile danych samorządów na Facebooku.

Prawda w mediach

W największym uproszczeniu można by rzec, że podstawową funkcją mediów jest przekazywanie wiedzy czy (w ontologicznym ujęciu) prawdy o świecie. Dużo mówi się zatem o tzw. prawdzie obiektywnej. Nasuwają się pytanie, czy istnieją prawdy nieobiektywne. Jeżeli by przyjąć, że prawda jest wartością relatywną, to nie istnieje coś takiego jak „prawda obiektywna”. W tym kontekście być może faktycznie stwierdzenia niektórych, że stacja telewizyjna X nie mówi prawdy; innych, że stacja telewizyjna Y manipuluje faktami, wydają się słuszne. Prawda bowiem jawi się w takiej perspektywie, w jakiej widzą ją zainteresowane strony. Działa tu bowiem mechanizm świetnie opisany przez N. Hartmann – „Obecność w strumieniu zdarzeń, bycie zakorzenionym, emocjonalno-transcendentalne akty, ekspansywność osoby w swym kręgu życiowym, mają wyraźnie charakter relacji. Określają ducha z jego stosunku do świata”¹⁰. Owa relacyjność zatem wydaje się mieć istotny wpływ na relatywność prawdy.

W tym kontekście warto też pochylić się na problemem etyki w zawodzie dziennikarza i za K. Stasiuk-Krajewską zapytać: „czy należy przestrzegać tej wartości niezależnie od konsekwencji ujawniania prawdy (a więc kosztem głównie społecznej odpowiedzialności)? Czy istnieją uzasadnione (jeśli tak – jakie?) sytuacje, w których etyczny dziennikarz z ujawnienia prawdy powinien zrezygnować w imię wartości uznawanej za nadrzędną, a związanej ze społecznymi konsekwencjami upublicznienia danej informacji?¹¹. By odpowiedzieć warto odwrócić nieco istotę tego pytania i zapytać, czy są takie okoliczności, w których ujawnianie prawdy okazałoby się nieetyczne? Wydaje się bowiem, że są. Należą do nich choćby zamachy terrorystyczne. Oto bowiem od jakiegoś czasu słychać kierowane w stronę mediów zarzuty, iż informowanie o zamachach ośmiela tych, którzy ich

⁹ J. Parnes, *Internetowe media samorządowe jako narzędzie dialogu władzy z obywatelami*, [w:] W. Furman, P. Kuca (red.), *Przemiany mediów regionalnych i lokalnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2015, ss. 122-127.

¹⁰ N. Hartmann, *Duch obiektywny. Fenomen podstawowy i teorie. Rozdział 16. To co ponadindywidualne w duchu osobowym* [tłum. w:] Sofia, oprac. red. Andrzej L. Zachariasz, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego Rzeszów 2008, s. 250.

¹¹ K. Stasiuk-Krajewska, *O tak zwanej etyce mediów lokalnych* [w:] J. Adamowski, K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman (red.), *Media regionalne. Sukcesy i porażki*, WSEiP, Kielce 2008, s. 25.

dokonują. Zarzuty owe wyraża chociażby T. Goban-Klas twierdząc: „Czyż nie właśnie dzięki mediom i ich personelowi (tj. głównie dziennikarzom) terroryści nie zdobywają tego, o co im chodzi – zastraszenia ogółu, zmuszenia władz do reakcji (choćby była to reakcja narzucenia *imperium strachu* w ramach walki z terroryzmem)¹². Kwestia ta jest dyskusyjna, media bowiem są po to, by informować o tego typu przypadkach. Nie akceptowanym jednak zdają się być sytuacje, gdy media ujawniają szczegóły działań operacyjnych mających przeciwdziałać takim zdarzeniom. Dlatego tak istotnym jest wypracowanie pewnych zasad w sprawie informowania o działaniach terrorystycznych, które z czasem zaczną obowiązywać jako standard pracy dziennikarskiej, jak to uczyniło chociażby BBC, gdzie położono nacisk nie tylko na szybkość i rzetelność informacji, ale również podniesiono kwestię jej odpowiedzialności¹³.

Zagadnienie relatywności prawdy każe dotknąć też innego wątku (jedynie w ograniczonym zakresie, gdyż o wiele bardziej dotyczy on zapewne debaty filozoficznej), a mianowicie granicy pomiędzy prawdą a kłamstwem. Oto bowiem skoro możemy mieć w mediach do czynienia z „prawdami alternatywnymi”, co więcej niejednokrotnie wzajemnie się wykluczającymi to znaczy, że w istocie ktoś po prostu kłamie. Założenie takie implikuje jeszcze bardziej drastyczną tezę – że kłamią po prostu wszyscy. J. Tischner pisał: „kłamliwa mowa staje się mową szczególnego nacisku, który może przechodzić od lęku aż po najwyższe stopnie oczarowania. Ile w tej mowie wiedzy o człowieku! O jego słabościach i marzeniach, o tym od czego człowiek ucieka i ku czemu dąży. Niekiedy wydaje się, że trzeba więcej wiedzieć by móc kłamać, niż by mówić prawdę”¹⁴. Tak właśnie, w skrócie, można by przedstawić mechanizm tworzenia półprawd i wielu prawd, gdzie kłamstwo wielokrotnie powtarzane staje się prawdą. W efekcie działania owego mechanizmu publiczność nie wie komu wierzyć, co humorystycznie skwitował wcześniej już cytowany ks. Tischner w słynnym stwierdzeniu o trzech prawdach¹⁵.

¹² T. Goban-Klas, *dziennikarze i terroryści – przeciwnicy, czy wspólnicy*, [w:] K. Wolny-Zmoryński, M. Wrońska, W. Furman (red.), *Między odpowiedzialnością a sensacją. Dziennikarstwo i edukacja na przełomie wieków*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2006, s. 20.

¹³ *Ibidem*, s. 22.

¹⁴ J. Tischner, *Filozofia dramatu*, Znak, Kraków 2012, s. 138

¹⁵ ks. prof. J. Tischner – wielokrotnie w swej publicystyce wskazywał na ten składnąd niekonwencjonalny podział.

Podsumowanie

Wobec powyższego, powiedzieć że dziś mamy do czynienia z niezależnymi od jakiegokolwiek nacisku mediami, to zbyt optymistyczna i nieprawdziwa teza. Zbyt wiele istnieje bowiem przykładów na to, że pewne osoby czy instytucje ingerują w medialny przekaz. Z drugiej strony jednak stwierdzenie, iż media straciły swą niezależność byłoby z pewnością niesprawiedliwym, zbyt daleko idącym nadużyciem.

Media są dziś miejscem debaty, w którym każdy może wyrazić swój pogląd i to bez wątpliwości jest ich siłą. Należy tu jednak wyraźnie dodać, iż media są takim miejscem mimo nacisków ze strony polityków, dezawuowania ich społecznej roli i relatywizowania prawdy, będącej pochodną relacyjności, co do opisywanych faktów.

Niezależne media nie tyleż są, co muszą być elementem każdej demokracji. Bez nich bowiem demokratyczne państwo nie istnieje. Można mówić tutaj o proporcjonalności; taką mamy demokrację, jaki jest w danym państwie stan mediów. Dlatego zatem niezależność w mediach powinna być i aksjomatem społecznym i wciąż nieosiągalnym ideałem, do którego konsekwentnie powinno się dążyć.

Dlaczego należy dbać o niezależność mediów? Ponieważ to nie tylko termin politologiczny czy medioznawczy. Niezależne media to wartość, nie tylko ta w ujęciu aksjologicznym, ale przecież wartość społeczna (która determinuje inne wartości), ponieważ daje poczucie bezpieczeństwa, ładu, harmonii, wolności słowa i przekonań. O taką wartość warto walczyć.

Literatura

- Dobek-Ostrowska B, *Media i rola mediów masowych w procesach demokratyzacyjnych*, [w:] B. Dobek-Ostrowska (red.), *Media masowe w demokratyzujących się systemach politycznych. W drodze do wolności słowa i mediów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2006.
- Dziubka K, *Wolność*, [w:] A. Antoszewski, R. Herbuy (red.), *Leksykon Politologii*, Atla2, Wrocław 2000.
- Goban-Klas T, *dziennikarze i terroryści – przeciwnicy, czy wspólnicy*, [w:] K. Wolny-Zmorzynski, M. Wrońska, W. Furman (red.), *Między odpowiedzialnością a sensacją. Dziennikarstwo i edukacja na przełomie wieków*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2006.
- Gwódź S., *Miejsce mediów masowych w społeczeństwie informacyjnym*, „Media i Medioznawstwo” 2013, nr 3-4.
- Hartmann N, *Duch obiektywny. Fenomen podstawowy i teorie. Rozdział 16. To co ponadindywidualne w duchu osobowym* [tłum. w:] Sofia, oprac. red. Andrzej L. Zachariasz, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2008.
- Mich W, *Media jako współczesna agora: szanse i zagrożenia*, [w:] L. Pokrzycka, W. Mich (red.), *Media a demokracja*, UMCS, Lublin 2007.

7. „NIEZALEŻNE MEDIA” – AKSJOMAT SPOŁECZNY, NIEOSIĄGALNY IDEAL CZY WAŻNY ELEMENT DEMOKRATYCZNEGO PAŃSTWA?

Mierzwa J, *Mechanizm manipulacji medialnych*, [w:] M. Koś, M. Zdunek (red.), *Ślady przeszłości. Sejmik kultury powiatu strzyżowskiego w latach 2006-2012*, Wydawnictwo Powiatu Strzyżowskiego, Strzyżów 2012.

Parnes J, *Internetowe media samorządowe jako narzędzie dialogu władzy z obywatelami*, [w:] W. Furman, P. Kuca (red.), *Przemiany mediów regionalnych i lokalnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2015.

Stasiuk-Krajewska K, *O tak zwanej etyce mediów lokalnych* [w:] J. Adamowski, K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman (red.), *Media regionalne. Sukcesy i porażki*, WSEiP, Kielce 2008.

Tischner J, *Filozofia dramatu*, Znak, Kraków 2012.

Strony internetowe

www.imm.com.pl/o-firmie

Akty prawne

Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej
(Dz.U. z 2016, poz. 1764).

„INDEPENDENT MEDIA” – A SOCIAL AXIOM, AN UNAVAILABLE IDEAL OR AN IMPORTANT ELEMENT OF A DEMOCRATIC STATE?

Summary

Do independent media exist at all? This is a fascinating question, and it is such not only in the context of recent political events in Poland. The fact of the matter is that the notable saying ‘He who has the power, has the media, and he who has the media, has the power’ has been in use in political science for a long time. Besides, independence of media can be discussed not only in the context of public broadcasting services. Apparently, the influence on news coverage is quite obvious in case of commercial media as well. Strangely enough, the influence (pressure) on the coverage does not necessarily have to come from political circles.

Keywords: media, authority, politician.

Autor

dr Marcin Jurzysta
Zespół Szkół w Czudcu
Uniwersytet Rzeszowski

CZĘŚĆ II
WYBRANE PROBLEMY
EKONOMII I ZARZĄDZANIA

8

THE LANGUAGE OF BUSINESS ENGLISH IN THE CONTEXT OF PROFESSIONAL DISCOURSE

Patrycja Kąkol

Key words: Business English, jargon, Professional Discourse, sociolinguistics, specialist languages.

Introduction

The emergence of English as the leading lingua franca of business in recent decades has resulted in an upsurge of scholarly interest in the teaching, learning and use of English for business and professional purposes¹. Business English is a rapidly growing field within the area of English Language Teaching and English for Specific Purposes. It is a term that is widely used and understood by practitioners, but its generality can lead to confusion among theorists. More and more people are nowadays required to learn English as the importance of EIL is still anything but decreasing. Nobody can deny the fact that, at the present time, English is the leading language of international communication, and the established language of science and business in the world. Although it is only one of several languages being promoted internationally in similar ways, its hegemony cannot be disputed. As a result, with the spread of English a huge demand has been created for teachers of English.

What is Business English?

Business English (BE) has become a noteworthy subject among teachers and students of the language. It has drawn the developing attention, especially during the last two decades as the language has been vital to business from the very beginning. In today's globalised world a significant part of business is accomplished in English. This is why there exists the necessity for conducting BE courses, especially in those parts of the globe where English does not serve as the mother tongue, arises². Especially now, when

¹ F. Bargiela-Chiappini, C. Nickerson, *Intercultural business communication: A rich field of studies*, „Journal of Intercultural Studies” 2003, vol. 24, no. 1, pp. 3-15.

² P. Sobkowiak, *Issues in ESP: Designing a Model for Teaching English for Business Purposes*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2008, p. 7.

internalization is increasing and English serves as the lingua franca, the English language is used not only among speakers in order to do business but also, and even more frequently, to talk about it, for example, within consumers or investors³.

The definition of Business English in LDLTAL⁴ clarifies that it is: „a branch of English for Special Purposes or English for Academic Purposes that focuses on the language „skills needed to function in a business setting. These skills include presentation skills and other skills needed in sales, marketing, management and other positions beyond the entry level in a business”.

The term Business English has developed out of English language learning and teaching and is continuously related to that process. According to this, BE is found among ESP. Grygiel states that: „Business English is most readily associated by its users with a special kind of language or a language variety. The name itself – Business English – has been coined to resemble such designations of generally recognized language varieties as British English or American English”⁵.

Nonetheless, BE is not exactly like those varieties. As a special language it is not our entirely natural language, as the latter develops spontaneously, and has a number of properties. It is only a simpler version, limited in terms of size and use. BE is seen as a tool of communication in a special context. „It accompanies a planned action between individuals or groups of people and is designed to reach some goals”⁶.

There have been made many changes and improvements in the ways in which teachers look at BE. At the turn of the decades 1960s and 1970s, special vocabulary items were seen as the feature that differentiated Business English from General English. The course books designed at that time clearly presented that view. Their principle was to show special target vocabulary in the context which related to a certain subject. The course books' authors assumed that the students had already learnt the language on, at least an intermediate level. Unfortunately, no knowledge of the topic was taken into consideration.

A couple of years later new teaching materials were introduced. New

³ A. Dzieciół-Pędlich, *Business English in the Eyes of Economics and Management Students at the University of Białystok*. In *Studies in Logic, „Grammar and Rhetoric”* vol. 38, no. 1, 2014, pp. 83-102.

⁴ J.C. Richards, R. Schmidt, *Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics*, Routledge 2013.

⁵ M. Grygiel, *Business English from a Linguistic Perspective*, „English for Specific Purposes World” Special Issue 1. 2015, 2015, vol. 16, 2015, http://www.esp-world.info/1_Special_Articles/Grygiel_Business%20English.pdf (online: 29.10.2017).

⁶ *Ibidem*, pp. 8-9.

course books put a great insistence on improving communication skills not only in speaking but also in listening, reading and writing and all within business situations. Since the late 1980s, teaching Business English has developed upon the characteristics of previous approaches. The only difference was that it has given its interest in the urgent need of development and further practice of skills in order to use the language learnt.

Ellis and Johnson⁷ present the understanding of what Business English (BE) is and state three essential aspects of it. As the most important feature they propose Sense of purpose. The language is used to achieved an intended goal and its successful use is seen in terms of a successful outcome to the business transaction or event⁸. The practitioners of BE have to communicate in English at a decent level, as they expect to achieve more in their jobs. It is also the subject of competition which is visible among the individual workers as well as between the whole companies. Not to mention the fact that any kinds of misunderstanding could definitely cause a waste of money or even the loss of one's job.

To answer the question of what BE really is, Social aspect needs to be discussed as well. It a well-known fact that people dealing with business need to make contact with strangers, people they have never met before or have only little knowledge about. Thus, it is advisable to do things in a way that foreigners, people from diverse cultures and using various mother tongues, can easily feel more comfortable with themselves. A generally accepted style is used to build good relations. It is polite and at the same time direct.

„The third characteristic describes what is known as Clear communication. There is the desire for logical and clear thoughts. Information has to be conveyed with minimum risk of misunderstanding (...)”⁹. Although the meaning has to be delivered in rather short time, in order to economise it, the ideas should be emphasised by the kind words¹⁰.

„To put it simply, Business English is the English required when you do business. It is about teaching English to adults or university students, working or preparing to work in a business environment, be it a large multinational, a small private company or a state company. The radical difference between teaching General English and business, technical English resides in the very aim of the teaching: it may mean teaching technical, academic words, or just taking notes, making presentation, depending on the students' expectations as they may need it when making presentations, when making telephone calls, for socializing, or negotiating for example. Even if it

⁷ M. Ellis, C. Johnson, *Teaching Business English*, Oxford University Press, Oxford 2003, p. 4.

⁸ *Ibidem*.

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ *Ibidem*.

may be hard, teaching Business English is special and really rewarding as it offers you the possibility to quickly answer to your students' immediate needs for English; it is in strong connection to the day-to-day activities of real life, and you may build special relationships with your students in order to find out more about their working lives and about their particular needs in terms of English language"¹¹. As the dictionaries put it, terminology refers to the body of specialized words relating to a particular subject, the study of terms, that is, the system of terms belonging or peculiar to a science, art, or specialized subject; nomenclature: the terminology of economics¹². „Thus, terminology refers to the specialized vocabulary characterizing a profession, or some other activities to which a group of people dedicate significant parts of their lives, or sometimes even a slice of an industry. Specialists of a certain area need a specialized vocabulary to properly communicate about notions and concepts specific to their field and that is the technical terminology characterizing a profession, or some other activities to which a group of people dedicate significant parts of their lives, or sometimes even a slice of an industry"¹³.

Business English as a professional jargon

„Jargon is a type of language that is used in a particular context and may not be well understood outside of it. The context is usually a particular occupation (that is, a certain trade, profession, or academic field), but any ingroup can have jargon. The main trait that distinguishes jargon from the rest of a language is special vocabulary including some words specific to it and, often, narrower senses of words that outgroups would tend to take in a broader sense"¹⁴. The term jargon refers to a quasi-language semiotic system or a communication mode similar to slang or argot. Jargons do not possess fully developed language structure, but they are restricted to specialized vocabulary, which often makes it difficult for outsiders to understand them¹⁵. „Business English is very often associated not with

¹¹ M.A. Sim, *Ups and Downs of Teaching Business English Terminology*, http://www.theroundtable.ro/Current/Language/Monica_Sim_Ups_and_Downs_of_Teaching_Business_English_Terminology.pdf, p. 2 (online: 29.10.2017).

¹² *Collins English Dictionary*, HarperCollins Publishers, New York 2009.

¹³ M.A. Sim, op. cit., p. 3.

¹⁴ *Jargon*, <https://en.wikipedia.org/wiki/Jargon> ((online: 29.10.2017).

¹⁵ J.K. Chambers, P. Trudgill, N. Schilling-Estes, *The Handbook of Language Variation and Change*, Blackwell Publishers, New Jersey 2002.

a language, or language variety but with a specialized terminology¹⁶ because specialized fields of inquiry „require specialized terminology in order to express the meaning in the most unambiguous¹⁷ way. „Business is an economic activity, which is related with continuous and regular production and distribution of goods and services for satisfying human wants¹⁸. Thusly, Business English is mainly „concerned with the vocabulary of all sectors of market economy: setting up and running businesses, production¹⁹, company structure, management, „accounting, banking, financial markets, transport and logistics²⁰. Business English treated as a professional jargon can fall into a number of different subcategories, „for example, corporate jargon, variously known as corporate speak, corporate lingo, business speak, business jargon, management speak, workplace jargon, or commercialese, is the jargon often used in large corporations, bureaucracies, and similar workplaces. The jargon is associated with managers of large corporations, business management consultants, and occasionally government. Reference to this type of jargon is typically derogatory, implying the use of long, complicated, or obscure words, abbreviations, euphemisms, and acronyms²¹.

Examples of Business Jargon:

- Bang for the buck – A term that means, to get the most for your money;
- Due diligence – Putting effort into research before making a business decision;
- Sweat equity – Getting a stake in the business instead of pay;
- The 9-to-5 – Business jargon meaning a standard work day;
- Chief cook and bottle-washer – A person who holds many responsibilities;
- Get your ducks in a row – Indicates you are all ready and planned for the project that you are about to undertake shortly;
- Deep dive - Examining a business proposal or results in great detail;
- Eat the elephant one bite at a time – To break a large task into smaller ones;
- Flavor of the month – Latest management fad hitting the business landscape;

¹⁶ M. Grygiel, *Business English from a Linguistic Perspective*, „English for Specific Purposes World” Special Issue 1. 2015, 2015, vol. 16, 2015, http://www.esp-world.info/1_Special_Articles/Grygiel_Business%20English.pdf (online: 29.10.2017).

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ *Ibidem*.

- Herding cats – Managing a group of people who don't necessarily want to be managed;
- Think outside the box – Thinking outside your standard paradigm in uncommon ways in hopes of arriving at a creative idea or solution;
- Upshot – The final outcome.

What are specialist languages?

Specialized language, also referred to as LSP (Language for Special Purposes) could be described as a language used in a particular subject field often existing and having a meaning only in that field, and characterized by the use of specific linguistic means of expression. Numerous times words and expressions of a given specialized language have the same spelling but are not necessarily the same as those in common use. One could wonder if it is correct to talk about language for special purposes in singular form since different specialized languages are used to describe different fields of knowledge and areas of life²².

It is worth mentioning here before further analysis of the specialized language, that English specialized language is the most common version of specialized discourse and has the biggest influence on other languages with most modern technical and scientific terms having its origins in English. There are, nevertheless, other specialized language versions of great importance such as Spanish, French or German. Especially the last one of them is important for this thesis as many terms connected with logistics come from German language, for example many Polish terms connected with logistics are borrowed from German, such as *spedition* – *spedycja*.

Although there are many specialized languages and they differ from each other, various researchers attempted to provide characteristic features that all specialized language possess. Sager, Dungworth and McDonald stated that there are three essential criteria that a text must meet to be considered specialized: appropriateness, economy and precision²³. Sobrero partially agrees with them, stating that precision and neutrality of emotions are the most important traits of the specialized language²⁴. Gotti while discussing features of a specialized language lists monoreferentiality,

²² L. Bowker, J. Pearson, *Working with Specialized Language: A Practical Guide to Using Corpora*, Routledge, London/New York 2002, p. 25.

²³ J. C. Sager, D. Dungworth, P. McDonald, *English special languages: principles and practice in science and technology*, Brandstetter, Wiesbaden 1980, p. 323.

²⁴ A. Sobrero, *Lingue speciali, Introduzione all'italiano contemporaneo*, Bari, Laterza 1993, p. 243.

emotionless style, accuracy, lack of ambiguity and conciseness²⁵.

Lewandowski presents specialist languages as „originally invoked in the context of foreign language teaching to refer to the acquisition of terminologies (...) and other subject areas which were considered vital from the communicative point of view in professional interaction”²⁶. Moreover, Wille states that specialist languages (SL) are „strongly connected to certain separable work-connected areas of human activity and are used, in the first place, by experts in those particular subject fields” and „they include words familiar to the insiders only”²⁷. Many years before the notion of SL had been already defined by Hoffmann who stated that there are more characteristics that every specialized language have including generalization, abstraction, density of information, accuracy, impartiality, lack of vagueness, succinctness, emotional neutrality, logical coherence, impersonality and the and the usage of specific terms and data²⁸. We can agree that specialized languages overall are characterized by unambiguity, comprehensibility, precision, constant development of terms that often almost entirely change their meaning, use of borrowings from various languages including Greek or Latin, mostly formal style, accurate descriptions, impersonal and logical statements and lack of metaphors, humour or any affective connotations. Another feature of specialized language texts is the use of the passive voice, which allows the writer to be impersonal, and the speaker to sound more professional. Frequent use of relative pronouns, linking words and adverbials is also very common in specialized language texts²⁹.

Later, another Polish researcher, Szulc shared an opinion that special language is „a variant of general knowledge, which is used by professional groups and designed to ensure proper and precise description of a particular branch of knowledge”³⁰. SL however, cannot function as a separate linguistic system as it needs, according to Wille „grammar as a set of the rules of sign combination as well as general vocabulary that allows them to be applied”. On the other hand, she adds that „specialist languages develop and use their own vocabulary as well. The employment of general grammar

²⁵ M. Gotti, *I linguaggi specialistici*, La nuova Italia, Florence 1991, pp. 17-63.

²⁶ M. Lewandowski, *The Language of Football: an English-Polish Contrastive study*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań. 2013, p. 16.

²⁷ L. Wille, *On controversies surrounding specialist languages* [in:] L. Wille, M. Pikor-Niedziałek (eds.) *Specialist Languages in Use and Translation*, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2014, pp. 11-21.

²⁸ L. Hoffmann, *Towards a theory of LSP. Elements of a methodology of LSP Analysis*, „Fachsprache” 1979, no. 1, pp. 12-17.

²⁹ I.K.. Nagy, *English for Special Purposes: Specialized Languages and Problems of Terminology*, „Acta Universitatis Sapientiae, Philologica” 2014, vol. 6, no. 2, p. 265.

³⁰ A. Szulc, *Słownik dydaktyki języków obcych*, PWN, Warszawa 1994. p. 102.

is partial only because special languages (...) do not make use of all the grammatical structures available in the general language, so their grammar is poorer"³¹.

The definition of SL was delivered by Wille: „firstly, special languages do not pose separate linguistic system but are to be looked upon as subsystem of general system of the language in question and, secondly, they fulfil a vital communicative function as a means of communication with the participation of experts"³².

Features of specialist languages

The appearance of specialist languages is lastingly connected with the constant development of the fields of their use. Recently, the most noticeable progress of SL has been made in domains linked to commercial, pop culture, advertising, and IT. Ss Lewandowski states, „there are of course a number of ‘more established’ special languages that have been in influx for centuries"³³. Crystal gives the following examples of such SLs: „language of law, religion, business, politics, the press, medicine, science and technology"³⁴. A particular SL can involve numerous registers, lexical properties, styles and levels of abstraction, additionally it is semantically precise, systematized and lacks overt stances. In contrary to popular belief, special languages are not investigated merely in the context of pragmatics and semantics. They play a significant role in present communication as a more efficient tool than other language varieties³⁵. Subsequent distinctive feature of SLs mentioned by Sager is the „occurrence of charts, figures, tables and other similar forms of notation that are designed to ease the communication process"³⁶.

We can differentiate four types of specialist communication:

- 1) teaching-oriented (educational) activity;
- 2) professional activity;
- 3) scientific activity;
- 4) communication for public purposes.

Roelcke cited in Taborek, distinguishes three kinds of communication relationships in SL use:

³¹ L. Wille, M. Pikor-Niedziałek, *op. cit.*, p. 12.

³² *Ibidem.*

³³ M. Lewandowski, *op. cit.*, p. 18.

³⁴ D. Crystal, *English as a global language* (Second edition), Cambridge University Press, Cambridge 2003, p. 382.

³⁵ J.C. Sager, *English Special Languages*, Brandstetter, Wiesbaden. 1980.

³⁶ *Ibidem*, p. 6.

- 1) Internal communication (among experts in the field);
- 2) External communication (between experts and non-experts);
- 3) Communication non-experts³⁷.

Considering the definitions of specialized languages quoted by a number of linguists, specialized languages are characterized by the following features:

- are used to describe a particular field of knowledge or technology,
- these are the languages of limited range of use, often narrowed to a group of people dealing with a particular field of knowledge, specialists who use LSP in order to exchange and develop the science,
- they are one of the figures, variants, varieties or subsets of general language, taking into account the grammar, syntax and phonemics of the national language, and at the same time they fulfil completely autonomous function independent of the national language (this is the cognitive function and communication restricted to a particular field of knowledge),
- apart from the function they differ from general language mainly in terms of vocabulary and to a lesser extent on the level of syntax, morphology, word formation and semantics,
- in terms of word formation they are characterized by a tendency to form many abbreviations and acronyms, and numerous borrowings from the Latin,
- are characterized by determining the close relationship between the concept and its name by defining terms, and thus controlling the phenomenon of polysemy and homonymy and removal of synonyms, thus contributing to the creation of a system of terms,
- by very extensive lexicon, which largely coincides with the general language lexicon and often derives from it, by selection of expressions of the national language and giving them new meanings.
- on the level of the specialized language text it is characterized by conciseness, precision, depersonalization of the author and predominance of written language over oral language.

In summary, the specialized language derives from the general language the basis for the functioning, it is based on the national language and cannot exist without it. There cannot be set a strict boundary between technol-lect and national languages, because very often the terms become part of the general language by increasing the frequency of their use, but one can not say that such a boundary does not exist.

³⁷ J. Taborek, *The language of sports: some remarks on the language of football*, Wydawnictwo PWSZ, Piła 2012, p.241.

Business English as a specialist language

Business English can be described as a specialist language. Firstly, Business English is easily „associated by its users with a special kind of language or a language variety. However, as a specialist language, it is not a completely human natural language and possesses a number of properties typical of a language hybrid or pidgin.

Like pidgin, Business English is a limited in size and use, simplified, vocabulary biased version of a natural language. It develops as a means of communication for a special occasion between a limited number of users who outside this exceptional situation turn to standard code”³⁸.

„These characteristics make Business English different from a natural human language which develops unconsciously and without any planned intervention. Business English is not acquired in a way similar to mother tongue, but it must be taught at a secondary level and because of that Business English can never become the first language and replace English in this function”³⁹.

Conclusions

The study of Business English can be divided into two basic categories. „Firstly, the study of Business English can be pedagogically-centered⁴⁰. As a result, many of the researchers involved in the investigation of Business English are also active in teaching. The next major area of application is translation⁴¹. In this case, rather than language, a more precise object of analysis is a specialist text. Summing up, it is possible to conclude that Business English is investigated not as an end to itself, but largely to inform teaching, translation or training programs”⁴².

Literature

- Bargiela-Chiappini, F., Nickerson C., *Intercultural business communication: A rich field of studies*, „Journal of Intercultural Studies” 2003, vol. 24, no. 1.
Bowker, L.; Pearson J., *Working with Specialized Language: A Practical Guide to Using Cor-*

³⁸ M. Grygiel, *op. cit.*

³⁹ *Ibidem.*

⁴⁰ P. Sobkowiak, *Issues in ESP: Designing a Model for Teaching English for Business Purposes*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2008.

⁴¹ L. Wille, M. Pikor-Niedziałek, *op. cit.*

⁴² M. Grygiel, *op. cit.*

- pora*, Routledge, London/New York 2002.
- Richards C.J., Schmidt R. , *Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics*, Routledge 2013.
- Collins English Dictionary*, HarperCollins Publishers, New York 2009.
- Crystal, D., *English as a global language* (Second edition), Cambridge University Press, Cambridge 2003.
- Dzięcioł-Pędlich, A., *Business English in the Eyes of Economics and Management Students at the University of Białystok*. In *Studies in Logic, „Grammar and Rhetoric”* vol. 38, no. 1, 2014.
- Ellis M., Johnson, C., *Teaching Business English*, Oxford University Press, Oxford 2003.
- Hoffmann L., *Towards a theory of LSP. Elements of a methodology of LSP Analysis*, „Fachsprache” 1979, no. 1.
- Lewandowski M., *The Language of Football: an English-Polish Contrastive study*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań. 2013.
- Nagy I.K., *English for Special Purposes: Specialized Languages and Problems of Terminology*, „Acta Universitatis Sapientiae, Philologica” 2014, vol. 6, no. 2.
- Sager J.C., Dungworth D., McDonald P., *English special languages: principles and practice in science and technology*, Brandstetter, Wiesbaden 1980.
- Sager J.C., Brandstetter, Wiesbaden 1980.
- Sobkowiak P., *Issues in ESP: Designing a Model for Teaching English for Business Purposes*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2008.
- Sobrero A., *Lingue speciali, Introduzione all'italiano contemporaneo*, Bari, Laterza 1993.
- Szulc A., *Słownik dydaktyki języków obcych*, PWN, Warszawa 1994.
- Taborek J., Wydawnictwo PWSZ, Piła 2012.
- Wille L., *On controversies surrounding specialist languages* [in:] L. Wille, M. Pikor-Niedziałek (eds.) *Specialist Languages in Use and Translation*, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2014.
- Wille, L., Pikor-Niedziałek M. (eds.), *Specialist Languages in Use and Translation*, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2014.

Internet sources

- Sim A.M., *Ups and Downs of Teaching Business English Terminology*,
http://www.theroundtable.ro/Current/Language/Monica_Sim_Ups_and_Downs_of_Teaching_Business_English_Terminology.pdf, p. 2 (online: 29.10.2017).
- Jargon*, <https://en.wikipedia.org/wiki/Jargon> ((online: 29.10.2017).
- Grygiel M., *Business English from a Linguistic Perspective*, „English for Specific Purposes World” Special Issue 1. 2015, 2015, vol. 16, 2015,
http://www.esp-world.info/1_Special_Articles/Grygiel_Business%20English.pdf
(online: 29.10.2017).

Autor

mgr Patrycja Kąkol
Uniwersytet Rzeszowski

9 ISTOTA POSTĘPOWANIA SANACYJNEGO I ROLA W NIM INTERIM MANAGERA

Beata Barszczowska

Słowa kluczowe: postępowanie sanacyjne, restrukturyzacja, interim manager.

Wprowadzenie

Z dniem 1 stycznia 2016 r. weszła w życie ustawa z dnia 15 maja 2015 r. prawo restrukturyzacyjne (dalej p.r.)¹. Intencją ustawodawcy było wprowadzenie skutecznych instrumentów pozwalających na przeprowadzenie restrukturyzacji przedsiębiorstwa dłużnika oraz uniknięcie jego likwidacji. Doświadczenie wskazuje, iż restrukturyzacja zobowiązań bywa w wielu przypadkach korzystniejsza dla wierzyciela niż likwidacja lub upadłość dłużnika. Co więcej, ustawodawca oddzielił instytucjonalne postępowania restrukturyzacyjne od upadłościowych². Ustawa przewiduje cztery typy postępowań:

- postępowanie o zatwierdzenie układu,
- przyśpieszone postępowanie układowe,
- postępowanie układowe,
- postępowanie sanacyjne³.

Celem rozdziału jest przybliżenie istoty postępowania sanacyjnego oraz wskazanie możliwości wykorzystania interim managementu w postępowaniu sanacyjnym.

Restrukturyzacja – cel i przesłanki

Restrukturyzacja jest pojęciem wielowymiarowym, dlatego też w literaturze nauki o zarządzaniu funkcjonuje wiele jej definicji. Jednakże w niniejszym opracowaniu odniesiono się do rozumienia tego pojęcia w kontekście omawianej ustawy prawo restrukturyzacyjne. Ustawodawca zdefiniował restrukturyzację poprzez jej cele. Zgodnie z art. 3 ust 1. p.r. jej celem jest

¹ Ustawa z dnia 15 maja 2015 r. prawo restrukturyzacyjne (Dz. U. z 2015, poz. 978 ze zm.)

² Zob. Uzasadnienie projektu ustawy prawo restrukturyzacyjne, druk Sejmu VII kadencji, nr 2824, www.sejm.gov.pl (online: 10.06.2017).

³ Art. 2 p.r.

uniknięcie ogłoszenia upadłości dłużnika przez umożliwienie mu restrukturyzacji w drodze zawarcia układu z wierzycielami. W przypadku postępowania sanacyjnego celem jest także przeprowadzenie działań sanacyjnych, przy zabezpieczeniu słusznych praw wierzycieli. Nie zdefiniowano terminu „słuszne prawa wierzycieli”, jednakże jak wskazują komentatorzy, postępowanie restrukturyzacyjne jest prowadzone w interesie wierzycieli. Podczas całego jego toku, interesy dłużnika i wierzyciela muszą być wyważone. Tej równowagi pilnuje zarówno sędzia-komisarz, jak i nadzorca sądowy (zarządca)⁴. Postępowanie nie może się odbywać z pokrzywdzeniem wierzycieli. O pokrzywdzeniu mówi się w sytuacji, gdy wierzyciele w ramach zawarcia i realizacji układu zostawaliby zaspokojeni w mniejszym stopniu lub zaspokojeni znacznie później niż skutek ogłoszenia upadłości i likwidacji majątku dłużnika⁵. Sąd odmawia otwarcia postępowania, którego skutkiem byłoby pokrzywdzenie wierzycieli⁶. Należy podkreślić, iż prawo restrukturyzacyjne zwiększa uprawnienia rady wierzycieli.

Restrukturyzację przeprowadza się w jednym z czterech wymienionych we wstępie postępowaniach. Dłużnik ma możliwość wyboru rodzaju postępowania w zależności od jego sytuacji finansowej. Należy podkreślić, iż sądowe postępowania restrukturyzacyjne skierowane są wyłącznie do dłużników niewypłacalnych lub zagrożonych niewypłacalnością. Zgodnie z treścią art. 6 ust. 3 p.r. niewypłacalnym jest dłużnik, którego sytuacja ekonomiczna wskazuje, że w niedługim czasie może stać się niewypłacalny. Definicję dłużnika niewypłacalnego i przesłanki niewypłacalności odnaleźć można w art. 11 prawa upadłościowego (dalej p.u.). Zgodnie z jej treścią, niewypłacalnym staje się dłużnik, który utracił zdolność do wykonywania swoich wymagalnych zobowiązań pieniężnych⁷. W przypadku oceny niewypłacalności bada się jej dwie przesłanki: płynnościową i bilansową. Zgodnie z pierwszą domniemywa się, że dłużnik utracił zdolność do wykonywania swoich wymagalnych zobowiązań pieniężnych, jeżeli opóźnienie w wykonaniu zobowiązań pieniężnych przekracza trzy miesiące; zgodnie z drugą, gdy jego zobowiązania pieniężne przekraczają wartość jego majątku, a stan ten utrzymuje się przez okres przekraczający dwadzieścia cztery miesiące (bada się tu relację majątek vs zobowiązania)⁸.

Nie wszystkie jednak podmioty posiadają zdolność restrukturyzacyjną⁹.

⁴ Zob.: P. Zimmerman, P. Filipiak, B. Sierakowski, A. Michalska, *Prawo restrukturyzacyjne. Komentarz do ustawy*, Infor Biznes, Warszawa 2017, ss. 27-28.

⁵ Zob. Uzasadnienie projektu, *op. cit.*

⁶ Art. 8 p.r.

⁷ Ustawa z dnia 28 lutego 2003 r. Prawo upadłościowe (Dz. U. 2016, poz. 2171).

⁸ Art. 11 ust. 1, 1a, 2 p.u. Uwaga: należy tu pamiętać o wyłączeniach, o których mowa w ust. 3 i 4 wspomnianego artykułu.

⁹ Podobnie jak nie wszystkie podmioty posiadają zdolność upadłościową.

Nie mają jej dla przykładu: Skarb Państwa i jednostki samorządu terytorialnego (gminy, powiaty, województwa), banki krajowe, Bank Gospodarstwa Krajowego, oddziały banków zagranicznych, fundusze inwestycyjne. Podkreślić należy, iż zdolność taką posiadają spółki z udziałem Skarbu Państwa i spółki gminne.

Zarys przebiegu postępowania sanacyjnego i plan restrukturyzacyjny

Jednym z czterech postępowań restrukturyzacyjnych jest postępowanie sanacyjne. To właśnie ta procedura umożliwia dłużnikowi przeprowadzenie głębokiej restrukturyzacji i zawarcie z wierzycielami układu po sporządzeniu i zatwierdzeniu spisu wierzytelności. Istotą postępowania sanacyjnego jest poprawa sytuacji ekonomicznej dłużnika i przywrócenie dłużnikowi zdolności do wykonywania zobowiązań, przy jednoczesnej ochronie przed egzekucją¹⁰. Zgodnie z brzmieniem art. 312 ust. 1 p.r. postępowanie egzekucyjne skierowane do majątku dłużnika wchodzącego w skład masy sanacyjnej wszczęte przed dniem otwarcia postępowania sanacyjnego ulega zawieszeniu z mocy prawa z dniem otwarcia postępowania. Na wniosek dłużnika lub zarządcy sędzia-komisarz postanowieniem stwierdza zawieszenie postępowania egzekucyjnego. Dłużnik „zyskując” zawieszenie postępowań „traci”, co do zasady, możliwość zarządzania masą sanacyjną.

Wniosek o otwarcie postępowania może być złożony przez dłużnika, kuratora sądowego lub wierzyciela osobistego¹¹. Na uwagę zasługuje fakt, iż jest to jedyna procedura restrukturyzacyjna, która może zostać wszczęta na wniosek wierzyciela osobistego. Wymogi formalne, jakie musi spełniać wniosek o otwarcie postępowania sanacyjnego określa art. 284 p.r. Na szczególną uwagę zasługują tu wstępny plan restrukturyzacyjny oraz konieczność uzasadnienia wskazującego, że jego wdrożenie przywróci dłużnikowi zdolność do wykonywania zobowiązań. Obligatoryjnymi elementami wstępnego planu restrukturyzacyjnego są:

- analiza przyczyn trudnej sytuacji ekonomicznej dłużnika,
- wstępny opis i przegląd planowanych środków restrukturyzacyjnych i związanych z nimi kosztów,
- wstępny harmonogram wdrożenia środków restrukturyzacyjnych¹².

Dokumenty te muszą być przygotowane ze szczególną starannością i obiektywną oceną rzeczywistości. Trudno jest sporządzić plan restruktu-

¹⁰ Art. 3 ust. 5 i 6 p.r.

¹¹ Art. 7, art. 283 p.r.

¹² Art. 9 p.r.

ryzacyjny (nawet wstępny) bez dogłębnej analizy przyczyn zewnętrznych i wewnętrznych kryzysu w firmie. Wnioski z analizy pomogą w doborze właściwych środków restrukturyzacji. Restrukturyzacja zadłużenia (wykonanie układu) jest jednym z takich środków.

Intencją ustawodawcy było sprawne i efektywne przeprowadzanie postępowań restrukturyzacyjnych. Sąd ma 14 dni na rozpatrzenie wniosku o otwarcie postępowania sanacyjnego¹³. Z dniem jego otwarcia mienie służące prowadzeniu przedsiębiorstwa staje się masą sanacyjną. Odbiera się zarząd własny dłużnikowi i wyznacza zarządcę¹⁴. W terminie do 30 dni od dnia otwarcia postępowania, zarządca w porozumieniu z dłużnikiem, składa sędziemu-komisarzowi plan restrukturyzacyjny¹⁵. Obligatoryjne elementy planu restrukturyzacyjnego określa art. 10 ust. 1 p.u. i przytoczono je poniżej w całości:

- opis przedsiębiorstwa dłużnika wraz z informacją o aktualnym oraz przyszłym stanie podaży i popytu w sektorze rynku, na którym przedsiębiorstwo działa;
- analiza przyczyn trudnej sytuacji ekonomicznej dłużnika,
- prezentacja proponowanej przyszłej strategii prowadzenia przedsiębiorstwa dłużnika oraz informacja na temat poziomu i rodzaju ryzyka,
- pełny opis i przegląd planowanych środków restrukturyzacyjnych oraz związanych z nimi kosztów,
- harmonogram wdrożenia środków restrukturyzacyjnych oraz ostateczny termin wdrożenia planu restrukturyzacyjnego,
- informacja o zdolnościach produkcyjnych przedsiębiorstwa dłużnika, w szczególności o ich wykorzystaniu i redukcji,
- opis metod i źródeł finansowania, w tym wykorzystania dostępnego kapitału, sprzedaży aktywów w celu finansowania restrukturyzacji, finansowych zobowiązań udziałowców i osób trzecich, w szczególności banków lub innych kredytodawców, wielkości udzielonej i wnioskowanej pomocy publicznej oraz pomocy *de minimis* lub pomocy *de minimis* w rolnictwie lub rybołówstwie i wykazania zapotrzebowania na nią,
- projektowane zyski i straty na kolejne pięć lat oparte na co najmniej dwóch prognozach,
- imiona i nazwiska osób odpowiedzialnych za wykonanie układu.

¹³ Art. 288, 270 p.r.

¹⁴ Sąd może zezwolić dłużnikowi na wykonywanie zarządu w zakresie nieprzekraczającym zwykłego zarządu – art. 288 ust. 3 p.r. Do rozpatrzenia wniosku sąd może wyznaczyć rozprawę – w takim przypadku termin jego rozpatrzenia wynosi do 6 tygodni.

¹⁵ Z możliwością przedłużenia tego terminu do 3 miesięcy.

Reasumując, plan restrukturyzacyjny można podzielić na trzy bloki (rysunek 1).



Rysunek 1. Uproszczony schemat planu restrukturyzacyjnego

Źródło: opracowanie własne.

Zarządca realizuje plan po jego zatwierdzeniu przez sędziego-komisarza¹⁶. Jak wspomniano wyżej intencją ustawodawcy było, aby postępowania restrukturyzacyjne przebiegały sprawnie i efektywnie. Podobnie jak plan, w terminie do 30 dni od dnia otwarcia postępowania sanacyjnego, zarządca winien przedłożyć sędziemu-komisarzowi spis wierzytelności. W kolejnym kroku sędzia-komisarz zwołuje zgromadzenie wierzycieli w celu głosowania nad układem. Czyni to niezwłocznie po zrealizowaniu całości lub części planu restrukturyzacyjnego, nie później jednak niż przed upływem dwunastu miesięcy od dnia otwarcia postępowania. Postępowanie restrukturyzacyjne zostaje zakończone z dniem uprawomocnienia się postanowienia o zatwierdzeniu układu albo o odmowie zatwierdzenia układu¹⁷. Dłużnik odzyskuje prawo zarządu majątkiem z dniem zakończenia postępowania¹⁸.

¹⁶ Także po uzyskaniu opinii rady wierzycieli, o ile taka została powołana.

¹⁷ Art. 313-324 p.r.

¹⁸ Art. 329 p.r. O ile dłużnik był pozbawiony takiego prawa lub prawo takie zostało mu ograniczone. Przebieg postępowania opisano tu w znacznym uproszczeniu i przejęto iż zakończy się ono sukcesem.

Znaczenie kompetencji i doświadczenia doradcy restrukturyzacyjnego

Postępowanie restrukturyzacyjne prowadzone jest z udziałem nadzorcy, nadzorcy układu albo nadzorcy sądowego, którą może być osoba posiadająca stosowną licencję¹⁹. Warunki, jakie musi spełniać osoba ubiegająca się o licencję określono w art. 3 ustawy z dnia 15 czerwca 2007 r. o licencji doradcy restrukturyzacyjnego²⁰. Do najważniejszych z nich należą:

- wykształcenie – ukończenie studiów wyższych i uzyskanie tytułu magistra;
- doświadczenie w zarządzaniu przedsiębiorstwami – w okresie 15 lat przed złożeniem wniosku o licencję doradcy restrukturyzacyjnego, przez co najmniej 3 lata zarządzanie majątkiem upadłego, przedsiębiorstwem lub jego wyodrębnioną częścią;
- złożenie z pozytywnym wynikiem egzaminu przed Komisją Egzaminacyjną, powołaną przez Ministra Sprawiedliwości.

Sporządzenie realnego i profesjonalnego planu jest rzeczą niezwykle istotną dla całości postępowania. Jego przygotowanie wymaga zazwyczaj zaangażowania zespołu specjalistów, nie tylko samego zarządcy. Wystarczy bowiem tylko pobieżna analiza cytowanego wcześniej art. 10 p.u., w kontekście instrukcyjnego terminu 30. dni na opracowanie planu, aby uzmysłowić sobie zakres i ilości pracy, jakie są niezbędne do przygotowania tego dokumentu²¹. Zarządca jest powoływany przez sąd w postanowieniu o otwarciu postępowania sanacyjnego. Ustawa przewiduje jednak, iż dłużnik, mając zgodę wierzyciela lub wierzycieli mających łącznie 30% sumy wierzytelności (z wyłączeniem wierzycieli, o których mowa w art. 80 ust. 3 i art. 116 p.r) może złożyć wniosek do sądu o powołanie konkretnego zarządcy posiadającego licencję. Sąd może odmówić powołania wskazanej osoby, jeżeli zachodzą uzasadnione przyczyny, w szczególności jeżeli jest oczywiste, że wskazana osoba nie daje rękojmi należytego wykonywania obowiązków²². W uzasadnionych przypadkach celowym wydaje się powierzenie funkcji zarządcy specjalistcie branżowemu²³.

¹⁹ Art. 23-24 p.r.

²⁰ Ustawa z dnia 15 czerwca 2007 r. o licencji doradcy restrukturyzacyjnego (Dz. U. z 2016 r., poz. 883 ze zm.)

²¹ Oczywiście nie dotyczy to bardzo małych podmiotów. Ustawodawca przewidział, iż z uwagi na charakter przedsiębiorstw i jego wielkość plan restrukturyzacyjny może zostać ograniczony. Wymaga to jednak uzasadnienia – art. 11 ust. 2.

²² Art. 51 p.r.

²³ Zob.: Uzasadnienie projektu, *op. cit.*, P. Zimmerman, M. Medyński, B. Sierakowski, *Pozycja wierzyciela w postępowaniu upadłościowym – wpływ na wybór osoby syndyka*, „Dorada Restrukturyzacyjny” 2017, nr 8.

Wybór właściwego zarządcy, jak i też osób współpracujących z nim przy realizacji kluczowych obszarów planu restrukturyzacyjnego jest istotnym czynnikiem, który może przesądzić o skuteczności postępowania sanacyjnego. Usługa interim managementu, jako terminowy kontrakt zadaniowy doskonale wpisuje się w konwencję postępowania sanacyjnego i szeroko rozumianego zarządzania kryzysowego²⁴. Restrukturyzacja bowiem wymaga często fundamentalnych zmian w wielu obszarach organizacji, nierazko zmiany modelu biznesu czy też reorientacji celów (misji) firmy. Interim manager, jako „człowiek do zadań specjalnych” wydaje się być dobrym kandydatem na doradcę restrukturyzacyjnego. Doświadczeni interim managerowie to wysokiej klasy specjaliści, z historią zatrudnienia na najwyższych stanowiskach kadry zarządzającej, z potwierdzonymi sukcesami²⁵. To eksperci, którzy łączą w sobie unikalne kompetencje, tak potrzebne w postępowaniu sanacyjnym.

Statystyka postępowań restrukturyzacyjnych

Rok 2016 był pierwszym rokiem obowiązywania ustawy prawo restrukturyzacyjne. Wszczęto wówczas 212 postępowań, czego ponad 63% w trybie przyśpieszonego postępowania układowego. Natomiast w okresie pierwszych 6 miesięcy 2017 r. wszczęto 154 postępowania, z czego najwięcej, jak w roku poprzednim, w trybie przyśpieszonego postępowania układowego (ponad 55%)²⁶. Na uwagę zasługuje znaczący wzrost ilości wszczętych postępowań sanacyjnych w stosunku do 2016 r. Zestawienia zaprezentowano w tabeli 1.

²⁴ Zob.: Barszczowska B., *Wykorzystanie interim managementu w zarządzaniu kryzysowym* [w:] W. Danielak, K. Pujer (red), *Nowoczesne zarządzanie organizacją ze szczególnym uwzględnieniem orientacji zasobowej*, Exante, Wrocław 2017.

²⁵ Zob.: *Guide to interim management*, Institute of Interim Management, <http://iim.org.uk/wp-content/uploads/2014/04/Guide-to-interim-management.pdf> (online: 10.07.2016), s. 4; B. Barszczowska, *Interim management jako narzędzie wspierające rozwój firmy* [w:] K. Pujer (red.), *Zarządzanie organizacją w turbulentnym otoczeniu*, Exante, Wrocław 2016, ss. 127-129.

²⁶ Obliczenia własne na podstawie <http://www.coig.com.pl/> (online: 10.09.2017).

Tabela 1. Liczba wszczętych postępowań restrukturyzacyjnych

	Postępowanie o zatwierdzenie układu	Przyśpieszone postępowanie układowe	Postępowanie układowe	Postępowanie sanacyjne	Razem
2016	0	134	30	48	212
I półrocze 2017 r.	7	85	27	35	154
Razem	7	219	57	83	366

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.coig.com.pl/> (online: 10.09.2017).

Najwięcej postępowań wszczęto w województwach śląskim (2016 r. – 38, I półrocze 2017 r. – 30) i mazowieckim (2016 r. – 39, I półrocze 2017 r. – 28)²⁷. Zarówno w 2016 r., jak i 2017 r. wśród „ścieżek restrukturyzacyjnych” dominowało przyśpieszone postępowanie układowe. W tabeli 2 zaprezentowano liczbę wszczętych postępowań z podziałem wg formy prowadzenia działalności gospodarczej.

Tabela 2. Liczba wszczętych postępowań restrukturyzacyjnych wg formy prowadzenia działalności

	2016 r.	I półrocze 2017 r.
Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością	87	64
Indywidualna działalność gospodarcza	67	45
Spółki akcyjne	32	25
Spółki jawne	15	10
Pozostałe	11	10
Razem	212	154

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.coig.com.pl/> (online: 10.09.2017).

Wśród podmiotów objętych restrukturyzacją w obu badanych okresach dominują spółki z ograniczoną odpowiedzialnością – ok. 41%. Około 30% stanowi indywidualna działalność gospodarcza²⁸.

Podsumowanie

Postępowanie sanacyjne jest jednym z narzędzi pozwalających na przeprowadzenie restrukturyzacji przedsiębiorstwa, a tym samym na uniknięcie upadłości czy też likwidacji dłużnika. Nowe ustawodawstwo obowiązuje jednak zbyt krótko, więc jest zbyt wcześnie na ocenę jego wpływu na gospodarkę. Postępowanie sankcyjne jest nowym rozwiązaniem, wielu przed-

²⁷ <http://www.coig.com.pl/> (online: 10.09.2017).

²⁸ Obliczenia własne na podstawie <http://www.coig.com.pl/> (online: 10.09.2017).

siębiorców (dłużników i wierzycieli) podchodzi to tego narzędzia z pewną dozą ostrożności. To co z całą pewnością można stwierdzić już dziś jest to, iż na sukces postępowań sanacyjnych będzie miało wpływ wiele czynników. Jednym z nich jest doświadczenie i zorientowanie na cel doradcy restrukturyzacyjnego. Z tego też względu usługa interim managementu może zostać wykorzystana w procesie sanacji podmiotów gospodarczych. Wybór zarządcy może okazać się jednym z determinantów skuteczności sanacji firmy. Nie jest to jedyny czynnik. Należy mieć na względzie, iż aby postępowanie sanacyjne mogło przynieść zamierzony efekt konieczna jest nie tylko efektywna praca doradcy restrukturyzacyjnego, szybkość decyzji sądu i sędziego-komisarza, ale przede wszystkim współpraca i zaangażowanie w proces uczestników postępowania jakimi są dłużnik wierzyciele.

Literatura

- Barszczowska B., *Interim management jako narzędzie wspierające rozwój firmy* [w:] K. Pujer (red.), *Zarządzanie organizacją w turbulentnym otoczeniu*, Exante, Wrocław 2016.
- Barszczowska B., *Wykorzystanie interim managementu w zarządzaniu kryzysowym* [w:] W. Danielak, K. Pujer (red), *Nowoczesne zarządzanie organizacją ze szczególnym uwzględnieniem orientacji zasobowej*, Exante, Wrocław 2017.
- Zimmerman P., Filipiak B, Sierakowski B., Michalska A., *Prawo restrukturyzacyjne. Komentarz do ustawy*, Infor Biznes, Warszawa 2017.
- Zimmerman P., Medyński M., Sierakowski B., *Pozycja wierzyciela w postępowaniu upadłościowym – wpływ na wybór osoby syndyka*, „Doradca Restrukturyzacyjny” 2017, nr 8.

Akty prawne

- Ustawa z dnia 15 czerwca 2007 r. o licencji doradcy restrukturyzacyjnego (Dz. U. z 2016 r., poz. 883 ze zm.)
- Ustawa z dnia 15 maja 2015 r. prawo restrukturyzacyjne (Dz. U. z 2015, poz. 978 ze zm.)
- Ustawa z dnia 28 lutego 2003 r. prawo upadłościowe (Dz. U. 2016, poz. 2171. ze zm.)

Źródła internetowe

- Guide to interim management*, Institute of Interim Management,
<http://iim.org.uk/wp-content/uploads/2014/04/Guide-to-interim-management.pdf>
<http://www.coig.com.pl/>
- Uzasadnienie projektu ustawy prawo restrukturyzacyjne, druk Sejmu VII kadencji, nr 2824, www.sejm.gov.pl

THE ESSENCE OF REMEDIAL PROCEEDINGS AND THE ROLE OF INTERIM MANAGER

Summary

The Restructuring Law came into force on 1 January 2016. The purpose of restructuring is avoiding the debtor's bankruptcy. One of the proceedings described in this act is remedial proceedings. The remedial actions are acts which aim at improving the economic situation of the debtor and to restore the debtor's capacity to perform his obligations. The supervisor plays an important role in this proceeding because the success of remedial proceedings depends on his experience and qualifications. Therefore interim managers can play a particular role in remedial proceedings.

Keywords: remedial proceedings, restructuring, interim manager.

Autor

dr Beata Barszczowska

Doradca w zarządzaniu, Interim Manager
Członek Rady Dyrektorów
Stowarzyszenia Interim Managers
w Warszawie

10

WPŁYW OTOCZENIA NA FUNKCJONOWANIE WSPÓŁCZESNYCH ŁAŃCUCHÓW DOSTAW Z PERSPEKTYWY EKONOMII KOSZTÓW TRANSAKCYJNYCH

Elżbieta Małyszek

Słowa kluczowe: łańcuch dostaw, zarządzanie łańcuchem dostaw, ekonomia kosztów transakcyjnych.

Wprowadzenie

Łańcuch dostaw jest zbiorem wzajemnie powiązanych organizacji, których celem jest dostarczenie finalnemu odbiorcy pełnej oferty produktów i usług. Obejmuje on serię połączeń dostawca-odbiorca i wielokrotnie zawierane są w nim transakcje. Wysoka dynamika otoczenia sprawia, że w celu efektywnego zarządzania transakcjami, konieczna jest modyfikacja relacji z partnerami handlowymi. Coraz częściej następuje to w ramach zarządzania łańcuchem dostaw (SCM, ang. *Supply Chain Management*), które zakłada integrację i koordynację działań pomiędzy partnerami handlowymi w oparciu o partnerskie relacje pomiędzy nimi.

Ekonomia kosztów transakcyjnych (TCE, ang. *Transaction Cost Economics*) jest uzasadnionym podejściem do zrozumienia funkcjonowania łańcuchów dostaw, gdyż umożliwia łączenie poglądów marketingu, logistyki i zachowań organizacyjnych w jeden interdyscyplinarny zbiór²⁹. Jest to główna teoria wyjaśniająca tworzenie relacji międzyorganizacyjnych, które coraz częściej uznawane są za narzędzia umożliwiające zdobywanie przewagi konkurencyjnej. W ostatnich latach TCE zyskuje rosnącą uwagę naukowców i staje się jedną z wiodących perspektyw w badaniach w obszarze organizacji i zarządzania³⁰.

Celem niniejszego rozdziału jest zastosowanie głównych założeń TCE do zidentyfikowania wpływu otoczenia na funkcjonowanie współczesnych łańcuchów dostaw. Wpływ ten zanalizowano przez pryzmat czynników oddziałujących na poziom kosztów transakcyjnych, które związane są z pod-

²⁹ J.E. Hobbs, *A transaction cost approach to supply chain management*, „Supply Chain Management” 1996, no. 2, p. 15.

³⁰ S. Stranieri, L. Orsi, A. Banterle, *Traceability and risks: an extended transaction cost perspective*, „Supply Chain Management: An International Journal” 2017 no. 2, p. 145.

miotami rynku oraz atrybutami transakcji.

Założenia TCE

Głównym punktem skupienia TCE jest transakcja, czyli przeniesienie praw własności na dany wyrób/usługę. Transakcje mogą być klasyfikowane ze względu na swoją częstotliwość (sporadyczne i powtarzające się) i specyfikę potrzebnych zasobów (typowe, wyjątkowe i mieszane)³¹. Zawieranie transakcji zawsze generuje koszty transakcyjne, które związane są z planowaniem, przygotowaniem i monitorowaniem jej wykonania³².

Koszty transakcyjne istnieją zawsze obok kosztów podstawowej działalności, lecz ich definicje są dość zróżnicowane i ogólne, co utrudnia ich operacjonalizację. W badaniach najczęściej nie są one wyszczególniane i wylizczane bezpośrednio, ale w postaci zmiennych zależnych definiowane są tylko wymiary transakcji lub ich podkategorie³³. W rezultacie koszty transakcyjne często są nieuświadomiane, trudne w kwantyfikacji, pomijane w rachunku ekonomicznym oraz traktowane jako efekt uboczny zawieranych transakcji³⁴.

Poziom kosztów transakcyjnych zależy od czynników związanych z podmiotami rynku (tj. ograniczonej racjonalności podejmujących decyzje i ich oportunistycznym) oraz od atrybutów transakcji (tj. specyficzności aktywów wymaganych do jej realizacji, częstotliwości jej zawierania oraz towarzyszącej jej niepewności)³⁵. Celem TCE jest wybór takiego wariantu kontraktu, przy którym całkowite koszty przedsiębiorstwa są najniższe. Rodzi to konieczność tworzenia różnego rodzaju instytucji (tj. reguł postępowania i ograniczeń oddziałujących na uczestników wymiany handlowej) oraz doboru odpowiedniego mechanizmu koordynacji przepływu strumieni dóbr i usług. Podstawowe mechanizmy koordynacji przepływów dóbr i usług to rynek i hierarchia – rynek koordynuje je poprzez istnienie mechanizmów popytu i podaży, a hierarchia wykorzystuje w tym celu instancję kontrolującą i nadzorującą³⁶.

³¹ M. Pankowska, *Teoria kosztów transakcyjnych według Oliviera Williamsona*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1995, nr 3, s. 90.

³² O.E. Williamson, *Ekonomiczne instytucje kapitalizmu. Firmy, rynki, relacje kontraktowe*, PWN, Warszawa 1998, s. 388.

³³ M. Muller, H. Aust, *Transaction costs detailed: single-industry studies and operationalization*, „Industrial Management & Data Systems” 2011, no. 8, s. 1290.

³⁴ B. Zbroińska, *Wkład ekonomii kosztów transakcyjnych i teorii kontraktów do nauki o zarządzaniu*, „Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae” 2013, nr 2, ss. 165-166.

³⁵ O.E. Williamson, *Ekonomiczne*, *op. cit.*, s. 42.

³⁶ *Ibidem*, s. 65.

Łańcuch dostaw w świetle TCE

Rynek jako mechanizm koordynacji przepływów wywołuje niższe koszty produkcji i wyższe koszty koordynacji, niż gdyby ta sama transakcja była realizowana przy zastosowaniu hierarchii, czyli przy wykorzystaniu własnych zasobów przedsiębiorstwa³⁷. Rynekowe koszty transakcyjne mogą być zmniejszone poprzez tworzenie powiązań hierarchicznych, dlatego ich redukcja jest istotnym motywem do nawiązywania współpracy i integracji przedsiębiorstw. W rezultacie powstają umiejscowione pomiędzy rynkiem a hierarchią struktury hybrydowe, którymi są łańcuchy dostaw o różnym stopniu integracji pionowej.

Integracja pionowa w łańcuchu dostaw uznawana jest za kontinuum od rynków z wieloma nabywcami i sprzedawcami (jedynym wyznacznikiem transakcji jest cena, a jej warunki nie podlegają negocjacji) do hierarchii w postaci integracji pełnej (rozszerzone przedsiębiorstwo)³⁸. Proces przechodzenia do integracji pełnej obejmuje trzy etapy: integrację informacyjną (automatyzacja wymiany danych i przeprowadzania transakcji), poznawczą (integracja procesów) oraz kierowniczą (wspólne podejmowanie decyzji). Utworzenie w pełni zintegrowanych łańcuchów dostaw wymaga skutecznych systemów informacyjnych i właściwych kanałów komunikacji³⁹. Transakcje w nim muszą być w pełni przejrzyste, dlatego konieczne jest stosowanie odpowiednich standardów identyfikowalności, które pełnią funkcje instytucji i wpływają na efektywność zarządzania informacją i transakcjami w łańcuchu dostaw⁴⁰.

Z perspektywy TCE, integracja łańcucha dostaw jest alternatywnym podejściem do redukcji kosztów produkcyjnych i operacyjnych oraz do minimalizacji ryzyka, niepewności i oportunistycznego zachowania w łańcuchu dostaw⁴¹. W pełni zintegrowany łańcuch dostaw funkcjonuje jako rozszerzone przedsiębiorstwo, dlatego jego otoczenie jest analogiczne jak otoczenie przedsiębiorstwa. Stopień integracji pionowej decyduje o tym, czy łańcuch dostaw jest strukturą bliższą rynkowi czy też hierarchii.

³⁷ M. Pankowska, *Teoria*, *op. cit.*, s. 89.

³⁸ J.E. Hobbs, *A transaction*, *op. cit.*, s. 19.

³⁹ M. Mellat-Parast, J.E. Spillan, *Logistics and supply chain process integration as a source of competitive advantage. An empirical analysis*, „The International Journal of Logistics Management” 2014, no. 2, p. 291.

⁴⁰ S. Stranieri, L. Orsi, A. Banterle, *Traceability*, *op. cit.*, s. 145.

⁴¹ M. Mellat-Parast, J.E. Spillan, *Logistics*, *op. cit.*, s. 295.

Ograniczona racjonalność

Ograniczona racjonalność oznacza, że partnerzy handlowi nie są w stanie przewidzieć i uwzględnić wszystkich możliwych sytuacji towarzyszących realizacji kontraktu i poszukują pierwszej decyzji, która ich zadowala. Zjawisko to wynika z braku dostępu do informacji, jej skomplikowania oraz trudności w przetwarzaniu⁴².

Dynamika postaw i potrzeb konsumentów wymaga stałego poszukiwania nowych sposobów gromadzenia o nich informacji (np. wyszukiwarki internetowe, portale społecznościowe lub geolokalizacja). Wykorzystywanie możliwości Internetu rzeczy (ang. *Internet of Things*, IoT) oraz digitalizacja łańcuchów dostaw staje się obecnie główną tendencją w SCM⁴³. W procesie przetwarzania tak ogromnej ilości zgromadzonych danych konieczne jest wykorzystywanie technologii *Big Data* oraz zatrudnianie analityków *Data Mining* i *Data Scientist* (według prognoz te zawody staną się najbardziej poszukiwane w niedalekiej przyszłości⁴⁴).

Globalizacja, rozwój technologii teleinformatycznych i powszechny dostęp do Internetu zmuszają przedsiębiorstwa do gromadzenia i przetwarzania coraz większej ilości danych. Powoduje to wzrost rynkowych kosztów transakcyjnych w łańcuchach dostaw, gdyż powstaje problem „przeciążenia” informacją oraz rośnie złożoność i pracochłonność prowadzonych analiz. Rodzi to popyt na różnego rodzaju usługi analityczne i doradcze, dlatego zjawisko outsourcingu w zakresie prowadzenia różnych analiz staje się coraz powszechniejsze.

Dodatkowo, konieczność integracji łańcuchów dostaw sprawia, że przy podejmowaniu decyzji coraz częściej uwzględniane są dane wymieniane przez partnerów handlowych oraz dane o popycie konsumentów z punktów EPOS (ang. *Electronic Point of Sale*). Zwiększa to liczbę zmiennych uwzględnianych w procesie decyzyjnym i wywołuje konieczność stosowania odpowiednich rozwiązań informatycznych, w tym głównie narzędzi sztucznej inteligencji. Najlepsze jednak oprogramowanie nie zastąpi kreatywności ludzi, dlatego w celu tworzenia rozwiązań konieczne jest umożliwianie pracy zespołowej pracownikom rozproszonych geograficznie przedsiębiorstw. W rezultacie coraz częstszą tendencją jest tworzenie wir-

⁴² J.E. Hobbs, *A transaction*, op. cit., s. 15.

⁴³ S. Banker, *Supply Chain Trends To Follow In 2017*, <https://www.forbes.com/sites/stevebanker/2016/12/15/supply-chain-trends-to-follow-in-2017/> (online: 07.09.2017).

⁴⁴ K. Majak, *To oni będą najbardziej poszukiwani na rynku pracy. Analityk Data Mining – oto zawód przyszłości*, <http://natemat.pl/119085,to-oni-beda-najbardziej-poszukiwani-na-ryнку-pracy-analityk-data-mining-oto-zawod-przyszlosci> (online: 08.09.2017).

tualnych zespołów logistycznych oraz wykorzystywanie *crowdsourcingu*⁴⁵.

Oportunizm stron transakcji

Oportunizm stron transakcji jest podstawowym założeniem TCE. W relacjach rynkowych może on powodować asymetrię informacji i uzależnianie partnerów od siebie, a w relacjach hierarchicznych wywoływać nieuczciwe zachowania pracodawców i pracowników. Oportunizm może być również przyczyną braku społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw i występować w relacjach z otoczeniem⁴⁶.

Zachowania oportunistyczne zwiększają koszty transakcyjne, gdyż konieczne jest zapobieganie ich skutkom poprzez monitorowanie działań partnerów handlowych i tworzenie mechanizmów zabezpieczających (np. kontrolę pozyskiwanej informacji, szczegółowe umowy, audytowanie dostawców, stosowanie akredytyw bankowych). Oportunizm stron transakcji jest bardziej prawdopodobny w sytuacji ich dużego oddalenia geograficznego (trudniejsze sprawdzanie wiarygodności, monitorowanie działania i nawiązanie bliższych relacji), a działania minimalizujące jego skutki są wówczas bardziej złożone i kosztowne (np. egzekwowanie zapłaty za dostawę lub kar z tytułu niewywiązania się z umowy). W rezultacie firmy coraz częściej zamawiają specjalistyczne raporty na temat potencjalnych kontrahentów, które zawierają informacje niezbędne do oceny ryzyka ich postaw oportunistycznych.

Rosnąca świadomość społeczna konsumentów sprawia, że oportunizm partnerów handlowych w postaci braku społecznej odpowiedzialności może wpływać bardzo negatywnie na wizerunek firmy i powodować wysokie straty finansowe (przykładem może być firma Apple⁴⁷). Wzrost nacisku na społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw jest obecnie jednym z głównym trendów w SCM⁴⁸, dlatego konieczne jest podejmowanie działań minimalizujących ryzyko utraty reputacji firmy. Działania te wymagają współpracy i koordynacji wszystkich uczestników łańcucha dostaw i powinny mieć charakter ciągły, gdyż każde przedsiębiorstwo pozostaje pod stałym oddziaływaniem otoczenia i jego orientacja wobec społecznej odpowie-

⁴⁵ R. O'Byrne, *6 Key Supply Chain and Logistics Trends to Watch in 2017*, <http://www.logisticsbureau.com/6-key-supply-chain-and-logistics-trends-to-watch-in-2017/> (online: 07.09.2017).

⁴⁶ B. Zbroińska, *Wkład, op. cit.*, ss. 168-169.

⁴⁷ M. Matzke, *Znów burza wokół Apple. Poddostawcy w Chinach wyzyskują dzieci [RAPORT]*, http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,14349728,Znow_burza_wokol_Apple_Poddostawcy_w_Chinach_wyzyskuja.html (online: 05.09.2017).

⁴⁸ R. O'Byrne, *op. cit.*

działności może ulegać zmianie⁴⁹.

Specyficzność aktywów

Specyficzność aktywów oznacza stopień, do którego aktywa reprezentują specjalistyczną inwestycję dla danej transakcji. Może ona dotyczyć aktywów fizycznych, kapitału ludzkiego i lokalizacji. Im wyższa specyficzność aktywów, tym wyższe koszty transakcyjne oraz prawdopodobieństwo pionowej integracji firm w łańcuchu dostaw⁵⁰.

Intensywny rozwój sieci detalicznych powoduje stale rosnący udział w rynku marek własnych⁵¹. W rezultacie wielu producentów angażuje się w produkcję unikatowych wyrobów, możliwych do nabycia tylko w określonej sieci. Zacieśnia to ich relacje z detalistami, niemniej jednak często zmusza także do inwestycji w specyficzne zasoby⁵².

Sieci detaliczne od lat są głównymi integratorami łańcuchów dostaw, a ich aktualną tendencją jest tworzenie własnych centrów dystrybucji⁵³. Jest to przejaw dążenia do zwiększania poziomu integracji i transparentności przepływów materiałowych w łańcuchu dostaw. Każde działanie podejmowane w tym celu wymaga wdrożenia standardów identyfikowalności, które może stać się inwestycją w specyficzne zasoby, trudne do zastosowania w kontaktach z innymi kontrahentami. Aby unikać takich sytuacji, uczestnicy łańcucha dostaw coraz częściej korzystają z usług chmury obliczeniowej lub operatorów 4PL (ang. *fourth party logistics*), którzy pełnią rolę integratorów i brokerów informacji. W rezultacie coraz bardziej rozmywa się granica pomiędzy usługami logistycznymi a obsługą w zakresie IT (ang. *information technology, technologia informacyjna*), które oferują operatorzy logistyczni⁵⁴.

Współcześni konsumenci wymagają szybkiego dostarczania im różnorodnych produktów. W celu szybkiej reakcji na ich potrzeby i minimalizacji inwestycji w specyficzne zasoby dla poszczególnych grup klientów, tendencją w łańcuchach dostaw staje się stosowanie odraczania, opartego na

⁴⁹ F. Lemke, H.L. Petersen, *Teaching reputational risk management in the supply chain*, „Supply Chain Management: An International Journal” 2013, no. 4, pp. 421-422.

⁵⁰ M. Muller, H. Aust, *Transaction*, *op. cit.*, s. 1290.

⁵¹ Rynek marek własnych w Polsce wciąż rośnie, http://www.portalspozywczy.pl/raporty/rynek-marek-wlasnych-w-polsce-wciaz-rosnie,112367_0.html (online: 09.09.2017).

⁵² M. Karczewska, G. Śmigielska, *Rozwój struktury rynku FMCG w świetle teorii kosztów transakcyjnych w Polsce*, „Zeszyty Naukowe MWSE w Tarnowie” 2012, nr 2, s. 79.

⁵³ <http://www.dlahandlu.pl/tagi/centrum-dystrybucyjne,2189,40.html> (online: 09.09.2017).

⁵⁴ R. O’Byrne, *op. cit.*

modularyzacji i unifikacji produkcji. Ostateczne wykańczanie wyrobów następuje często również u operatorów logistycznych w ramach usług *co-packingu* i *co-manufacturingu*⁵⁵. Usługi dodatkowe oferowane przez operatorów logistycznych oraz możliwość unikania inwestycji w specyfikę lokalizacji i wyposażenia magazynów sprawiają, że firmy coraz częściej korzystają z magazynów obcych. Rezultatem jest stały rozwój rynku operatorów logistycznych, którzy stają się coraz ważniejszymi elementami łańcuchów dostaw.

Częstotliwość transakcji

Częstotliwość transakcji związana jest z ich powtarzalnością w podobnych warunkach realizacji. Transakcje sporadyczne wymagają ustalania dokładnych warunków realizacji, a powtarzalność transakcji obniża koszty transakcyjne, gdyż umożliwia stronom utworzenie rutynowych procedur ułatwiających ich zawarcie⁵⁶.

Stała presja na małe i częste dostawy istotnie zwiększa liczbę transakcji, a ich realizacja wymaga wysokiego poziomu obsługi odbiorców i krótkich czasów realizacji. Wywołuje to konieczność automatyzacji wielu działań oraz eliminacji pracy ludzkiej⁵⁷. Obecnie pojawia się wyraźny trend wdrażania zintegrowanych systemów do automatycznych kontaktów z partnerami handlowymi oraz robotyzacji magazynów⁵⁸. Zwiększa to standaryzację transakcji oraz jakość i szybkość ich realizacji. Ponieważ inwestycje w pełni zautomatyzowane magazyny są bardzo kosztowne, przedsiębiorstwa wykorzystują magazyny obce i popyt na powierzchnie magazynowe stale wzrasta⁵⁹.

Częstotliwość transakcji zwiększa się obecnie zarówno wskutek ich standaryzacji (rezultat automatyzacji kontaktów), jak i rosnącej ich liczby. Obniża to wprawdzie koszty transakcyjne, ale wywołuje szereg problemów w obszarze transportu (m.in. wskutek tendencji do dystrybucji bezpośredniej i obsługi rozproszonych geograficznie klientów z jednego centrum dystrybucyjnego). W rezultacie kwestie transportu nabierają większego znaczenia i pojawia się tendencja do stosowania autonomicznych drógowych

⁵⁵ A. Koliński, E. Małyszek, J. Trojanowska, *Zarządzanie logistyką w przedsiębiorstwach produkcyjnych*, Texter, Warszawa 2016, s. 134.

⁵⁶ B. Zbroińska, *Wkład...*, *op. cit.*, s. 165.

⁵⁷ S. Banker, *op. cit.*

⁵⁸ R. O'Byrne, *op. cit.*

⁵⁹ A. Gawrońska, *Powierzchnie magazynowe. Rynek rośnie*,

<http://www.rp.pl/Komercyjne/307259964-Powierzchnie-magazynowe-Rynek-rośnie.html> (online: 09.09.2017).

środków transportu (według raportu DHL mogą one obniżyć koszty przewozu aż o 40% na kilometr)⁶⁰ oraz nasilania współpracy z firmami kurierskimi (większość dostaw to przesyłki drobnicowe). Rosnąca częstotliwość transakcji w handlu B2C (ang. *business-to-consumer*) potęguje problem dostaw „ostatniej mili”, a w celu jego rozwiązania firmy rozważają zastosowanie w tym obszarze dronów i *crowdsouringu*⁶¹.

Niepewność i ryzyko

Niepewność jest czynnikiem opisującym nieprzewidywalność zdarzeń. Może wynikać z otoczenia (niepewność obiektywna związana z ogólnym ryzykiem) oraz z zachowania stron transakcji (niepewność behawioralna)⁶². Im wyższa niepewność, tym silniejsze dążenie do tworzenia powiązań hierarchicznych, gdyż trudniejsza staje się realizacja transakcji i optymalizacja związanych z nią kosztów⁶³.

Niepewność jest niewymierna i związana z nią sytuacja decyzyjna jest bardziej nieprzewidywalna, niż w warunkach ryzyka (pewności parametrycznej)⁶⁴. Zawieraniu transakcji towarzyszy zarówno niepewność, jak i ryzyko, a ich źródła w łańcuchu dostaw można podzielić na zewnętrzne (związane z otoczeniem łańcucha) i wewnętrzne (związane z w przedsiębiorstwem, sprzężeniami pomiędzy przedsiębiorstwami i strukturą łańcucha dostaw)⁶⁵.

W wyniku globalizacji rynki zaopatrzenia i zbytu są coraz bardziej oddalone, a łańcuchy dostaw stają się coraz dłuższe i bardziej złożone. To w połączeniu z dynamiką makrootoczenia znacznie zwiększa niepewność oraz ryzyko zakłóceń w realizacji transakcji. Dodatkowo, dynamiczny rozwój technologii teleinformatycznych wiąże się z ryzykiem niewłaściwego wyboru standardów identyfikowalności, które mogą nie zapewniać wymaganej transparentności przepływów w łańcuchu dostaw, a w rezultacie wymaganej poziomu integracji i koordynacji działań pomiędzy jego uczestnikami⁶⁶.

⁶⁰ R. O'Byrne, *op. cit.*

⁶¹ *Ibidem*; S. Banker, *op. cit.*

⁶² B. Zbroińska, *Wkład, op. cit.*, s. 165.

⁶³ M. Muller, H. Aust, *Transaction, op. cit.*, s. 1290.

⁶⁴ J. Vilko, P. Ritala, J. Edelmann, *On uncertainty in supply chain risk management*, „The International Journal of Logistics Management” 2014, no. 1, s. 10.

⁶⁵ E. Małyszek, *Wybrane aspekty ryzyka w zarządzaniu łańcuchem dostaw* [w:] R. Knosala (red.), *Innowacje w zarządzaniu i inżynierii produkcji. T. 1*, Polskie Towarzystwo Zarządzania Produkcją, Opole 2015, s. 921.

⁶⁶ S. Stranieri, L. Orsi, A. Banterle, *Traceability, op. cit.*, s. 147.

Otoczenie łańcuchów dostaw staje się coraz bardziej niepewne, co wpływa na wzrost kosztów transakcyjnych (konieczność uwzględniania większej liczby zmiennych przy podejmowaniu decyzji oraz zapobieganie zakłóceniom w realizacji transakcji i ich skutkom). Odpowiedni poziom integracji w łańcuchu dostaw często umożliwia sparametryzowanie pewnego zakresu niepewności i zamianę jej na ryzyko, którym można zarządzać⁶⁷. Zarządzanie ryzykiem w łańcuchu dostaw (SCRM, ang. *Supply Chain Risk Management*) staje się obecnie strategiczną kwestią, jednak jego skuteczność wymaga zaangażowania się w ten proces wszystkich uczestników łańcucha oraz koordynacji przez nich działań i podejmowanych decyzji.

Podsumowanie

Zastosowanie TCE do analizy wpływu otoczenia na funkcjonowanie współczesnych łańcuchów dostaw umożliwia usystematyzowaną identyfikację głównych zjawisk i tendencji, które w nich występują. Ograniczona racjonalność, oportunizm kontrahentów, specyficzność aktywów, częstotliwość transakcji oraz niepewność i ryzyko są wymiarami, które ułatwiają identyfikację i zrozumienie zmian zachodzących w łańcuchach dostaw.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że otoczenie istotnie wpływa na czynniki kształtujące koszty transakcyjne i w rezultacie wywołuje ich dynamiczny wzrost. Łańcuchy dostaw jako systemy, w których stale zawierane są transakcje, stoją wobec wyzwania redukcji kosztów transakcyjnych poprzez zwiększanie stopnia integracji pionowej, współpracę i koordynację działań oraz skupianie się ich uczestników na kluczowych kompetencjach i umiejętnościach. Są to działania ukierunkowane na tworzenie integracji pełnej i funkcjonowanie łańcuchów dostaw zgodnie z koncepcją SCM, czyli jako rozszerzone przedsiębiorstwo.

Współczesne łańcuchy dostaw muszą wciąż reagować na dynamiczne zmiany w ich otoczeniu. Procesowi tworzenia integracji pełnej musi towarzyszyć stałe wdrażanie innowacji technologicznych i organizacyjnych, co stawia je wciąż przed nowymi wyzwaniami. TCE jest podejściem, które umożliwia analizę łańcuchów dostaw ze względu na różnorodne aspekty i jego zastosowanie może pomóc przy rozwiązywaniu wielu problemów w SCM.

⁶⁷ E. Małyszek, *Wybrane, op. cit.*, s. 917.

Literatura

- Hobbs J.E., *A transaction cost approach to supply chain management*, „Supply Chain Management” 1996, no. 2.
- Karczevska M., Śmigieliska G., *Rozwój struktury rynku FMCG w świetle teorii kosztów transakcyjnych w Polsce*, „Zeszyty Naukowe MWSE w Tarnowie” 2012, nr 2.
- Koliński A., Małyśzek E., Trojanowska J., *Zarządzanie logistyką w przedsiębiorstwach produkcyjnych*, Texter, Warszawa 2016.
- Lemke F., Petersen H.L., *Teaching reputational risk management in the supply chain*, „Supply Chain Management: An International Journal” 2013, no. 4.
- Małyśzek E., *Wybrane aspekty ryzyka w zarządzaniu łańcuchem dostaw* [w:] R. Knosala (red.), *Innowacje w zarządzaniu i inżynierii produkcji. T. 1*, Polskie Towarzystwo Zarządzania Produkcją, Opole 2015.
- Mellat-Parast M., Spillan J.E., *Logistics and supply chain process integration as a source of competitive advantage. An empirical analysis*, „The International Journal of Logistics Management” 2014, no. 2.
- Muller M., Aust H., *Transaction costs detailed: single-industry studies and operationalization*, „Industrial Management & Data Systems” 2011, no. 8.
- Pankowska M., *Teoria kosztów transakcyjnych według Oliviera Williamsona*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1995, nr 3.
- Stranieri S., Orsi L., Banterle A., *Traceability and risks: an extended transaction cost perspective*, „Supply Chain Management: An International Journal” 2017, no. 2.
- Vilko J., Ritala P., Edelmann J., *On uncertainty in supply chain risk management*, „The International Journal of Logistics Management” 2014, no. 1.
- Williamson O.E., *Ekonomiczne instytucje kapitalizmu. Firmy, rynki, relacje kontraktowe*, PWN, Warszawa 1998.
- Zbroińska B., *Wkład ekonomii kosztów transakcyjnych i teorii kontraktów do nauki o zarządzaniu*, „Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae” 2013, nr 2.

Źródła internetowe

- Banker S., *Supply Chain Trends To Follow In 2017*, <https://www.forbes.com/sites/stevebanker/2016/12/15/supply-chain-trends-to-follow-in-2017/> (online: 07.09.2017).
- Majak K., *To oni będą najbardziej poszukiwani na rynku pracy. Analityk Data Mining - oto zawód przyszłości*, <http://natemat.pl/119085,to-oni-beda-najbardziej-poszukiwani-na-ryнку-pracy-analityk-data-mining-oto-zawod-przyszlosci> (online: 08.09.2017).
- O’Byrne R., *6 Key Supply Chain and Logistics Trends to Watch in 2017*, <http://www.logisticsbureau.com/6-key-supply-chain-and-logistics-trends-to-watch-in-2017/> (online: 07.09.2017).
- Matzke M., *Znów burza wokół Apple. Poddostawcy w Chinach wyzyskują dzieci [RAPORT]*, http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,14349728,Znow_burza_wokol_Apple_Poddostawcy_w_Chinach_wyzyskuja.html (online: 05.09.2017).
- Rynek marek własnych w Polsce wciąż rośnie*, http://www.portalspozywczy.pl/raporty/rynek-marek-wlasnych-w-polsce-wciaz-rosnie,112367_0.html (online: 09.09.2017).
- <http://www.dlahandlu.pl/tagi/centrum-dystrybucyjne,2189,40.html>
- Gawrońska A., *Powierzchnie magazynowe. Rynek rośnie*, <http://www.rp.pl/Komercyjne/307259964-Powierzchnie-magazynowe-Rynek->

rosnie.html/

THE IMPACT OF THE ENVIRONMENT ON THE FUNCTIONING OF MODERN SUPPLY
CHAINS FROM A PERSPECTIVE OF THE TRANSACTION COST ECONOMICS

Summary

The dynamics of the environment exerts a significant influence on the functioning of enterprises and entire supply chains. As a result, logistics solutions and business relationships change. In order to systematize the main phenomena and trends in modern supply chains, the assumptions of transaction cost economics has used. The supply chain was treated as a hybrid structure with varying degree of vertical integration, and the analysis of the impact of the environment on its operation was carried out through the prism of factors influencing the level of transaction costs.

Keywords: Supply chain, Supply chain management, Transaction cost economics.

Autor

dr inż. Elżbieta Małyszek

Politechnika Lubelska

Wydział Zarządzania

Katedra Organizacji Przedsiębiorstwa

11

POLSKI PRZEMYSŁ CHEMICZNY A MARKETING PARTNERSKI

Mariusz Orlikowski

Słowa kluczowe: przemysł chemiczny, marketing relacji, orientacja na klientów, zaufanie, jakość.

Wprowadzenie

Szybkie tempo rozwoju przemysłu krajowego połączone z nasilającą się konkurencją firm zagranicznych, szczególnie w sektorze przemysłu chemicznego, wywołało refleksję środowiska naukowego na temat konkurencyjności polskich przedsiębiorstw¹. Jednym z podstawowych źródeł konkurencyjności staje się strategia marketingowa, która polega na wdrożeniu działań marketingowych w przedsiębiorstwie w taki sposób, aby lepiej niż konkurencja zaspokajać potrzeby dotychczasowych, aktualnych oraz przyszłych kontrahentów. Zmieniające się otoczenie wymusza na zarządzających, aby poszukiwali nowych elementów przewagi konkurencyjnej ponad standardami przyjętymi wcześniej wewnątrz organizacji. Problematyka współpracy pomiędzy dostawcą (oferentem) a odbiorcą (klientem) staje się ważnym elementem zarządzania w przedsiębiorstwie. Wiele analiz i pozycji literaturowych wskazuje na istotne zależności pomiędzy głębokością relacji partnerskich a obopólnymi korzyściami z tego płynącymi. Współpraca i partnerstwo pomiędzy przedsiębiorstwami staje się coraz częściej modnym hasłem. Coraz więcej miejsca poświęca się promowaniu zachowania typu *win-win*² w miejsce odchodzącego, zdezaktualizowanego modelu *win-lose*³. Wiele koncepcji zarządzania komórkami zajmującymi się

¹ Zmiany zachodzące w otoczeniu marketingowym firmy, nasilająca się konkurencja, coraz częściej określana mianem hiperkonkurencji, postępujące nasycenie wielu rynków, coraz bardziej zindywidualizowane oczekiwania konsumentów oraz rozwój technologii informacyjnych powodują, iż koncepcja marketingu relacji nie tylko nie straciła na aktualności, ale wręcz przeciwnie, postrzegana jest jako kluczowy paradygmat współczesnego marketingu. J. Otto, *Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie*, C.H. Beck, Warszawa 2004, s. 1.

² Model *win-win* zakłada, że wszyscy uczestnicy jakiegoś procesu (na przykład współpracy biznesowej), odnoszą korzyści, żaden z nich nie przegrywa – wszyscy wychodzą zwycięsko,

<https://www.corazlepszyportalbiznesowy.pl/art/zasada-win-win> (online: 24.04.2017).

³ *Win-lose* – wynik dodatni osiąga tylko jedna strona,

<http://www.beyondintractability.org/essay/win-lose> (online: 24.04.2017).

utrzymaniem ciągłości produkcji uznaje partnerstwo jako fundament całej filozofii działania przy okazji negując zachowania przeciwne.

Wysoki poziom zaawansowania technologicznego w polskich i zagranicznych inwestycjach w sektorze produkcyjnym, w szczególności innowacyjność i unikatowość produktów, krótkie terminy realizacji zleceń, coraz wyższe oczekiwania kontrahentów, zainicjowały w przedsiębiorstwach zmiany klasycznego marketingu na koncepcję marketingu partnerskiego. W myśl marketingu partnerskiego, partnerzy prowadzą ze sobą dialog, co prowadzi do coraz lepszego zrozumienia. Stały dwukierunkowy przepływ informacji pomiędzy klientem, a producentem umożliwia szybką reakcję na zmiany zgłoszone przez klienta i niedopuszczenie do jego utraty na rzecz konkurencji.

Celem rozdziału jest analiza i ocena możliwości wykorzystania marketingu partnerskiego w sektorze chemii.

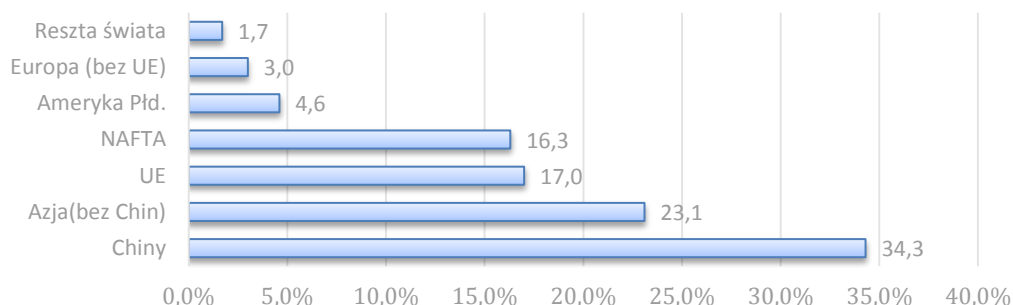
Przegląd rynku producentów chemii

Dane opublikowane przez Europejską Radę Przemysłu Chemicznego (CE-FIC, ang. *European Chemical Industry Council*) wskazują, iż przemysł chemiczny odnotowuje tendencje wzrostowe (wykres 1), w szczególności na rynkach azjatyckich oraz na Bliskim Wschodzie. Wielkość przychodów jaka została wygenerowana na tych rynkach szacowana jest na około 961,8 mld USD. Motorem napędowym przemysłu chemicznego na świecie, jak wcześniej wspomniano, są rynki azjatyckie, a szczególności rynek chiński oraz kraje amerykański północnej. Analitycy oceniają, iż rozwój światowego przemysłu chemicznego jest stabilny, dzięki temu utrzymuje się średnie tempo wzrostu szacowane na ok 7% rocznie. Znaczący, bo aż 50% udział w tym wzroście został wygenerowany przez rynki azjatyckie, które według światowych prognoz będą odpowiadały do roku 2030 za 2/3 obrotów generowanych w tym sektorze⁴. Prognozy dotyczące rynków europejskich wskazują, iż rynki te będą rozwijały się nieco wolniej. Prognozy analityków dotyczące przemysłu chemicznego w Europie wskazują, iż można spodziewać się szybszego rozwoju tego sektora tylko w Europie Środkowo Wschodniej, a w szczególności w Polsce.

Dane zaprezentowane na wykresie 1 wskazują, iż europejski przemysł chemiczny plasuje się na drugim miejscu za rynkiem azjatyckim (rynek chemii Chin osiągnął 34,3% udziału w światowej sprzedaży, co w połączeniu z resztą państw azjatyckich daje 57,4% udziału w światowej sprzedaży

⁴ Por. <http://www.chemiaindustria.com.pl/aktualnosc/pozycja-europejskiego-przemyslu-chemicznego-slabnie> (online: 02.10.2017).

chemii) pod względem wielkości sprzedaży, która osiągnęła wartość 649 mld EUR, w tym państwa Unii Europejskiej (UE) osiągnęły wielkość sprzedaży w wysokości 551 mld EUR natomiast udział państw poza unijnych w sprzedaży osiągnął zaledwie 98 mld EUR. Łączny udział państw europejskich w globalnej sprzedaży chemikaliów wyniósł 20%. Z takim wynikiem Stary Kontynent wyprzedza strefę NAFTY (Północnoamerykańska Strefa Wolnego Handlu, ang. *North American Free Trade Agreement*), która odnotowała sprzedaż w wysokości 16,3% udziału w światowej sprzedaży chemikaliów⁵.



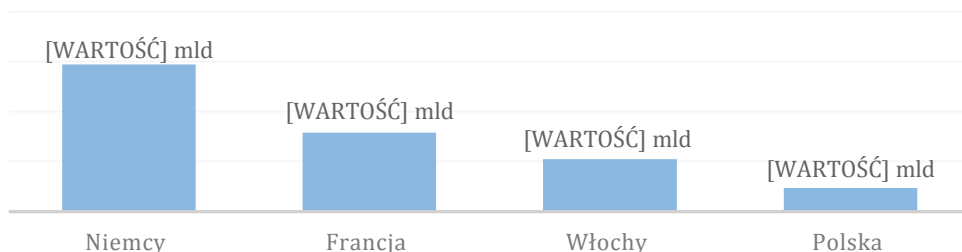
Wykres 1. Udział poszczególnych regionów w światowym rynku chemicznym [w proc.]

Źródło: opracowanie na podstawie: E. Płońska-Stepulak, *Chemia i Biznes, Raport Roczny 4/2016*, s. 29.

Wielkość sprzedaży polskiego przemysłu chemicznego ogółem w roku 2015 wyniosła ponad 24 mld EUR, co stanowiło około 17% eksportu krajowego. W roku 2016 sektor chemiczny odnotował 5% wzrost sprzedaży swoich artykułów co oznacza, iż przemysł ten umocnił swoją pozycję jako jeden z podstawowych filarów polskiego eksportu skierowanego na rynki zagraniczne⁶. Oczywiście w tym miejscu należy pamiętać o czołowych konkurentach, którzy wiodą prym w europejskim obrocie chemikaliami (wykres 2).

⁵ Zob. E. Płońska-Stepulak, *Chemia i Biznes, Raport Roczny 4/2016*, ss. 29-33.

⁶ http://swaid.stat.gov.pl/HandelZagraniczny_dashboards/Raporty_predefiniowane (online:14.03.2017).

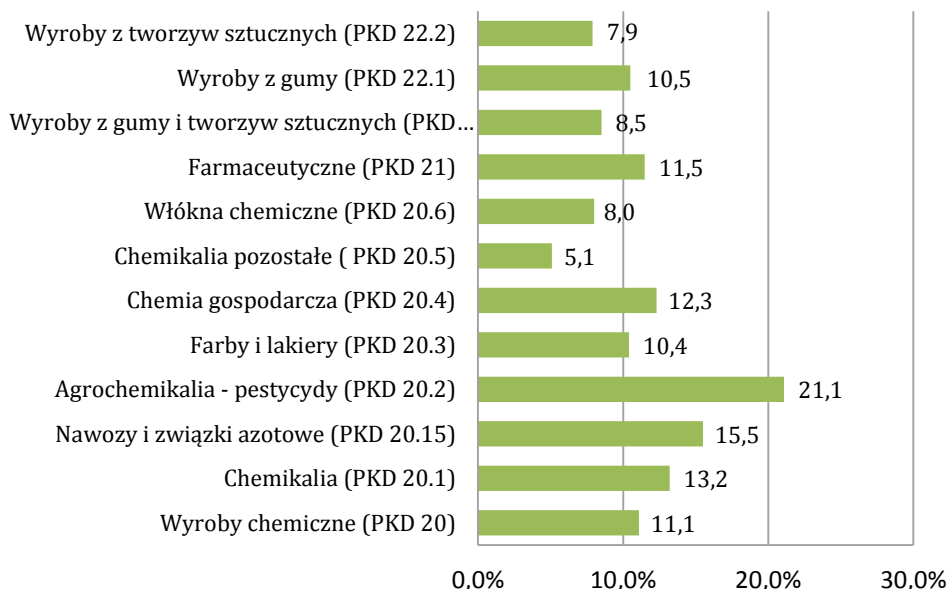


Wykres 2. Porównanie wielkości sprzedaży w sektorze chemii polskiej ma tle konkurentów UE

Źródło: opracowanie na podstawie: E. Płońska-Stepulak, *Chemia i Biznes, Raport roczny 4/2016*, ss. 28-30.

Dane zaprezentowane na wykresie 2 wskazują, iż polski przemysł chemiczny w stosunku do lidera tego sektora, posiada obroty w handlu mniejsze o 123,52 mld EUR. Natomiast w porównaniu z drugim czołowym dostawcą chemikaliów, polskie obroty na tym rynku są mniejsze o 55,42 mld EUR. Różnica pomiędzy polską a konkurentem zajmującym trzecie miejsce wynosi 28,72 mld EUR.

Wysoki wzrost produkcji sprzedawanej oraz dynamika w eksporcie towarów chemicznych wywarły duży wpływ na poprawę wyników finansowych przemysłu chemicznego (wykres 3), co znacząco oddziałuje na rentowność tego sektora.



Wykres 3. Wskaźniki rentowności obrotu brutto [w proc.]

Źródło: J. Paprocki, *Branża przemysłu chemicznego w I półroczu 2016. Przemysł chemiczny w statystyce*, „Chemik” 2016, nr 11-12, tom 70, s. 705.

Wykres 3 wskazuje, że największą rentowność odnotowano w branży z działu PKD 20.2 (agrochemikalia) 21,1%. Na drugim miejscu uplasowała się branża z działu PKD 20.15 (nawozy i związki azotowe), gdzie odnotowano rentowność na poziomie 15,5%. Natomiast rynek chemikaliów PKD 20.1 zanotował rentowność na poziomie 13,2%. Najniższą rentowność zanotował rynek chemikaliów pozostałych PKD 20.5 (5,1%).

Na koniec stycznia 2017 r. Główny Urząd Statystyczny (GUS) podał dane dotyczące zatrudnienia wraz z wynagrodzeniem w sektorze chemicznym z podziałem na cztery działy, które przedstawiono w tabeli 1.

**Tabela 1. Zatrudnienie i płace w sektorze chemicznym
[stan na 09.2016 r.]**

Przemysł	Zatrudnienie 30.09.2016		Wynagrodzenie średnie miesięczne brutto 09.2016	
	Liczba osób [w tys.]	30.09.15 =100	Kwota	09.2015 = 100
Krajowy	2.649	103,0	4.244	103,5
Chemikalia	77	104,4	4.770	101,9
Farmaceutyczny	23	103,1	5.582	102,6
Wyroby z tworzyw i gumy	188	106,2	3.953	105,0
Przerób ropy i koksu	14	107,5	7.074	99,5

Źródło: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/pracujacy-zatrudnieni-wynagrodzenia-koszty-pracy/przecietne-zatrudnienie-i-wynagrodzenie-w-sektorze-przedsiębiorstw-we-wrzesniu-2016-roku,3,58.html> (dotyczy podmiotów zatrudniających powyżej 9 osób)(online 24.04.2017).

Przedstawione dane wskazują na wzrost zatrudnienia w przemyśle o 3% w stosunku do roku poprzedzającego. Średnia płaca brutto w rozpatrywanym okresie czasu była wyższa o 3,5% w stosunku do roku poprzedniego. Natomiast najwyższy wzrost zatrudnienia odnotowano w branży przetwórstwa ropy i koksu, gdzie wzrost zatrudnienia wyniósł 7,5% w stosunku do roku poprzedniego. Zgodnie z przedstawionymi danymi przez GUS najniższe zatrudnienie odnotowano w przemyśle farmaceutycznym 3,1% w stosunku do roku ubiegłego. Biorąc pod uwagę wzrost miesięcznego wynagrodzenia brutto należałoby wskazać, iż najwyższy wzrost płac odnotowano w branży specjalizującej się w przetwórstwie tworzyw i gumy, gdzie odnotowano wzrost płac średnio o 5% w stosunku do roku ubiegłego. Pomimo wysokiego zatrudnienia, branża specjalizująca się w przetwórstwie ropy i koksu odnotowała w analizowanym okresie wzrost płac na poziomie 0,5%.

Największym atutem polskiego przemysłu chemicznego jest bez wątpienia innowacyjność oraz zintensyfikowane inwestycje w nowe technologie.

Zastosowane nowości technologiczne podnoszą wartość oraz wizerunek tej branży w skali kraju, jak i w skali świata. „W kwestii perspektyw rozwoju polskich spółek chemicznych na rynkach światowych pod uwagę brać należy również sytuację na rynkach docelowych polskiej chemii. Przykładowo, sytuacja w Rosji i na Ukrainie może mieć znaczący wpływ na eksport polskich produktów chemicznych, a pamiętać należy, że Rosja jest drugim po Niemczech największym krajem zbytu dla firm sektora chemicznego”⁷.

Marketing partnerski w teorii

Koncepcja marketingu partnerskiego została po raz pierwszy omówiona przez L. Berrego w 1983 r. w ramach opracowania dokumentu konferencyjnego poruszającego tematykę marketingu usług. Autor ten w ramach nowej koncepcji marketingu zaproponował, aby przedsiębiorstwa przede wszystkim przyciągały i utrzymywały długookresowe relacje z klientami w myśl koncepcji marketingu partnerskiego. Zdaniem L. Berrego pozyskanie klienta jest, było i pozostanie integralną częścią działalności przedsiębiorstwa. Autor ten podkreślił, iż spojrzenie na relacje partnerskie w marketingu rozumiane jest samo przez się jako integralna część działalności przedsiębiorstwa w długim okresie. Przedstawiona koncepcja marketingu przez L. Berrego przez długi okres nie wzbudzała zainteresowania środowiska naukowego, aż do lat 90. ubiegłego wieku. Badacze marketingu, tacy jak: L. Berry, Ch. Grönroos i A. Ravald wskazywali, że potrzeba stworzenia relacyjnego paradygmatu w marketingu powstała w momencie, gdy zmieniający się kontekst gospodarczy ograniczył przedsiębiorstwa do tego stopnia, że utrzymanie klienta stało się bardziej opłacalne niż pozyskanie nowego. Dlatego zatrzymanie obecnego klienta oraz udział w rynku, a nie pozyskiwanie nowych klientów i nowych rynków, stało się najważniejsze⁸.

Koncepcja marketingu partnerskiego została odebrana przez środowiska naukowe i organizacje marketingowe dopiero na początku lat 90. XX w. jako odpowiedź na zachodzące zmiany na rynku biznesowym odsuwając na dalszy plan marketing masowy, na korzyść marketingu indywidualnego poprzez budowanie trwałych relacji pomiędzy przedsiębiorstwami.

Rozwój teorii i praktyki marketingu partnerskiego należałoby rozpatrywać z szeregu różnych perspektyw, które przedstawiono w tabeli 2, wykazanych przez istnienie trzech szkół zajmujących się tą koncepcją: Szkoła

⁷ T. Zieliński, *Rośnie eksport produktów branży*, „Gazeta Finansowa” 2015 (styczeń 23-29), s. 29.

⁸ L. Berry, *Relationship Marketing of Services-- Growing Interest Emerging Perspectives*, „Journal of the Academy of Marketing Science”, 1995, no. 4, pp. 236-237.

Nordycka, Marketing Przemysłowy i Zakupowy (IMP) oraz podejście Anglo-Australijskie Szkoła Cranfield.

Przedstawiciele szkoły nordyckiej Ch. Grönroos i E. Gummesson podkreślają, że to Szkoła Nordycka była pierwotnie rozwijana na potrzeby badań marketingowych w usługach na początku lat 80. XX w. i charakteryzowała się przesunięciem uwagi na koncepcje związane z tradycyjnymi koncepcjami marketingowymi⁹.

Tabela 2. Porównanie głównych szkół marketingu partnerskiego

Kluczowe komponenty	IMP	Szkoła Nordycka	Szkoła Cranfield
Podstawa	Relacje pomiędzy firmami	Usługa	Usługa, jakość, marketing
Rama czasu	Krótko- i długoterminowe	Długoterminowe	Długoterminowe
Organizacja	X	Funkcjonalne i wielofunkcjonalne	Wielofunkcyjny, podejście procesowe
Podstawa wymiany	Produkt, usługa, informacja, budżet, społeczne	Mniejsza wrażliwość na cenę	Postrzegana wartość
Produkt/jakość	Techniczny	Jakość interakcji	Funkcja wartości, cena posiadania
Pomiary	Rentowność klienta	Jakość, wartość, satysfakcja klienta	Satysfakcja klienta
Informacja dla klienta	Różni się od poziomu relacji	Indywidualna	Zatrzymanie i wartość klienta
Marketing wewnętrzny	X	Istotny – strategiczny	Integralna do koncepcji
Usługa	Relacje z konsumentem	Integralna do produktu	Podstawy różnicowania

Źródło: opracowanie na podstawie: R. Palmer., A. Lindgreen., J. Vanhamme, *Relationship Marketing: Schools of Thought and Future Research Directions*, „Marketing Intelligence and Planning” 2005, vol. 23(3), pp. 313-320.

R. Palmer, A. Lingreen i J. Vanhamme wskazują, iż w latach 80. XX w. Grupa Przemysłu Marketingowego i Nabywczego (IMP) podeszła do marketingu partnerskiego, jako do sposobu na zrozumienie rynków występujących pomiędzy firmami, podkreślając specyfikę sektora przedsiębiorstw i konieczność wprowadzenia nowych technik marketingowych poprzez rozwój nowych narzędzi zarządzania. Na takich rynkach transakcje nie są odizolowane, ale występują zamiast lub w ramach ciągłego przepływu interakcji pomiędzy organizacjami. Interakcje pomiędzy firmami i wieloma

⁹ E. Gummesson, *Relationship Marketing and Imaginary Organizations: a Synthesis*, „European Journal of Marketing” 1996, vol. 30, no. 2, pp. 31-44.

osobami nawiązują związek, a liczne powiązania między nabywcami, dostawcami i innymi firmami łączą się w sieć¹⁰.

Natomiast podejście Anglo-Australii opiera się na pracy takich naukowców, jak: M. Christophera, A. Payne'a i D. Ballantyne'a. W podejściu tym szczególnie podkreśla się integrację zarządzania jakością, koncepcji marketingu usług i relacji z klientami. Z tej perspektywy marketing partnerski obejmuje następujące elementy:

- nacisk na budowanie relacji, a nie proste podejście transakcyjne jak to miało miejsce w marketingu transakcyjnym;
- zrozumienie ekonomiki zachowania klientów, zapewniając w ten sposób odpowiednie środki między dwoma zadaniami utrzymania istniejącego klienta i przyciągnięciem nowego klienta;
- uznanie ważnej roli marketingu wewnętrznego w osiągnięciu zewnętrznego sukcesu rynkowego przedsiębiorstwa;
- poszerzenie zasad marketingu partnerskiego z klientami o różnorodne dziedziny marketingu (na przykład rynki klientów, rynki wewnętrzne, rynki wpływów i rynki odsyłające);
- przyjęcie, że tradycyjna koncepcja marketingu 4P (ang.: *product, price, place, promotion*) nie uwzględnia w sposób wystarczający wszystkich kluczowych elementów, które muszą być uwzględnione w budowaniu i utrzymywaniu relacji partnerskich z klientami;
- rozpatrzenie marketingu jako procesu wielofunkcyjnego¹¹.

Omawiana koncepcja marketingu partnerskiego również wzbudziła zainteresowanie polskiego środowiska naukowego. Wielu wybitnych przedstawicieli wiodących polskich uczelni wniosło znaczący wkład w budowanie i wdrażanie koncepcji relacji partnerskich pomiędzy przedsiębiorstwami na rynku polskim. Do czołowych badaczy tej koncepcji należałoby zdaniem J. Otto na pierwszym miejscu zaliczyć M. Rydla i C. Ronkowskiego, którzy, jako pierwsi w Polsce przedstawili własne pojmowanie marketingu relacji i zdefiniowali go jako zależność między relacjami partnerskimi przedsiębiorstwa, a skutecznością konkurencyjności na rynku przemysłowym. Według tej koncepcji przedsiębiorstwa powinny budować związki lojalnościowe z kontrahentami oraz tworzyć alianse strategiczne¹² w celu osiąga-

¹⁰ A. Palmer, A. Lindgreen., J. Vanhamme, *Relationship Marketing: Schools of Thought and Future Research Directions*, „Marketing Intelligence and Planning” 2005, vol. 23(3), p. 320.

¹¹ *Ibidem*, pp. 313-320.

¹² Alianse strategiczne występują niemal we wszystkich dziedzinach gospodarki, największy ich udział występuje w gałęziach przemysłu zaawansowanego technologicznie np. mikroprocesory, biotechnologia, chemia, telekomunikacja. Rynki te cechują się dużym nakładem kapitału produkcyjnego. Przedsiębiorstwa połączone siecią aliansów współpracują ze sobą na obszarze biznesu, rynku czy technologii zarówno z innymi grupami jak

nia przewagi konkurencyjnej. Jak słusznie wskazuje jeden z wybitnych polskich specjalistów tej dyscypliny naukowej J. Otto definicja przedstawiona przez M. Rydla i C. Ronkowskiego najtrafniej oddaje sens marketingu partnerskiego charakteryzując jasno i przejrzysto jego zasadnicze właściwości¹³. W tym miejscu należałoby wyróżnić również K. Rogozińskiego, który wniósł znaczący wkład w zrozumienie marketingu partnerskiego. Autor ten nie tylko przedstawił własną, oryginalną definicję marketingu partnerskiego, ale również przeprowadził analizę i klasyfikację terminu „relacja”. Stanowisko wymienionego autora akcentuje przede wszystkim wymiar interakcji w ramach, której następuje współtworzenie produktu i lojalności, a także przedstawia poziom zaangażowania personelu jako najważniejszego czynnika strategicznego przedsiębiorstwa¹⁴. Natomiast według Fonfary w podejściu tym z założenia przyjmuje się dłuższą perspektywę, niezbędną do pełnej oceny wyników działania. Firmy, w których stosuje się podejście partnerskie oferują w ramach tego podejścia znacznie więcej niż tylko sam produkt. W praktyce pojedyncza transakcja może nie przynieść zysku¹⁵. Do najważniejszych zadań marketingu partnerskiego należy budowa strategii opartych na działaniach interaktywnych pomiędzy uczestnikami rynku przemysłowego. Należy również pamiętać, że wdrażanie koncepcji marketingu partnerskiego powoduje wzrost wzajemnej zależności wraz z intensyfikacją współpracy pomiędzy podmiotami

Czynniki wpływające na budowę relacji partnerskich na rynku przemysłu chemicznego

Zaufanie jest postrzegane jako kluczowy element w budowaniu relacji partnerskich zwłaszcza na rynku przemysłu chemicznego, gdzie nowoczesne innowacyjne technologie stanowią o bycie przedsiębiorstwa. Jak słusznie wskazują G. Jones i J. George zaufanie ma zasadnicze znaczenie zarówno dla innowacyjnych prac podjętych w organizacji oraz między organizacjami tworząc tak zwane sojusze strategiczne oparte na zasadach partnerskich na rzecz badań i rozwoju¹⁶. E. Piwoni-Krzeszowska wskazuje, iż zaufanie powstałe pomiędzy przedsiębiorstwami jest postrzegane jako mechanizm zarządzania, dzięki któremu łagodni się powstały oportunistyczny w tra-

i pojedynczymi jednostkami.: Por. W. Sroka, *Sieci aliansów. Poszukiwanie przewagi konkurencyjnej poprzez współpracę*, PWE, Warszawa 2012, ss. 7-8.

¹³ J. Otto, *op. cit.*, s. 44.

¹⁴ M. Mitreğa, *Marketing relacji. Teoria i praktyka*, CeDeWu, Warszawa 2014, s. 34.

¹⁵ K. Fonfara, *Marketing partnerski*, PWE, Warszawa 2014, s. 67.

¹⁶ G. Jones., J. George, *The Experience and Evolution of Trust: Implications for Cooperation and Teamwork*, „Academy of Management Review” 1998, vol. 23, no. 3, pp., 531-533.

nsakcjach wymiany, który charakteryzuje się niepewnością i zależnością. Zaufanie zmniejsza potrzebę wdrażania strukturalnych mechanizmów kontroli¹⁷. Natomiast J. Światowiec przedstawia zaufanie jako chęć polegania na partnerze wymiany, wynikające z wiedzy, wiarygodności i intencji partnera wymiany¹⁸. W momencie powstania zaufania pomiędzy stronami wymiany uważa się, że długoterminowe inwestycje mogą być podejmowane z ograniczonym ryzykiem, ponieważ obie strony wymiany powstrzymują się od wykorzystania swoich uprawnień do odstąpienia od zawartej umowy lub jej zmiany w celu osiągnięcia własnych korzyści materialnych. Zaufanie zwiększa również w pewnym sensie tolerancję partnera wymiany wobec każdego innego zachowania, ułatwiając nieformalne rozwiązywanie zaistniałych konfliktów pomiędzy partnerami wymiany, co pozwala lepiej dostosować się do potrzeb i możliwości przedsiębiorstw będących w relacjach partnerskich.

Analiza literatury przedmiotu wskazuje, że nie ma solidnej opinii dotyczącej poziomu wymiaru zaufania, chociaż ma to istotne znaczenie. Należy podkreślić, że zaufanie pomiędzy firmami polega na zaufaniu jednostek. Zgodnie z tym poglądem osobiste cechy ludzkie oraz chęć do tworzenia relacji partnerskich na rynku przemysłowym mają istotne znaczenie w procesie budowy zaufania na tych rynkach. Oznacza to, że zaufanie jest podstawą, od której zaczyna się budowanie relacji na rynku przemysłu chemicznego. Zaufanie zależy od takich czynników, jak wiedza specjalistyczna, podobieństwo i reputacja. Po wypracowaniu zaufania inne kryteria wyboru, np. cena, jakość i czas dostawy warunkują ostateczną decyzję w zakresie wyboru dostawcy.

Drugim najważniejszym elementem w procesie budowy relacji partnerskich na rynku przemysłu chemicznego jest bez wątpienia komunikacja, która na rynku instytucjonalnym występuje w postaci dialogu. Stąd też istotną rolę odgrywa personel sprzedaży i promocja bezpośrednia wykorzystywana przez sprzedawców, która może być prowadzona zarówno w siedzibie firmy poprzez wyspecjalizowane jednostki organizacyjne, zajmujące się oferowaniem produktów, jak i na zewnątrz w oparciu o pracę przedstawicieli handlowych, agentów czy akwizytorów¹⁹. Zadaniem sprzedawców jest bezpośredni kontakt z potencjalnym lub stałym klientem przez składanie wizyt, spotkania na targach, przekazywanie materiałów informacyjnych, przyjmowanie i rejestrowanie zamówień. Dodatkowo, służby

¹⁷ E. Piwoni-Krzeszowska, *Zarządzanie wartością relacji przedsiębiorstwa z rynkowymi interesariuszami*, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2014, s. 99.

¹⁸ J. Światowiec, *Więzi partnerskie na rynku przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2006, ss. 118-121.

¹⁹ Por. T. Taranko, *Komunikacja marketingowa. Istota, uwarunkowania, efekty*, Oficyna Wollers Kluwer, Warszawa 2015, ss. 60-61.

sprzedaży powinny być nastawione na kształtowanie i podtrzymywanie relacji, które tworzone są często dzięki właściwej, dopasowanej do potrzeb odbiorcy i wiarygodnej komunikacji. Czynnikiem decydującym o zakupie produktu lub usługi przez nabywcę przemysłowego jest często postawa sprzedającego i wykorzystanie argumentów, za pomocą których chce on przekonać nabywcę do wyboru przedstawionej oferty. Jednak działania sprzedawców, szczególnie skierowane na pozyskiwanie nowych klientów, mogą być utrudnione bez wsparcia komunikacyjnego na poziomie korporacyjnym. Potrzeba ta wynika z trudności, a częściej niemożności dotarcia sprzedawcy do części uczestników centrum zakupów, a także z małej wiarygodności sprzedawcy w oczach części kupców.

Komunikacja z obecnymi i potencjalnymi klientami na rynku przemysłowym ma podstawowe znaczenie w procesie budowania relacji partnerskich. Doświadczenie nauczyło specjalistów zajmujących się komunikacją marketingową na tych rynkach, że nawet produkty najlepsze nie sprzedają się same. Korzyści, a także rozwiązania i oszczędności związane z tymi produktami muszą być skutecznie zakomunikowane (przekazane) wszystkim osobom, które uczestniczą w procesie zakupu. Biorąc pod uwagę złożoność produktów występujących na rynku przemysłowym, a zwłaszcza na rynkach chemicznych, względnie niewielką liczbę nabywców oraz rozbudowany proces negocjacji, głównym instrumentem komunikacji nakierowanym na inne podmioty tego rynku jest sprzedaż osobista.

Jakość jest wskazywana jako trzeci kluczowy element w procesie wdrażania koncepcji marketingu partnerskiego na rynku przedsiębiorstw chemicznych. M. Edward i S. Sahadev wskazują, iż związek pomiędzy jakością a satysfakcją klienta jest często prezentowany tylko w wyniku wystąpienia wzajemnych relacji. Zdaniem tych autorów większość badań dotyczących zadowolenia klienta podkreśla znaczenie wystąpienia relacji pomiędzy jakością, a zadowoleniem klienta. W myśl prezentowanego poglądu należy stwierdzić, iż wraz ze wzrostem jakości, wzrośnie zadowolenie klienta, w związku z tym należy stwierdzić, iż oba te kryteria są ściśle ze sobą powiązane²⁰. Podobnie jak poprzednicy, A. Limański i I. Drabik, również wskazali na to, że jakość usług jest często brana za wyznacznik satysfakcji klienta. Zdaniem tych badaczy analizując współczesne definicje jakości można zauważyć, iż one również odnoszą się bezpośrednio do zadowolenia klienta. Znaczenie tego związku znajduje się również w przepisach Międzynarodowej Organizacji Normalizacyjnej w zakresie jakości (ISO 9000). Obecna standaryzacja jest silnie uzależniona od satysfakcji klien-

²⁰ M. Edward, S. Sahadev, *Role of switching costs in the service quality, perceived value, customer satisfaction and customer retention linkage*, „Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic” 2011, vol. 23(3), pp. 327-335.

tów, podczas gdy poprzednio opierała się głównie na normach²¹. Norma ISO serii 9000:2000 w swoich założeniach kładzie nacisk na definicję zadowolenia klienta, która mówi, iż to satysfakcja klienta i postrzeganie przez klientów w odniesieniu do poziomu spełnienia jego oczekiwań wyznacza jakość. Norma ta stwierdza również, że skargi klientów stanowią wspólny wskaźnik jego niskiego poziomu. Z drugiej strony wskazuje się, że brak skarg może nie odpowiadać najwyższemu poziomowi zadowolenia klientów. Norma ISO 9001:2000 wskazuje również kluczowy aspekt, który ustanawia traktowanie satysfakcji klienta, jako jednego ze wskaźników wydajności systemu zarządzania jakością. Ustanowione nagrody jakości, takie jak Europejska Nagroda Jakości i Nagroda Malcolm Baldrige, traktują zadowolenie klientów jako jedno z najważniejszych obszarów organizacji podczas oceny systemów zarządzania jakością²².

Podsumowanie

Wdrożenie koncepcji marketingu partnerskiego implikuje powstawanie silnych i stabilnych powiązań pomiędzy partnerami, które wpływają w zasadniczy sposób na obniżenie kosztów działalności przedsiębiorstw partnerskich. Powiązania te pozwalają również na wypracowanie partnerom unikatowej strategii, dzięki której będą w stanie oprzeć się działaniom konkurentów na rynku. Współcześnie stosowany marketing partnerski na rynku przedsiębiorstw przedstawiany jest jako filozofia zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem. Wyznacznikiem tego stwierdzenia jest integracja kontrahenta z przedsiębiorstwem, która implikuje budowanie trwałych relacji pomiędzy partnerami wymiany handlowej. Redukcja kosztów związanych z obsługą kontrahentów, zwiększenie rentowności przedsiębiorstwa stało się kluczowym czynnikiem wpływającym na zainteresowanie przedsiębiorstw koncepcją marketingu partnerskiego. Ścisła interakcja pomiędzy partnerami ukierunkowana jest na optymalizację procesów związanych z wytworzeniem oraz wdrożeniem nowych produktów i usług. Wskazuje to na zasadność zajmowania się marketingiem partnerskim w relacjach dostawca – odbiorca w procesie kształtowania przewagi konkurencyjnej na rynku przemysłu chemicznego w Polsce.

²¹ A. Limański, I. Drabik, *Istota systemu zarządzania jakością we współczesnym przedsiębiorstwie* [w:] E. Magier-Łakomy, M. Boguszewicz-Kreft, J. Dworak (red.), *Relacje przedsiębiorstwa z interesariuszami*, WSB w Gdańsku, Gdańsk 2014, t. 36, ss. 96-98.

²² Por.: M. Giemza, *Satysfakcja klienta w polskich organizacjach zarządzanych przez jakość*, „Problemy Jakości” 2008, nr 1, ss. 29-32.

Literatura

- Berry L, *Relationship Marketing of Services-- Growing Interest Emerging Perspectives*, „Journal of the Academy of Marketing Science” 1995, no. 4.
- Edward M, Sahadev S, *Role of switching costs in the service quality, perceived value, customer satisfaction and customer retention linkage*, „Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic” 2011, vol. 23(3).
- Fonfara K, *Marketing partnerski*, PWE, Warszawa 2014.
- Giemza M, *Satysfakcja klienta w polskich organizacjach zarządzanych przez jakość*, „Problemy Jakości” 2008, nr 1.
- Gummesson E, *Relationship Marketing and Imaginary Organizations: a Synthesis*, „European Journal of Marketing” 1996, vol. 30, no. 2.
- Jones G, George J, *The Experience and Evolution of Trust: Implications for Cooperation and Teamwork*, „Academy of Management Review” 1998, vol. 23, no. 3.
- Magier-Łakomy E, Boguszewicz-Kreft M, Dworak J, (red.), *Relacje przedsiębiorstwa z interesariuszami*, WSB w Gdańsku, Gdańsk 2014, t. 36.
- Mitrega M, *Marketing relacji. Teoria i praktyka*, CeDeWu, Warszawa 2014.
- Otto J, *Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie*, C.H. Beck, Warszawa 2004.
- Palmer R, Lindgreen A, Vanhamme J, *Relationship Marketing: Schools of Thought and Future Research Directions*, „Marketing Intelligence and Planning” 2005, vol. 23(3).
- Paprocki J, *Branże przemysłu chemicznego w I półroczu 2016. Przemysł chemiczny w statystyce*, „Chemik” 2016, nr 11-12, t. 70.
- Piwoni-Krzyszowska E, *Zarządzanie wartością relacji przedsiębiorstwa z rynkowymi interesariuszami*, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2014.
- Płońska-Stepulak E, *Przemysł chemiczny potwierdził swe znaczenie dla polskiej gospodarki*, „Chemia i Biznes” 2016, nr 4.
- Sroka W, *Sieci aliansów. Poszukiwanie przewagi konkurencyjnej poprzez współpracę*, PWE, Warszawa 2012.
- Sureshchander G. S, Rajendran C, Anantharaman R. N, *The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction – a Factor Specific Approach*, „Journal of Services Marketing” 2002, vol. 16(4).
- Światowiec J, *Więzi partnerskie na rynku przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2006.
- Taranko T, *Komunikacja marketingowa. Istota, uwarunkowania, efekty*, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2015.
- Zieliński T, *Rośnie eksport produktów branży*, „Gazeta Finansowa” 2015 (styczeń 23-29).

Źródła internetowe

- http://swaid.stat.gov.pl/HandelZagraniczny_dashboards/Raporty_predefiniowane (online: 14.03.2017).
- <https://www.corazlepszyportalbiznesowy.pl/art/zasada-win-win> (online 24.04.2017).
- <http://www.beyondintractability.org/essay/win-lose> (online: 24.04.2017).
- <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/pracujacy-zatrudnieni-wynagrodzenia-koszty-pracy/przecietne-zatrudnienie-i-wynagrodzenie-w-sektorze-przedsiębiorstw-we-wrzesniu-2016-roku,3,58.html> (online:24.04.2017).
- <http://www.chemiaibiznes.com.pl/aktualnosc/pozycja-europejskiego-przemyslu-chemicznego-slabnie> (online:24.04.2017).

Summary

Implementing the concept of affiliate marketing implies developing strong and stable relationships between partners, which significantly affect the reduce of activity costs of partnering. These relationships also allow the partners to develop a unique strategy that will enable them to resist the actions of their competitors in the marketplace. Contemporary affiliate marketing in the enterprise market is presented as a philosophy of managing a modern enterprise. The determinant of this statement is the integration of the contractor with the company, which implies the building of a lasting relationship between the trading partners. Reducing the costs associated with servicing counterparties, increasing profitability of the enterprise has become a key factor affecting business interest in the concept of affiliate marketing. Intimate interaction between partners is aimed at optimizing the processes involved in creating and implementing new products and services. This indicates the importance of dealing with partner marketing in supplier-recipient relationships in the process of shaping competitive advantage in the chemical industry in Poland.

Autor

mgr Mariusz Orlikowski
Uniwersytet Gdański
Wydział Zarządzania

eISBN 978-83-65374-60-8
ISBN 978-83-65374-61-5

