

POLSKA W CZASIE PRZEŁOMU

Afelt, Florek, Holoubek, Konarski, Piotrowska-Oliwa, Pyrć, Radkiewicz, Uszok

MAGAZYN

Teraz Polska

nr 2(34), 2020



TERAZ POLSKA



ISSN 2299-1395





www.terazpolska.pl

31 EDYCJA KONKURSU TERAZ POLSKA

NA NAJLEPSZE
PRODUKTY
I USŁUGI



TERAZ POLSKA



Nowy (pocovidowy) świat z Godłem „Teraz Polska”

Kiedy słyszę, że nastał w Polsce najtrudniejszy czas od 1989 r., to zastanawiam się, jak właściwie powinniśmy rozumieć tę tezę i co w związku z powyższym powinniśmy przedsięwziąć.

W pamiętnych latach przełomu, które nastąpiły nie tylko w Polsce, ale w całej środkowo-wschodniej Europie, nie brakowało wydarzeń dramatycznych – wystarczy wspomnieć starcia ze służbami porządkowymi, protesty i ofiary śmiertelne. Towarzyszyły temu olbrzymia niepewność i lęk, również związane z opracowaniem pewnej spójnej narracji o przeszłości i przyszłości. Naszym celem wówczas była wolność, możliwość spełniania pragnień, realizowania pasji, otwarcie na świat, w końcu też możliwość bogacenia się i nieskrępowanego rozwoju na wielu polach, w tym w dziedzinach biznesu, nauki i sztuki. Właśnie perspektywa owej szeroko pojmowanej nagrody sprawiała, że mimo obiektywnych trudności większość nie porzuciła obranej drogi i udało się osiągnąć sukces.

Czy dziś umiemy odpowiedzieć na pytanie, co nas czeka? Ba, czy starczy odwagi, by je w ogóle postawić?

W krajach zasobniejszych i potężniejszych niż Polska liderzy ostrzegają obywateli przed zbliżającą się krytyczną zimą. W Polsce wzrasta liczba zachorowań na COVID-19, mocno rośnie śmiertelność. Najbardziej pesymistyczne modele niektórych ośrodków analitycznych przypowiadają o dreszczu.

Dziś, po pierwsze, musimy przeżyć. Musimy dbać o siebie, o rodziny, bliskich, o ludzi działających „na pierwszej linii”. Musimy zadbać o pracodawców i pracowników – to jest warunek decydujący o dalszych losach kraju. Ich przetrwa-

nie we względnie dobrej kondycji gwarantuje możliwość osiągnięcia celów rozwojowych w przyszłości. Ale potrzebna jest nam też wizja lepszego „świata po”, oparta na realnych podstawach i planie, który ma szansę ją urzeczywistnić. Potrzeba nam nie tylko rozmowy o tym, jaki będzie świat po pandemii, ale również o tym, jak chcemy, by ów świat wyglądał. Jest wiele płaszczyzn, zupełnie praktycznych, ale też niezmiernie ważnych, których jakość i funkcjonowanie leżą we wspólnym interesie wszystkich Polaków.

Mam nadzieję, że przedsiębiorczość, wolność gospodarowania, promowanie zaradności i innowacyjności nadal będą dominantą przyszłego świata. Wiem, że niezbędne do przetrwania jest wspólne przekonanie, że przyszłość będzie miała jakiś pozytywny wymiar, a jej nastanie przełoży się na zbiorowy dobrostan. To daje nadzieję odnośnie potencjalnego kształtu świata po pandemii. Ta nadzieja wykracza daleko poza sferę przedsiębiorczości, choć od niej się wywodzi. Chodzi mianowicie o świat wyższej jakości, mówiąc pół żartem, pół serio, o świat, który zasługiwałby na Godło „Teraz Polska”. Może właśnie o nim powinniśmy marzyć, taki świat planować i wdrażać.

Jestem przekonany, że w przyszłości nadal potrzebne będą narzędzia podkreślające rozpoznawalność, zaufanie i zapewniające rynkowy sukces. Zapraszam do 31. edycji Konkursu „Teraz Polska”, w którym głównym kryterium wyboru laureatów pozostaje niezmiennie jakość i innowacyjność produktów i usług. Konkursu, który w swej trzydziestoletniej historii wypracował stałe miejsce w teraźniejszości i w przyszłości gospodarczej naszego kraju.

Krzysztof Przybył

*Redaktor naczelny
Prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego
„Teraz Polska”*

Temat numeru

- 6 **Dzisiejsza pandemia nie jest niczym niezwykłym, historia zna wiele podobnych przypadków.** Z prof. **Krzysztofem Pyrciem** rozmawia *Kamil Broszko*.
- 10 **Wyraźne spowolnienie hiperpostępu mogłoby dobrze wpłynąć na zbiorowy dobrostan.** Z prof. **Piotrem Radkiewiczem** rozmawia *Kamil Broszko*.
- 14 **Jeżeli bezpieczeństwo urasta do rangi fetyszu, zawsze zwycięża z wolnością.** Z prof. **Wawrzyńcem Konarskim** rozmawia *Kamil Broszko*.
- 18 **Niestety, w walce z COVID-19 wiele krajów działa krótkodystansowo.** Z dr **Anetą Afelt** rozmawia *Kamil Broszko*.

Gospodarka

- 24 **Państwa skłócone przestaną istnieć.** Z **Ryszardem Florkiem** rozmawia *Artur Ciechanowicz*.
- 26 **Zielona energia ze słońca i wiatru to już nie tylko ekologia, a czysta ekonomia.** Z **Dawidem Zielińskim** rozmawiają *Marzena Tataj* i *Kamil Broszko*.
- 30 **Jesteśmy pionierem, siłą rzeczy czeka nas gwałtowna ekspansja.** Z drem **Dávidem Forgácsem** rozmawia *Marzena Tataj*.
- 32 **Wspieramy odpowiedzialne, zrównoważone budownictwo.** Z **Benedyktem Kordułą** rozmawia *Kamil Broszko*.
- 35 **O roli jakości w biznesie – sonda.**

Polacy

- 44 **Linia, płaszczyzna... i kolor. Retrospektywa Pawła Orłowskiego w Galerii van Rij.** Z **Pawłem Orłowskim** rozmawia *Katarzyna Rij*.
- 48 **W filmie jest jazz.** Z **Janem Holoubkiem** rozmawia *Kamil Broszko*.
- 52 **Kolejne osobistości z zaszczytnym tytułem Promotora Polski.** *Kamil Broszko*
- 56 **Muzy w cieniu COVID-19. O tym, jak pandemia zmienia naszą kulturę.** *Marzena Tataj*

Idee

- 62 **Świat po pandemii – szkic do portretu.** Rozmawiają **prof. Elżbieta Mączyńska** i **prof. Piotr Wachowiak**.
- 70 **Racjonalny konsument, nieoczywisty patriota. Wyniki badań Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego.** *Marcelina Hakman*
- 74 **Konkurs „Teraz Polska” między 30. i 31. edycją, czyli Godło na nowe czasy.** *Kamil Broszko*

Regiony

- 76 **Zaufanie społeczne jest najważniejsze podczas pełnienia funkcji publicznej.** Z **Piotrem Uszokiem** rozmawia *Kamil Broszko*.
- 79 **Miasto – strefa wolna od... czystego powietrza?** *Adam Mikołajczyk*

Felietony

- 83 **Innowacyjny jako fenomen społeczno-ekonomiczny.** *Krzysztof Opolski*
- 84 **Popandemiczny plan Marshalla to już nie mrzonki, a konieczność.** *Grażyna Piotrowska-Oliwa*



MAGAZYN
FUNDACJI
POLSKIEGO GODŁA
PROMOCYJNEGO

www.terazpolska.pl

Magazyn
TERAZ POLSKA

Redaktor naczelny:
Krzysztof Przybył
Redaktor prowadzący:
Marzena Tataj
Redakcja:
Kamil Broszko
Okładka:
Paweł Orłowski

Adres redakcji:
ul. Górskiego 1,
00-033 Warszawa
tel. 22 201 26 90
e-mail:
m.tataj@terazpolska.pl
www.terazpolska.pl

Wydawca:
Fundacja Best Place
– Europejski Instytut
Marketingu Miejsc
na zlecenie
Fundacji Polskiego
Godła Promocyjnego
„Teraz Polska”
www.bestplaceinstitute.org

**Projekt graficzny
i skład:**
Tamburyn, www.tamburyn.eu

Korekta:
Broszko.com

Druk:
KRM Druk Sp. z o.o. Sp. k.



Kraków

30 LAT SAMORZĄDU

Tak się zmieniał Kraków – 30 lat samorządności



Ekospalarnia ↓ →



Centrum Kongresowe ICE ↓ →



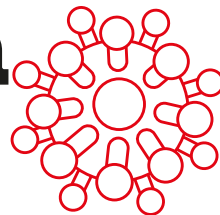
**TAURON
Arena Kraków** ← ↓





Samodzielny Publiczny Szpital
Kliniczny Nr 4 w Lublinie w czasie
epidemii koronawirusa

Dzisiejsza pandemia nie jest niczym niezwykłym, historia zna wiele podobnych przypadków



O podstępny wirusie SARS-CoV-2, wyzwaniach związanych z opracowaniem szczepionki oraz o tym, czy nowy koronawirus może być bronią biologiczną stworzoną w laboratorium, z prof. **Krzysztofem Pyrciem** rozmawia Kamil Broszko.

Kamil Broszko: Dlaczego wirus SARS-CoV-2 jest taki groźny?

Krzysztof Pyrc: Bo jest dość podstępny. Z jednej strony w porównaniu z wirusami takimi jak ebola powoduje niewielką śmiertelność. Stosunkowo duża część zarażonych przechodzi chorobę nieodróżnialną od przeziębienia czy sezonowej grypy, łagodnie lub wręcz bezobjawowo. Część z nas może być chora i nie wiedząc o tym, zarażać innych. Z drugiej strony u części osób SARS-CoV-2 wywołuje niestety bardzo ciężką chorobę, która czasami kończy się śmiercią. Taka charakterystyka wirusa sprawia, że rozprzestrzenia się on znacznie lepiej niż choćby wspomniany wirus ebola. Dlaczego? Zarażeni ebolą mają tak silne objawy, że stosunkowo łatwo ich zidentyfikować i odseparować. Dodatkowo, osłabieni chorobą, nie są w stanie się przemieszczać i efektywnie roznosić wirusa. Natomiast w przypadku SARS-CoV-2, jeżeli zakażenie wiąże się jedynie z osłabieniem, bólem głowy, po prostu ze słabszym samopoczuciem – to nadal chodzimy i roznosimy zarazę. I tak mamy pandemię. Co więcej, w scenariuszu negatywnym, przy przepełnieniu szpitali, odsetek ofiar wzrośnie, bo potrzebujący nie uzyskają odpowiedniej pomocy.

Sezon letni przyniósł nam trochę oddechu, bo na całej północnej półkuli spadła liczba ciężkich i śmiertelnych przypadków. W sezonie jesiennym warunki pogodowe, takie jak niższa temperatura i wilgotność powietrza, oraz konieczność przebywania w zamkniętych, rzadko wietrzonych pomieszczeniach sprzyjają rozprzestrzenianiu się wirusa. W Polsce liczba zarażonych i chorych gwałtownie rośnie od połowy września. Gdy wejdziemy w sezon grypowy, sezon zakażeń innymi wirusami i bakteriami, może się okazać, że kumulacja czynników ryzyka spowoduje wzrost odsetka osób ciężko chorych. Zwłaszcza że układ oddechowy gorzej radzi sobie w sytuacjach, kiedy na dworze mamy zimne powietrze, a w domach – ciepłe i suche, a także kiedy w dużych miastach pojawia się smog.

KB: Dla kogo zakażenie koronawirusem jest szczególnie niebezpieczne?

KP: Istnieje wiele czynników zwiększających prawdopodobieństwo ciężkiego przebiegu COVID-19. Przede wszystkim jest to wiek, ale także choroby współistniejące: cukrzyca, otyłość,



© PAMEL ULATOWSKI

Krzysztof Pyrc (ur. 1979 r.) – polski biolog i biotechnolog, specjalista w zakresie mikrobiologii i wirusologii, profesor nauk biologicznych, nauczyciel akademicki Uniwersytetu Jagiellońskiego. W 2003 r. ukończył biotechnologię na Uniwersytecie Jagiellońskim. Studia kontynuował w Academic Medical Center Uniwersytetu Amsterdamskiego oraz na Uniwersytecie Karoliny Północnej w Chapel Hill. W 2007 r. na Uniwersytecie Amster-

damskim uzyskał stopień doktora, na podstawie dysertacji „Virus discovery and human coronavirus NL63”. Stopień doktora habilitowanego uzyskał w 2013 r. na Wydziale Biologii i Ochrony Środowiska Uniwersytetu Łódzkiego, na podstawie pracy „Wirusowe zakażenia układu oddechowego – modele badawcze i detekcja patogenów”. W roku 2019 otrzymał tytuł profesora nauk biologicznych. W marcu 2020 r., po wybuchu pandemii koronawi-

rusa SARS-CoV-2, stanął na czele zespołu prowadzącego badania nad wirusem w Małopolskim Centrum Biotechnologii. 25 marca 2020 r. został powołany na członka zespołu doradczego ministra nauki i szkolnictwa wyższego do spraw działań związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19. Obecnie jest wiceprzewodniczącym zespołu ds. COVID-19 przy prezesie PAN.

schorzenia serca, nerek, nowotwory. Wiele milionów ludzi cierpi na te choroby, problem dotyczy większości seniorów. Pamiętajmy jednak, że wirus zabija również osoby młode i może pozostawić trwałe ślady w naszym organizmie.

KB: Choć wirus jest groźny, to pełny lockdown też czyni spustoszenie w społeczeństwie i gospodarce.

KP: Zgadzam się w stu procentach. Dlatego nawołuję, podobnie jak większość ekspertów, do przestrzegania zasad higieny, zakrywania ust i nosa oraz utrzymywania dystansu społecznego, aby ograniczyć rozprzestrzenianie się wirusa.

Z pewnością należałoby wprowadzić systemy monitorowania sytuacji epidemicznej. W maju na Uniwersytecie Jagiellońskim przeprowadziliśmy badanie populacyjne na terenie Krakowa w kierunku obecności we krwi przeciwciał typu IgG specyficznych względem wirusa SARS-CoV-2. Obecność przeciwciał oznacza, że dana osoba przeżyła COVID-19 i do pewnego stopnia może być chroniona przed ponownym zakażeniem. Uzyskane wyniki wskazywały, że liczba chorych bezobjawowych jest większa, niż sądzono, jednak daleko nam do stanu, w którym pojawi się w społeczeństwie odporność zbiorowa. Co więcej, późniejsze prace pokazały, że u części osób, które miały kontakt z wirusem, odporność znika w stosunkowo krótkim czasie.

Aby mieć możliwość monitorowania stanu pandemii, opracowaliśmy protokoły testowania próbek środowiskowych – pobranych z bankomatów, poręczy czy przystanków, jak również ścieków. Pozwala to na ocenę zagrożenia, zanim pojawią się pierwsi chorzy. Z kolei grupa prof. Agnieszki Dobrzyń z Instytutu Nenckiego Polskiej Akademii Nauk opracowała procedury przeprowadzania testów grupowych przy użyciu odczynników dostępnych na rynku. Testowanie grupowe pozwala zwiększyć skuteczność walki z pandemią koronawirusa poprzez umasowienie testów przesiewowych, dzięki którym łatwiej zidentyfikować osoby zakażone, ale niewykazujące żadnych objawów. Dzięki takim metodom można stosunkowo łatwo określić miejsca zagrożenia i podejmować decyzje, przykładowo o wprowadzeniu strefy czerwonej, zanim ludzie będą w niej umierać.

KB: Czy wiedza zdobyta przez naukowców jest dostępna politykom, którzy zarządzają kryzysem wywołanym przez pandemię?

KP: Do niedawna działał zespół doradczy przy Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego, cały czas działa zespół przy Ministerstwie Zdrowia. Wspólnie z prezesem PAN prof. Jerzym Duszyńskim stworzyliśmy niezależny zespół, który stara się uporządkować i w przystępny sposób podać wiedzę naukową na temat COVID-19. Tak więc głos naukowców jest słyszalny, wiedza ekspercka jest przekazywana decydentom. Ale czy jest wykorzystywana – to już nie jest pytanie do mnie.

PAN wydał opracowanie „Zrozumieć COVID-19”, by usystematyzować to, co naukowcy z różnych dziedzin myślą na temat obec-

nej sytuacji. Nie możemy zamykać się w czterech ścianach swojej dyscypliny, bo wirusolog nie osiągnie niczego bez matematyka i lekarza. Niezwykle potrzebne jest także spojrzenie przedstawicieli nauk społecznych – psychologów i socjologów, bo bywa, że rozwiązania, które wydają się genialne z punktu widzenia laboratorium i doskonale ekonomicznie, są nieakceptowalne społecznie.

KB: A propos akceptowalności społecznej – jak pan ocenia szwedzką strategię walki z pandemią koronawirusa?

KP: Wokół tej kwestii narosło mnóstwo przekłamań. Przede wszystkim to nieprawda, że w Szwecji nie zrobiono nic. To nie było zaniechanie, lecz świadome działanie poprzez zalecenia. Taki system mógł się sprawdzić w przypadku Szwedów, którzy różnią się od Polaków specyfiką i częstotliwością kontaktów międzyludzkich, ale też reakcjami na zalecenia rządzących, które traktują nie jako nakaz czy karę, tylko jako pożyteczne wskazówki. Jednak obecnie również w Szwecji obserwujemy wzrost liczby zachorowań, a trzeba pamiętać o bardzo wysokiej liczbie ofiar śmiertelnych w stosunku do liczby mieszkańców. Innymi słowy: wiele osób zmarło, a korzyść może być mniejsza, niż się zakłada.

Strategia szwedzka jest często przeciwstawiana strategii chińskiej i krajów południowoazjatyckich, gdzie obowiązywał całkowity lockdown obywateli w domach i gdzie zamknięto granice przed przybyszami z zewnątrz. Takie podejście ma swoje konsekwencje gospodarcze i społeczne.

Nie opowiadam się za żadnym z modeli, bo przejście przez epidemię powinno być wyważone i mieć jak najmniejszy negatywny wpływ na społeczeństwo i gospodarkę – aż do momentu, kiedy będą dostępne leki albo szczepionka.

KB: Czy powinniśmy pokładać nadzieję w leku wytwarzanym przez Biomed Lublin, czyli w immunoglobulinie ludzkiej z osocza ozdrowieńców?

KP: Nadzieję należy mieć zawsze, ale w przypadku żadnego leku dostępnego obecnie na świecie nie ma potwierdzenia, że jest on skutecznym statystycznie lekiem na COVID-19. Koncepcja preparatu opracowanego przez Biomed Lublin nie jest nowa – to preparat z wyizolowanych immunoglobulin, czyli przeciwciał z osocza ozdrowieńców, który ma przeciwdziałać namnażaniu się wirusa. Na razie wiadomo, że preparat Biomedu działa w laboratorium oraz że w minionych latach podobne preparaty były wykorzystywane do leczenia osób z chorobami układu oddechowego wywołanymi przez wirusy SARS-CoV-1 i grypy. Nowy preparat wymaga jednak testów klinicznych, które zweryfikują jego skuteczność.

KB: A czy szczepionka przeciw SARS-CoV-2 może być sezonowa, jak szczepionka na grypę, której skuteczność jest ograniczona do roku?

KP: Na razie nie mamy żadnej szczepionki. Trwają dopiero badania kliniczne, które sprawdzają bezpieczeństwo i skuteczność



© PIXABAY

potencjalnych szczepionek. Musimy z pokorą uzbroić się w cierpliwość, bo przecież w przypadku wielu wirusów, choćby HIV, mimo wieloletnich badań nie udało się stworzyć skutecznej szczepionki.

Natomiast jeżeli powstanie bezpieczna i skuteczna szczepionka na SARS-CoV-2, to nie zakładam, że – tak jak szczepionka na grypę – będzie wymagała cyklicznego powtarzania. Wirus grypy należy do bardzo zmiennych wirusów. Podobnie jak koronawirus, jest to wirus RNA, ale ma niewielki genom. Może sobie więc pozwolić na błędy, bo ma znacznie mniej do przepisania. Z kolei koronawirusy to największe wirusy RNA (około 30 tys. nukleotydów). Gdyby ich maszynaria myliła się tak często jak w przypadku grypy, powstające wirusy byłyby нефункциональные. Koronawirusy mają system naprawczy: jedno z białek pełni funkcję kontrolera i jeżeli enzym wstawi niewłaściwy klocek, to kontroler go wycina. Dzięki temu zmienność koronawirusów jest mniejsza i dlatego obstawiałbym, że stworzona szczepionka nie będzie musiała być powtarzana co roku. Możliwe, że będzie konieczność podawania jej co jakiś czas (co 5–10 lat), by wzmocnić odpowiedź immunologiczną albo uodpornić nas na nowy szczep. Częstotliwość podawania szczepionki nie jest teraz jednak istotnym problemem. Dziś cały świat czeka na jej powstanie.

KB: Dlaczego nie wynaleziono jeszcze szczepionki na HIV?

KP: Wirus HIV charakteryzuje się dużą i szybką zmiennością. Nawet jeżeli udaje się stworzyć szczepionkę, to już w momencie wdrożenia okazuje się ona nieaktualna. Co więcej, HIV jest na tyle sprytny, że potrafi oszukać nasze systemy odpornościowe. Jest w stanie wyłączyć wszystkie sensory w naszym organizmie i gdy podamy coś, co powinno zadziałać, umie ominąć zastawione pułapki, przetrwać w organizmie, a nawet się zmienić, żeby zyskać odporność.

KB: Skąd się wzięły wirusy i dlaczego są takie sprytnie?

KP: To jest pytanie głęboko egzystencjalne. Są hipotezy, które mówią, że od wirusów RNA wywodzi się całe życie na Ziemi. RNA to wyjątkowy polimer – w normalnych warunkach jest tylko przenośnikiem informacji, ale może również mieć aktywność enzymów. Może więc być jednocześnie władzą ustawodawczą i wykonawczą. Jedna z hipotez głosi, że RNA na początku właśnie taką funkcję pełniło i na tej bazie powstał świat. Według innej hipotezy wirusy to fragmenty organizmów żywych, które wybrały wolność. Za tą hipotezą przemawiają pewne elementy struktury wirusa, podobne do występujących w żywych organizmach. Ale to jedynie hipotezy. Nie wiemy i prawdopodobnie nie dowiemy się, jak było naprawdę. A dlaczego wirusy odnoszą sukcesy? Bo mogą. Są jak wirus komputerowy – stąd zbieżność nazw. Wirus jest czystą informacją, która

Zachowujmy dystans społeczny, unikajmy skupisk ludzkich, nośmy maseczki, żeby chronić innych. Nie zapominajmy także o częstym myciu rąk, gdyż wirusem można się zarazić nie tylko drogą kropelkową.

przechodzi z komórki do komórki i lekko modyfikuje to, na co trafia.

KB: Czy są wirusy dobre dla człowieka, podobnie jak dobre bakterie w jelitach?

KP: Oczywiście. Na przykład bakteriofagi, którymi leczono zakażenia bakteryjne już ponad 100 lat temu, w czasie pierwszej wojny światowej. Niektóre kliniki nadal stosują tę metodę w przypadku zakażeń bakteryjnych opornych na antybiotyki. Z kolei cała terapia genowa opiera się na przekierowywaniu wirusów tak, aby przenosiły do naszych komórek podaną przez nas informację. Powstała również nowa, wykorzystująca wirusy metoda walki z chorobami

nowotworowymi. Przykładowo wirus opryszczki został tak zmodyfikowany, że zakaża i niszczy wyłącznie tkankę nowotworową. Wirusy już teraz wykorzystywane są w terapii onkologicznej. Istnieją też wirusy, które sprawiają, że tulipany holenderskie są dwukolorowe. To właśnie efekt zakażenia, a nie cecha genetyczna kwiatu.

Wirusy są częścią naszego świata – nie da się ich pozbyć, więc trzeba je poznać. Pamiętajmy, że dzisiejsza pandemia nie jest niczym niezwykłym. Historia ludzkości odnotowała wiele podobnych zdarzeń. Po prostu w ostatnich latach mieliśmy sporo szczęścia i wielkie epidemie obecne na świecie nas omijały. Nie mieliśmy epidemii SARS-CoV-1 czy MERS-CoV. Wirus Zika nie pojawił się w naszej części świata. Nie dotarł do nas jeszcze wirus Zachodniego Nilu, choć zaczyna się już rozprzestrzeniać w Europie i pewnie poznamy go w najbliższych latach. Nie znamy wirusa dengi, który jest śmiertelnym zagrożeniem w Azji. I przez to żyjemy w złudnym poczuciu, że pokonaliśmy wszystkie choroby świata.

KB: Czy SARS-CoV-2 mógł powstać w laboratoriach jako broń biologiczna i wymknąć się spod kontroli?

KP: To kompletna bzdura. Nie potrafimy zaprojektować wirusa w taki sposób. Wirus to informacja, która precyzyjnie modyfikuje pojedyncze szlaki w naszej komórce, aby móc korzystać z jej zasobów. Nie wiemy do końca, jak działają komórki, a zatem nie potrafimy zaprojektować czegoś tak efektywnego. Ponadto ukrycie śladów ingerencji inżynierii genetycznej jest bardzo trudne lub wręcz niemożliwe. Wszyscy wirusolodzy od dawna przestrzegali, że będą się pojawiać nowe koronawirusy. Sam o tym pisałem wiele lat temu. Kreowanie teorii spiskowej nie ma teraz sensu.

Teraz musimy przetrwać czas pandemii. Raz jeszcze apeluję: zachowujmy dystans społeczny, najlepiej dwumetrowy, unikajmy skupisk ludzkich, nośmy maseczki, żeby chronić innych. Nie zapominajmy także o częstym myciu rąk, gdyż wirusem można się zarazić nie tylko drogą kropelkową, ale też przenosząc materiał zakaźny z klamek, poręczy czy blatów do dróg oddechowych.

Piotr Radkiewicz – psycholog, doktor habilitowany, profesor nadzwyczajny w Instytucie Psychologii Polskiej Akademii Nauk. Zajmuje się psychologią społeczną, psychologią polityczną i makropsychologią. W swoich badaniach podejmuje tematykę wartości osobistych, kodów etycznych, agresji w życiu publicznym, autorytaryzmu, zmiany społecznej, relacji międzygrupowych, ideologii i przekonań społecznych.

© KAMIL BROSZKO



Wyraźne spowolnienie hiperpostępu

mogłoby dobrze wpłynąć na zbiorowy dobrostan

O wpływie pandemii na zaufanie społeczne, poziom nacjonalizmu i ksenofobię oraz o polskim liberalizmie i właściwej naszym czasom permanentnej niepewności z prof. **Piotrem Radkiewiczem** rozmawia Kamil Broszko.

Kamil Broszko: W jaki sposób pandemia wpłynie na zaufanie międzyludzkie?

Piotr Radkiewicz: Mówiąc o zaufaniu społecznym, przeważnie mamy na myśli dwa wskaźniki: zaufanie do ludzi i zaufanie do instytucji publicznych. Intuicja podpowiada, że zaufanie do instytucji powinno wzrosnąć tam, gdzie obywatele względnie pozytywnie oceniają antypandemiczne działania państwa i jego agend. Zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę skalę zjawiska i poziom wyzwań organizacyjnych. Natomiast w kwestii zaufania

między ludźmi prognozy nie są tak jednoznaczne. Z jednej strony czynnikiem sprzyjającym powinno być kolektywne doświadczenie mobilizacji wokół wspólnego, ogólnonarodowego celu. Zwolennik społeczeństwa zbudowanego na modelu wspólnotowym gotów byłby nawet postawić tezę, że tego rodzaju kolektywne doświadczenia mogą się okazać bardzo funkcjonalne w coraz bardziej rozczłonkowanym i niekoherentnym społeczeństwie. Nawet jeśli nie inicjują głębszych procesów defragmentacji, to mogą dostarczać najbardziej podstawowych impulsów wspólno-

towych, takich jak świadomość wspólnego losu. Z drugiej strony należy jednak pamiętać o pewnym paradoksie, na który wskazują m.in. wiosenne badania Krystyny Skarżyńskiej i Konrada Maja, psychologów z Uniwersytetu SWPS. Pokazały one, że pryncypializm i sumienność w przestrzeganiu antypandemicznych zakazów i nakazów łączy się raczej z niskim zaufaniem do ludzi. Po pewnym namyśle wydaje się to zrozumiałe. Akurat pandemia to taki typ zbiorowej komplikacji, kiedy o indywidualnym losie każdego z nas decyduje nie tylko nasza własna zapobiegliwość, ale i w ogromniej mierze zachowanie innych ludzi, na które nie mamy większego wpływu. Zatem im mniej ufamy innym, tym bardziej sami musimy troszczyć się o siebie. W tym momencie warto przypomnieć badania, które systematycznie pokazują bardzo niski poziom zaufania międzyludzkiego u Polaków. W ich kontekście wspomniany paradoks może polegać na tym, że zaskakująco duże zdyscyplinowanie, widoczne zwłaszcza w pierwszym okresie pandemii, mogło wynikać z małego zaufania do innych. Nie jest więc wcale wykluczone, że obydwa efekty – wspólnotowy i prewencyjny – mogły się wzajemnie znosić. Ale ja i tak byłbym zadowolony, gdyby nieoczekiwanym efektem zmagania z COVID-19 był zauważalny wzrost zaufania do instytucji państwa. Równie u nas niskiego, jak zaufanie interpersonalne.

KB: Czy doświadczenie pandemii wpływa na wzrost nacjonalizmu i ksenofobii?

PR: W pierwszych miesiącach pandemii pojawiły się wyniki badań, m.in. Centrum Badań nad Uprzedzeniami UW, z których mogło wynikać, że nastąpił zauważalny przyrost postaw nacjonalistycznych, zwłaszcza uprzedzeń narodowościowych. Trudno by było jednak wskazać jakieś bezpośrednie przyczyny wzrostu nacjonalizmu i ksenofobii. Dlatego, biorąc pod uwagę naturę zagrożenia, a z drugiej strony zamknięcie granic, homogeniczność naszego społeczeństwa i brak tego typu wątków w sferze polityczno-medialnej (np. w postaci kreowania tzw. kozła ofiarnego), sądzę, że mógł to być uboczny efekt innego zjawiska. Mam na myśli tzw. autorytaryzm grupowy, uniwersalny mechanizm polegający na wewnątrzgrupowej mobilizacji wokół nadrzędnych, grupowych celów (w tym przypadku chodzi o całe społeczeństwo). Kiedy pojawia się zagrożenie przerastające możliwości obrony wynikające z naszych indywidualnych albo społecznych zasobów, w naturalny sposób zaczynamy orientować się na władzę i instytucje państwa. Oczekujemy wyraźnych wskazówek, co należy robić, i gotowi jesteśmy im podporządkować. Efektami są zgeneralizowany przyrost uległości wobec władzy i autorytetów, nacisk na przestrzeganie norm grupowych oraz rosnąca skłonność do karania tych, którzy owych norm nie przestrzegają. Taka zwiększona autorytarna podejrzliwość i punitowność, zwłaszcza u osób, które mają do tego osobowościową skłonność, może w pierwszej kolejności kierować się w kierunku tych, którzy w jakiś sposób różnią się od większości społeczeństwa. Czyli na ogół wobec rozmaitych mniejszości, w tym

mniejszości narodowych. I to jest właśnie ten efekt uboczny. Ponieważ badania prowadzone w kwietniu i maju pokazały ewidentny skok postaw autorytarnych, można przypuszczać, że tak właśnie było w pierwszym okresie lockdownu. Na pewno jednak nie był to efekt długotrwały. Nawet ultrademokraci muszą pogodzić się z tym, że życie w dużych zbiorowościach – również praktykujących zasady demokracji liberalnej – wymaga niekiedy gwałtownej mobilizacji, autorytarnego skoordynowania zbiorowych działań. Takie mechanizmy synergii społecznej są niezbędne w każdym społeczeństwie. Ale ponieważ mogą być wykorzystane zarówno *pro publico bono*, jak i w bardzo nikczemnych celach, bez względu na okoliczności władzom zawsze warto patrzeć na ręce.

KB: A czy lęk jest faktycznie taką siłą, że umiejętne operowanie nim pozwala ośrodkom władzy na dowolne kształtowanie postaw społecznych?

PR: Cynik polityczny powie panu, że w demokracji władzy zostało już tylko jedno narzędzie wymuszania uległości obywateli – umiejętne zarządzanie emocjami. Nie ma wątpliwości, że manipulowanie zbiorowym lękiem czy strachem pozwala na robienie w majestacie prawa rzeczy, które z demokracją niewiele mają wspólnego. Najbardziej ugruntowane w psychologii społecznej modele kształtowania postaw społeczno-politycznych są w tej kwestii jednoznaczne. Autorytarna uległość najbardziej rozkwita pod wpływem dwóch czynników: realnego sytuacyjnego zagrożenia, które w jakiś sposób narusza porządek społeczny, i osobowościowej skłonności do przestrzegania świata społecznego w kategoriach zagrożenia (niektórzy ludzie we wszystkim dostrzegają objawy anarchii, chaosu, demoralizacji itd.). Tak jak już wspomniałem, oczekiwanie od kogoś, że zapewni nam bezpieczeństwo, nieuchronnie prowadzi do wzrostu konformizmu i uległości. W psychologii grup społecznych odróżnia się dwie kategorie zagrożenia: realistyczne i symboliczne. To pierwsze, jak sama nazwa wskazuje, ma swoje realne podstawy i odnosi się do faktów, a to drugie jedynie antycypuje jakieś zagrożenie, urealnianie je w percepcji społecznej. Takie zagrożenie może być po prostu sztucznie wykreowane, ale w odbiorze społecznym działa podobnie jak zagrożenie realne. Nic dziwnego, że właściwie każda władza ma pokusę, by z tego narzędzia korzystać. Na szczęście w demokracji mamy opozycję, która przynajmniej w teorii powinna umieć takie zakusy władzy demaskować.

KB: Doświadczenia ostatniego półroczia pokazują, że dość łatwo społeczeństwo oddaje różne – w normalnych warunkach gwarantowane i niezbywalne, będące częścią demokracji i liberalnego dziedzictwa – uprawnienia i wolności. Czy nasza czujność wobec zagarnięcia kolejnych obszarów wolności przez ośrodki władzy jest zmniejszona w wyniku pandemii?

PR: Bez wątpienia takie zjawisko ma miejsce i już z grubsza wytłumaczyliśmy sobie, skąd się ono bierze. Ograniczenia naszych wolności martwią mnie głównie dlatego, że jak znam życie, pandemia

minie, a wiele z nich pozostanie. I, co gorsza, kolejne ekipy też mogą być nieskore do ich usuwania. Nie podejrzewam rządzących, że pod pretekstem pandemii świadomie zawłaszczają kolejne obszary naszej wolności, by rządzić autorytarnie. To raczej wynika ze szczerej wiary w moc i obowiązki państwa. Wiary, dodajmy, absolutnie typowej dla współczesnych europejskich demokracji. Bo dzisiejsze demokracje liberalne mają dużo większe problemy z wolnością z powodów, które same z siebie wygenerowały, niż za przyczyną swoich ideowych wrogów. Tyle naobiecowały obywatelom, że w dłuższej perspektywie musiało się to skończyć omnipotentą państwa, która oznacza wykładniczo przybywające z roku na rok kilometry ustaw, przepisów, zarządzeń, regulacji itp. Każdy kolejny kilometr to jakaś część naszej wolności. Można oczywiście przymknąć na to oko i zredukować kwestię wolności do stosunkowo wąskiej sfery swobód obyczajowych, o które niektórzy chcą dziś walczyć do ostatniej kropli krwi. Nasze gatunkowe zdolności do samooszukiwania się są nieograniczone. To, o czym mówię, można chyba ująć w kategoriach klasycznego już dylematu między wolnością negatywną i pozytywną. Autor tego rozróżnienia, Isaiah Berlin, mógłby powiedzieć, że w ogólnym bilansie demokracji coraz mniej mamy dzisiaj wolności negatywnej, wynikającej z braku zakazów i nakazów. Gigantyczna biegunka legislacyjna służy raczej tzw. wolności pozytywnej, która ma nam zapewnić upragnioną samorealizację. Bo przecież wolności rozumianej jako osiąganie indywidualnych możliwości i celów życiowych nie da się uzyskać w oderwaniu od innych wartości, takich jak równość, solidarność, patriotyzm, sprawiedliwość, bezpieczeństwo itd. Katalog tych wartości jest już tak obszerny, że na wolność w sensie negatywnym zaczyna brakować miejsca. A ile w zamian za to mamy samorealizacji – z naciskiem na prefiks „samo” – to już niech każdy ocenia indywidualnie.

KB: Czy pandemia może spowodować nowy i trwały podział w społeczeństwie, według innych niż dotychczasowe kryteriów, jak religijność czy orientacja polityczna?

PR: Pytanie godne najbardziej poczytnych proroków jutra, w rodzaju Yuvala Harariego. Ja nie posiadam tego typu talentów. A na dodatek naprawdę trudno dociec, na jakim etapie pandemii w tej chwili jesteśmy. Mogę jedynie zauważyć, że w pierwszych tygodniach z wypowiedzi wielu znanych analityków dało się wyczytać katastroficzne objawy lęku i niepewności, co jest zupełnie naturalną reakcją na tak ekstraordynaryjne wydarzenie o zasięgu globalnym. Niejednokrotnie towarzyszyły temu przepowiednie rewolucyjnych wręcz zmian cywilizacyjnych i geopolitycznych. Przy czym – i to warto odnotować – charakter wieszczonych zmian na ogół wyrażnie korespondował z formacją światopoglądową wieszczącego. Zwolennicy konfederacjonizmu przepowiadali odwrót od federalistycznych ciągów w Unii Europejskiej na rzecz wzmocnienia państw narodowych, krytycy globalizacji zapowiadali odwrót w kierunku gospodarczej samowystarczalności, krytycy polityki *quantitative easing* widzieli już u bram globalny kryzys

finansowy, niektórzy lewicowcy dostrzegli w pandemii namacalny dowód na konieczność odejścia od hodowli zwierząt i jedzenia mięsa itd. Mam wrażenie, że dzisiaj niewiele już z tego pozostało, a pandemia została wmontowana we wcześniejsze, istniejące od dawna spory i podziały. Albo je wyostrowiając, albo konserwując. Przykładem wyostrowienia mogą być USA, gdzie raczej nie doszłoby do tak gwałtownego kryzysu społecznego pod wpływem śmierci George’a Floyda, gdyby nie postpandemiczne nastroje w wielu segmentach społeczeństwa. Kontrowersje wokół polityki zapobiegania pandemii stały się w USA jeszcze jednym narzędziem niesłuchania zjadłej wojny kulturowej. Na przykład niedawno przez serwisy informacyjne bez większego echa przeszła wiadomość, która na mnie osobiście zrobiła duże wrażenie. Najstarsze amerykańskie czasopismo naukowe „Scientific American” po raz pierwszy w swojej 175-letniej historii postanowiło otwarcie poprzeć jednego z dwóch głównych kandydatów w toczącej się kampanii prezydenckiej. Autorzy tego manifestu jako jeden z głównych motywów wskazali politykę Donalda Trumpa wobec pandemii COVID-19. W ich ocenie podważała ona racjonalistyczne podstawy, na których powinna opierać się polityka nowoczesnego państwa. Natomiast przykładem kraju, w którym pandemia harmonijnie wkomponowała się w kultywowane od dawna podziały, może być Polska. Wraz ze współpracownikami ze zdumieniem odkryliśmy niedawno, że czynnikiem, który bezapelacyjnie najlepiej wyjaśnia przypisywanie rządzącej ekipie odpowiedzialności za rozprzestrzenianie się COVID-19, jest... deklaracja głosowania w wyborach parlamentarnych na PiS albo przeciw PiS. Czyli wiele się zmieniło, żeby wszystko pozostało po starym. Z tym jednak zastrzeżeniem, że rozmawiamy w momencie, kiedy nie są jeszcze znane skutki jesiennej recydywy pandemii.

KB: W nawiązaniu do koncepcji darwinizmu społecznego – czy pandemia wyłoni nowych zwycięzców walki o byt?

PR: Niesłuchanie trudno dziś prognozować. Zwłaszcza w obliczu gwałtownego nawrotu pandemii. Na pewno można wskazać całe branże gospodarki, które zostały zdemolowane przez pierwszy lockdown. Ale są i takie, które wręcz rozkwitły. Do tej pory sądziłem, że te, które podupadły, względnie szybko się odbudują, bo ich kłopoty nie wynikają przecież z długofalowych, strukturalnych zmian w podaży i popycie. Na przykład szeroko rozumiany biznes turystyczny został być może najbardziej poszkodowany, ale to nie zmienia faktu, że jego perspektywy rozwojowe były i nadal są świetlane. Nie wydaje mi się, żeby pierwsza fala pandemii mogła spowodować zauważalne zmiany w naszej stratyfikacji społecznej. Takie zjawiska mają dużo głębsze podłoże. Ale być może właśnie w tej chwili, w efekcie drugiej fali, to podłoże się intensywnie formuje.

Przechodząc do samego darwinizmu społecznego, o który pan pytał, w sensie psychologicznym jest to pewien sposób spostrzegania świata społecznego i stan umysłu, w którym życie społeczne

rządzi się mniej więcej tymi samymi prawami, co darwinowska dżungla. Można wskazać pewne osobowościowe predyspozycje takiego sposobu myślenia, ale o tym, czy jest on indywidualną idiosynkrazją, czy staje się zasadą regulującą życie społeczne, decyduje tzw. panująca ideologia. Nie ma raczej sporu co do tego, że po 1989 r. największy wpływ na dzisiejszy kształt Polski miał społeczno-ekonomiczny liberalizm. Kiedy kilka lat temu w moich badaniach poszukiwałem najważniejszych aksjologicznych i etycznych korelatów naszej rodzimej orientacji liberalnej, okazało się, że bliskie jej są wyłącznie wartości związane z ekspansją własnego Ja, a w wymiarze moralnym odwołuje się ona jedynie do kodu wolności osobistej. W efekcie nie powinno dziwić, że w tych samych badaniach okazało się, że im silniej ktoś preferuje liberalne myślenie o wspólnocie politycznej, tym bardziej patrzy na świat w kategoriach dżungli społecznej. I jest to związek naprawdę bardzo zauważalny. Powiedziałbym, że nasz etos liberalny jest (lub był) raczej turboliberalny. Nie czuję się ekspertem w kwestiach gospodarczych, więc powiem tylko tyle, że wcale nie wykluczam, iż turboliberalne myślenie jest najbardziej efektywne z punktu widzenia kryteriów czysto ekonomicznych. Ale nawet jeśli tak jest, warto zawsze pamiętać, że sprzyja to kształtowaniu i reprodukowaniu pewnego typu umysłowości, który – delikatnie mówiąc – trudno polubić.

KB: Nie tylko pandemia koronawirusa, ale też inne kryzysy, już obecne oraz czające się tuż za rogiem, mogą wprowadzać w stan permanentnej niepewności. Popchnie nas to raczej w kierunku depresji czy może w kierunku większej elastyczności i kreatywności?

PR: Permanentna niepewność jest znakiem rozpoznawczym ponowoczesności. O społeczeństwie ryzyka Ulrich Beck pisał już w 1986 r. W pana pytaniu bardzo wyraźnie pobrzmiewa echo jednego z głównych dogmatów współczesności, zgodnie z którym postęp społeczny i technologiczny to panaceum na całe zło tego świata. Jeszcze więcej kreatywności, elastyczności i innowacyjności ma nas uleczyć z cywilizacyjnych lęków, niepewności i depresji. Ponieważ i tak nie da się zatrzymać wehikułu napędzanego takim myśleniem, z obawy przed własną bezsilnością wygodniej nam chyba nie zastanawiać się, czy nie jest aby odwrotnie. To znaczy, czy te lęki, niepewności i depresje nękające tzw. cywilizację Zachodu nie są bardziej owocem galopującego postępu niż jego niedostatku. Intelktualiści mówiący o negatywnych społecznych skutkach dzisiejszego hiperpostępu na ogół wskazują dwie przyczyny. Pierwsza z nich to przekraczający już często granice absurdu pęd do kulturowej, a często i politycznej emancypacji wszelkich tożsamościowych mniej-

szości, inności, odmienności. O tym, jak bardzo dewastuje to nie tylko bezpośrednie relacje międzyludzkie, ale i całą tkankę społeczną, rozumianą jako wspólnota, piszą nie tylko myśliciele konserwatywni, jak Douglas Murray („Szaleństwo tłumów”), ale także i ci z kręgów liberalnych, jak Francis Fukuyama („Tożsamość”). Druga przyczyna to niesłuchanie szybki – i wszechstronnie angażujący umysły miliardów ludzi – rozwój technologii cyfrowych, z mediami społecznościowymi na czele. Mamy już dużo niepokojących doniesień o tym, jak negatywnie życie w cyberprzestrzeni wpływa na relacje międzyludzkie. Ale tu dochodzi jeszcze inny ponury element. Chodzi o to, że cybermedia, dzięki rozmaitym narzędziom, które dają im neuronauka i technologie big data, wprost i bezpośrednio deformują nasze umysły w sposób, nie bójmy się tego słowa, orwellowski („The Age of Surveillance Capitalism”, Shoshana Zuboff). Wygląda na to, że dzięki nim człowiek zewnątrzsterowny, o którym już 70 lat temu

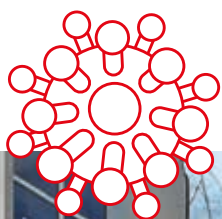
pisał David Riesman, zyskuje właśnie swoje najdoskonalsze wcielenie. Wątek hiperpostępu można chyba zakończyć konkluzją, że jego wyraźne spowolnienie byłoby prawdopodobnie najlepszym lekarstwem pozwalającym podreperować nasz zbiorowy dobrostan.

Podczas pandemii
zabrakło wykorzystania
na większą skalę
psychologicznej
perswazji z użyciem
medialnych kampanii
społecznych.
Nie można ich
lekceważyć.

KB: W wyniku pandemii ośrodki nauk biologicznych i ścisłych wzięły na siebie ogromny ciężar wytężonej pracy nad opracowaniem środków zaradczych. Czy nauki społeczne i psychologia również mogą dostarczać narzędzi do walki z owym kryzysem?

PR: W największym stopniu poprzez pomoc psychologiczną i psychoterapię. Na pewno wiele do zaoferowania ma psychologia społeczna. Na przykład tzw. paradygmat dynamiczny badający systemy społeczne w oparciu o koncepcję układów złożonych. Komputerowe symulacje zachowań tłumu w sytuacjach epidemicznych istnieją nie od dzisiaj i zakładam, że jakoś są wykorzystywane. Chociaż w najważniejszych gremiach decyzyjnych, gdzie zapadały i nadal zapadają decyzje o antycovidowych zakazach i nakazach, ekspertów z dziedziny psychologii społecznej chyba raczej nie było. Gdyby byli, być może podpowiedzieliby, że wiele z narzędzi użytych w czasie lockdownu da się względnie skutecznie zastosować tylko raz, więc nie warto nimi szafować, lepiej zostawić niektóre na czarną godzinę. Ale to oczywiście gdybanie *post factum*. Dodam jeszcze, że zabrakło mi wykorzystania na większą skalę możliwości psychologicznej perswazji z użyciem medialnych kampanii społecznych. Nawet jeśli ich skuteczność nie jest porażająca, to biorąc pod uwagę potencjalnie nieograniczony zasięg, nie można ich lekceważyć.

Jeżeli bezpieczeństwo
urasta do rangi fetyszu,
to zawsze **zwycięża**
z wolnością



O wpływie pandemii na politykę, światowym dryfowaniu w stronę autorytaryzmu i o wyzwaniach stojących przed uczelniami wyższymi w dobie nauki zdalnej z prof. **Wawrzyńcem Konarskim** rozmawia Kamil Broszko.

Kamil Broszko: Co pandemia zmieniła w polityce?

Wawrzyniec Konarski: W dobie koronawirusa wzrosła u naszych politycznych reprezentantów pokusa, by zawłaszczać pole publiczne. Ci, którzy rządzą, coraz bardziej chcą, by ich polecenia były wykonywane przez społeczeństwo. Często towarzyszy im właśnie chęć zawężania pola wolnościowego tegoż. Jeżeli mamy takie, a nie inne polecenia wykonywać, mamy ograniczać nasze codzienne kontakty, odbywa się to poprzez ograniczanie naszej wolności osobistej. Z jednej strony trzeba to zrozumieć, ale z drugiej koronawirus – czy też jakieś inne globalne zagrożenie – może być swego rodzaju alibi, zwłaszcza dla tych, którzy myślą o takim ograniczaniu przestrzeni wolności.

Co ważne, to już nie jest spekulacja kojarzona z myśleniem spiskowym. Piszę o tym ostatnio choćby Yuval Noah Harari, autor m.in. znanej i opiniotwórczej książki „Sapiens. Od zwierząt do bogów”. Stwierdza on, że pokusa, a następnie tendencja, żeby kontrolować społeczeństwa, będą rosła. Ja sam biorę udział w pracach międzynarodowego projektu badawczego Varieties of Democracy, realizowanego z udziałem setek naukowców z całego świata. Z tych badań wynika, że wzrasta liczba państw, w których zaczyna zwyciężać sposób myślenia preferujący specyficznie pojmowaną skuteczność władzy. A władza, która chce być skuteczna, siłą rzeczy będzie przejawiać tendencje autorytarne. Skuteczność pozostaje w silnym związku z pomniejszaniem rangi demokracji, która wymaga konsultowania, respektowania różnych punktów widzenia, pójścia na kompromisy. Natomiast z punktu widzenia rządzących łatwiej kierować społeczeństwem podporządkowującym się władzy. W liczbach wygląda to następująco: mamy dziś na świecie niespełna 30 państw jawnie autokratycznych i około 50 państw dryfujących w kierunku różnych form władzy niedemokratycznej. Ta niebezpieczna tendencja może stać się jeszcze intensywniejsza, jeżeli liczne społeczeństwa na świecie będą poddawać się jednomyślnym narracjom związanej z zagrożeniami o charakterze globalnym. A takim zagrożeniem jest COVID-19.



© AFIB VISTULA

Wawrzyniec Konarski

(ur. 3 listopada 1957 r. w Warszawie) – polski politolog, doktor habilitowany nauk humanistycznych, profesor uczelni i rektor Akademii Finansów i Biznesu Vistula w Warszawie. Zajmuje się zagadnieniami systemów politycznych, partii i systemów partyjnych, historią i współczesnością nacjonalizmów europejskich, a także etnopolityką i ruchami etnoregionalistycznymi w Europie oraz historią i systemem politycznym Irlandii. Wykładał na wielu uczelniach zagranicznych, m.in. w Finlandii, Danii, Irlandii, Chorwacji, Hiszpanii, RFN, Chile, USA, na Białorusi, Ukrainie, Słowacji i Węgrzech. Wcześniej pracował jako wykładowca w Uniwersytecie Warszawskim, Uniwersytecie Jagiellońskim, Szkole Wyższej Psychologii Społecznej i Wyższej Szkole Dziennikarskiej im. Melchiora Wańkowicza. Jest byłym wiceprezesem Polskiego Towarzystwa Nauk Politycznych i wiceprzewodniczącym Polskiego Towarzystwa Współpracy z Klubem Rzymskim.

KB: W owym badaniu Polska plasuje się w grupie państw oddalających się od demokracji?

WK: Jak najbardziej. Polska znajduje się w grupie państw przesuwających się w stronę autorytaryzmu, podobnie jak inne państwo naszego regionu – Węgry. Czy mamy do czynienia z brakiem refleksyjności rządzących? Wręcz przeciwnie – refleksyjność jest, ale ukierunkowana właśnie na odchodzenie od demokracji, a jednocześnie negowanie tego *expressis verbis*. W tym celu stosuje się określony typ retoryki: bogoojczyznianej, historycznej, mocno osadzonej w tradycji, sięgającej do celowo mitologizowanych praktyk i doświadczeń. Dojrzała demokracja kieruje się prawem większości (wszak większości daje legitymację), jednak władza nie uszczupla w niej praw mniejszości. A w polskich warunkach tendencja do ograniczania praw mniejszości jest widoczna, czego przykładem może być retoryka rządzących i hierarchów Kościoła wobec środowisk LGBT, włącznie z ogłaszaniem pewnych obszarów miejskich czy gminnych „strefami wolnymi od LGBT”. To jest właśnie zawężanie pola wolnościowego pewnej grupy polskich obywateli, którzy z tego powodu mogą czuć się zaniepokojeni i poddani presji.

KB: W naszym kraju przez ponad 20 lat silnie wybrzmiewało myślenie liberalne i demokratyczne, co było zapewne uwarunkowane transformacją ustrojową i żywą pamięcią długiego okresu braku wolności politycznej. Sytuacja zaczęła się odwracać jeszcze przed pandemią COVID-19, nie tylko w Polsce, lecz także na świecie. A koronawirus jeszcze tę zmianę wzmocnił...

WK: Dla nas, *homo sapiens*, poczucie bezpieczeństwa stanowi jedną z podstawowych wartości, a jeżeli bezpieczeństwo urasta do rangi fetyszu, to zawsze zwycięża z wolnością. Wówczas naturalnym krokiem wielu ludzi jest poszukiwanie wsparcia w postaci silnego przywódcy. Ta tendencja do szukania silnych i przejawiających tendencje autorytarne osobowości jest czymś typowym – widzieliśmy to już w XX w. w Europie. Warto pamiętać, że w okresie międzywojennym jedynym państwem

w Europie Środkowo-Wschodniej, które nie uległo tendencjom autorytarnym na taką skalę, jak w pozostałych krajach regionu, była Czechosłowacja. Ta tendencja i sposób funkcjonowania państw i elit rządzących były realizowane z przyzwoleniem znacznej części tamtejszych społeczeństw, również dlatego, że rządzący uciekali się do inteligentnych i przebiegłych metod. Wystarczy spojrzeć, jak wyglądał model władzy autorytarnej w Jugosławii, Rumunii, Bułgarii czy wreszcie w Polsce, zwłaszcza po roku 1935. W każdym z tych państw obowiązywała narracja polityczna mocno odwołująca się do kwestii autorytetu państwa gwarantującego bezpieczeństwo. Podkreślano, że jedynie silna władza gwarantuje pewną przewagę przed jakimikolwiek tendencjami ekstremalnymi, a więc zarówno przed komunizmem, jak i przed faszyzmem. Dziś wiadomo, że w większości przypadków grupy, które zdobywały władzę, reprezentowały orientację prawicową. W istocie pod płaszczykiem tworzenia balansu stymulowano jeden sposób ideologicznego myślenia.

KB: Wydaje mi się, że nie tylko autorytaryzm jest swoistym znakiem rozpoznawczym XX w., lecz także rozmaite formy kontroli, recenzji i oporu wobec niego. Wymieniłbym tu mass media, akademie, organizacje pozarządowe, charyzmatycznych liderów. Czy dziś, wobec stwierdzenia dryfu państw w kierunku autorytaryzmu, możemy znów spodziewać się podwyższonej aktywności i skuteczności owych podmiotów?

WK: Oczywiście, takich punktów oporu było wiele. Pod tym względem różnica między Polską w dobie hegemonii partii komunistycznej a obecnym modelem władzy tkwi choćby w statusie i roli Kościoła. W czasach realnego socjalizmu, zwanego przesadnie komunizmem, Kościół katolicki – wówczas, jak powiedzielibyśmy językiem socjologii, socjometryczny gwiazdor – pewne działania władz ostrożnie stymulował, ale większość krytkował. Nie był oczywiście częścią systemu politycznego w rozumieniu formalnoprawnym, lecz praktycznie nią pozostawał. Dość mocno oddziaływał na realia publiczne m.in. za pomocą ośrodków opinii publicznej, takich jak Kluby Inteligencji Katolickiej, czasopisma typu „Tygodnik Powszechny”, „Niedziela” czy „Przegląd Katolicki”. Były to istotne centra opinii publicznej recenzujące władzę, powiązane w mniejszym czy większym stopniu z episkopatem. To wszystko powodowało następującą sytuację: liczne kręgi społeczne nastawione krytycznie do ówczesnego systemu rządów były blisko Kościoła katolickiego jako instytucji oraz jego przybudówek, czyli prasy kościelnej i funkcjonujących przy nim organizacji.

Natomiast dzisiaj mamy nominalnie istniejącą wielość tego typu struktur, będących, powiedzmy, dostarczycielami recenzji różnych sfer życia publicznego. Jednak owe struktury są w znacznym stopniu upartyjnione, wiele z nich to grupy eksperckie, ekspozytury fundacji pochodzących z innych krajów, think tanki itp. Istnieją one równolegle do siebie, niemniej stosunek władzy do nich oraz do ich opinii i recenzji warunkuje zasada trybalizmu politycznego. To nie jest dobra tendencja, ponieważ mądra władza, nieważne jakiej provenien-

cji, powinna wsłuchiwać się w opinie nie tylko swoich pochlebców, lecz także najzagorzalszych krytyków. W polskich warunkach władza nie ma z reguły zwyczaju opierać się na wiedzy podmiotów z nią niesympatyzujących, nawet wtedy, gdy jest to wiedza zweryfikowana i obiektywnie użyteczna. W Polsce wielki problem stanowi brak silnych i wpływowych struktur doradztwa, które nie byłyby identyfikowane z orientacjami czy partiami politycznymi. Brakuje tradycji traktowania ich jako rezerwuaru różnych poglądów na sprawy publiczne, dostarczających każdej władzy zobiektywizowane recenzje. Nasze życie doradcze jest bardzo mocno, powiedziałbym, plemienne. Przez to mamy niestety kłopot z ciągłą rewitalizacją negatywnego poglądu, wciąż silnie obecnego w naszym życiu publicznym, którego symbolem jest fraza „mierny, bierny, ale wierny”. Marzy mi się, aby rządzący potrafili – korzystając z krytycznych opinii – zabezpieczyć się przed błędami, popełnianymi w sposób niejako naturalny. Tymczasem w Polsce wciąż dominuje poszukiwanie komfortu własnego, a nie oczekiwanie na bodźce o charakterze intelektualnym, mające skłonić rządzących do myślenia. A przecież korzystanie z negatywnych recenzji swojego postępowania sprzyja autokorekcji. Jeżeli tej autokorekty nie ma, to z upływem czasu taka struktura polityczna traci społeczne poparcie.

KB: Specjalizuje się pan profesor m.in. w Irlandii. Sytuacja w tym kraju to dla mnie studium brutalnej wojny między krajanami, do której doprowadziły podziały polityczne. Niektórzy głoszą tezę, że jeżeli podział między Polakami będzie się pogłębiał, to zgotujemy sobie drugą Irlandię Północną. Czy ocenia pan tę perspektywę jako realną?

WK: W przypadku Irlandii musimy mieć na uwadze dwa wydarzenia rozciągnięte w czasie. Pierwszym była wojna domowa, do której doszło w latach 1922–1923, czyli na początku istnienia nominalnie niepodległego państwa irlandzkiego, wielokrotnie określanego później jako „republika”. Jednak faktycznie było to brytyjskie dominium. Należy pamiętać, że termin „republika” w odniesieniu do Irlandii nie ma charakteru formalnoprawnego, ponieważ niepodległa Irlandia (jej południowa część) nie jest republiką w rozumieniu konstytucyjnym. Nazwa owa wynika z ustawy przyjętej w 1949 r., a zostanie wprowadzona do konstytucji, gdy nastąpi zjednoczenie wyspy. Drugim przykładem wojny domowej w Irlandii jest oczywiście okres tzw. Kłopotów. Dotyczy on dramatycznych wydarzeń z lat 1968–1998 w Irlandii Północnej, a więc części wyspy Irlandia wchodzącej w skład Wielkiej Brytanii. Ta druga wojna domowa miała fatalne skutki. Śmierć w wyniku trwających 30 lat zamieszek, skrytobójstw, zamachów bombowych itd. poniosło ponad 3500 osób. To oczywiście dramatyczne dziedzictwo, do dzisiaj jeszcze nieprzepracowane mentalnie przez samych Irlandczyków. W tym kontekście brexit stał się niebezpiecznym precedensem przerywającym proces pojednania Irlandczyków między sobą. Historycznie wykształciły się dwa podziały. Jeden to podział wewnątrz Irlandii Północnej – między katolika-

W Polsce niebezpieczna staje się dziś mowa nienawiści. Jest ona wynikiem narastających napięć społecznych, braku poszanowania praw mniejszości i stosowania retoryki konfrontacyjnej przez rządzących.

mi i protestantami. Z kolei następstwem drugiego jest próba odtworzenia więzi pomiędzy obiema częściami Irlandii. Ten proces trwał przez ostatnie ponad 20 lat i miał pozytywne rezultaty. Dzisiaj Boris Johnson wycofuje się z wcześniejszych wypowiedzi, że Irlandia Północna będzie traktowana inaczej, przede wszystkim z perspektywy formalnoprawnej i handlowej. To tyle, jeżeli chodzi o rozróżnienie, a są one ważne, gdyż mówiąc o wojnie domowej w kontekście irlandzkim, musimy uporządkować pojęcia.

W Polsce niebezpieczna staje się dziś mowa nienawiści. Jest ona wynikiem narastających napięć społecznych, braku poszanowania praw mniejszości i stosowania retoryki konfrontacyjnej przez rządzących. Akcentuje się to, co dzieli Polaków. To zaś oznacza niebezpieczną tendencję, która może skutkować nie tylko mową nienawiści, lecz także czynami nienawiści. Czyny nienawiści w głęboko podzielonym społeczeństwie to nic innego, jak surogat wojny domowej w ludzkich umysłach, a przy jej nasileniu – wojna domowa *per se*. Możemy powiedzieć, iż zasadne są obawy wielu przedstawicieli polskiej opinii publicznej, że istnieje rosnąca tendencja manifestowania mowy nienawiści i że może to rodzić poważne konsekwencje, włącznie z zachowaniami o charakterze przemocy. Obawy te wynikają ze złego stanu polskiej demokracji, w której zdarza się brak poszanowania praw mniejszości, a władza jest przekonana, że to, co robi, jest dobre i słuszne.

KB: W 2013 r. zwyciężył pan profesor w Wielkiej Maturze Polaków, publicznym teście wiedzy, realizowanym przed kamerami i transmitowanym przez telewizję. Co ciekawe, był to egzamin z nauk ścisłych i biologicznych, zaś pan specjalizuje się przecież w naukach humanistycznych.

WK: Faktycznie wygrałem w tym teście, w czym upatruję największego fuksa w moim życiu. To było dla mnie wielkie zaskoczenie, niemniej bardzo miłe.

KB: A czy należy ten wynik traktować jako swoistą pochwałę wszechstronności wykształcenia i szerokiej wiedzy, co może być istotnym przesłaniem, szczególnie w dobie specjalizacji?

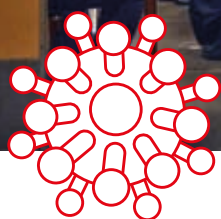
WK: W dużym stopniu oparłem się na wiedzy nabytej na wcześniejszych etapach edukacji, ale również – co zawsze warto wykorzystywać – na refleksyjności i umiejętności wyciągania wniosków. Jako *homo sapiens* powinniśmy pamiętać o tym, że cechą człowieka dobrze wychowanego i wykształconego od dawna była i nadal powinna być umiejętność dyskusji na różne tematy, często odległe od jego specjalizacji. Uważam za wartościowe to, że dobry specjalista w swojej dziedzinie, lekarz czy prawnik, posiada wiedzę o muzyce, literaturze, malarstwie. To są sprawy poniekąd naturalne i trzeba o nich pamiętać, czyli cały czas rozwijać proces

samokształcenia, który nie powinien się ograniczać do naszej specjalizacji, lecz odwoływać do szerszej wiedzy. Otwartość i szerokie horyzonty myślowe to cechy ludzi inteligentnych. Potrzebny jest jednak balans: wszechstronność i specjalizacja nie powinny się rozwijać jedna kosztem drugiej. Jestem zwolennikiem otwartości na osiągnięcia i dorobek ludzi reprezentujących różne dziedziny zawodowe. Właśnie po to, aby dbać o własny rozwój.

KB: W dobie galopujących zmian, rozwoju technologii i przeobrażeń społecznych uczelnie stanęły przed potężnym wyzwaniem rozwojowym. Do tego doszedł COVID-19, a wraz z nim konieczność przyspieszonej cyfryzacji. Jak pan zdefiniowałby dzisiaj swoje najważniejsze założenia strategiczne związane z zarządzaniem uczelnią?

WK: Akademia Finansów i Biznesu Vistula ma specyficzną sytuację, bo jesteśmy niesłuchanie umiędzynarodowieni. Mamy studentów ze 100 krajów. Skala reprezentacji kultur całego świata przekładała się na to, że interakcje osób, ich spotkania i oddziaływanie na siebie na terenie uczelni były i wciąż mają być naszym wielkim atutem, a zarazem chlebem powszednim. Oprócz intensywnego procesu nauczania mieliśmy jednocześnie możliwość konfrontowania naszych wyobrażeń i naszej wiedzy z rzeczywistością studiujących u nas młodych ludzi z całego świata. Specyfiką było to, że organizowaliśmy – a właściwie studenci organizowali, za naszą zgodą i aprobatą – festiwale kulturalne. W dalszym ciągu studenci działają w ponad 20 klubach narodowych, uczestniczą w międzynarodowych projektach biznesowych, naukowych, dziennikarskich, mają znaczące sukcesy sportowe. Wszystko to dostarcza kapitalnych atutów naszej akademickiej wspólnoty.

Pandemia mocno utrudnia proces nauczania, działalność kulturalną, socjalną i popularyzatorską. Mimo to szybko i sprawnie wprowadziliśmy nauczanie zdalne. Na początku wiązało się to z niepokojem części kadry, dziś efektywnie realizujemy nauczanie w formule hybrydowej. Wykorzystujemy fakt, że nasza uczelnia jest szkołą o profilu biznesowym, z mocnym zaznaczeniem kompetencji informatycznych. Od strony czysto technicznej i organizacji dydaktyki nasze działania są skuteczne. Natomiast to, co również było naszą domeną, czyli bogate i różnorodne interakcje społeczne, teraz cierpi. Wraz z całą kadrą nie ustajemy w poszukiwaniach rozwiązań, które pozwoliłyby nam utrzymać głęboką więź ze studentami z ponad 100 krajów, zapewnić im dobre wykształcenie i możliwość konkurowania z najlepszymi na rynku pracy. Obecnie pracujemy nad takim modelem strategii rozwoju naszej uczelni w następnych latach, który umożliwi nam utrzymanie wysokiej pozycji wśród szkół wyższych w Polsce. To teraz nasze największe wyzwanie i z tego powodu ostatnio gorzej sypiam.



Niestety, w **walce** **z COVID-19** wiele krajów działa krótkodystansowo

O przyszłych skutkach pandemii, emocjach przeszkadzających w rozumieniu świata i o niuansach tzw. modelu szwedzkiego z dr **Anetą Afelt** rozmawia Kamil Broszko.



Metro w Sztokholmie



© ARCHIWUM AA

Dr Aneta Afelt zajmuje się geografią zdrowia i geografią fizyczną. W swoich badaniach koncentruje się na interdyscyplinarnym zastosowaniu aparatu badawczego geografii w kompleksowych analizach epidemiologicznych dotyczących krajów Azji Południowo-Wschodniej. Za szczególnie ważny obszar zastosowań geografii i nauk o środowisku przyrodniczym uważa koncepcję One Health, której filozofią jest współzależne rozpatrywanie zdrowia ludzi, zwierząt i środowiska w niszy socjoekologicznej. Uczestniczy w międzynarodowych projektach z zakresu epidemiologii i zdrowia publicznego, prowadzonych m.in. przez Światową Organizację Zdrowia (WHO). W kwietniu 2018 r. wraz z kolegami opublikowała artykuł prognozujący ryzyko wybuchu nowej epidemii koronawirusów w regionie Azji Południowo-Wschodniej: „Bats, coronaviruses, and deforestation: toward the emergence of novel infectious diseases?” („Frontiers in Microbiology”). Od kilku miesięcy skupia się głównie na analizie sytuacji epidemiologicznej związanej z SARS-CoV-2 w kraju i na świecie. Pracuje w Interdyscyplinarnym Centrum Modelowania Matematycznego i Komputerowego Uniwersytetu Warszawskiego. W marcu 2020 r. została członkiem zespołu ds. COVID-19 przy Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz konsultantem naukowym krajowych przedstawicieli zajmujących się COVID-19 przy Europejskiej Radzie ds. Badań Naukowych (ERC). Od 30 czerwca br. jest sekretarzem zespołu doradczego ds. COVID-19 przy prezie PAN. Od października 2019 r. gości w grupie badawczej Espace-DEV, modelującej nisze socjoekologiczne. Laboratorium to jest afiliowane przy IRD – Institut de Recherche pour le Développement w Montpellier (Francja).


Kamil Broszko: Czym zajmuje się geografia zdrowia?

Aneta Afelt: Geografia zdrowia jest specyficznym obszarem działalności interdyscyplinarnej. Formalnie weszła do kanonu geografii w latach 50. XX w. i już wówczas wyróżniano tu dwa podejścia: humanistyczne i środowiskowe. W podejściu humanistycznym zastanawiano się, w jaki sposób interakcja między ludźmi i poziom ekonomiczny społeczeństw są odpowiedzialne za jakość zdrowia i różnice między populacjami. W podejściu środowiskowym, inaczej ekologicznym, analizuje się wpływ środowiska społecznego i przyrodniczego na zdrowie ludzi. Z punktu widzenia biologii nie jesteśmy organizmem izolowanym, ale częścią ekosystemu. Z kolei zaplanowana i przypadkowa działalność ludzka, nazywana antropopresją, powoduje zwykle masywne zmiany ekosystemu, w związku z czym współcześnie mówi się raczej o socjoekosystemie, kształtowanym przez udział człowieka. To ujęcie geografii zdrowia jest dużo bardziej kompleksowe – obejmuje takie elementy geografii fizycznej jak analiza i zmienność warunków środowiskowych (przykładowo relacja między dynamiką zmian użytkowania terenu a fragmentacją naturalnych i seminaturalnych siedlisk), co okazuje się niezwykle interesujące z punktu widzenia epidemiologii, również rozumianej inaczej niż dotąd.

Dotychczas epidemiologia była nauką związaną z analizą zdrowia populacji w warunkach rozpowszechniania się chorób. Mieliśmy dwa podejścia: epidemiologię dotyczącą człowieka i dotyczącą zwierząt (zooepidemiologia). Tymczasem, patrząc na powiązanie człowieka ze środowiskiem, powinniśmy traktować obie składowe epidemiologii komplementarnie, zgodnie z koncepcją jednego zdrowia – One Health. Podstawowym założeniem jest tutaj współzależność zdrowia człowieka od warunków, w których on żyje w niszy socjoekologicznej, czyli od warunków środowiska ożywionego i nieożywionego. Koncepcja ta powstała w 2004 r. podczas konferencji w Nowym Jorku, która odbywała się pod hasłem „One World – One Health”. Jest to w istocie powrót do medycyny z XIX w., kiedy wprost mówiono o współzależności zdrowia ludzi i zwierząt. Na przykład termin „szczepionka”, czyli *vaccine*, pochodzi od słowa *vacca*, czyli „krowa”, co jest związane z wykorzystaniem wirusa ospy krowianki do stworzenia szczepionki przeciwko ospie prawdziwej.

Wyniki badań wskazują, że około 75 proc. chorób ludzkich pochodzi od zwierząt, czyli bierze się z naturalnej cyrkulacji patogenów (bakterii, wirusów, grzybów, pasożytów). Krąg kulturowy, w którym toczy się nasza codzienność – nazywany cywilizacją Zachodu – w znacznej mierze przestał postrzegać środowisko przyrodnicze jako kompleks. A jeszcze 150 lat temu uważaliśmy, że środowisko, w jakim działamy, ma wpływ nie tylko na nasz status ekonomiczny, ale także na nasze zdrowie. Przecież broń biologiczna to nie jest wynalazek współczesny! Już w wiekach średnich podrzucano do oblężonych twierdz chore zwierzęta albo zatruwano wodę pitną patogenami chorobotwórczymi. Paleopatologia, dziedzina nauki, która poszukuje śladów pato-

Powinniśmy opracować globalną strategię zarządzania sytuacją epidemiologiczną, korzystając z najnowszych zdobyczy nauki. SARS-CoV-2 ujawnia bez ogródek nasze słabości – brak współpracy międzynarodowej jest sprzymierzeńcem sukcesu transmisji wirusa.



genów z przeszłości (m.in. przez analizę pozostałości toalet), potwierdza, że choroby nękające nas współcześnie były znane również w przeszłości. Historia ludzkości jest naznaczona sinusoidalną zmiennością warunków zdrowotnych całych populacji. Człowiek poprzez swoją działalność przyczynia się do rozwoju zagrożenia epidemiologicznego, choćby za sprawą przemieszczania ludności, towarów, zwierząt między odległymi niszami socjoeologicznymi. Tak było po drugiej wojnie światowej, kiedy żołnierze armii amerykańskiej czy kanadyjskiej, wracając do domu, przywozili malarię, wirusa dengi i całą masę chorób, które zostały przez to wprowadzone w Ameryce Północnej. Podobnie rzecz się ma z marynarzami. W połowie XIX w. śmiertelnością epidemii cholery w Londynie wywołał wirus, który teoretycznie był dobrze znany. Jednak obcy szczep, przewieziony statkiem z Singapuru na nowy teren, spowodował wielkie spustoszenie. I tak dzieje się przez całą historię ludzkości.

KB: Obecna sytuacja pandemiczna to wciąż wspinanie się po sinusoidzie?

AA: Tak. Jesteśmy silnie połączeni przez transport lotniczy, szybki transport lądowy, wymianę towarów i ludzi, co jest charakterystyką globalizacji i jedną z cech antropocenu, czyli epoki dominacji człowieka. Skróciliśmy dystans geograficzny, choć odległość fizyczna się nie zmieniła. Jeżeli podróż z Paryża na Tajwan trwa zaledwie 11 godzin, a organizm zarażony koronawirusem potrzebuje nawet dwóch tygodni, aby mogły wystąpić symptomy choroby – to widać jak na dłoni, że sami rozsialiśmy tego wirusa po świecie w ciągu mniej niż pół roku. Dokładniej mówiąc, zrobili to nosiciele przedobjawowi i bezobjawowi, którzy przemieszczali się na duże odległości transportem lotniczym albo lądowym. Z sytuacją tak masowego namnożenia wirusa w tak krótkim czasie spotkaliśmy się po raz pierwszy w historii ludzkości. To kamień milowy w epidemiologii, ale też w geografii zdrowia.

KB: Jakie będą tego skutki?

AA: Skutki już są obecne, zarówno społeczne, jak i ekonomiczne. Przede wszystkim zmieniliśmy styl życia. Ekonomści i socjologowie w ostatnich latach zapowiadali przejście na komunikację zdalną, rezygnację z kontaktów bezpośrednich na rzecz świata wirtualnego w perspektywie najbliższych 20–50 lat. Tymczasem osiągnęliśmy to w ciągu kilku tygodni, co jest prawdziwą rewolucją. Jako społeczność obawialiśmy się wejścia w nowy sposób komunikacji wirtualnej. Byliśmy przyzwyczajeni do bezpośred-

niego kontaktu, umożliwiającego obserwację mowy ciała, odczuwanie energii interlokutora. Przy komunikacji zdalnej tracimy aspekty fizycznej obecności, ale porozumiewamy się równie efektywnie.

Ograniczyliśmy także bezpośrednią aktywność zewnętrzną. Zrezygnowaliśmy ze stacjonarnego kupowania towarów, które można kupić w dużych ilościach – wody, cukru, mąki, produktów chemii gospodarczej – co doprowadziło do przejścia znacznej części handlu do sieci. Natomiast po pieczywo, świeże warzywa i wędliny, czyli produkty o krótkiej przydatności do spożycia, skierowaliśmy się do małych, osiedlowych sklepików. Pozwoli nam to na odbudowę kontaktów sąsiedzkich, na odtworzenie małych ojczyzn, co jest dobre dla społeczności, bo buduje więź.

Nowa sytuacja wymaga nowej filozofii turystyki, która również przyczynia się do przenoszenia patogenów z różnych, odległych geograficznie miejsc do naszego ekosystemu. W nowym środowisku przywiezione przez nas patogeny mogą stanowić zagrożenie. Co ważne, turyści są przeważnie nieświadomymi zagrożenia wektorami, czyli potencjalnymi roznośicielami patogenów lub chorób.

Kolejnym wyzwaniem jest walka z wykluczeniem cyfrowym. Tu trzeba działać w skali globalnej, bo wszyscy powinni mieć zapewnioną łączność cyfrową. Przy okazji z dużym prawdopodobieństwem będzie to także szansa na wytworzenie jednorodnego języka komunikacji.

Jako geograf zajmujący się powiązaniami środowiskowymi mającymi konsekwencje epidemiologiczne oczekiwałabym odbudowania dystansu geograficznego, czyli powrotu do regionalnego zaopatrywania się w żywność i do lokalnie rozwijanych ludzkich aktywności. Wtedy awokado będzie w naszej szerokości geograficznej rzadkim przysmakiem, ale w zamian mamy szansę odbudować lokalną równowagę ekosystemową – a zarazem ograniczyć tempo globalnej cyrkulacji patogenów.

Wreszcie powinniśmy opracować globalną strategię zarządzania sytuacją epidemiologiczną, korzystając z najnowszych zdobyczy nauki. SARS-CoV-2 ujawnia bez ogródek nasze słabości – brak współpracy międzynarodowej jest sprzymierzeńcem sukcesu transmisji wirusa. W szczególności nie radzą sobie w pojedynkę kraje, które są na niższym poziomie rozwoju naukowego i ekonomicznego, nie mają odpowiednich zasobów ekonomicznych, by zorganizować skuteczną opiekę zdrowotną i blokady rozprzestrzeniania się wirusa. A globalne rozwiązanie problemu leży w naszym interesie. Choć jesteśmy społecznościami różniącymi się kulturą, obyczajowością i oczekiwaniami, to jeśli nie chcemy kompletnie zlikwidować kontaktów interpersonalnych między

krajami, powinniśmy wypracować strategię globalnego zarządzania ryzykiem. Nie unikniemy problemu epidemii, bo jesteśmy częścią środowiska przyrodniczego, a to nie jest ani pierwszy wirus, ani ostatni.

KB: W walce z SARS-CoV-2 silną bronią okazuje się modelowanie matematyczne.

AA: Modelowanie to składowa analiza procesów globalnych, dlatego potrzebny jest duży zespół interdyscyplinarny, złożony z matematyków, programistów, lekarzy, genetyków, biologów, a nawet geografów. Łącząc swoje kompetencje, są oni w stanie tworzyć modele konceptualne, a następnie opisywać je dostępnymi narzędziami matematycznymi i te narzędzia rozbudowywać.

Dziś mamy w Polsce opracowane trzy dobre modele rozwoju epidemii SARS-CoV-2. Pierwszy, prezentowany przez Wydział Matematyki i Informatyki Uniwersytetu Warszawskiego, jest typowym modelem globalnym (generalnym), pokazującym tendencje rozwoju sytuacji w kraju, regionie i na kontynencie. Służy prognozowaniu sytuacji w zależności od wielu zmiennych: liczby testów, odsetka testów pozytywnych, wielkości populacji czy parametrów samej choroby.

Drugi rodzaj modelowania jest prezentowany przez grupę MOCOS z Politechniki Wrocławskiej. Tu nacisk położono na zarządzanie epidemią. Wykazano pozytywne skutki stosowania aplikacji śledzących, które pozwalają identyfikować w naszej przestrzeni inne urządzenia zawierające informacje o stanie zdrowia właścicieli. MOCOS pokazuje, że dystansowanie społeczne w przypadku wirusa SARS-CoV-2 może przynieść wymierne korzyści i pozwala lepiej kontrolować sytuację. Jednocześnie wyniki modelowania ujawniają szalenie ważną epidemicznie i społecznie zależność: jeśli identyfikacja ludzi, którzy byli w kontakcie z osobą zakażoną, trwa dłużej niż trzy dni, rozprzestrzenianie się wirusa staje się niemożliwe do kontrolowania. To dlatego tak ważna jest indywidualna odpowiedzialność. Jesteś chory, masz potwierdzone zakażenie SARS-CoV-2 – poinformuj wszystkich, z którymi kontaktowałeś się do trzech dni wstecz od wystąpienia objawów. W Niemczech prof. Christian Drosten rekomenduje prowadzenie dziennika epidemicznego, w którym codziennie zapisywalibyśmy, z kim mieliśmy fizyczny kontakt. Ułatwia to identyfikację naszych kolegów, współpracowników, członków rodziny w sytuacji zagrożenia. Gorąco rekomenduję tę metodę.

Z kolei model rozwijany w Interdyscyplinarnym Centrum Modelowania Matematycznego i Komputerowego na UW to model agentowy, uwzględniający dwa komponenty: równania matematyczne opisujące propagację choroby oraz reprezentację liczebną

We Francji osoby publiczne nie wypowiadają się w sprawie epidemii, jej przebiegu czy efektów zdrowotnych, jeśli nie są specjalistami. Oficjalna narracja jest nasycona racjonalną wiedzą, a na pytania obywateli odpowiadają eksperci.

i przestrzenną naszej społeczności. Główną ideą jest możliwie pełna reprezentacja struktury społecznej do poziomu poszczególnych osób przebywających na terytorium Polski oraz ich kontaktów. Model został opracowany już 10 lat temu w odniesieniu do wirusa grypy, a ponieważ SARS-CoV-2 rozprzestrzenia się w zbliżony sposób, dostosowanie do tegorocznej pandemii nie trwało długo. W modelu możemy śledzić rozwój epidemii na siatce geograficznej w rozdzielczości 1 km², z uwzględnieniem faktu, że kontakty fizyczne, przez które dochodzi do przekazywania wirusa, odbywają się w charakterystycznych dla naszego życia miejscach: w gospodarstwach domowych, miejscach pracy, przedszkolach, szkołach, na uczelniach

czy ulicach. Dzięki temu można uzyskać odpowiedzi na wiele pytań: Jaki uzyskamy efekt, jeśli wszyscy będą przestrzegać dystansowania? Co się wydarzy, jeżeli wirus będzie miał wyższą zakaźność, a co – jeżeli zamknijemy szkoły? W naszym modelu agentem jest każdy polski obywatel, który w zależności od grupy wiekowej wykazuje typową aktywność. Ten złożony, kompleksowy model pozwolił na stworzenie realnych prognoz rozwoju epidemii w kraju. Niestety, byliśmy precyzyjnie blisko rzeczywistości... Jest to również test możliwości złożonych modeli o składowej geograficznej, których praktyczne zastosowanie wydaje się uzasadnione.

KB: W mediach wiele mówi się o zagrożeniu koronawirusem. Tak wiele, że część społeczeństwa odczuwa już przesyt. Skutek jest odwrotny – rośnie grupa osób, które zaprzeczają istnieniu problemu i nie chcą się stosować do zaleceń sanitarnych: dystans, dezynfekcja, maseczka.

AA: W Polsce z pewnością brakuje społecznej edukacji o chorobie COVID-19 na poziomie podstawowym. Obecnie przebywam na stażu naukowym na południu Francji i jestem pod wrażeniem, jak działają tutejsze media publiczne, które organizują debaty specjalistów, objaśniających problem niespecjalistycznym językiem. Dzięki temu społeczeństwo jest poinformowane na odpowiednim poziomie i zachowuje się racjonalnie. Natomiast Polacy, jak wynika z moich obserwacji, reagują emocjonalnie. Co więcej, we Francji osoby publiczne nie wypowiadają się w sprawie epidemii, jej przebiegu czy efektów zdrowotnych, jeśli nie są specjalistami. Oficjalna narracja jest nasycona racjonalną wiedzą, na pytania obywateli odpowiadają poszczególni specjaliści. Oczywiście na porządku dziennym są też różnego rodzaju sensacyjne doniesienia, zostają one jednak szybko zracjonalizowane przez rzeczową narrację, opartą na faktach i wiedzy.

KB: Jak powinno się wyjaśniać specyfikę epidemii SARS-CoV-2?

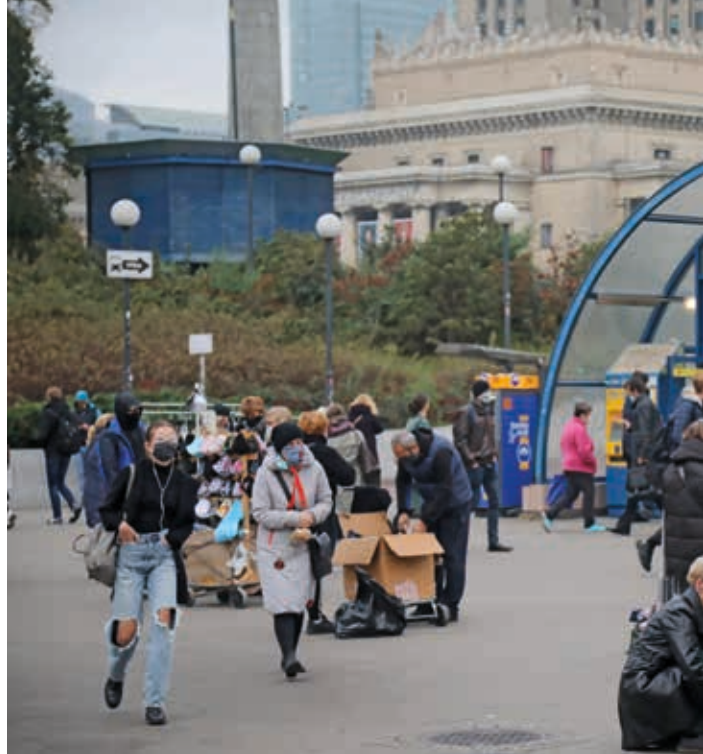
AA: W każdej społeczności jest grupa osób objawowych, czyli wykazujących symptomy – pozwalające na stwierdzenie choroby bądź nie. W przypadku SARS-CoV-2 wiadomo, że istnieje grupa zarażonych, którzy nie mają symptomów fizycznych, gdy wirus jest aktywny w ich organizmie. Druga grupa to osoby z symptomami, które mogą być mylone z przeziębieniem, a trzecia – osoby mające tak silne symptomy, że będą szukać pomocy medycznej. W naszych warunkach szacunki wskazują, że co 6.–10. osoba zarażona wirusem SARS-CoV-2 zwróci się o pomoc medyczną ze względu na stan zdrowia gorszy niż zwykle przeziębienie. Pozostali zakażeni to osoby asymptomatyczne lub słabo symptomatyczne. Jeżeli zatem rejestruje się 6 tys. przypadków potwierdzonych pozytywnymi testami, to w rzeczywistości mamy od 36 tys. do 60 tys. osób, które są nowymi nosicielami wirusa danego dnia. Im większa liczba kontaktów międzyludzkich, tym szybciej rośnie liczba ludzi, którzy mogą być nosicielami przedobjawowymi, a później mieć objawy zakażenia.

Na początku pandemii, kiedy wdrożyliśmy lockdown, z danych Państwowego Zakładu Higieny wynikało, że średnia liczba osób, które miały kontakt z zakażonym, wynosi 2,7. Ponieważ średnia liczebność rodziny w Polsce według danych GUS to 2,6 osoby, oznacza to, że w lockdownie zakażenie pozostawało przeważnie lokalne, niejako w rodzinach. Po wakacjach mieliśmy już 8 osób w kontakcie z zarażonym. Mimo to dzieci wróciły do szkoły, a my – do pracy, więc na skutki nie trzeba było długo czekać. Obecnie wykrywamy dużą liczbę zakażeń, która jest konsekwencją sytuacji z początku września.

Na podstawie swoich obserwacji harmoniczności w przebiegu liczby rejestrowanych potwierdzonych zakażeń wyróżniam dwa cykle: trzytygodniowy i sześciotygodniowy. Trzytygodniowy występuje wtedy, gdy rozluźniamy nasze zachowania albo nie wykrywamy ogniska zakażenia. Wtedy po trzech tygodniach obserwujemy znaczącą liczbę osób, które szukają pomocy medycznej. Jeżeli ognisko zostanie zidentyfikowane i odizolowane, to w odpowiednim czasie ulega wygaszeniu. Natomiast jeżeli ognisko nie zostanie wychwycone, to po sześciu tygodniach mamy do czynienia z „samozapłonem”. Pojawia się bardzo duża liczba osób szukających pomocy medycznej, ale też osób asymptomatycznych i słabo symptomatycznych, które do lekarza się nie zgłaszają – co skutkuje dalszym narastaniem liczby zakażonych. Z taką sytuacją mamy obecnie do czynienia w Polsce, we Francji, Hiszpanii czy w Czechach, wszędzie tam, gdzie utracono kontrolę nad liczbą kontaktów. Jeśli teraz w Polsce współczynnik reprodukcji wirusa wynosi 1,5–1,6, to znaczy, że na przełomie listopada i grudnia będziemy mieli 200 tys. zakażonych w ciągu doby i będziemy wykrywać dziennie 15–20 tys. przypadków SARS-CoV-2.

KB: Czyli sytuację da się przewidzieć?

AA: Już kilka tygodni temu informowaliśmy w raporcie PAN „Zrozumieć COVID-19”, że należy się spodziewać dużej liczby



© WOJCIECH OLKUSNIK/PAP

zachorowań jesienią, gdyż z powodu chłodu przenosimy swoją aktywność do pomieszczeń zamkniętych, z dużą liczbą osób, a więc stwarzamy idealne warunki do rozprzestrzeniania się wirusa. Wraz z nadejściem chłodu nasze organizmy muszą dostosować się do częstych zmian temperatury – zimna na dworze i ciepła w pomieszczeniach, co dodatkowo obciąża nasz układ odpornościowy. Kolejnym czynnikiem ryzyka są koinfekcje. W przypadku jednoczesnej infekcji grypy i SARS-CoV-2 oraz istnienia chorób współistniejących (otyłości, cukrzycy czy nowotworu) gwałtownie rośnie ryzyko niepomyślnego przebiegu choroby.

KB: Jak więc skutecznie walczyć z tym złem?

AA: Wiele osób w przestrzeni publicznej zastanawia się nad skutecznością różnych modeli walki z pandemią. Myślę tu o modelach szwedzkim, europejskim czy tajwańskim (na Tajwanie udało się odizolować wszystkich zarażonych). Każdy z nich ma swoich zwolenników, zależnie od tradycji etnicznej i pozycji poszczególnych grup wiekowych w danej społeczności. W kulturze europejskiej seniorzy są cenieni wysoko – jako nestorzy rodów i ludzie światli, którzy wnoszą wiedzę. Dlatego zgodnie z tradycją są otaczani szczególną opieką. Z kolei w krajach skandynawskich większa uwaga jest skierowana na osoby aktywne zawodowo, które mają dzieci na utrzymaniu. Względny kulturowy powoduje, że w różnych krajach przyjmowane są różne strategie walki z pandemią. W Polsce mamy 7 mln ludzi w wieku powyżej 55 lat, wśród których wskaźnik śmiertelności związanej z COVID-19 jest znaczący. Zrozumiałe jest zatem, że osobom decyzyjnym trudno brać na siebie brzemień wyboru rozwiązania, które może skutkować gwałtownym przyrostem zgonów.

Warto przy okazji wyjaśnić, czym jest tak zwany model szwedzki, w prasie często komentowany jako strategia zmierzająca do uzyskania odporności stadnej (w epidemiologii – odporności zbiorowiskowej). Chodzi tu o umożliwienie wirusowi swobodnego penetrowania



„Patelnia”
w centrum
Warszawy

społeczności, co skutkuje z reguły szybkim zakażeniem się dużych grup. Według modeli matematycznych po przejściu kontaktu z patogenem przez 60 proc. społeczności transmisja wirusa spada, aż do ustania zagrożenia. Koszty społeczne to: bardzo duże zapotrzebowanie na opiekę medyczną w krótkim czasie, brak realnej kontroli nad zdrowotnymi konsekwencjami zakażenia w populacji, duża liczba zgonów w krótkim okresie. Umierają wtedy także osoby, które nie mogą uzyskać pomocy w przeciążonym systemie opieki zdrowotnej, nawet jeśli nie są zakażone nowym patogenem.

Dlaczego użyłam sformułowania: tak zwany model szwedzki? Jeżeli przyjrzymy się tamtemu społeczeństwu, zauważymy, że jest pod wieloma względami inne niż społeczeństwa z naszej części Europy. Szwedów cechują: duże zaufanie do rządu, nauki i specjalistów, wysoki poziom indywidualnej i zbiorowej odpowiedzialności, działanie zespołowe. Z ostracyzmem społecznym spotykają się postawy nieodpowiedzialności, np. chodzenie do pracy w trakcie choroby. Wszystko to sprawia, że w tym kraju *de facto* prowadzona jest polityka nieróżniąca się zasadniczo od polityki innych państw Europy, a dynamikę rozprzestrzeniania się wirusa warunkuje odpowiedzialność społeczności. Może to być właśnie model szwedzki, który powinniśmy adaptować u siebie?

KB: Czy pokusi się pani o ocenę decyzji polityków i administracji w związku z walką z koronawirusem?

AA: Ja na szczęście takich decyzji podejmować nie muszę. Każda z nich, choć dotyczy ogółu społeczeństwa, przekłada się na losy pojedynczego mieszkańca, jego sytuację ekonomiczną, zdrowotną i społeczną. Jako naukowiec dostarczam informacje, interpretacje faktów zgodnie z najlepszą wiedzą. Wybrałam ten zawód, bo dociekanie faktów jest pasją mojego życia. Natomiast podejmowanie decyzji dotyczących innych osób jest trudne, a odpowiedzialność za nie ma charakter nie tylko polityczny, ale też osobisty i wiąże się z dużym kosztem emocjonalnym.

KB: Czy Polacy są otwarci na wiedzę?

AA: Obecnie na świecie, także w Polsce, obserwujemy polaryzację między grupą społeczną bazującą na emocjach a grupą, która opiera się na faktach. W obu grupach znajdują się naukowcy, którzy są przecież tylko ludźmi, więc podlegają takim samym prawom biologicznym jak reszta społeczeństwa. Znam biologów molekularnych, których przypisałibyśmy do grupy emocji. W mojej ocenie przestrzeni publicznej zawładnął populizm, który żeruje na emocjach i przedkłada krótki dystans planowania nad dalekosiężne cele. Niestety, w walce z pandemią wiele krajów działa krótkodystansowo, gdyż – jak mówiłam wcześniej – nie ma globalnej polityki mierzenia się z tym zjawiskiem.

Prezes Polskiej Akademii Nauk powołał interdyscyplinarną grupę doradczą, która opracowała publikację „Zrozumieć COVID-19”. Tłumaczymy w niej, jak wygląda sytuacja i jakie są lub będą konsekwencje naszych działań. Rolą naukowca jest przedstawienie faktów, a nie decydowanie, jak postępować. Brakuje edukatorów, aby wyjaśniać społeczeństwu, jak działa nauka, co daje społeczeństwu, a w rezultacie – jak zarządzać wiedzą.

KB: Naukowcy zjednoczyli się w walce z koronawirusem, w kwestii pandemii nauka jest otwarta.

AA: To pierwszy raz w historii ludzkości, kiedy naukowcy ścigają się z chorobą, a nie ze sobą. Dotychczas uczestniczyliśmy w wyścigu o lepszy wynik, pierwszą publikację. Teraz ścigamy się razem, bo potrzebujemy wspólnej wiedzy. Nauka ponownie stała się otwarta. Jeżeli mówimy o faktach naukowych, to w istocie mówimy o wyniku działania opartego na konkretnej metodyce. Każdy może tę metodykę powtórzyć i uzyskać porównywalny wynik. Jeżeli wyniki są różne, to albo metoda jest niewłaściwa, albo nie wolno nam mówić o odkryciu naukowym. Działalność naukowa ma charakter ekskluzywny, ale jej wyniki powinny być dostępne publicznie i tłumaczone społeczeństwu językiem popularnym. I tak się dzieje obecnie: czasopiśma publikują w otwartym dostępie online wszystkie wyniki badań, a równocześnie trwa transponowanie wiedzy do społeczeństwa. Tak właśnie pracuje się dziś nad lekiem i szczepionką na SARS-CoV-2. W maju nobliści wystosowali postulat, aby szczepionka była dobrem społecznym i nie podlegała patentowi w trosce o przyszłość ludzkości. Szkoda, że ten postulat nie jest nagłaśniany przez media.

Otwarta nauka i dostęp do Internetu dają przestrzeń do dyskusji, które niestety często nie mają wartości intelektualnej. Dziś każdy z nas może uważać się za specjalistę w każdej dziedzinie – i stać się „autorytetem”, jeśli zbierze odpowiednio dużo podobnych sobie „wyznawców”, bazujących również na emocjach lub nielogicznym przedstawianiu okoliczności. Na szczęście w kontrze do tego ruchu można dostrzec osoby, które działają interdyscyplinarnie, starając się budować całościowy obraz świata. Może jest on niekompletny i niedoskonały, bo składany z puzzli różnych dyscyplin naukowych, ale fakt, że owe starania są coraz lepiej widoczne, pozwala na optymistyczne prognozy.

Państwa skłócone przestaną istnieć

Obecny kryzys to dobra okazja, aby wprowadzić wiele reform gospodarczych, które nic nie kosztują, a wyzwolą energię polskich przedsiębiorstw.

Z **Ryszardem Florekiem** rozmawia Artur Ciechanowicz.

Artur Ciechanowicz: Czego nauczyła pana pandemia? Podważyła jakieś utarte przekonania?

Ryszard Florek: Pokazała wyraźnie, że jeśli sami nie zadamy o interes gospodarczy kraju, nikt tego za nas nie zrobi. Gdybyśmy wszyscy: urzędnicy, dziennikarze, nauczyciele, politycy, pracownicy, przedsiębiorcy, konsumenci we wszystkim, co robimy, dbali o interes gospodarczy kraju, byłibyśmy dzisiaj w innym miejscu. Aby tego interesu umieć się doszukać, trzeba poznać prawdziwe mechanizmy rządzące gospodarką globalną, a tego niestety jeszcze w polskich szkołach nie uczą. Kapitał społeczny nigdy nie był tak ważny jak w tej chwili i należy po niego sięgać, a wtedy po pandemii będziemy silniejsi, a nie słabsi.

AC: Zawsze był pan orędownikiem patriotyzmu gospodarczego. Na czym miałby on teraz polegać?

RF: Na tak banalnej z pozoru rzeczy, jak wybieranie polskich produktów. Nasza Fundacja „Pomysł o Przyszłości” od ponad 10 lat zachęca do racjonalizmu gospodarczego, wyjaśniając korzyści, jakie z tego płyną. Mądrość gospodarcza, szczególnie dzisiaj, w dobie pandemii koronawirusa, jest dla nas, Polaków, szansą na lepsze jutro. W tym trudnym czasie ważą się także losy polskich firm, a tym samym nasze miejsca pracy. Codziennie decydujemy, w którym kraju i jakie zyski będą opodatkowane. Wybierając świadomie, budujemy dobrobyt w Polsce.

AC: Jakie będą gospodarcze konsekwencje obecnego kryzysu? Kto najbardziej ucierpi, a kto zyska?

RF: Koszty kryzysu na pewno poniesiemy wszyscy. I przedsiębiorcy, i pracownicy, i konsumenci. Jak najwięcej musimy pozwolić tutaj działać rynkowi, bo to nas najmniej będzie kosztowało. W ten sposób najszybciej wyjdziemy z kryzysu. W branży budowlanej nie jest tak źle jak w przypadku przemysłu motoryzacyjnego, transportu pasażerskiego

czy w turystyce. Obawiam się jednak, że w naszej branży koronawirus zadziała z opóźnieniem. Na pewno wiele firm upadnie i oczywiście nie ma co liczyć na wzrosty wynagrodzeń. Poszczególne państwa, zwłaszcza te bogate, pompują wielkie pieniądze w przedsiębiorstwa, aby te utrzymały się na rynku i zachowały swoją konkurencyjność na rynkach międzynarodowych. Dla przykładu Niemcy w porównaniu z Polską dofinansowują swoją gospodarkę w przeliczeniu na obywatela kwotą 10 razy większą, gdyż stać ich na to. Z pewnością takie państwa jeszcze powiększą przewagę nad nami. A przecież w ciągu ostatnich 10 lat bogactwo sześciu najbogatszych państw Europy wzrosło średnio o 9121 euro, a państw Europy Środkowo-Wschodniej, w tym Polski, średnio tylko o 1964 euro.

© ARCHIWUM FAKRO (2)

Ryszard Florek – prezes firmy Fakro, polskiego producenta okien dachowych.



AC: Co powinien w tej sytuacji zrobić polski rząd?

RF: Rząd RP w miarę możliwości finansowych stara się złagodzić negatywne skutki poprzez kolejne tarcze antykrzysowe. Natomiast myślę, że jest to dobra okazja, aby wprowadzić wiele reform gospodarczych, które nie kosztują, a wyzwolą energię polskich przedsiębiorstw. Są już tego pierwsze symptomy. W ostatnim czasie premier zapowiedział, że od przyszłego roku wprowadzi tzw. podatek estoński, który od lat postulowała nasza fundacja. Jedną z naszych ważniejszych propozycji jest powołanie rzecznika interesu gospodarczego kraju, który pomagałby przy rozstrzyganiu sporów między przedsiębiorcami a administracją państwową i samorządową, uwzględniając interes gospodarczy kraju.

AC: Co dalej z globalizacją?

RF: Państwa-wspólnoty najsprawniejsze gospodarczo pozostaną i będą się rozwijać, natomiast państwa skłócone wewnętrznie, nie myślące o własnej gospodarce mogą przestać istnieć, tzn. zostać w pełni skolonizowane. Dzisiaj bogactwo państwa tworzą globalne koncerny, które drenują kapitał z państw, w których inwestują, a odkładają go w swoim rodzimym kraju. Obecnie z Polski co roku wypływa ponad 100 mld złotych do krajów bogatych. W ten sposób mieszkańcy Polski tworzą bogactwo innych państw. Tym samym najbogatsze państwa rozwijają się szybciej od nas. Są tam wyższe wynagrodzenia i nie ma ograniczeń. Młodzi wykształceni Polacy opuszczają na stałe nasz kraj, szukając sprawniejszych gospodarek, które zapewnią im lepszy poziom życia. Wiele wskazuje na to, że ze skutkami spowodowanego pandemią kryzysu gospodarczego lepiej sobie poradzą i mniej je odczują państwa bogatsze od Polski. Między innymi dlatego, że mogą one dużo więcej niż nasz kraj przeznaczyć na wspieranie swoich firm i poprawę ich konkurencyjności na globalnym rynku. My jako obywatele mamy szansę choć trochę to zrównoważyć, wspierając naszą gospodarkę, stosując tzw. tarczę

Fakro powstało w 1991 r. i w krótkim czasie stało się czempionem na rynku okien dachowych. Obecnie jest jedną z najbardziej innowacyjnych polskich firm. Posiada własny, nowoczesny ośrodek badawczo-rozwojowy, w którym pracuje ponad 100 inżynierów. Fakro ma na swoim koncie ponad 100 zgłoszeń patentowych. Do wielu krajów świata eksportuje nie tylko okna dachowe, ale także rozwiązania i myśl twórczą polskich inżynierów.

Dzisiaj na światowym rynku głównymi branżowymi graczami są trzy firmy: duński Velux, polskie Fakro i niemieckie Roto. Dynamiczny rozwój nowosądeckiej firmy wymusił na największych konkurentach przeniesienie produkcji do Polski.

Dzięki Fakro Polska wytycza dziś nowe kierunki rozwoju dla globalnej branży okien dachowych, a polscy producenci uchodzą za najlepszych specjalistów. **Co trzecie okno montowane na świecie jest produkowane w Polsce.**

konsumencką i przyspieszając reformowanie naszej gospodarki. Na pewno wiele sfer życia przeniesie się do Internetu. Część firm zdecyduje się na stałe wprowadzić pracę zdalną, spotkania na żywo zostaną zastąpione telekonferencjami, a część szkoleń będzie organizowana online. Ograniczenia w podróżowaniu po świecie zachęcą nas do wypoczynku we własnym kraju.

AC: Czy kryzys spowodowany pandemią wpłynął na Fakro?

RF: Zaczęło się dużą absencją wśród załogi i spadkiem zamówień eksportowych. Bardzo szybko rozpoczęliśmy produkcję maseczek trójwarstwowych, aby uchronić naszych pracowników i dystrybutorów. Skonstruowaliśmy nawet w tym celu specjalną linię produkcyjną. Na wszelki wypadek wykonaliśmy proste respiratory. Chcąc zachować miejsca pracy w naszej firmie, zarząd wraz z przedstawicielami pracowników podjęli wspólną decyzję o obniżeniu wymiaru pracy o 10 proc. oraz wprowadzeniu równoważnego czasu pracy, na co pozwoliła tarcza antykrzysowa.

Zielona energia ze słońca i wiatru to już nie tylko ekologia, a czysta ekonomia

O stworzeniu potężnej firmy i 20-krotnym zwiększeniu zysków w ciągu czterech lat, o związkach fotowoltaiki z elektromobilnością i o tym, że może w przyszłości polskie technologie podbiją świat, z **Dawidem Zielińskim** rozmawiają Marzena Tataj i Kamil Broszko.



Dawid Zieliński
– twórca i prezes
Columbus Energy SA.

© ARCHIWUM CE (2)

Marzena Tataj: Co sprawiło, że zainteresował się pan fotowoltaiką? Czy po prostu uwierzył pan, że w Polsce słońce świeci tak mocno, że można czerpać z niego energię?

Dawid Zieliński: Już w 2009 r. interesowałem się efektywnością energetyczną i odnawialnymi źródłami energii (OZE). Pierwsze kroki w tej branży postawiłem, zakładając firmę wykonującą świadectwa efektywności energetycznej; dopiero później, w 2014 r., postawiłem na fotowoltaikę. Branża przez pierwsze lata była kontrowersyjna. Musiałem tłumaczyć inwestorom, co to w ogóle jest fotowoltaika i że rynek jest o krok przed nami. Megatrendy związane z OZE widać już było w USA czy w Niemczech. Jak się okazało, intuicja mnie nie zawiodła: rynek pojawił się w Polsce, a wraz z nim – potencjał na zbudowanie potężnej firmy w branży nowoczesnej energetyki.

MT: Już w 2016 r. Columbus, wchodząc na rynek NewConnect Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie, promował usługę „Abonament na Słońce”.



DZ: Świat przekształca się w stronę zakupu nie produktów, lecz usług. Kupujemy oprogramowanie w formie *Software as a Service* (SaaS), telefony komórkowe w abonamencie, więc naturalnym kierunkiem sprzedaży odnawialnych źródeł energii wydaje się formuła *Energy as a Service* (EaaS). Pierwsi w Polsce zaprezentowaliśmy ją w 2016 r., dostosowując abonament tak, aby sam się spłacał z oszczędności. Dzisiaj najlepszą formą zakupu fotowoltaiki jest dla konsumentów kredyt bankowy. Mamy niskie stopy procentowe i dotacje z programu Mój Prąd – to motywuje do zakupu na własność, z czego też się cieszymy. Jednak za jakiś czas trend się zmieni i znowu atrakcyjny dla właścicieli domów będzie „Abonament na Słońce” w naszej formule. Co ciekawe, firmy wolą usługę EaaS, chcą mieć tani prąd i zabezpieczenie przed ryzykiem nagłych wzrostów cen energii. Oferujemy także umowy dzierżawy instalacji dla biznesu, które stają się coraz popularniejsze w naszym kraju.

MT: W jaki sposób przekonuje się ludzi, że warto zainwestować w instalację fotowoltaiczną i samemu produkować energię?

DZ: Fotowoltaika to prosta, elegancka i skuteczna technologia. Właścicielowi domu zwraca się w ciągu 5–7 lat. Trudno o lepszy i bardziej przekonujący argument. Dzisiaj decyzja konsumenta dotyczy tego, od kogo nabyć instalację. Możemy się pochwalić, że co szósty, siódmy kupujący fotowoltaikę w Polsce wybiera ją od Columbusa (wynika to z naszych szacunków). Nasza oferta

zawiera nie tylko najtańsze finansowanie i najlepszy serwis, lecz także technologię przyszłości modułów i inwerterów, 15-letnią „Gwarancję Totalną” i możliwość połączenia z pompą ciepła oraz magazynem energii, a dodatkowo usługę „Columbus Care”, czyli opiekę nad rachunkami klienta przez 15 lat.

MT: Kto jest państwa klientem? Kto będzie nim w przyszłości?

DZ: Dzisiaj naszym klientem jest prawie każdy, kto ma dach czy grunt. Każdy, kto ma dom, firmę czy gotówkę na inwestycje. Każdy, kto płaci za prąd i ciepło. Każdy, kto ma przerwy w dostawie energii i chce się przed tym zabezpieczyć. Każdy, kto wie, że energia będzie drożeć. Naszym klientem dzisiaj i jutro będzie każdy, kto chce zamienić rachunek za prąd na zarządzanie swoją energią. Każdy, kto chce mieć dostęp do przyszłości.

MT: Często pan mówi, że Columbus Energy to firma wartości. Jej priorytetami nie są sprzedaż instalacji fotowoltaicznych i generowanie zysku, ale spełnienie energetycznych potrzeb klienta, stworzenie pracownikowi możliwości realizacji oraz dbałość o środowisko naturalne. Te cele są osiągnięte poprzez montaż instalacji fotowoltaicznych.

DZ: W naszym świecie liczy się wiele wartości. Każdy ma swoją agendę. Skupiając się na zarabianiu pieniędzy i tworząc z tego cel nadrzędny, możemy się mocno zdziwić, bo efektem będzie przeważnie porażka. Sam wiele razy tego doświadczyłem. Kiedy jednak postawimy sobie za cel budowanie wartości dla wszystkich wokół siebie i swojego biznesu, to prawdopodobieństwo sukcesu okaże się wielokrotnie wyższe. Wartość, jaką generujemy dla klienta, jest oczywista. Wartość dla pracowników również. Zyski, jakie osiągamy, inwestujemy w nowe technologie – tak, abyśmy mogli wrócić do swojego otoczenia z nową wartością i dzięki temu stworzyć nowe miejsca pracy. I koło się zamyka, teoretycznie możemy to skalować w nieskończoność. Gdybyśmy zaczęli konsumować zyski, stracilibyśmy potencjał rozwoju, moc pędu. Ostatnie nasze kluczowe inwestycje to wejście w Nexity Global SA – dostawcę usług ładowania samochodów elektrycznych – i w Saule Technologies SA – pierwszego na świecie producenta ogniw perowskitowych drukowanych. To przełomowe inwestycje. Jeśli będą dobrze zarządzane, mają szansę osiągnąć ogólnopolski, a może nawet międzynarodowy sukces.

Kamil Broszko: Czy takie podejście do biznesu sprawiło, że Columbus świetnie się rozwija? Jaka jest dynamika owego rozwoju?

DZ: Nasze przychody wzrosły 20-krotnie w ciągu czterech lat. Utrzymujemy teraz tempo potrajania przychodów co rok. To rzeczywiście nie jest naturalne dla firm i stanowi duże wyzwanie. Trzykrotne zwiększenie przychodów zdarza się okazjonalnie, natomiast utrzymanie tego trendu przez kolejne lata to już spek-

takularny wynik. Wszystkie zyski inwestujemy w rozwój organizacji. Skalujemy się ilościowo, geograficznie i produktowo. Poprzez nowe inwestycje rozpoczynamy również skalowanie międzysektorowe, zachowując strategię utrzymywania synergii. Mamy znakomity zespół menedżerów, który wie, że wspólna praca nad organizacją przyniesie długoterminowy sukces.

KB: Jak wygląda codzienność zarządzania firmą, której cena akcji wzrosła w ciągu półtora roku od 1,5 do 108 złotych?

DZ: Jeśli ktoś kocha swoją pracę, to już nie praca, lecz hobby. Oczywiście nie można wpaść w pułapkę zaniedbywania rodziny i przyjaciół. To nowe wyzwania, z jakimi muszę się mierzyć. Codziennie działam z zespołem na żywo i online przez komunikatory. Pracuję czasem po 20 godzin dziennie, niemniej jednak staram się spać i trenować. Dzisiaj Columbus ma swój czas i wiem, że dużo zależy od naszego zaangażowania. Musimy właśnie teraz odpowiednio wykorzystać szanse biznesowe, jakie dostaliśmy od rynku. Bycie przedsiębiorcą oznacza pracować trzy razy więcej niż inni, ale też czerpać wyższe profity. Ryzyko jest większe, jednak i nagroda może być nieproporcjonalnie większa.

MT: Fotowoltaika to najszybciej rozwijająca się gałąź OZE w Polsce. Łączna moc zainstalowana w źródłach fotowoltaicznych na koniec 2019 r. wynosiła prawie 1300 MW.

Według Instytutu Energetyki Odnawialnej w 2025 r. całkowita moc zainstalowana w Polsce może osiągnąć 7,8 GW. Prognozy IEO wskazują także, że wzrosną obroty na rynku fotowoltaiki. W tym roku w stosunku do poprzedniego mają się zwiększyć nawet o 25 proc. i przekroczyć 5 mld złotych. Jaki kawałek tego tortu przypadnie Columbus Energy za 5–10 lat?

DZ: Przekonamy się. Obecnie udział Columbus Energy w fotowoltaice prosumenckiej i małego biznesu wynosi ponad 12 proc. Miesięcznie montujemy ponad 2500 instalacji. Do tego startuje rynek pomp ciepła i magazynów energii, na którym już zaznaczamy swoją obecność. Rynek farm fotowoltaicznych to temat, w który z przytupem weszliśmy rok temu. Rozwijamy projekty farm, budujemy je i finansujemy. Łańcuch dostaw i wszystkie marże każdego etapu są przez nas kontrolowane. Dzięki temu w ciągu najbliższych lat będziemy jedną z niewielu firm mających w swoich aktywach moc instalacji ponad 1 GW odnawialnej energii. Rozpoczynamy także sprzedaż i inwestycje w infrastrukturę do ładowania samochodów elektrycznych. Jeśli rozwiniemy biznes na rynku elektromobilności tak, jak dokonaliśmy tego w fotowoltaice, to powstanie solidna druga gałąź naszej działal-

ności. Już rozpoczęliśmy budowanie przewagi poprzez inwestycję w Nexity Global SA, również notowaną na GPW.

KB: Czy taka dynamika wzrostu ilości energii z fotowoltaiki stawia nas w awangardzie na tle Europy albo świata?

DZ: Megatrend zielonej energetyki ze słońca i wiatru nie jest już fanaberią czy wyłącznie ekologią. To czysta ekonomia, przed którą nie da się uciec. Jeśli dołożymy do tego wodór z elektrolizy, z nadwyżek energii z zielonego OZE, to otrzymamy *perpetuum mobile*. Każdy kraj będzie musiał pójść tą drogą. Nikt nie wygra z czystą ekonomią. Chiny ogłosiły neutralność energetyczną do 2060 r., Europa – do 2050 r. A tak się składa, że Columbus znalazł się w centrum tego oka cyklonu.

KB: Czy gdyby każdy dom i każde przedsiębiorstwo w Polsce miały instalację fotowoltaiczną, nie potrzebowałibyśmy elektrowni węglowych?

DZ: To bardziej skomplikowana kwestia, ale pierwsze kroki to fotowoltaika, magazynowanie energii i umożliwianie samochodom elektrycznym dostępu do sieci elektroenergetycznej, aby mogły być użytkowane jako magazyny energii w systemie. Energetyka zawodowa powinna transformować się w kierunku OZE oraz tej z wykorzystaniem wodoru, a elektrownie szczytowo-pompowe mogą pełnić funkcję zabezpieczenia. Oczywiście łatwo się to upraszcza, tymczasem system

energetyczny jest skomplikowany i wrażliwy na porę dnia czy porę roku. Dodatkowo zapotrzebowanie na energię, ciepło i chłód rośnie. Elektromobilność też robi swoje. Dlatego przyszłość powinna opierać się na energetyce rozproszonej, a nie centralnej. Dostęp do energii powinien być bardziej świadomy, a system energetyczny skupiony na obsłudze prywatnych małych i średnich źródeł wytwórczych oraz magazynów energii, nie zaś na zapewnianiu produkcji energii. To możliwe i najprawdopodobniej w tym kierunku podąża cały świat. Dekarbonizacja nie stanowi już głównego celu – celem stały się zapewnienie utrzymania sieci energetycznej dla źródeł rozproszonych i ich autonomizacja. Myślę, że Columbus będzie mógł odegrać istotną rolę w tej transformacji.

MT: Rok 2020 okazał się trudny dla świata ze względu na pandemię koronawirusa. Ale nie dla Columbus Energy, który właśnie teraz inwestuje, m.in. we wspomniane Nexity i Saule Technologies.

DZ: Myślę, że to dopiero początek naszych inwestycji, które są komplementarne właśnie z transformacją energetyczną świata.

Dekarbonizacja
nie stanowi już
głównego celu.
Teraz chodzi
o zapewnienie
utrzymania sieci
energetycznej dla
źródeł rozproszonych
i ich autonomizację.

Nexity zarządza dostępem do ładowania pojazdów elektrycznych, ale nie jest powiedziane, że rola, jaką odegra ta technologia, nie może być dużo większa. Zarządzanie rozproszoną energetyką za 10 lat będzie kluczowe. Kto, jeśli nie Nexity, może w naszej grupie dostarczyć technologię zarządzania przesyłem energii między uczestnikami rynku, jakimi będą prosumenci, konsumenci energii, właściciele magazynów energii – tych klasycznych i tych w samochodach elektrycznych – farmy fotowoltaiczne i wiatrowe? To już nie jest świat znany np. z powieści Lema. To przyszłość, która nastanie za chwilę.

Z kolei Saule Technologies może być brakującym elementem układanki budownictwa przyszłości. Perowskit, nadrukowany na dowolny materiał, może autonomizować domy, biurowce, urządzenia Internetu rzeczy (IoT). Columbus to platforma dystrybucji technologii przyszłości dla tych firm, które nie są w stanie zbudować sieci dystrybucji w krótkim czasie i które nie mogą zdobyć zaufania rynku szybciej niż konkurencja. Columbus lewaruje właśnie czas i zasięg – jeszcze ogólnopolski, a niebawem okaże się, czy tylko krajowy.

KB: Jakie korzyści Columbus planuje osiągnąć z inwestycji w perowskity?

DZ: Perowskit od Saule to przełom. Technologia druku ogniwa na folii bez wysokich temperatur i laboratoryjnych warunków to możliwość produkcji w ekonomicznym systemie. Na dniach uruchamiamy pilotażową, ale komercyjną linię produkcyjną, która ma udowodnić, że ogniwo perowskitowe będzie przyszłością wszędzie tam, gdzie klasyczna fotowoltaika jest niemożliwa do adaptacji. Natomiast za 2–4 lata może nastąpić przełom i ogniwa perowskitowe będą w stanie zastąpić fotowoltaikę praktycznie wszędzie, a Columbus zostanie głównym – jeśli nie jedynym – dystrybutorem tych systemów na świecie. Taki scenariusz bierzemy pod uwagę.

KB: W jednym z wywiadów powiedział pan, że Columbus może mieć swój udział w polskiej elektromobilności. Marzy się panu luksusowy SUV z logiem Columbusa nad przednim zderzakiem?

DZ: E-tronem jeździłem przez rok, ucząc się tego, jakie wyzwania stoją przed użytkownikiem elektryka i co jako Columbus i Nexity możemy zrobić, aby zbudować przewagę w *user experience*. Columbus rozpoczyna sprzedaż systemów do ładowania elektryków z innowacyjną usługą Nexity. Będziemy również proponować inwestycję 50/50 dla każdego, kto zdecyduje się zamontować w swoim obiekcie nasze ładowarki, i umożliwimy zakup ładowarki w abonamencie. Rozpoczynamy ekspansję w tym segmencie już w bieżącym roku.

KB: Columbus Energy nie jest pana pierwszym przedsięwzięciem biznesowym.

DZ: Miałem przygodę z trzema korporacjami: HeidelbergCement w Niemczech, Air BP w Londynie i Mars Polska w Warszawie. Wyniosłem z tych firm przekonanie, że nie chcę w nich pracować. Oczywiście to świetne, globalne przedsiębiorstwa z kulturą korporacyjną. Jednak właśnie ta kultura wydaje się jednocześnie znakomicie poukładana i nakładająca ramy i ograniczenia na każdego, kto trafi w jej tryby. Robiąc biznes, uczymy się odpowiedzialności, rozsądku, balansowania na granicy ryzyka. Dopiero kiedy start-up zamienia się w organizację, musimy wybrać drogę: czy ma się transformować w korporację, czy zachować lekkość. My wybraliśmy tę drugą opcję.

Chciałbym, żeby
Columbus był
organizacją, która
wyrastając z małego
start-upu, urosła przez
polską giełdę i polski
kapitał do rozmiarów
globalnej marki
nowoczesnej energetyki.

MT: Jaką rolę w osiągnięciu sukcesu odgrywa zespół partnerów i współpracowników? Często podkreśla pan kluczową rolę Januarego Ciszewskiego w drodze Columbus Energy na biznesowy szczyt.

DZ: Uczciwi ludzie to klucz do sukcesu. January ma nie tylko nosa do interesu, lecz także dużo zaufania do młodego człowieka, który zaprasza go do biznesu. Bez niego Columbus nie wszedłby na obecny poziom. Większość inwestorów pojawiła się w Columbusie dzięki JR Holding. Również bez ludzi takich jak Janusz Sterna, Marek Sobieski czy każdy z zaangażowanych menedżerów nie byłoby dzisiaj spółki wycenianej na miliardy złotych.

MT: W tym roku Columbus Energy zdobył Godło „Teraz Polska”. Czym jest dla pana to wyróżnienie?

DZ: To najcięższa statuetka, jaką dostaliśmy! (*śmiech*) Rzeczywiście waży swoje, ale przede wszystkim chodzi o ciężar odpowiedzialności za to, aby Columbus zawsze był polski. Żeby nasza organizacja miała patriotyczne nastawienie do wszystkiego, co robimy, jeśli ekonomiczne przesłanki wspierają takie decyzje. Mam nadzieję, że właśnie polska technologia Saule i polski system Nexity będą kontynuować naszą ideę.

MT: Często powtarza pan, że nie trzeba żyć marzeniami, lecz je realizować. Jakie jeszcze ma pan marzenia do spełnienia?

DZ: Chciałbym, żeby Columbus był organizacją, która wyrastając z małego start-upu, urosła przez polską giełdę i polski kapitał do rozmiarów globalnej marki nowoczesnej energetyki, a nasze inwestycje przerodziły się w kuźnię polskich technologii, dostarczanych na całym świecie.



Jesteśmy pionierem

Siłą rzeczy czeka nas gwałtowna ekspansja

O technologii ogniw perowskitowych i nieodległej przyszłości fotowoltaiki z drem **Dávidem Forgács** rozmawia Marzena Tataj.

Dr Dávid Forgács,

dyrektor ds. zarządzania wiedzą,
Saul Technologies.

Marzena Tataj: Czym jest perowskit i jaki ma związek z fotowoltaiką?

Dávid Forgács: Perowskity to minerały, które doskonale nadają się do zastosowania w fotowoltaice. Oparte na nich ogniwa fotowoltaiczne wydajnością równają już do tradycyjnych ogniw krzemowych, mając przy tym wiele unikalnych zalet.

MT: Na czym polega opracowana przez dr Olę Malinkiewicz metoda wytwarzania ogniw fotowoltaicznych z perowskitów i dlaczego są one tańsze od tradycyjnych, opartych na krzemie?

DF: Ogniwa perowskitowe są wytwarzane przez Saul Technologies metodą druku w niskich, pokojowych temperaturach. Przypomnijmy, że wytwarzanie ogniw krzemowych wymaga bardzo wysokich temperatur, sięgających kilkuset stopni Celsjusza. To znacząco zwiększa koszty produkcji oraz dług energetyczny – ogniwa krzemowe muszą pracować bardzo długo, zanim pozyskana z nich energia elektryczna zrównoważy energię zużytą do ich wytworzenia. Ogniwa perowskitowe są zatem nie tylko łatwiejsze i tańsze w produkcji, ale także bardziej przyjazne środowisku, ze względu na znacznie mniejszą ilość energii zużytej do ich wytworzenia.

MT: Czy ogniwa krzemowe zostaną zastąpione przez ogniwa z perowskitów?

DF: Nie, to technologie komplementarne. Ogniwa perowskitowe w pierwszej kolejności znajdą zastosowanie wszędzie tam, gdzie użycie ogniw krzemowych jest niemożliwe lub nieopłacalne. Tych zastosowań jest tak wiele, że obie wspomniane technologie długo jeszcze nie będą wobec siebie konkurencyjne.

MT: Czy zastosowanie ogniw perowskitowych obniży koszt wytworzenia energii z fotowoltaiki?

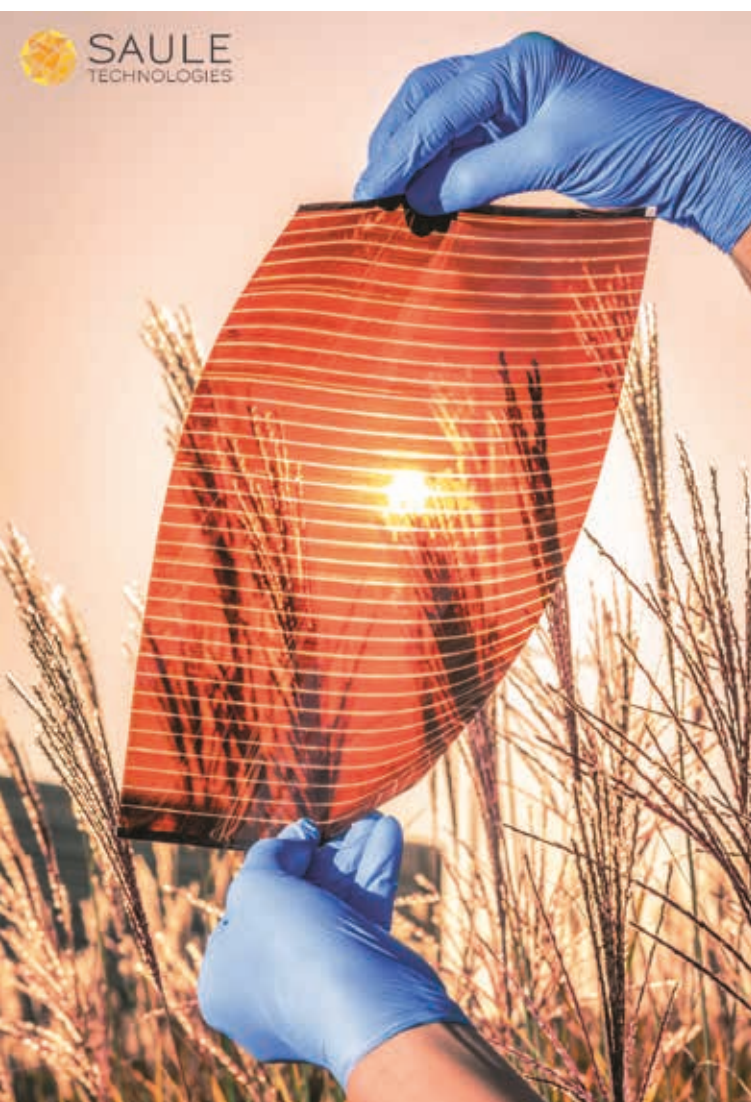
DF: Tak, przede wszystkim dlatego, że pozwoli generować energię elektryczną w sytuacjach, w których byłoby to nie możliwe przy zastosowaniu ogniw krzemowych. Ogniwa na żaglach łodzi, planekach ciężarówek, dronach, plecakach, kurtkach zimowych... Możliwe zastosowania elastycznych ogniw perowskitowych, niedostępne dla sztywnych, ciężkich i kruchych ogniw krzemowych, można by wyliczać w nieskończoność. Przypomnijmy też, że ze względu na mały dług energetyczny ogniwa perowskitowe nieporównywalnie szybciej niż krzemowe „wychodzą na plus”. Są elastyczne, bardzo lekkie, półprzezroczyste, można je barwić na różne kolory, a za podłoże może służyć niemal dowolny materiał: folia, tekstylia, falista dachówka, plastikowa obudowa smartfonu lub komputera, karoseria samochodu. Dzięki temu, że ogniwa perowskitowe są nie tylko bardzo lekkie, ale też – co odróżnia je od ogniw krzemowych – wydajne nawet wtedy, gdy promienie światła padają na nie pod kątem mniejszym niż 90 stopni, mogą być stosowane tam, gdzie technologia krzemowa nie ma racji bytu, na przykład na elewacjach budynków. Inną ich zaletą jest skuteczna praca przy sztucznym świetle. Notabene na pierwszej prezentacji działania ogniw perowskitowych pokazaliśmy ładowarkę do telefonu, która wytwarzała energię ze światła zwykłej lampki stołowej w pomieszczeniu biurowym. Nasze ogniwa dzięki swym unikalnym cechom znajdą na przykład liczne zastosowania w urządzeniach Internetu rzeczy.

MT: Jak będzie wyglądał rozwój Saul Technologies w ciągu najbliższych 5–10 lat?

DF: Mamy już podpisane listy intencyjne na kilkaset tysięcy metrów kwadratowych lekkich konstrukcji dachowych i fasadowych opartych na ogniwach perowskitowych. Właśnie zaprezentowaliśmy rewolucyjne rozwiązanie: automatyczne lamele



© ARCHIWUM ST (3)



wyposażone w perowskitowe ogniwa słoneczne, zmieniające swe ustawienie względem pozycji Słońca, by zapewnić optymalną wydajność. Zaprojektowaliśmy je we współpracy z firmą Somfy, która opracowała system automatyki, oraz firmą Aliplast, odpowiadającą za konstrukcję aluminiową. Chcemy je skomercjalizować we współpracy z firmą, która zostanie wyłoniona w przetargu. Licencja rozwiązania obejmie kraje Europy. A to jest zaledwie skromny początek. W kolejnych kwartałach będziemy systematycznie ogłaszać kolejne inicjatywy Saule Technologies. Jesteśmy pionierem nowej, rewolucyjnej technologii fotowoltaicznej. Siłą rzeczy czeka nas zatem gwałtowna ekspansja.

MT: Ostatnio Saule pozyskało 20-proc. udziałowca, czyli firmę Columbus Energy.

DF: Columbus Energy nie jest dla Saule Technologies wyłącznie udziałowcem – to partner, którego potrzebowaliśmy i który potrzebował nas. Obie firmy działają w dziedzinie fotowoltaiki i doskonale rozumieją ducha czasów. Żyjemy w okresie gwałtownych zmian technologicznych, cywilizacyjnych i klimatycznych. Fotowoltaika, zwłaszcza w nowej odsłonie 2.0 – bazująca na ogniwach perowskitowych – będzie szybko zyskiwać na znaczeniu. Razem możemy nadać kierunek zmianom, kształtując nową rzeczywistość. Pozyskane środki zostaną wykorzystane na dalszy rozwój firmy. Przypomnijmy, że Saule Technologies ma jedno z najnowocześniejszych laboratoriów optoelektronicznych na świecie i elitarny, międzynarodowy zespół wybitnych naukowców i specjalistów. Mamy w swojej dziedzinie status światowego lidera. Columbus Energy wesprze nas nie tylko inwestycyjnie, ale także poprzez swoje doświadczenie i pozycję na rynku fotowoltaiki oraz kontakty handlowe. Ta współpraca znacząco wzmacnia obie firmy. Zarówno Saule Technologies, jak i Columbus Energy zyskały nowe możliwości ekspansji.

Wspieramy odpowiedzialne, zrównoważone budownictwo

O sytuacji rynkowej branży budowlanej, wzrastającej roli izolacji cieplnej w dobie konieczności ograniczania emisji zanieczyszczeń oraz o korzyściach z używania Godła „Teraz Polska” z **Benedyktem Kordulą** rozmawia Kamil Broszko.



Benedykt Kordula, dyrektor marketingu ISOVER.

Kamil Broszko: Pandemia koronawirusa miała duży wpływ na cały biznes, w szczególności na pewne jego sektory.

W jaki sposób odbiła się na funkcjonowaniu państwa firmy i na marce ISOVER?

Benedykt Kordula: Oczywiście pandemia wymusiła szereg zmian i weryfikację priorytetów. Szybko przeorganizowaliśmy tryb pracy i wprowadziliśmy niezbędne dodatkowe środki bezpieczeństwa i ochrony zdrowia. Wszystko po to, aby jak najlepiej zadbać o naszych pracowników i klientów. Pomimo zmian utrzymujemy pełną zdolność operacyjną w nowej rzeczywistości. Pamiętajmy jednak, że nasz biznes jest mocno osadzony w branży budowlanej, co zapewniło tym razem nieco lepszą pozycję. Pandemia nie wstrzymała prac na placach budowy, a wręcz przeciwnie – zaktywizowała prywatnych inwestorów. Tym samym lockdown nie oznaczał dla nas zamrożenia kontraktów, nie wpłynął odczuwalnie na naszą markę. Z badań wynika, że branża budowlana wykazuje największy optymizm w kontekście zastanej sytuacji – w ISOVER podzielamy to stanowisko.

KB: Wydaje mi się, że można obserwować boom w budownictwie jednorodzinnym, ale branża deweloperska wstrzymała inwestycje. Który z tych kierunków jest istotniejszy dla państwa rynku: wzrost zainteresowania odbiorców indywidualnych czy spadek zainteresowania firm realizujących duże inwestycje?

BK: Nie do końca zgadzam się z pana tezą. Nowa sytuacja i związana z nią atmosfera niepewności mocno rezonowały w marcu i kwietniu. Wtedy rzeczywiście widoczny był spadek sprzedaży mieszkań, co wpływało na obniżenie cen. Tąpnięcie było skutkiem lockdownu. Dane GUS świadczą jednak o tym, że w czerwcu i lipcu rynek mieszkaniowy wrócił do aktywności, jeśli chodzi o wydawane deweloperom pozwolenia na budowę czy uruchamianie inwestycji. Same spółki raportują, że od maja z miesiąca na miesiąc sprzedaż lokali też się poprawia. Ceny wróciły do normy. To dowód na to, że w niepewnej sytuacji nieruchomości są postrzegane jako jedna z lepszych lokat kapitału. Niewątpliwie utrzymanie standardów budownictwa energooszczędnego jest tym, co dla nas najistotniejsze w tej sytuacji. W dalszym ciągu chcemy wspierać wszystkich inwe-



Fabryka ISOVER
w Gliwicach

© ARCHIWUM ISOVER (2)

storów, którzy stawiają na podnoszenie komfortu życia i ochronę środowiska poprzez odpowiedzialne, zrównoważone budownictwo.

KB: Współpracują państwo z wykonawcami prac budowlanych, firmami budowlanymi. Jak ocenia pan ewolucję i obecną sytuację tego sektora?

BK: W ostatnich latach nie tylko w Polsce, ale w całej Europie odczuwalny był brak fachowców na rynku budowlanym. Prestiż zawodu budowlanca i rola wykonawców bardzo się zmieniły. To oni są dzisiaj kluczową grupą docelową w branży. Dlatego poza wysokiej jakości ofertą produktową i najwyższym standardem obsługi staramy się wspierać i rozwijać działalność firm wykonawczych. Priorytetem jest dla nas edukacja i szkolenia, które prowadzimy w otwartym kilka lat temu Centrum Szkoleniowym ISOVER przy naszym zakładzie w Gliwicach. Warto też budzić emocje i promować najlepszych, dlatego podczas lockdownu przeprowadziliśmy konkurs fotograficzny „Mistrzowie Izolacji w Akcji!”. Zgromadziliśmy ponad 170 wysokiej jakości zdjęć, które będziemy wykorzystywać jako przykłady wzorowego wykonawstwa. Poza konkursem stale od kilkunastu lat prowadzimy program lojalnościowy zapewniający dodatkowe korzyści firmom wykonawczym stawiającym na systemy ISOVER. Wykonawcy również na co dzień korzystają ze wsparcia naszego Biura Doradztwa Technicznego.

Istotną zmianą, która może mieć konsekwencje w przyszłości, była z pewnością przyspieszona transformacja również w obszarze obsługi naszych klientów – przejście w tryb pracy zdalnej, przebudowa procesów z większym wykorzystaniem narzędzi cyfrowych, wprowadzenie sprzedaży online czy zastosowanie nowych środków ochrony zdrowia. Dla niektórych tzw. zmiany przyszłości wydarzyły się wczoraj. Jak wszystkie organizacje w kraju, firmy wykonawcze stoją przed wyzwaniem zdomowienia się w nowej rzeczywistości, w której coraz rzadziej spotykamy się z klientem twarzą w twarz, ale nie jesteśmy zwolnieni z obowiązku dostarczania wysokiej jakości serwisu i najlepszych doświadczeń.

KB: ISOVER specjalizuje się w izolacji cieplnej, a to teraz gorący temat, zważywszy na trendy i uregulowania prowa-

dzące do zmniejszania szkodliwej emisji. Jak nowe regulacje prawne wpłyną na państwa branżę?

BK: Temat izolacji termicznej w nowych i starych budynkach z pewnością jest maksymalnie podgrzewany przez wprowadzenie od 1 stycznia 2021 r. nowych warunków technicznych. To ostatni etap zmian komunikowanych z ponad siedmioletnim wyprzedzeniem i wprowadzanych stopniowo w 2014 i 2017 r. Zdania co do nich są podzielone. Z jednej strony w niektórych obszarach wymogi są wyższe niż w innych krajach europejskich. Z drugiej strony nowe przepisy dopuszczają rozwiązania, których nie można ocenić jako efektywne energetycznie, jak np. dowolność w wyborze wentylacji gruntowej. W obliczu tych rozbieżności kluczowy staje się główny cel, czyli dążenie do spełnienia założeń Europejskiego Zielonego Ładu oraz projektu neutralności klimatycznej do 2050 r. I konsekwencja w jego realizacji. Polscy producenci, architekci, deweloperzy i wykonawcy odgrywają tutaj niebagatelną rolę. W dużej mierze to na ich barkach spoczywa wysiłek przekonania inwestorów do nieco droższych, ale bardziej efektywnych, ekologicznych i przyszłościowych rozwiązań.

Od momentu ogłoszenia ustawy nasza firma, jak również inni producenci, musieli podołać wyzwaniu dostarczenia zupełnie nowych rozwiązań wspierających realizację wytycznych. Wiązało się to z inwestycjami w badania, szkolenia i kosztowną przebudowę infrastruktury. W parze z nową filozofią budownictwa musiały iść także działania edukacyjne – nie tylko dla pracowników, ale również szeroko rozumianego rynku. Tę misję realizujemy także dziś. Zasadnicza różnica – i być może też trudność – polega na tym, że na Zachodzie idea budownictwa energooszczędnego ograniczającego zużycie energii i zapewniającego niską emisję jest znana od dawna. W Polsce tak naprawdę stale jesteśmy na etapie budowania świadomości społecznej w tym zakresie. Rozwój społeczeństwa obywatelskiego z pewnością jest tutaj silnym napędem zmian. Istotne jest jednak również właśnie wsparcie rządu w stymulacji rynku i zachęty inwestycyjne, takie jak program Czyste Powietrze.

KB: Jakie są perspektywy dofinansowania termomodernizacji w programie Czyste Powietrze?

BK: Tegoroczne zmiany wprowadzone w programie Czyste Powietrze napawają optymizmem. Zasady przyznawania dotacji stały się prostsze, decyzje zapadają szybciej. Zaangażowano banki, dzięki czemu wniosek o dofinansowanie można składać wraz z podaniem o kredyt. Rozszerzono grupę beneficjentów – dotacją objęto przedsięwzięcia rozpoczęte i zakończone. Co najważniejsze, duży nacisk został położony na współpracę z gminami, które mają pomagać w składaniu wniosków i wydawaniu potrzebnych zaświadczeń. Pojawiła się także możliwość łączenia dotacji gminnych z tymi w ramach programu. Uproszczenie procedur to zapowiedź dobrych zmian. Poza programem Czyste Powietrze inwestorzy mogą korzystać z dotacji na termomodernizację, inicjatyw Stop Smog czy Mój Prąd. Wszystkie te programy z pewnością ułatwią wdrożenie ostatniego etapu nowych warunków technicznych, a co najważniejsze, poprawią jakość naszego życia i stan środowiska.

KB: Proszę opowiedzieć o najbardziej spektakularnych realizacjach w Polsce i na świecie z wykorzystaniem materiałów ISOVER.

BK: Wspieramy naszych partnerów na każdym etapie inwestycji: od koncepcji, przez projekt, aż po realizację. Dzięki temu możemy od początku wpływać na poprawę komfortu termicznego i akustycznego, a także ogólną efektywność energetyczną. W taki sposób przez ponad 25 lat zrealizowaliśmy wiele wyjątkowych budynków: domów, osiedli, biurowców, świątyń, stadionów, a nawet stacje metra. Trudno wybrać te najbardziej spektakularne, bo z każdej realizacji jestem dumny. Opowiem o trzech, które wyróżniają się skalą efektów.

W kategorii budynków jednorodzinnych na pewno warto wspomnieć o domach niskoenergetycznych budowanych w ramach programu Saint-Gobain Multicomfort. Ciekawym przykładem jest realizacja z Chorzowa. Budynek został zbudowany z prefabrykatów w technologii tzw. ciężkiego szkieletu drewnianego. Warstwy budowlane zostały zaprojektowane z wysokiej jakości materiałów Grupy Saint-Gobain, jak np. wełna szklana ISOVER Profit-Mata, Stropoterm czy płyty Rigips Pro. W ten sposób uzyskano bardzo korzystny współczynnik przenikania ciepła dla ścian zewnętrznych i dachu na poziomie 0,08 W/m²K. Badania i testy przeprowadzone w domu wykazały, że ma on dodatni bilans energetyczny. W dużej mierze na ten wynik pracują również instalacje, w tym panele fotowoltaiczne i pompa ciepła. To z pewnością przykład holistycznego podejścia do kwestii komfortu.

Niemalym wyzwaniem była realizacja Domu Ronalda McDonalda, bezpłatnego hotelu dla rodzin małych pacjentów Uniwersyteckiego Szpitala Dziecięcego w Krakowie-Prokocimiu. Dom liczy ok. 1250 m² i mieści 20 pokoi, w tym dwa apartamenty dla rodzin niepełnosprawnych, kuchnię, jadalnię, pralnię oraz ogród. To funkcjonalny budynek, który spełnia wymagania warunków technicznych obowiązujących od 1 stycznia 2021 r. Przypomnijmy, że został oddany do użytku już w 2015 r. Ma niemal zerowe

zużycie energii – wskaźnik rocznego zapotrzebowania na energię pierwotną na ogrzewanie i wentylację wynosi 70,17 kWh/m²/rok, a więc jest niższy od wymaganego od 2021 r. Było to możliwe, ponieważ zadbaliliśmy o najskuteczniejszą izolację termiczną i akustyczną wszystkich przegród budynku. Odpowiednią jakość powietrza uzyskaliśmy poprzez zastosowanie w izolacji kanałów wentylacyjnych naszych mat lamelowych Ventilam Alu Plus.

Realizacją, o której komforcie każdy ma szansę się przekonać osobiście, jest katowicki NOSPR. Budynek Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia to jedna z najciekawszych inwestycji ostatnich lat. Obiekt spełnia najbardziej wymagające parametry. Podwójne ściany, wełna mineralna, okna i drzwi o podwyższonej izolacyjności, bezszumowe instalacje i specjalnie projektowane szczelne i bezdźwięczne oprawy oświetleniowe to tylko kilka rozwiązań zastosowanych w NOSPR. Każde źródło dźwięku i drgań musiało zostać przewidziane, zbadane i zaizolowane. Udało się to osiągnąć m.in. dzięki zastosowaniu materiałów ISOVER. Wykorzystane izolacje techniczne mają na celu przede wszystkim zabezpieczenie wyposażenia technicznego przed oddziaływaniem czynników zewnętrznych, ochronę przed utratą energii, a także redukcję hałasu pochodzącego z instalacji.

KB: Czym charakteryzują się produkty ISOVER, które otrzymały Godło „Teraz Polska”?

BK: Znak „Teraz Polska” towarzyszy produktom ISOVER od 2006 r. Obecnie Godło można zobaczyć na 19 produktach z serii ISOVER Dach przeznaczonych do izolacji dachów i poddaszy. To kluczowa przegroda – możemy przez nią tracić nawet 30 proc. energii. Dlatego proponowane przez nas systemowe rozwiązania zapewniają uniwersalną ochronę zarówno poddaszom użytkowym, jak i nieużytkowanym, dachom w domach nowych, jak i tych sprzed 2000 r. Szczególnie polecane są do termoizolacji dachów skośnych, gdzie świetnie sprawdza się technologia łącząca doskonałe właściwości cieplne i akustyczne z otwartością dyfuzyjną i niepalnością. Warto zaznaczyć, że nasze produkty zapewniają komfort ciepła, ciszy, ale wpływają także na dobrą jakość powietrza, ponieważ „oddychają”, chronią przed gromadzeniem się wilgoci w przegrodach.

KB: Jakie było biznesowe uzasadnienie decyzji o starcie w Konkursie „Teraz Polska” i czy posługiwanie się Godłem „Teraz Polska” przyniosło określone skutki?

BK: Warto walczyć tylko o takie wyróżnienia, które mają rzeczywistą wartość, prestiż i rozpoznawalność rynkową. Godło „Teraz Polska” to od blisko 30 lat synonim najwyższej jakości tworzonej w naszym kraju. Synonim, który od 2006 r. bardzo dobrze charakteryzuje nasze produkty powstające w gliwickiej fabryce pod okiem naszych inżynierów. Jestem przekonany, że to wyróżnienie stanowi istotny składnik naszego sukcesu i jest potwierdzeniem siły rynkowej naszej marki i siły całego zespołu ISOVER.

Jakość w biznesie

Czy jakość jest kluczową wartością oczekiwaną przez krajowych konsumentów? O odpowiedź poprosiliśmy liderów przedsiębiorstw działających na polskim rynku – właścicieli, członków zarządów, menedżerów. Przedstawiamy ich opinie.



© GRUPA SELENA

Mariusz Kośmider,
globalny dyrektor ds. jakości
w Grupie Selen, firmie
produkującej chemię
budowlaną

W Grupie Selen jakość to coś więcej niż konkurencyjność. To miara wyznaczająca kierunek naszych działań w kraju i za granicą. Selen posiada 35 spółek w 17 krajach, a nasze produkty są obecne w ponad stu. Walka o rynki

zagraniczne jest bardzo trudna. Selen uznaje, że najskuteczniej będzie w stanie konkurować jakością, i to na nią postawiła. Dlatego od ponad 28 lat tworzy i z sukcesem wdraża swoje rozwiązania chemii budowlanej na całym świecie. Jako przykład może tu posłużyć tegoroczna aplikacja Seleny na dachu portu lotniczego Porto Alegre w Brazylii – na powierzchni 19 tys. m kw. zamontowano powłokę chłodzącą Cool-R, obniżającą temperaturę zewnętrzną dachu z 86 do 34 stopni Celsjusza. Nie pozostawiamy jakości przypadkowi, ale konsekwentnie do niej dążymy na wszystkich etapach: od opracowania innowacji, przez produkcję i marketing, po sprzedaż oraz bliski kontakt z użytkownikiem. Od ponad dwóch dekad wiele polskich przedsiębiorstw doświadcza wpływu globalizacji, której towarzyszą nieprzewidywalność, kompleksowość, konkurencyjność i dynamika zmienności biznesowej. Łańcuchy dostaw są coraz bardziej skomplikowane – przy jednoczesnym zachowaniu precyzyjnych terminów dostaw dobrych jakościowo produktów do klientów. Wybierając produkt, konsumenci kierują się marką firmy, reputacją, recenzjami samego produktu oraz własnymi doświadczeniami. W Selenie jakość rozumiana jest przez pryzmat zasady: nie przyjmuj, nie produkuj, nie podawaj złej jakości dalej. Jest to zasada niebywale uniwersalna, mająca zastosowanie we wszystkim, co robimy. Kultura jakości w firmie Selen zaczyna się od czterech obszarów, którymi są: kompetencje i ciągły rozwój pracowników, standaryzacja procesów zarządzania, ciągłe doskonalenie systemu zarządzania oraz koncentracja na jakości procesów wytwarzania i jakości produktu. Firma podejmująca trud budowania kultury jakości bez wątpienia wpływa na swoją przewagę konkurencyjną w obliczu wspomnianej globalizacji.

Magdalena Suchanek, dyrektor Departamentu Jakości Banku Millennium

Jakość, która jeszcze niedawno była wyróżnikiem, coraz częściej staje się cechą bezwzględnie wymaganą. Oczekiwania klientów rosną i są bardziej złożone. Jakość dotyczy teraz głównie doświadczeń klienta w relacji z markami. Doświadczenia te muszą być rozpatrywane na bardzo wielu płaszczyznach: oczekiwań, efektywności, czyli wysiłku włożonego w zakup, a nawet emocji. W czasach COVID-19 wymiarem jakości, którego rola znacząco wzrosła, jest bezpieczeństwo – fizyczne, wynikające z nowych standardów sanitarnych, ale też wszystkie inne działania wzmacniające poczucie bezpieczeństwa. Dodatkowo klienci bardzo szybko przenoszą oczekiwania między branżami. Skoro u fryzjera od lat są częstowani kawą, tego samego oczekują w warsztacie samochodowym.

Doświadczenia konsumentów decydują o przewadze konkurencyjnej i często są trudniejsze do skopiowania niż sama oferta. Firmy starają się awansować do kategorii *love brands*, czyli marek, z którymi klienci chcą być związani, bo dostają od nich ponadprzeciętne doświadczenia – i to nie zawsze związane z zaspokajaniem podstawowych potrzeb na wysokim poziomie. Nie kupujemy kawy, tylko atmosferę i sposób spędzania czasu, nie skupiamy się na produkcie finansowym, tylko na realizacji potrzeby bezpieczeństwa i zaufania. Liderzy dostarczania pozytywnych doświadczeń korzystają z magii dwóch pojęć: lojalności i rekomendacji. Zadowoleni klienci są wyraźnie bardziej lojalni – nie odchodzą do konkurencji, dokonują ponownych zakupów, aktywniej korzystają z usług. Częściej są też skłonni polecić daną firmę rodzinie i znajomym. A rekomendacja jest jedną z najbardziej pożądanych sił napędowych sprzedaży. W erze mediów społecznościowych opinie konsumentów zyskały nowe znaczenie i ogromną siłę. Dlatego jakość, wymagana przez konsumentów, przynosi biznesowi wymierne korzyści, a jej brak – straty.

Mirosław Jędrzejczyk, prezes zarządu Grupy Tubądzin, produkcjącej płytki ceramiczne

W sytuacji pandemii koronawirusa, w której obecnie się znajdujemy, przetrwają wyłącznie producenci, którzy przez lata zdołali zapracować sobie na zaufanie klientów. A zaufania nie buduje się inaczej niż poprzez jakość produktu. Jednak jakość to także obsługa klienta, współpraca z partnerami i kontrahentami oraz relacje w zespole. W świecie, w którym klienci mają nieograniczony wybór produktów, w którym wzrasta konkurencja, zachodzą procesy globalizacji i wszyscy martwimy się o przyszłość w związku z niepewną sytuacją gospodarki, jakość ma ogromne znaczenie. Można powiedzieć, że decyduje ona również o rozwoju organizacyjnym firmy i możliwościach pozyskania nowych klientów. Tubądzin stawia na jakość od początku swojego istnienia. Mimo pandemii rozwijamy się, aby dostarczać klientom właśnie najwyższą jakość usług. Rozbudowaliśmy Centrum Logistyczne w Cedrowicach, co jeszcze bardziej usprawni naszą współpracę z dystrybutorami i partnerami handlowymi. Dzięki uruchomieniu zautomatyzowanej strefy kompletacji zamówień skrócimy czas realizacji dowolnego zamówienia do kilkunastu godzin i będziemy w stanie zwiększyć ich liczbę o 50 proc. To właśnie jest dla mnie nieustanne dążenie do coraz wyższej jakości, rozumianej szerzej niż produkt. Jeśli zaś chodzi o sam produkt, to Tubądzin jest liderem w branży od ponad 30 lat, a nasi klienci wybierają nas ze względu na światową jakość naszych płytek ceramicznych.

Tomasz Latała-Golisz, dyrektor zarządzający Nissan Sales Central & Eastern Europe

Samochody Nissana są znane na całym świecie: od obu Ameryk, przez Europę i Afrykę, po Azję i Oceanie. Jako marka składamy swoim klientom obietnice, których dotrzymujemy już od niemal 100 lat, stale dążąc do najwyższej jakości – a ma ona dla nas wiele wymiarów. Nissan to przede wszystkim jakość doświadczeń, które klient zbiera od przekroczenia progu salonu czy wysłania e-maila aż do ostatniego przejechanego kilometra. Marka kieruje się globalnym zestawem wartości, z których najważniejszą jest pełne zrozumienie potrzeb użytkowników na każdym etapie kontaktu i odpowiednie dostosowanie kompleksowej oferty (np. oferty finansowania zakupu, odkupu, przedłużonej gwarancji, kontraktów serwisowych). Troskliwa obsługa klienta – obecnego lub potencjalnego – to dla nas budowanie realnej jakości spod znaku Nissana. Każdy lubi i chce czuć się wyjątkowo, dlatego w Nissanie tak dużą wagę przywiązujemy właśnie do jakości obsługi. Stale szkolimy nasze zespoły, podnosimy standardy i – co niezwykle ważne – poznajemy opinie klientów.

W Nissanie jakość to także innowacyjne i komfortowe rozwiązania stosowane w naszych produktach, nad którymi codziennie pracujemy. Coraz lepsze osiągi i coraz liczniejsze usprawnienia dla użytkownika budują reputację marki, opartą na słynnej japońskiej precyzji i niezawodności. Pożądana przez klienta jakość to również materiały, które nie tylko są wytrzymałe, ale też cieszą wyjątkową stylistyką i doskonałym gatunkiem. Przykładami mogą tu być: ekskluzywna skóra nappa w wyjątkowych kolorach, wysokiej jakości systemy audio czy systemy wspomagające kierowcę, których przybywa w naszych modelach i których poszukuje współczesny, coraz bardziej wymagający klient.



© ZP WIK

Piotr Niemiec, prezes zarządu Zabrzeńskiego Przedsiębiorstwa Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o.

Płynąca w zabrzeńskiej sieci woda, dostarczana w nowoczesny sposób, spełnia najwyższe normy wody przeznaczonej do spożycia. To efekt długofalowego myślenia o nowym systemie produkcji i dostarczaniu wody w mieście. Dziś, dzięki trwającym wiele lat kosztownym inwestycjom, mieszkańcy nie mają powodów do zmartwień ani o jakość wody, ani o jakość świadczonych przez nas usług.

Krajowi konsumenci oczekują wysokiej jakości usług i produktów. Są również coraz bardziej świadomi swoich praw. Jednak ciągle pokutuje wśród nich przekonanie, że wysoką jakość można otrzymać za niską cenę. A to nieprawda. Woda w Zabrzu nie jest tania, ale jej cena odzwierciedla wysokość nakładów poniesionych na bezpieczeństwo dostaw. Ostatnie 15 lat to dla miasta i zabrzeńskich wodociągów okres wzmożonej pracy. To ogromne inwestycje w nowoczesną technologię oczyszczania i dostarczania wody, a także w poprawę gospodarki ściekowej. Chcąc zmniejszyć wpływ przedsięwzięć na wysokość taryfy, kiedy tylko jest to możliwe, sięgamy po dofinansowanie. Prawie miliard złotych wydanych wspólnie z miastem na inwestycje zmieniło oblicze infrastruktury wodno-kanalizacyjnej w Zabrzu. By inwestować, zmuszeni byliśmy zaciągnąć kredyty komercyjne na wkład własny. Mamy satysfakcję, że stworzyliśmy coś bardzo ważnego dla miasta. Niestety skutkiem ubocznym jest wpływ na wysokość taryfy, będącej dla przedsiębiorstwa jedynym źródłem utrzymania. W tym roku stanęliśmy w obliczu nowych wyzwań, związanych z pojawieniem się COVID-19. Jest to coś, czego nie doświadczyliśmy nigdy wcześniej. Musieliśmy szybko się przeorganizować, żeby zabezpieczyć potrzeby mieszkańców. Zależy nam, aby odbiorcy mieli pewność, że nasze funkcjonowanie oparte jest na solidnych podstawach. Dotychczasowe doświadczenia wskazują, że również w trudnych warunkach zachowujemy gotowość i ciągłość dostaw wody oraz zapewniamy bezpieczeństwo sanitarne. Takie nagrody jak Godło „Teraz Polska” i Przedsiębiorstwo Fair Play potwierdzają wysoką jakość naszych usług. Mieszkańcom dają gwarancję, że jesteśmy dobrymi partnerami w tworzeniu miejskiej rzeczywistości, a dla naszych pracowników stanowią źródło satysfakcji.

Krzysztof Nagodziński, członek zarządu BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o.

W branży AGD szczególnie zauważamy, jak istotny jest sprzęt wysokiej jakości, ponieważ konsumentom zależy, by urządzenia służyły bezawaryjnie przez lata. Polacy zwracają też uwagę na innowacyjne funkcje, zapewniające m.in. energooszczędność. W obszarze technologii cyfrowych rozwijamy platformę Home Connect i obserwujemy, że nasi klienci coraz częściej wybierają urządzenia połączone z Internetem, które są zazwyczaj droższe, ale zapewniają więcej udogodnień, takich jak zdalne zarządzanie domem z dowolnego miejsca na świecie. Szczególnie w okresie pandemii konsumenci doceniają urządzenia AGD wysokiej jakości. Dużo czasu spędzamy teraz w domu, gotując dla rodziny i przyjaciół, co zweryfikowało użyteczność i trwałość wielu sprzętów. W związku z pracą zdalną znacząco rozwija się również rynek zaawansowanych, w pełni automatycznych ekspresów do kawy. Konsumenci inwestują w innowacyjne urządzenia wysokiej jakości, by móc cieszyć się smakiem dobrej kawy, przyrządzanej dotychczas w biurach i kawiarniach. Automatyczny ekspres stał się więc ważnym elementem wyposażenia naszych kuchni.

Dr hab. Mirosław Kwaśniewski, prezes firmy Imagine.me, zajmującej się badaniami genetycznymi

Rynek badań genetycznych w Polsce jest raczej niewielki i dopiero zaczyna się rozwijać, podobnie jak stopniowo wzrasta świadomość klientów. Niewątpliwie istotną grupą odbiorców usług analiz DNA i badań genetycznych są klienci, którzy korzystają z nich w celach diagnostycznych lub terapeutycznych. A więc już na starcie są to osoby bardziej świadome tego, czego chcą i jakiej jakości oczekują, oraz – co ważne – znające rynek przynajmniej w podstawowym stopniu. Tacy klienci pytają o bardzo szczegółowe i kluczowe kwestie: zakres i wiarygodność badań, stosowane technologie, zakres wnioskowania, wreszcie bezpieczeństwo danych czy wręcz dostęp do danych surowych. Zwracają uwagę na to, czy analiza jest wykonywana w Polsce, przez kogo, w jakim laboratorium. Są dociekliwi, co bardzo dobrze o nich świadczy. Dla takich klientów podstawowym kryterium jest z pewnością jakość, a nie cena. Na razie ta grupa stanowi mniejszość, ale dzięki odpowiedniej edukacji możemy sprawić, że coraz więcej osób będzie świadomych, jak ważne w diagnostyce i profilaktyce są badania genetyczne. W kontekście danych wrażliwych, takich jak informacje o zdrowiu czy predyspozycjach zawartych w DNA, cena będzie odgrywała mniejszą rolę, bo są to badania robione na całe życie, a wnioski z nich są bardzo istotne.



© JAWOR-PARKIET

Janusz Gawiński, dyrektor generalny firmy Jawor-Parkiet, produkującej podłogi drewniane

Tanio, dużo, szybko – na szczęście to hasło odchodzi już w zapomnienie, a w centrum zainteresowania pojawiają się inne cechy: produkty mają być naturalne, lokalne, na długie lata. Jakość zaczyna odgrywać ważniejszą rolę w wyborach konsumenckich. Klienci są coraz bardziej świadomi i mają większe oczekiwania. Chcą zainwestować w produkt z wysokiej jakości surowca, pochodzącego ze sprawdzonego źródła i pozyskanego w racjonalny sposób. Nie chcą już produktów, które szybko tracą wartość, ulegają zniszczeniu. Oczekują pewności, długoletniej gwarancji, produktu szytego na miarę, odpowiadającego na indywidualne potrzeby. To szansa dla polskich marek, które w swojej działalności opierają się na tradycji, pasji i doświadczeniu – takich jak my. Dzięki temu trendowi mamy pewne miejsce na rodzimym rynku. Jawor-Parkiet od początku swojej działalności czyni jakość najwyższym priorytetem. Z roku na rok zauważamy w Polsce rosnące zainteresowanie naszymi produktami. Nieustannie poszukujemy najlepszych gatunkowo surowców w kraju i na świecie. Inwestycje w nowoczesne linie produkcyjne, badania i testy wytrzymałości w połączeniu z wieloletnim doświadczeniem sprawiają, że nasz produkt jest w stanie sprostać wymaganiom nawet najbardziej wymagających klientów. Skupiamy się również na edukacji konsumentów. Popularyzujemy zagadnienia branżowe, tworzymy przystępne poradniki, udostępniamy kompleksowe informacje na temat naszych podłóg drewnianych, bo wiemy, że produkt spełnia najbardziej restrykcyjne normy. Z satysfakcją obserwujemy, jak dzięki naszemu zaangażowaniu i dbałości o szczegóły rośnie grono klientów, którzy uważają jakość za kluczową cechę.

Jakub Gromek, prezes zarządu Mazurskiej Manufaktury Alkoholi

Od kilku lat świadomość polskich konsumentów stale rośnie, przede wszystkim w przypadku sektora spożywczego. Polacy przywiązują coraz większą wagę do składu produktów, czytają etykiety i dokonują bardziej przemyślanych wyborów. To już nie cena, ale właśnie jakość jest najistotniejszym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji zakupowych. Polacy stają się zamożniejsi i są skłonni zapłacić więcej za jakościowy towar. Szczególnie wyraźnie widać to na rynku alkoholi, co potwierdzają wyniki badania przeprowadzonego przez agencję Puzzle Research. W latach 2017–2019 co piąty polski konsument zmienił swoje zwyczaje dotyczące wyboru alkoholu. Respondenci zwracają większą uwagę na producenta i jakość wyrobu. Stają się także coraz bardziej otwarci na nowości i zmieniają przyzwyczajenia, skupiając się przede wszystkim na celebracji smaku. Równie kluczowe dla krajowego konsumenta jest dziś wspieranie polskiej produkcji. W bieżącym roku pandemia COVID-19 wzmocniła ten trend. Dobitnie widać to w raporcie z badania „Solidarność konsumenta w dobie koronawirusa”, przeprowadzonego w kwietniu 2020 r. przez stowarzyszenie SEMI. Okazuje się, że aż dla 61 proc. ankieterów informacja o kraju pochodzenia jest priorytetowa. Dla porównania: w poprzednim badaniu SEMI z 2013 r. było to jedynie 23 proc.

Adam Silny, prezes zarządu ISS RFID Sp. z o.o.

Deklaracje konsumentów, że zależy im, by otrzymywać produkty wysokiej jakości, nawet gdyby mieli zapłacić wyższą cenę, nie dziwią. Przekonuję się jednak, że w obecnej, kryzysowej sytuacji gospodarczej decydującym czynnikiem w wyborach zakupowych jest cena. Szczególnie teraz klienci zwracają uwagę na atrakcyjne okazje czy promocje. Nawet na rynku, na którym działa ISS RFID – dostarczamy zaawansowane technologicznie produkty i specjalistyczne usługi klientom biznesowym – główną rolę odgrywa jak najniższy koszt. Widzę dwie przyczyny takiego stanu rzeczy. Po pierwsze, standaryzacja produktów i usług technologicznych jest tak daleko posunięta, że konkurować można przede wszystkim ceną. Po drugie, bardzo ważnym aspektem jest postęp technologiczny. Produkt czy usługa bardzo szybko przestają być atrakcyjne ze względu na udoskonalenia i rozwój kolejnej generacji rozwiązań, która szybko pojawia się na rynku. W naszej branży wysoka jakość to standard, a serwis i możliwość zaspokajania indywidualnych oczekiwań stanowią istotny element decyzji, niemniej jednak na wybory klientów najsilniej wpływa zwrot z inwestycji (ROI). Uważam, że w dobie kryzysu każda firma będzie zwracała uwagę na to, aby uzyskać jak najlepszą jakość za jak najniższą cenę.

Andrzej Gutowski, wiceprezes, dyrektor sprzedaży i marketingu Ronson Development

Firma deweloperska Ronson Development od 20 lat działa na polskim rynku. Dwie dekady doświadczenia pozwalają na postawienie mocnej tezy: jakość jest obecnie bardzo ważnym czynnikiem, wpływającym na decyzje zakupowe w każdym segmencie rynku mieszkaniowego. Ten trend rozwijał się przez lata, wraz z bogaceniem się społeczeństwa oraz zwiększaniem się i wzmacnianiem konkurencji na rynku. Oczywiście oczekiwania klientów, którzy kupują swoje pierwsze mieszkanie (zwanych *first buyers*), nie są tak wysokie jak wymagania osób, które nabywają kolejne lokale, jednak dla obu segmentów charakterystyczny jest wzrost świadomości konsumenckiej, potrzeb i wymagań. *First buyers*, chociaż wciąż koncentrują się głównie na cenie i lokalizacji, coraz częściej zwracają uwagę na sposób zorganizowania części wspólnych inwestycji i towarzyszącej im infrastruktury. Ważna jest tu baza handlowa, usługowa, gastronomiczna, edukacyjna, ale też przestrzeń do aktywnego spędzania wolnego czasu. Klienci, którzy kupują kolejne mieszkania (nazywani klientami wyrobionymi), w swoich decyzjach zakupowych kierują się najnowocześniejszymi i najbogatszymi jakościowo kryteriami. Przy czym obecnie nie chodzi o złoto i marmury, charakterystyczne dla luksusu lat 90., tylko raczej o lokalizację blisko centrum miasta i komfort życia. Przykładem jest Nova Królikarnia – projekt, który zrealizowaliśmy na terenie pięciohektarowego parku w sercu warszawskiego Mokotowa. Inwestycję wyróżniają prywatne ogrody, przestronne i doświetlone przestrzenie, ale również rozwiązania ekologiczne i *smart*. Jej sukces wzmocniła pandemia COVID-19. Klienci szukają teraz zielonego azylu. Miejsca, gdzie znajdują przestrzeń do relaksu i odpoczynku, a jednocześnie wciąż będą bardzo blisko centrum miasta.

Magdalena Bugajło, dyrektor ds. komunikacji marketingowej i PR w DHL Parcel

Wysoka jakość usług to cecha bardzo istotna z perspektywy klienta. Składa się na nią wiele elementów. DHL Parcel to firma kojarzona m.in. z dobrą ofertą, szybką dostawą i miłą obsługą. Każda z tych przewag ma duże znaczenie na rynku usług kurierskich, który w Polsce rok do roku rośnie w dwucyfrowym tempie. Z pewnością wśród atutów DHL Parcel kluczowe są: wysoka jakość, koncentracja na innowacyjnych rozwiązaniach, elastyczność w dostosowaniu procesów do oczekiwań klienta i doskonałe przygotowanie do obsługi dynamicznie rozwijającego się rynku e-commerce.

Jednym z najważniejszych kryteriów jest dla klientów wygoda odbioru przesyłki. Projektując rozwiązania logistyczne dla branży e-commerce, skupiamy się na stylu życia odbiorców, dla których liczą się informacja o czasie dostawy, dopasowanie miejsca doręczenia do indywidualnych preferencji, a także przedstawienie różnych opcji i możliwość odbioru w pobliskiej lokalizacji. Stąd spektakularny rozwój obsługi klientów w punktach partnerskich. W przypadku dostaw do punktu dużymi plusami są bliskość miejsca zamieszkania, dogodne godziny odbioru paczki i długi czas przewidziany na odbiór – przesyłka czeka na odbiorcę aż siedem dni.

Janusz Konopka, prezes zarządu Speedmail Sp. z o.o., alternatywnego operatora pocztowego

Jako operator pocztowy zajmujący się obsługą korespondencji masowej funkcjonujemy w obszarze B2B, a odbiorcami naszych usług są działające w Polsce przedsiębiorstwa oraz instytucje. Konkurując z innymi podmiotami, budujemy swoją pozycję przede wszystkim przez nieustanne podnoszenie jakości. Ta jednak nie zawsze jest dla naszych klientów czynnikiem decydującym. W przypadku jednostek samorządowych czy spółek komunalnych kluczowe znaczenie mają wymogi określone w postępowaniu przetargowym. Jak łatwo się domyślić, dla komisji dysponujących publicznymi środkami najważniejsza jest cena produktu albo usługi. Jest ona najistotniejsza również w większości przetargów dotyczących obsługi korespondencji. Coraz częściej zdarza się jednak, że urzędy miast, przedsiębiorstwa wodociągów i kanalizacji, urzędy pracy oczekują czegoś więcej. W odniesieniu do przesyłek takich jak faktury lub monity najważniejsze stają się terminowość i skuteczność doręczenia, jak najmniejsza liczba reklamacji i sprawna obsługa klienta. Można więc zauważyć coraz wyraźniejszy nacisk na jakość i niezawodność realizowanych usług. Jeśli chodzi o odbiorcę komercyjnego, to cena także odgrywa sporą rolę, ale rzadziej bywa czynnikiem decydującym. Dla banków, operatorów telekomunikacyjnych, firm ubezpieczeniowych bardzo istotne jest to, by mieć pełną kontrolę nad procesem doręczenia i monitorować jego efektywność. Poszukują więc wysokiej jakości rozwiązań, które im to umożliwią. W naszym przypadku są to narzędzia takie jak system GPS online, pozwalający na śledzenie wszystkich rodzajów przesyłek, czy aplikacje klienckie i systemy do raportowania.

Renata Zielińska, dyrektor Departamentu Sprzedaży i Relacji z Klientami e-Service, dostawcy bezgotówkowych usług płatniczych

Nowoczesne technologie sprawiają, że niemal wszyscy konsumenci mają łatwy dostęp do cyfrowego rynku produktów i usług, który z racji silnej konkurencji bardzo często oferuje porównywalny poziom cen. W efekcie ten – dotąd kluczowy – parametr wyboru przestaje wystarczać jako podstawa decyzji, przed którymi stają kupujący. Nic więc dziwnego, że wyniki badań preferencji konsumentów coraz częściej wskazują na ich gotowość do wydania większej kwoty w zamian za wyższą jakość produktu, który chcą nabyć. Dobrym i uniwersalnym odzworowaniem jakości jest satysfakcja, czyli zadowolenie z zakupu produktu, jego użytkowania oraz interakcji ze sprzedawcą czy usługodawcą. Związane z nią wnioski i wrażenia składają się na doświadczenie klienta, a w sektorze usług – doświadczenia użytkownika. To właśnie te dwa czynniki zaczynają odgrywać kluczową rolę w decyzjach klientów i opiniach, którymi się dzielą. Podobne mechanizmy obserwujemy na rynku B2B. Satysfakcja naszych klientów – przedsiębiorców, sprzedawców i usługodawców – jest uzależniona od zadowolenia konsumentów, którzy podczas zakupów w ich sklepie albo zamawiania ich usługi płacą kartą, korzystając z rozwiązań, których im dostarczamy. Jako że absolutna większość konsumentów oczekuje możliwości zapłacenia kartą, już sama dostępność tej opcji wpływa na lepszą ocenę sprzedawcy i zainteresowanie jego ofertą. Jeśli dodać do tego możliwość wyboru dogodnego sposobu płatności – kartą, blikiem, na terminalu, smartfonie albo przez Internet, bramką płatniczą czy bezpiecznym linkiem – okazuje się, że nasza usługa realnie wpływa na ocenę jakości ofert i wiarygodności naszych klientów. Przekłada się to na ich zadowolenie z większej sprzedaży i na pozytywne doświadczenia kupujących, czego efektem jest satysfakcja przedsiębiorcy. Dziś przedsiębiorcy – podobnie jak konsumenci – rozumieją, że czasy przeciętnych ofert mijają, a jakość jest wartością, za którą zdecydowanie warto zapłacić.

Robert Sosnowski, dyrektor zarządzający agencji reklamowej Biuro Podróży Reklamy

Według moich obserwacji przez ostatnie 20 lat królowały niska cena, rabat, promocja – pojęcia te zostały odmienione przez wszystkie przypadki, zwłaszcza przez ścigających się sprzedawców elektroniki. I gdzie oni teraz są? Marka Saturn została zlikwidowana, Media Markt tnie powierzchnie sklepów. Lenin śmieje się w grobie tak głośno, że śmiech ten słychać na całym świecie. Bo gospodarka wolnorynkowa stworzyła Internet, a Internet umożliwia porównywanie cen nie tylko elektroniki, ale właściwie każdego produktu czy usługi. Zrównywanie cen w usługach lub w produkcji prowadzi do wyrównywania wynagrodzeń uczestników tego otwartego i dostępnego rynku. Walka ceną była pierwotnie strategią marek, ale stała się koniecznością. Nowe organizacje, lepiej optymalizujące koszty, wygrywają, licząc na to, że zarobią, gdy urosnie ich pozycja rynkowa. Ale to niemożliwe, bo już depczą im po piętach następni, którzy sprzedadzą jeszcze taniej i będą pracować jeszcze dłużej, szybciej, sprawniej. Jest to też wyścig z innymi kulturami pracy, z determinacją innych podmiotów. Zrównuje się marża, która jest generalnie niska. Branża detalistów elektroniki to tylko papiererek lakmusowy dla całego rynku. To, o czym mówię, dotyczy większości innych dziedzin. Niska cena, będąca wynikiem istnienia Internetu, implikuje poślednią jakość. Z badań wynika, że konsumenci tęsknią za trochę lepszą jakością. I będzie im ona dana. Zamiast 7/10 otrzymają 8/10 za nieco wyższą cenę. Co zupełnie nie zmienia sytuacji podmiotów biznesowych, ponieważ ich marża, mimo wspomnianej zmiany, nie będzie miała szansy urosnąć.

Paweł Przybylski, senior creative planner w agencji reklamowej Kamikaze

Patrząc na postawy konsumenckie, nie sposób pominąć kwestii wpływu pandemii koronawirusa. Spowodowała ona, że na horyzoncie rysuje się typ konsumenta postpandemicznego, określanego mianem hipsteadera (zapożyczenie z języka angielskiego, łączące słowa *hipster* i *homesteader*).

Hipsteader (inaczej DIYus, *domesticus*) uważa na to, co i od kogo kupuje. Wiedzie życie przewidywalne i samowystarczalne, w którym luksus to nie rzeczy, ale sposób myślenia. To świadomy konsument, który na pierwszym miejscu stawia zrównoważone podejście, zarówno w warstwie ekologicznej (*zero waste*, drugie życie produktów), jak i w kwestii pochodzenia towarów. Wybiera najczęściej produkty lokalne, zwłaszcza te pochodzące od małych wytwórców (rzemieślników, rolników). To również konsument, który jakość produktu ceni wyżej niż ilość. Unika sieciówek i niepotrzebnych gadżetów zajmujących przestrzeń; może sam tworzyć to, czego potrzebuje, z tego, co ma pod ręką, lub decyduje się na produkty z wysokiej półki (nierzadko towary high-endowe), które posłużą mu dłużej albo lepiej zaspokoją jego potrzeby. Oczywiście taki typ konsumenta był z nami już od dłuższego czasu, jednak dopiero lockdown i jego konsekwencje sprawiły, że o hipsteaderze zrobiło się głośno. Niemal połowa konsumentów uświadomiła sobie, jak wiele rzeczy posiada, i deklaruje chęć korzystania z nich zamiast zakupu nowych – tak wynika z raportu Infuture Institute „Renewed Reality”. Specyfika zmian związanych z pandemią pozwala przypuszczać, że w perspektywie długoterminowej hipsteader nie tylko nie zniknie, ale wręcz odegra znaczącą rolę w nowej rzeczywistości. Dlatego jakość, zaraz obok zrównoważonej produkcji, będzie umacniać swoją pozycję wśród czynników wpływających na zakup produktu.

Krzysztof Nowak, prezes
zarządu Uniwersal Sp. z o.o., firmy
produkującej wentylatory dachowe

Od 30 lat produkujemy wentylatory dachowe i wywietrzniki grawitacyjne. W tym czasie wydarzyło się wiele sytuacji, które potwierdzają, że jakość ma kluczowe znaczenie. Przypominam sobie zdarzenie z mojego życia prywatnego. Moją pasją jest jeździectwo i pewnego dnia kolega, który również uprawia ten sport, pyta mnie w stajni: „Krzysztof, słyszałem, że twoja firma produkuje wentylatory dachowe, a ja mam problem, bo po wielu latach eksploatacji silnik w moim wentylatorze wysiadł. Czy mógłbym go przywieźć do ciebie? Może go naprawisz?”. Ja na to: „Oczywiście, Piotr, zobaczymy, co da się zrobić. Nie wiem, co masz na dachu, ale jeśli będzie to urządzenie, do którego nasze podzespoły nie pasują, dobiorę ci odpowiednik z naszej oferty”.



„Wolałbym naprawę – odpowiada Piotr – bo ten wentylator jest znakomity, pracuje już u mnie 15 lat bez przerwy i nikt nigdy do niego nie zaglądał. Teraz mieliśmy remont, elektryk po prostu nie podpiął zabezpieczenia silnika i brak fazy spowodował awarię”. Następnego dnia Piotr przyjeżdża z wentylatorem, który



okazuje się produktem naszej firmy. Naprawa trwała chwilę, ale do dzisiaj pamiętam, jak bardzo mój kolega wychwalał jakość naszego produktu. Nie ma lepszego dowodu – jakość produktu jest kluczowa dla konsumenta, a zespół firmy Uniwersal od początku działalności zwraca na to największą uwagę.

Sławomir Zająć, dyrektor Biura Marketingu
Grupy Azoty SA, przedsiębiorstwa z branży chemicznej

Fakt, że konsumenci wskazują jakość jako kluczowe kryterium przy podejmowaniu decyzji zakupowej, bardzo nas cieszy. Również rolnicy deklarują, że zwracają uwagę na jakość produktów, które wysiewają na swoje pola. Nic więc dziwnego, że trzy czwarte z nich sięga w każdym sezonie po co najmniej jeden z produktów oferowanych przez Grupę Azoty. Zdajemy sobie sprawę, że wymagania jakościowe naszych klientów rosną i się zmieniają, tak jak zmienia się całe rolnictwo. Grupa Azoty poszukuje równowagi między działalnością człowieka a środowiskiem naturalnym. Dostrzegamy potrzeby współczesnego rolnictwa, a jednocześnie – zagrożenia, jakie niosą za sobą zmiany klimatyczne. Dlatego unowocześniamy nasze produkty w taki sposób, żeby pomagać w ograniczaniu niekorzystnych skutków suszy i dostosowywaniu się roślin do zmiennych warunków atmosferycznych, ograniczać straty azotu i innych cennych składników podawanych w nawozie, ale też wspomóc pobieranie takich składników z gleby. Pracujemy nad tym, aby korzystanie z naszej oferty umożliwiało rolnikom produkcję bardziej przyjazną środowisku, lecz nadal skuteczną i efektywną. Swoje nawozy testujemy w pierwszej kolejności na polskich glebach i liczymy, że pierwszymi klientami, którzy będą po nie sięgać, nadal będą właśnie polscy rolnicy.

Dobrochna Janik, główny menedżer
w agencji marketingowej Altavia Polska

Czy polski konsument jest skłonny zapłacić więcej za lepszy towar? Na poziomie deklaracyjnym z pewnością tak jest. Coraz częściej słychać, że nie stać nas na tanie produkty niskiej jakości, coraz głośniej mówimy o zrównoważonej gospodarce, podejściu ekologicznym, znaczeniu jakości. Zwrócenie uwagi na jakość jest bardzo widoczne w przypadku marek własnych, których towar z „przede wszystkim taniego” stał się towarem „niedrogim, ale jakościowym”. Kiedy jednak wziąć pod uwagę liczbę ofert, kampanii, promocji typu „2 + 1”, „20 proc. na produkt X do dnia Y”, to widać, że skłonni jesteśmy zapłacić więcej, ale równocześnie szukamy okazji, by za ten lepszy, jakościowy towar zapłacić mniej. Czy COVID-19 drastycznie coś zmienił? Obniżenie zarobków, zagrożenie utratą pracy, strach o bezpieczeństwo i troska o budżet zmieniają podejście konsumentów. Bardziej zwracamy uwagę na stosunek jakości do ceny. Ważna jest dla nas łatwość zakupu, ale też zaufanie do marki. W okresie pandemii większe znaczenie przypisujemy lokalnemu pochodzeniu produktu oraz postępowaniu marek względem pracowników czy lokalnych społeczności – zmiennych w tym równaniu jest zatem sporo.

Barbara Woźniak,

prezes firmy Ovotek
i pełnomocnik zarządu Ferm
Drobie Woźniak

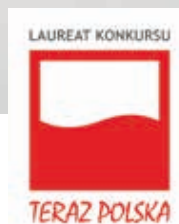
Nasze 30-letnie doświadczenie i wiedza w zakresie biznesu, rynku, a przede wszystkim potrzeb konsumentów sprawiają, że od początku działalności stawiamy na jakość i bezpieczeństwo swoich produktów. Jak pokazują wyniki badania, 70 proc. respondentów, robiąc zakupy, kieruje się właśnie tymi wartościami – i takie też mamy sygnały od naszych klientów. Właśnie dlatego praktykujemy zintegrowany proces produkcji, który cały czas jest unowocześniany i udoskonalany. Dzięki temu osiągamy produkt finalny najwyższej klasy, zapewniający bezpieczeństwo mikrobiologiczne, co doceniają konsumenci. Wykorzystując możliwości zintegrowanego systemu wytwórczego, zaprojektowaliśmy i wdrożyliśmy autorski system jakości i bezpieczeństwa produktów o nazwie EGGiDA – zwieńcza on naszą aktywność skupioną na najwyższych standardach. Jako producent możemy ręczyć za każdy etap naszej produkcji, a w rezultacie zagwarantować jakość i bezpieczeństwo. To pociąga za sobą pełną identyfikowalność naszych produktów: w której fermie, w którym kurniku, w którym dniu jajo zostało zniesione czy kiedy zostało zapakowane i dostarczone do konkretnego kontrahenta. Integrując działania, mamy także wpływ na wybór paszy dla niosek. Dzięki kontrolowaniu każdego etapu nasze mieszalnie gwarantują najwyższą jakość tak ważnego składnika procesu wytwórczego jaj. Znaczenie mają również procedury, które formują i optymalizują wszelkie procesy związane z utrzymaniem ruchu produkcji, zachowaniem najwyższych standardów higienicznych i bioasekuracyjnych, sprawnym przepływem informacji między działami.

© SMU STRZAŁKOWO



Piotr Borowski, prezes zarządu Spółdzielni Mleczarskiej Udziałowców w Strzałkowie

Czy jakość jest kluczową wartością oczekiwaną przez krajowych konsumentów? Sądzę, że polski konsument z roku na rok przywiązuje coraz większą wagę do jakości (a nie ceny) wyrobów. W naszej branży zauważam ten trend od 10 lat. Gdy klient ma do wyboru identyczne produkty różnych producentów w różnej cenie, zadaje sobie pytanie, czy są to wyroby identycznej jakości. Polski handel detaliczny jest w bardzo ciekawym miejscu: klient może wydać więcej, byle produkt spełniał jego oczekiwania lub przypominał smaki dzieciństwa, utracone w produkcie masowym. Gusta konsumentów stają się z roku na rok coraz bardziej wysublimowane, a my, producenci, staramy się sprostać – czasem niełatwym do spełnienia – wymaganiom. Jakość żywności staje się priorytetem, gdyż ściśle wiąże się ze zdrowiem. Coraz więcej osób zwraca uwagę na bezpieczeństwo, jeden z głównych warunków odpowiedniego poziomu żywności. Bezpieczeństwo lub czysta etykieta stają się z punktu widzenia klienta najważniejszą cechą wyrobu. W SMU Strzałkowo od lat stawiamy właśnie na jakość, na smak dzieciństwa, na ponad 80-letnie receptury, niezmiennie do dziś. Codziennie budujemy zaufanie naszych klientów poprzez produkowanie wyrobów z miłością i zaangażowaniem. Koncentrujemy się na jakości surowca i pracy, czego efektem jest jakość produktu.



Katarzyna Życińska, prezes 38Group, agencji świadczącej usługi marketingowe

Z perspektywy agencji contentowej widzimy, że marki, które wspieramy swoimi działaniami, jako jeden ze strategicznych obszarów komunikacyjnych wskazują podkreślanie jakości oferowanych produktów czy usług. W znaczącej liczbie przypadków to właśnie ta wartość stanowi jeden z filarów, na których opieramy tworzone przez nas treści. Jest wyróżnikiem, bodźcem, który skłania konsumenta do podjęcia decyzji zakupowej, co potwierdza m.in. badanie przeprowadzone dla Centrum Badań i Analiz Rynku. Wyraźnie widać to w branżach takich jak motoryzacja, AGD i RTV, z którymi współpracujemy już od wielu lat. Co oczywiste, od nas klienci także oczekują kreowania treści najwyższej jakości. Jest ona zatem dla konsumentów w naszym kraju jedną z najważniejszych wartości.

Dr Izabella Tymińska, właściciel firmy
Ekspert Celny, zajmujący się doradztwem celnym

Jako właścicielka firmy doradczo-szkoleniowej z branży celno-podatkowej mam do czynienia z klientami zarówno z rynku B2B, jak też B2C i widzę dużą różnicę między nimi, jeśli chodzi o wybór usług i produktów wysokiej jakości. Firmy handlowe zdecydowanie stawiają na jakość usług doradczych i szkoleniowych. Dla najważniejszych graczy na rynku, dla firm, które dbają o swoje interesy i finanse, nie liczy się rynek „cena czyni cuda”. Polskie firmy wiedzą, że aby walczyć z konkurencją, nie mogą wybierać najtańszych usług. Dlaczego? Bo finał byłby taki, że ostatecznie płaciłyby wielokrotnioną cenę, a nawet mogłyby zbankrutować. Inaczej sprawa ma się z osobami fizycznymi, które regularnie robią zakupy na azjatyckich portalach, jak Alibaba czy AliExpress. Dla większości tych osób wciąż najważniejsza jest cena, a nie jakość, pewność zakupu i gwarancja. Często mam klientów, którzy owszem, zasięgają profesjonalnej porady celnej przed dokonaniem transakcji na azjatyckich portalach, ale nie wdrażają otrzymanych informacji celno-podatkowych i ze względu na kusząco niską cenę towarów ponoszą ryzyko związane z zakupami.

Grzegorz Lipnicki, prezes zarządu
Top Secret Sp. z o.o., polskiej marki odzieżowej

Od kilku sezonów obserwujemy w modzie rosnący trend na niebieskie w trendzie. Oznacza to większe zainteresowanie kupujących odzieżą o uniwersalnych kolorach i wzorach. Szczególnie widoczne jest to w „inwestycyjnych” kategoriach odzieży, takich jak płaszcze, marynarki czy swetry. Dlatego w ofercie licznych marek odzieżowych, także Top Secret, stopniowo wprowadzany jest jakościowy asortyment o ponadczasowych krojach i zrównoważonych kolorach, bardziej odporny na zmianę trendów. Jest to ściśle powiązane z tendencją jakościową. Konsument oczekuje coraz szerszej oferty odzieży, której żywotność będzie dłuższa. Uważnie analizują skład i wybierają produkty o większej zawartości wełny czy bawełny. Widzimy to bardzo dobrze w sklepie internetowym Topsecret.pl, gdzie możemy precyzyjnie przeanalizować cały proces zakupowy. Obserwujemy olbrzymią klikalność asortymentu jakościowego oraz to, że ubrania lepszej jakości sprzedają się szybciej. Klienci wydają więcej na ubrania o wyższej trwałości, prezentują bardziej świadomą i odpowiedzialną postawę, zarówno ekologiczną, jak i ekonomiczną – kupując rzadziej i wybierając to, co jest im faktycznie potrzebne i ma szersze zastosowanie w stylizacjach.

Tomasz Sienkiewicz, współzałożyciel
Manufaktury Czekolady Chocolate Story

Od ponad 11 lat na rynku czekolady w Polsce obserwujemy zmiany, na które szczególnie duży wpływ mają postawy konsumentów. Z dostępnych raportów i z naszych własnych obserwacji wynika, że z roku na rok powiększa się grono osób zainteresowanych wyrobami rzemieślniczymi. To efekt rosnącej świadomości konsumenckiej Polaków, co potwierdził sondaż na temat odżywiania przeprowadzony w 2019 r. przez agencję Inquiry. Niemal każdy z respondentów twierdził, że zwraca uwagę na informacje o produktach spożywczych. I rzeczywiście – o wpływ czekolady na zdrowie i o sposoby produkcji jesteśmy dopytywani bardzo często. Cieszy nas, że możemy się pochwalić krótkim składem. Ziarno kakaowca, z którego wytwarza się czekoladę, dzięki bardzo wysokiej zawartości magnezu i innych makroelementów zaliczane jest do *superfoods*. Dobrej jakości czekolada, wyprodukowana bez ulepszaczy, będzie równie zdrowa. Śmiało mogę powiedzieć, że grono świadomych konsumentów, dla których jakość, skład i sposób produkcji są coraz ważniejsze, stale rośnie. Klienci są w stanie zapłacić więcej za produkt wysokiej jakości, z czystym składem, szczególnie jeśli pozytywnie wpłynie on na ich zdrowie.

Andrzej Chovanec, dyrektor marketingu,
członek zarządu i współwłaściciel Browaru Pilsweizer

Jakość produktów staje się coraz istotniejsza dla polskich konsumentów. Tak się dzieje od lat, to trend długofalowy, wynikający choćby z faktu, że społeczeństwo polskie od 30 lat się bogaci. Przy czym zmiany zachodzą powoli, a oprócz trendu głównego można wyróżnić wiele trendów pomniejszych, które często mają przeciwny charakter, co wiąże się z rozwojem e-commerce czy przenoszeniem produkcji do Chin. Zaryzykowałbym jednak stwierdzenie, że w mojej branży – piwnej – trend „jakość ważniejsza niż cena” widać szczególnie wyraźnie, co najmniej od kilku lat. Niegdyś w Polsce zdecydowanie dominował lager, im tańszy i im mocniejszy, tym lepiej. Parę lat temu zaczęło się to zmieniać. Coraz popularniejsze stawały się (i nadal stają) piwa o coraz mniejszej zawartości alkoholu, a wraz z „piwną rewolucją” polscy piwowosze zaakceptowali fakt, że za dobre piwo trzeba trochę dopłacić. Segment piw regionalnych czy kraftowych od kilku lat nieprzerwanie rośnie, czyli mówimy tu o naprawdę silnym trendzie przedkładania jakości nad cenę. Wzrasta popyt na piwa smakowe, pszeniczne, APA i wiele innych piw „specjalnych”. Ostatnio ogromną popularnością cieszą się piwa bezalkoholowe.

Linia, płaszczyzna... i kolor

Retrospektywa
Pawła
Orłowskiego
w Galerii van Rij



Katarzyna Rij: Retrospektywa to chronologiczny przegląd dzieł, stanowiący podsumowanie dorobku twórczego artysty. Czy podjęta próba konfrontacji z czasem była dużym wyzwaniem?

Paweł Orłowski: Zdecydowanie tak. Taka wystawa to wyzwanie, a zarazem marzenie artysty, gdyż daje możliwość spojrzenia na własną drogę z perspektywy czasu, a to zawsze ciekawe doświadczenie. Każda praca jest jak kartka z pamiętnika mojego życia. Gdy patrzę na swoją rzeźbę, przypominam sobie emocje towarzyszące jej tworzeniu. W cyklu „Wycinanki” jest to szczególnie widoczne. Nazwy poszczególnych prac to daty. Patrząc na opatrzoną tytułem „7 września” postać człowieka ze strzałą w piersi, widzę zastanawia się, co przydarzyło się autorowi owego 7 września, a jednocześnie szuka w pamięci, czy dla niego ta data też coś znaczy. I wtedy następuje ten magiczny moment kontaktu z odbiorcą, na którym najbardziej mi zależy. Moment, kiedy widzę stara się zrozumieć mój świat. Co więcej, zostaje wciągnięty w przestrzeń moich prac. To dla mnie najważniejsze.

Retrospektywa została zorganizowana w Galerii van Rij w Ćmielowie, w starej hali fabryki porcelany. Postindustrialność tego miejsca pozwoliła spojrzeć na moje prace inaczej. Szlachetność brązu kontrastuje z fabryczną przestrzenią. Widoczne spawy z innych dzieł i surowość ciętej blachy korespondują z postindustrialnym wnętrzem. Galeria na terenie starej fabryki porcelany to miejsce, jakich mało w świecie. Dawna malarnia ze świetlikami w suficie i meandrami stalowej siatki umożliwiła stworzenie wyjątkowej atmosfery. Konstru-

Paweł Orłowski (ur. 1975 r. w Rzeszowie) – artysta rzeźbiarz. Studiował na Wydziale Rzeźby Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie, w pracowni prof. Józefa Sękowskiego, oraz na Universität der Künste w Berlinie, w pracowni prof. Karlheinz Biederbicka. Obecnie prowadzi pracownię rzeźby na Wydziale Form Przemysłowych ASP w Krakowie. Laureat nagród i wyróżnień polskich i międzynarodowych przeglądów sztuki. Brał udział w ponad 50 projektach artystycznych, wystawach i sympozjach, wielokrotnie w Polsce, w Europie i na świecie (m.in. w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie). Do kwietnia 2021 r. w Galerii van Rij trwa pierwsza i największa wystawa retrospektywna jego prac.



© GALERIA VAN RIJ (2)

ując wystawę z kuratorkami, czuliśmy ducha tego miejsca. Ustawiliśmy w niej 110 prac powstałych w ciągu 20 lat. Odwiedzający ekspozycję mogą w jednym miejscu prześledzić drogę, jaką przeszedłem, szukając własnego stylu. Zobaczą, że linia i płaszczyzna to następujące po sobie etapy mojej formalnej ścieżki. Znalezienie języka wypowiedzi jest dla artysty najtrudniejsze.

KR: Czy można uznać, że po dwóch dekadach odnalazł pan to, czego szukał? Gdy Roman Opałka znalazł swoisty język dla swojej sztuki, wiedział, jak będzie wyglądał ostatni obraz...

PO: Nie powiedziałem jeszcze ostatniego słowa. Ale moje zgeometryzowane rzeźby o zwięzłej, skrótowej formie stanowią wynik wielu prób. To jakby echo naszych czasów, dlatego w tym momencie to najbliższy mi sposób wypowiedzi. Wobec jej skrótowości widz musi użyć wyobraźni, aby dopełnić wyrazu dzieła sztuki. I znów uzyskuję efekt, o który mi chodzi – zaangażowanie odbiorcy.

KR: Jaki więc jest ten język wypowiedzi artystycznej i z czego on wynika?

PO: Sztuka wizualizuje czasy, w których powstaje, jest swego rodzaju odbiciem rzeczywistości. Szybkiej, skrótowej, pełnej uproszczeń, emotikonów i znaków. Wsłuchuję się w głos społeczny i próbuję odgadnąć ducha naszych czasów, aby zachować go w rzeźbach dla następnych pokoleń.

KR: Na wystawie widać proces zamiany linii w płaszczyznę. Co sprawiło, że pokochał pan trójkąt?

PO: W moich pracach jest ich rzeczywiście dużo, mają wiele cech i znaczeń. Poza tym, że są elementem konstrukcyjnym, mają również znaczenia symboliczne, wywodzące się ze wszystkich kultur, począwszy od znaczeń religijnych, skończywszy na rytualnych. Są kształtem magicznym, pełnym twórczej mocy, harmonii i słońca. Zwrócony wierzchołkiem ku górze trójkąt wiąże się z ideą duchowej podróży i spośród wszystkich jego znaczeń to jest dla mnie najistotniejsze.

KR: Rzeźby wielkogabarytowe to wyzwanie artystyczne i... techniczne. Co sprawiło, że zaczął pan tworzyć w wielkiej skali?

PO: Niektórzy mężczyźni przed pięćdziesiątką kupują sobie duże, szybkie auta, ja zdecydowałem się stworzyć sześciometrowego Aleksandra Wielkiego. Być może kryje się w tym jakaś analogia. (*śmiech*) Ale mówiąc poważnie, nie stanowi to z pewnością antidotum na kryzys wieku średniego, bo nie mam z tym problemu. Po prostu poczułem, że jestem gotów przeskalować swoje rzeźby i wyjść ze sztuką do ludzi. Chciałbym widzieć moje prace nie tylko w przestrzeniach im dedykowanych, takich jak muzea czy galerie, lecz przede wszystkim w domach prywatnych, parkach, na miejskich placach czy choćby w holach



© GALERIA VAN RIJ

Paweł Orłowski z Katarzyną Rij podczas wernisażu wystawy „Linia i płaszczyzna” w starej fabryce porcelany w Ćmielowie.

biurowców i urzędów. Ostatnio na przykład dostałem zapytania o rzeźby golfisty na jedno z pól golfowych w Portugalii oraz gra-cza polo do klubu w Miami. Czekam na takie propozycje z Polski.

KR: Niestety, u nas rzeźba w przestrzeni miejskiej niemal nie istnieje.

PO: W Polsce zamawiane są przeważnie pomniki nacechowane treścią historyczną. A ja jestem gotowy, aby tworzyć rzeźby przed hotelami, drapaczami chmur, na lotniskach czy na skwerach. Takie realizacje można spotkać w Nowym Jorku, Paryżu, Barcelonie, Lublanie i Berlinie. Właśnie podczas moich studiów w Niemczech po raz pierwszy zakiełkowała we mnie myśl, by tworzyć prace, które staną się częścią krajobrazu. To tam zobaczyłem potencjał dla tego typu realizacji. W PRL-u rzeźba stała na każdym osiedlu. Co prawda, były to często prace miejscowych plastyków o różnej jakości artystycznej, niemniej dawały szansę obcowania ze sztuką. Dziś o tym myśli się niewiele.

KR: A jakie rzeźby mielibyśmy spotykać w drodze do pracy czy szkoły? W pana twórczości często pojawiają się konie...

PO: Mój brat prowadzi stadninę koni fryzyjskich, dlatego ten motyw jest mi bliski. Jednak od dawna chodzi mi po głowie temat orła. W końcu mam to zapisane w nazwisku. (*śmiech*) Orłowski – orły. Podobnie jak Wilkoń, który kocha wilki i konie.

KR: Jaki jest pana stosunek do prac zleconych?

PO: Zawód rzeźbiarza jest bliski rzemiosłu, a rzemieślnik odpowiada na potrzeby innych. Realizacje zamówień są częścią mojej artystycznej drogi od wielu lat i nie mam z tym problemu. Przy-

kładowo teraz rozpoczynam rozmowy o wykonaniu klasycznego portretu w klasycznym materiale: alabastrze. Portret ma mieć nowoczesną formę, więc wykorzystam najnowsze technologie związane z modelowaniem 3D. Mnie samego ciekawi efekt. Jeśli wszystko dobrze pójdzie, rzeźba powinna być gotowa w pierwszym kwartale 2021 r.

KR: Co jest pana inspiracją?

PO: Kiedy zamykam oczy, pojawiają się obrazy, często wyobrażenia gotowych rzeźb, które „przyklejają” się do mnie i nie dają mi spokoju, dopóki nie zostaną zrealizowane. Te wizje są wynikiem wszystkiego, co na mnie oddziałuje: świata zewnętrznego, wspomnień, marzeń, obserwacji – po prostu życia.

KR: Jak długo trwa proces tworzenia? Weźmy choćby rzeźbę Aleksandra Wielkiego.

PO: Planuję stworzyć trzy egzemplarze jeźdźca na koniu, każdy z oznaczeniem: 1/3, 2/3, 3/3. Pierwszy już trafił do prywatnego kolekcjonera, teraz pracuję nad drugim. A jak długo trwa proces tworzenia rzeźby? Kiedy w mojej głowie pojawiają się obrazy, zatrzymuję je na rysunkach, szkicach, czasem w modelach i... odkładam na półkę. Rzeźbienie przebiega w trzech etapach: tworzenia koncepcji, modelowania i realizacji. Nierzadko od pomysłu do powstania rzeźby mija kilka lat.

KR: Cecha charakterystyczna pana prac to stosowanie koloru, który w rzeźbie zazwyczaj nie występuje. Dlaczego chce pan oddziaływać płamą barwną?

PO: Płaszczyzna w moich rzeźbach jest ostra, co daje wrażenie mocy, potęgowane przez kontrasty kolorystyczne czystych barw. Kolor dopełnia wyraz artystyczny. To energia, dodatkowy bodziec, którym oddziałuję na widza. Chcę przykuć jego uwagę, wyrwać z gąszczy innych bodźców. Ale jestem otwarty na zmiany koloru, jeśli kolekcjoner woli moje dzieło w odmiennych barwach. Doceniam jego odbiór, dając mu prawo twórczego wkładu w ostateczny kształt pracy. To zaproszenie do współtworzenia i dowód zaufania.

KR: Wspomniał pan o kolekcjonerze, zatem skorzystam z okazji i zapytam o rynek sztuki w Polsce widziany okiem artysty.

PO: Nasz rodzimy rynek sztuki dopiero się tworzy. Momentem przełomowym dla artysty jest znalezienie reprezentujących go galerii czy marszanda. Kiedy artysta zostanie zauważony jako twórca, któremu warto poświęcić cenny czas: organizować wystawy jego prac, wydawać katalogi, prezentować jego prace na targach, wtedy już można powiedzieć, że osiągnął pierwszy sukces. Zyskał bowiem uznanie specjalistów, historyków sztuki, kuratorów, którzy zajmą się jego promocją, podczas gdy on będzie mógł się skupić na tworzeniu. Taka sytuacja gwarantuje artystyczny rozwój. Działanie w pojedynkę nie ma najmniejszego sensu.

PAWEŁ ORŁOWSKI

GALERIA VAN RIJ

KRAKÓW UL. STAROWIŚLNA 64

ĆMIELÓW UL. SANDOMIERSKA 243

T: 792 047 766

WWW.GALERIA-RIJ.COM



SIEDEM ZMYŚŁÓW, 2017
BLACHA STALOWA
WYMIARY: 260X110X100CM



MEDYCEUSZ, 2020
ODLEW Z BRĄZU
WYMIARY: 52X27X21 CM



ALEKSANDER, 2020
ODLEW Z BRĄZU
WYMIARY: 46X30X14CM

Jan Holoubek (ur. w 1978 r. w Warszawie) – polski reżyser, operator filmowy i scenarzysta. Absolwent Wydziału Operatorskiego Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. Leona Schillera w Łodzi (2001). Współpracował, jako autor zdjęć lub operator kamery, przy pełnometrażowych produkcjach fabularnych i serialach. Realizuje również reklamy i współpracuje przy realizacji Teatru Telewizji (m.in. „Król Edyp” w 2005 r., „Śluby panieńskie, czyli magnetyzm serca” w 2003 r.). Reżyserował seriale „Odwróćcie. Ojcowie i córki” oraz „Rojst” (w tym przypadku jest również autorem scenariusza, razem z Kasperem Bajonem). Niedawno na ekrany kin wszedł jego film „25 lat niewinności. Sprawa Tomka Komendy”. Obecnie reżyser pracuje nad drugim sezonem serialu kryminalnego „Rojst”.



© ROBERT PALKA/TVN (2)

W filmie jest jazz

O pandemii i kinie biograficznym, wpływie wybitnych rodziców na dokonywane wybory oraz o reżyserowaniu życia według własnego scenariusza z **Janem Holoubkiem** rozmawia Kamil Broszko.

Kamil Broszko: Bardzo chciałbym zobaczyć pana ostatni film – „25 lat niewinności. Sprawa Tomka Komendy” – ale z powodu COVID-19 unikam kina, tak jak 90 proc. fanów X muzy. Czym jest pandemia dla ludzi filmu?

Jan Holoubek: Podobnie jak dla wszystkich obywateli, także dla filmowców pandemia to problem. W końcu żyjemy z robienia filmów i z tego, że ludzie je później oglądają. Dla nas jest to poważny kłopot, który uderza w całą branżę. Dotyczy to zarówno filmów, które już zostały nakręcone – wpływy z biletów zmalały o kilkadziesiąt procent – jak również bieżących planów zdjęciowych. Wystarczy kwarantanna jednej osoby, na przykład aktora, by całkowicie zatrzymać zdjęcia. To są dla produkcji olbrzymie koszty i kolosalny problem. Bardzo trudno jest w normalnych czasach zbudować kalendarz produkcji filmowej, a w trakcie pandemii taka „kalendarzówka” to właściwie domek z kart. Mam świadomość, że problemy dotknęły wiele branż. Branża filmowa nie jest wyjątkiem.

KB: W publicystyce pojawiają się skrajne tezy. Jedni twierdzą, że pandemia nas wzmocni, inni zaś – że nas pogrąży. Czy któraś z owych skrajnych tez może dotyczyć kina?

JH: Na pewno pandemia nie pomoże branży kinowej, która żyje ze sprzedaży biletów. Oczywiście pandemia wzmocniła serwisy streamingowe, ponieważ ludzie na wiele miesięcy zamknęli się w domach. Szkoda byłoby jednak, gdyby zabiła kina. Odbiór filmu na wielkim ekranie w kinie i na domowym laptopie to są dwa różne doświadczenia.

KB: A jak pan się zapatruje na rosnącą popularność i ogromną ekspansję serwisów streamingowych? Co one zmieniają w świecie filmu?

JH: Otwierają nowe możliwości dla realizacji ciekawych projektów, generują mnóstwo nowych miejsc pracy dla pracowników branży filmowej. To nabrało szczególnej wagi w czasie pandemii.



Fototy z filmu „25 lat niewinności. Sprawa Tomka Komendy” (2020 r.)

Wydawać by się mogło, że takie serwisy będą zabierać widownię z kin i przenosić ją na kanapę w domu. Paradoksalnie jednak w Polsce aż do wybuchu pandemii rok do roku wzrastała liczba sprzedanych biletów kinowych, a serwisy streamingowe także zaliczały wzrost. Oba segmenty funkcjonowały obok siebie równolegle. COVID-19 zmienił sytuację.

KB: „25 lat niewinności” to film biograficzny, oparty na faktach. Opowiada historię, która zdarzyła się niedawno, w naszych czasach. Czy lubi pan tego typu kino i czy z punktu widzenia reżysera jest istotne, że tworzy się w swoim ulubionym gatunku?

JH: Kocham wszystkie gatunki i podgatunki kina, ponieważ w każdym z nich można znaleźć wspaniałe pozycje. Jeśli chodzi o „25 lat niewinności”, to ten film trafił do mnie sam w postaci propozycji od producentki Anny Waśniewskiej-Gill. Nie spodziewałem się, że będę debiutował na dużym ekranie filmem biograficznym; miałem trochę inne wyobrażenie na temat swojego pierwszego filmu. Ale tak się akurat złożyło, jak się złożyło. Po zapoznaniu się ze scenariuszem i książką zrozumiałem, że mam do czynienia z niesamowitą historią i trzeba ją opowiedzieć szerokiej publiczności.

KB: A jakie było pana wcześniejsze wyobrażenie debiutu kinowego?

JH: Moje myśli krążyły wokół kina gatunkowego. Mój debiutanciki projekt, nie kinowy, ale będący już większą formą, czyli serial

„Rojst”, to kryminał, a w każdym razie był budowany na pewnych ramach tego gatunku. Wyobrażałem więc sobie, że mój debiut na dużym ekranie również będzie mocno w nim osadzony. Trafiłem jednak na kino społeczne, na dramat, który wymyka się klasycznym podziałom gatunkowym. Trafiłem na kino, które w głównym stopniu opiera się na emocjach i jest tym samym swowistą drogą prowadzącą do czołowego zderzenia z publicznością. Za gatunkiem można się schować, ukryć, gatunek daje autorowi jakąś ochronę, jakiś cudzysłów. Natomiast taki film jak „25 lat niewinności” jest otwartą raną. Nie spodziewałem się, że będę debiutował takim filmem.

KB: Jak pan powiedział, u genezy tego filmu stoi mocna historia. Na tyle uniwersalna, że film może mieć odbiór międzynarodowy?

JH: Tego nie wiem. Staraliśmy się opowiadać ten film w sposób uniwersalny, bez sprowadzania go wyłącznie do lokalnego dyskursu, również politycznego. Sama historia jest ponadczasowa i może mieć zasięg międzynarodowy, w tym sensie, że błąd systemu polegający na osadzeniu osoby niewinnej może się zdarzyć na całym świecie, także w krajach o najwyższym stopniu praworządności. Zatem zarówno na poziomie dramaturgicznym, jak i emocjonalnym, dotyczącym relacji głównego bohatera z rodziną, jest to historia absolutnie uniwersalna i rozumiała wszędzie. Trudno mi wyrokować, jaką przyszłość będzie miał nasz film poza granicami Polski, ale przekaz w nim zawarty ma potencjał.



Fototy z filmu „25 lat niewinności. Sprawa Tomka Komendy”
(2020 r.)

KB: Wspomniał pan o „25 latach niewinności” jako o kinowym debiucie fabularnym, ale rozmawiam przecież z doświadczonym filmowcem, który ma na koncie działalność operatorską i reżyserowanie różnych form. Chciałbym zapytać o transfer z zawodu operatora do reżyserowania, tym bardziej, że nie jest to pierwszy przypadek w branży.

JH: Większość operatorów, znakomita większość, nie zmienia zawodu. Trudno mi się wypowiadać za kolegów, którzy dokonali takiej zmiany, a jest ich kilku. Kiedy ja zdawałem do szkoły filmowej, nie czułem się gotowy na reżyserię. Byłem za młody i brakowało mi wiary w swoje możliwości. Przez lata pracowałem jako operator, nawet z pewnymi sukcesami. Dobrze mi było w tym zawodzie, wygodnie, że tak to ujmę. Jednak w pewnym momencie zacząłem odczuwać potrzebę powrotu do mojej pierwotnej motywacji, która zdecydowała o fascynacji kinem. Chodzi o tworzenie nowego świata od zera i na własnych zasadach. A to może robić reżyser filmowy. Owo pragnienie narastało we mnie coraz mocniej. Powoli, krok po kroku, zacząłem zmierzać w tym kierunku. W końcu dostałem możliwość realizacji serialu „Rojst”, który był dla mnie przełomem. Od tego momentu zacząłem dostawać propozycje reżyserskie.

KB: Współpracował pan z Teatrem Telewizji, zajmując się w nim klasyką. Podchodzi pan do niej – jako twórca – z pełną wolnością i indywidualnie czy raczej z poszanowaniem kanonu?

JH: W Teatrze Telewizji pracowałem jako operator. W tej roli współpracowałem m.in. z Marcinem Wroną nad „Moralnością pani Dulskiej” – klasyką polskiego dramatu. Chcieliśmy przedstawić ten tekst w sposób nowoczesny, a zatem przełamać pewien kanon, zachowując równocześnie zgodność z zamierzeniami autorki.



Jedną rzeczą jest interpretować tekst na nowo, a inną – pozostać wiernym jego pierwotnej myśli. Jeżeli zachowuje się tę wierność, rozumie, co autor chciał powiedzieć, to forma otwiera się na różne możliwości. Taką ideę można umieścić w całkowicie nowym kontekście, a ona dalej będzie miała sens. Temat podwójnej moralności, takiej jak u pani Dulskiej, mimo dziesiątek lat, które minęły od napisania sztuki, nie stracił nic na aktualności. Codziennosc daje na to niezbita dowody.



© ROBERT PALKATYŃ (3)

KB: Jaki jest pan na planie? Czy dałby się pan ująć w ramy stereotypowego postrzegania reżyserów: wycofanego, subtelnego obserwatora łączącego kropki *versus* ekscentrycznego choleryka, krzyczącego na ekipę?

JH: Myślę, że każdy reżyser jest inny. Oczywiście pan wymienił pewnego rodzaju szablony zachowań. I pewnie każdy z nas, reżyserów, realizuje równocześnie kilka z nich. Są takie sceny czy dni, kiedy trzeba być cicho i dać aktorom grać. Są takie, kiedy trzeba

im pomóc. Są dni, kiedy trzeba podnieść głos, i takie, kiedy nie trzeba robić nic – wszystko się niemal samo dzieje. Wydaje mi się, że reżyseria polega na zbiorowym zarządzaniu ludzką energią. To dotyczy nie tylko aktorów, ale także całej ekipy. Reżyser jest człowiekiem, który musi czuć intuicyjnie wszystko naraz. Jak dyrygent stojący przed orkiestrą świetnych muzyków, którego zadaniem jest – w zależności od fragmentu utworu, jego dynamiki i nastroju – poprowadzić wykonanie we właściwym kierunku. Równocześnie słyszeć całość i każdego członka orkiestry z osobna.

KB: Jest pan synem wybitnych przedstawicieli polskiej kultury, Magdaleny Zawadzkiej i Gustawa Holoubka. Czy ta geneza jest istotna dla pana drogi artystycznej?

JH: Zawsze – kimkolwiek byśmy nie byli – jesteśm wypadkową swojego dziedzictwa. Nieważne, czy jesteśm dziećm piekarzy, czy aktorów, geneza jest zasadnicza. Działamy w odniesieniu do tego, kim byli i czego dokonali nasi rodzice. Trudno, bym był w tej kwestii wyjątkiem.

KB: Ale czasami relacja z przeszłością polega na uznaniu, a niekiedy na pewnego rodzaju zaprzeczeniu i buncie. Zdarza się, że dzieci osób z ogromnym dorobkiem mówią, że to było dla nich pewnego rodzaju brzemię i utrudnienie przy poszukiwaniu własnej drogi.

JH: Nie mam wątpliwości, że takie dziedzictwo to również brzemię. Natomiast wydaje mi się, że człowiek w pewnym momencie musi stać się samodzielną istotą, która żyje swoim życiem i odpowiada za swoje czyny. Ja od lat pracuję już wyłącznie na swoje nazwisko. Oczywiście nie można wyrwać się całkowicie z kontekstu, szczególnie takiego, natomiast można reżyserować swoje życie według własnego scenariusza. Być kimś odrębnym i robić rzeczy zauważalne ze względu na ich jakość.

KB: Na koniec chciałbym zapytać o pewne zdjęcie, które zostało umieszczone przy pana biogramie w Wikipedii. Widzimy na nim... Jana Holoubka grającego na perkusji! Czy to kolejna, obok filmu, forma ekspresji?

JH: Jestem perkusistą amatorem, jednak grającym z wielkim zapałem. Muzyka to niewątpliwie forma ekspresji, a jeśli chodzi o perkusję, to trudno znaleźć w przyrodzie instrument bardziej ekspresyjny. Muzyka improwizowana jest ważną częścią mojego życia. Zresztą jej założenia odnoszę również do filmu. W filmie, tak jak w muzyce, jest jakiś temat i może on być znakomity, ale później, podczas realizacji, trzeba umieć improwizować. Być otwartym na to, co grają inni członkowie zespołu, nawiązać z ich twórczością dialog.

KB: Czyli w filmie i w muzyce jest jazz?

JH: Niewątpliwie tak.



Kolejne osobistości z zaszczytnym tytułem Promotora Polski

Polska ma wspaniałych promotorów, a ich rola w kształtowaniu obrazu kraju wewnątrz i na arenie międzynarodowej jest nawet ważniejsza od aktywności służb dyplomatycznych czy specjalnych rządowych agend. W 2020 r. Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego uhonorowała Promotorów Polski ze Śląska, Małopolski, Pomorza i Kujaw.

Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego od 30 lat jest organizatorem Konkursu „Teraz Polska”, którego celem jest wskazywanie najlepszych produktów i usług, wyróżniających się swoimi walorami jakościowymi. Projekt Promotor Polski został zainaugurowany w 2017 r. Od tego czasu Fundacja utrwaliła swoją obecność na regionalnych kongresach gospodarczych, m.in. w Katowicach, Białymstoku, Toruniu, Świnoujściu i Warszawie, a tytułem zostało uhonorowanych już ponad 30 osób. W tym roku po raz pierwszy wręczyła w Krakowie statuetki Promotorom z Małopolski. – *Fundacja nagradza ludzi działających lub wywodzących się z danego regionu, których osiągnięcia współtworzą pozytywny wizerunek naszego kraju. Chcemy promować sukcesy w dziedzinie przedsiębiorczości, kultury, nauki, sportu, mające niewątpliwą wpływ na nasze poczucie tożsamości i na rozwój kraju* – mówi Krzysztof Przybył, prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego.

– *Wizerunek Polski to nie tylko produkty, usługi i innowacje, ale także – a może przede wszystkim – ludzie. Warto wyróżniać tych Polaków, którzy poprzez swoje dokonania i zaangażowanie przyczyniają się do propagowania oraz umacniania pozytywnego wizerunku naszego kraju. Wśród dotychczas wyróżnionych Promotorów Polski są znani przedstawiciele wielu dziedzin, m.in. prof. Marian Zembala, prof. Marek Harat, prof. Arkadiusz Mężyk, Joanna Whuk-Nazarowa, Katarzyna Bonda, Rafał Blechacz czy Artur Rojek* – mówi Michał Lipiński, dyrektor Konkursu „Teraz Polska”.

26 września br. w Sali Obrad Urzędu Miasta Krakowa odbyło się uroczyste wręczenie statuetek Promotora Polski. Prestiżowy tytuł otrzymali: Elżbieta Penderecka, prezes Stowarzyszenia im. Beethovena, promotor polskiej kultury; dr Krzysztof Pawłowski, prezydent pierwszej w Polsce prywatnej Wyższej Szkoły Biznesu; Ryszard Florek, prezes Fakro SA, światowego wicelidera produkcji okien dachowych; prof. Jerzy Hausner, ekonomista, organizator kongresu Open Eyes Economy Summit; prof. Jacek Majchrowski, wieloletni prezydent

Krakowa. Statuetki wręczali: Krzysztof Przybył, prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego, i Wiesław Jopek, prezes Krakowskiej Kongregacji Kupieckiej. – *Ze wzruszeniem przyjmuję to wyróżnienie, tak ważne, bo przyznane w moim rodzinnym mieście, które było drogą mojemu mężowi śp. Krzysztofowi Pendereckiemu. Mimo że podróżowaliśmy po całym świecie, zawsze wracaliśmy do Krakowa. Krzysztof Penderecki uważał, że najważniejsze to znać miejsce, gdzie ma się swoje korzenie, również te artystyczne, a jego korzenie były w Krakowie. Moje również, bo tutaj się urodziłam, tutaj rozpoczęłam pracę społeczną w 1996 r.* – mówi Elżbieta Penderecka.

– *Kieruję Krakowem od 18 lat. Jest to miasto specyficzne, jedyne w swoim rodzaju poprzez swoją historię. W Krakowie już w czasach zaborów mieliśmy do czynienia z tzw. turystyką historyczną, bo tutaj rodzice przywozili dzieci, aby zobaczyły Wawel i groby królów polskich. Trzydzieści lat temu przeprowadzono reformę samorządową uważaną za najbardziej udaną ze wszystkich reform, jakie zostały zrealizowane w tym czasie w naszym kraju. Stanowiła ona znaczący krok ku rozwojowi regionów i miast. Kraków rozwinął się w tym czasie pod każdym względem* – twierdzi prof. Jacek Majchrowski.

– *Dziękuję Kapitulie Godła „Teraz Polska”, że dostrzegła, jak ważna jest gospodarka w promocji naszego kraju. Przyjmuję tytuł Promotora Polski jako dowód uznania nie tylko dla mojej osoby, ale dla całego zespołu Fakro. Przy tej okazji chciałbym wyrazić podziękowanie klientom za wybranie naszych produktów, dzięki czemu dali naszej firmie szansę na rozwój i eksport, co sprawiło, że marka Fakro jest znana na całym świecie* – mówi Ryszard Florek.

– *Ze wzruszeniem przyjmuję statuetkę Promotora Polski. Uważam, że moją największą chlubą jest ponad 12 tys. absolwentów Wyższej Szkoły Biznesu, z których bardzo wielu pracuje w firmach międzynarodowych, a liczni wyjechali w świat. Ale nawet jeśli pracują poza granicami naszego kraju, są dumni z tego, że są Polakami, a ich ojczyzna pręźnie się rozwija* – mówi dr Krzysztof Pawłowski.

Uroczystość wręczenia tytułów Promotorom Polski ze Śląska. Od lewej: Bogumił Sobuła, prof. Jerzy Buzek, prof. Arkadiusz Mężyk, Sonia Draga, Piotr Uszok, Beata Białowąs, Wojciech Kuśpik, Krzysztof Przybył.



Uroczystość wręczenia
tytułów Promotorom Polski
z Pomorza i Kujaw. Od lewej:
Krzysztof Przybył,
prof. Michał Kleiber, Alek-
sander Wasilewski, Grzegorz
Borek, prof. dr hab. Andrzej
Tretyn, Jacek Janiszewski,
prof. Jerzy Buzek.



© MICHAŁ LIPiński

Kujawy i Pomorze również mają znakomitych Promotorów

Podczas Welconomy Forum w Toruniu nagrodzono Promotorów Polski z Kujaw i Pomorza, których osiągnięcia budują wizerunek naszej marki narodowej. Uhonorowani zostali prof. Andrzej Tretyn i Krzysztof Herdzin. Wyróżniono także Grzegorza Borka i Aleksandra Wasilewskiego. Uroczystość przyznania tytułów Promotora Polski odbyła się w Dworze Artusa. Statuetki wręczyli: prof. Jerzy Buzek, były premier, europoseł; prof. Michał Kleiber, były prezes PAN, przewodniczący Kapituły Konkursu „Teraz Polska”; dr Jacek Janiszewski, organizator Welconomy Forum; oraz Krzysztof Przybył, prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego.

– Słowa podziękowania chciałbym skierować przede wszystkim pod adresem prezesa dra Jacka Janiszewskiego, organizatora Welconomy Forum, który podchwycił naszą ideę nagradzania Promotorów Polski z regionu Kujaw i Pomorza – mówi Michał Lipiński, dyrektor Konkursu „Teraz Polska”.

Andrzej Tretyn jest profesorem nauk biologicznych, specjalistą w zakresie biologii komórki, cytofizjologii, elektrofizjologii i fotomorfogenezy roślin, a także w biotechnologii medycznej i molekularnej cytofizjologii roślin. Od wielu lat jest związany z Uniwersytetem Mikołaja Kopernika w Toruniu. W latach 2012–2020 był rektorem tej uczelni. Drugim tegorocznym laureatem tytułu Promotora Polski jest dr Krzysztof Herdzin – wybitny polski pianista, kompozytor, aranżer, dyrygent, producent muzyczny, wykładowca związany z Akademią Muzyczną w Bydgoszczy, autor jazzowych interpretacji utworów Fryderyka Chopina. Jest autorem orkiestracji do nagrodzonej Oscarem muzyki Jana A.P. Kaczmarka do filmu „Marzyciel”.

Ślascy Promotorzy też z honorami

3 września br. w Międzynarodowym Centrum Kongresowym w Katowicach nagrodzono Promotorów Polski ze Śląska. Wydarzenie odbyło się w ramach XII Europejskiego Kongresu Gospodarczego (EEC 2020). Laureatami tytułu zostali: Sonia Draga, prof. Arkadiusz Mężyk i Piotr Uszok. Uroczystość uświetnili swoją obecnością: Beata Białowąs, członek Zarządu Województwa Śląskiego; prof. Jerzy Buzek, europoseł, były premier RP; Bogumił Sobuła, pierwszy wiceprezydent Katowic; oraz Wojciech Kuśpik, gospodarz Europejskiego Kongresu Gospodarczego.

– Tegoroczni laureaci tytułu Promotora Polski są prawdziwą chlubą Śląska. Sonia Draga stworzyła fantastyczne wydawnictwo już 30 lat temu. Wszyscy kochamy ją za hasło „Śląskie czyta”, które propagowała z wielką pasją. Profesor Arkadiusz Mężyk po raz drugi został rektorem Politechniki Śląskiej, co świadczy o tym, jak bardzo przysłużył się jej rozwojowi. Piotra Uszoka nazywam królem Śląska i nie jest to miano na wyrost. Jako wieloletni prezydent Katowic miał siłę i odwagę podjąć się trudnych i długotrwałych projektów modernizacji ukochanego miasta – charakteryzuje laureatów prof. Jerzy Buzek.

– Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego wyróżnia nie tylko firmy, ale także osoby, przyznając im tytuł Promotora Polski. Cieszę się, że dziś są to promotorzy Śląska, którzy zawsze służą naszemu regionowi, również w trudnym czasie pandemii – twierdzi Beata Białowąs, członek Zarządu Województwa Śląskiego. – Wszystkich tegorocznych laureatów tytułu Promotora Polski charakteryzują trzy pojęcia. Po pierwsze jakość, czyli dotychczasowy dorobek. Po drugie zaufanie, wynikające z etycznego podejścia do pracy i wysokich wartości moralnych, co powoduje, że mogą być mentorami dla innych. Trzecia cecha to potencjał – zauważa Bogumił Sobuła, pierwszy wiceprezydent Katowic. – Chciałbym przekazać wszystkim laureatom serdeczne gratulacje. Organizując tegoroczny kongres pomimo przeciwności, chcieliśmy pokazać, że bardzo potrzebujemy wrócić do normalności, oczywiście z zachowaniem zasad bezpieczeństwa sanitarnego – podsumowuje Wojciech Kuśpik, organizator XII Europejskiego Kongresu Gospodarczego.

– Czuję się podwójnie szczęśliwa, bowiem przyznanie tej nagrody zbiega się z 30-leciem mojej firmy. Branża wydawnicza jest dla pasjonatów kultury, którzy są gotowi zmagać się z różnymi nieprzewidywalnymi problemami każdego dnia. Cieszę się, że nasze starania są zauważane i doceniane – mówi Sonia Draga, prezes wydawnictwa Sonia Draga. – Dziękuję kapitule za dostrzeżenie mojej osoby, co odbieram jako wyraz uznania dla wspólnoty akademickiej i dokonania Politechniki Śląskiej, która w ostatnich latach miała wiele sukcesów. Mam nadzieję, że jest to jej etap rozwojowy – mówi prof. Arkadiusz Mężyk, rektor Politechniki Śląskiej. – Otrzymanie tytułu Promotora Polski jest dla mnie szczególnym wydarzeniem. Pełniąc funkcję prezydenta miasta, otrzymywałem różnego rodzaju nagrody. Teraz, gdy od prawie sześciu lat tej funkcji już nie pełnię, wyróżnienie to ma dla mnie szczególną wartość. Nie zawsze odchodzący prezydenci pozostają w pamięci – stwierdza Piotr Uszok, były prezydent Katowic.

/// WIDOK, KTÓRY ODKRYWASZ NA NOWO ZA KAŻDYM RAZEM...

ZOBACZ WIĘCEJ



Drzwi tarasowe
HST-Sky

reddot design award
winner 2019

FAKRO®

INNOVIEW

SPEKTAKULARNY WIDOK, OBOK KTÓREGO NIE SPOSÓB PRZEJŚĆ OBOJĘTNIE? INNOVIEW TO PRZEŁOMOWA MARKA OKIEN PIONOWYCH POWSTAŁYCH Z POŁĄCZENIA DREWNA I ALUMINIUM. TO NOWATORSKIE SPOJRZENIE NA OKNA, KTÓRE ZAPEWNIĄ CI NIESAMOWITY WIDOK I POZWOLĄ ODKRYĆ WIĘCEJ.

WWW.FAKRO.PL

Muzy w cieniu COVID-19



O tym, jak pandemia zmienia naszą kulturę

© EWA KRASUCKA/TW – ON

Pandemia koronawirusa wywołała kryzys w wielu dziedzinach życia społecznego, gospodarczego, kulturalnego. Odcisnęła piętno na kontaktach międzyludzkich, formach pracy i współdziałania.

Dramatyczna zmiana wstrząsnęła naszym życiem, relacjami z rodziną i przyjaciółmi. Wpłynęła na sposób, w jaki przemieszczamy się po mieście, pracujemy, spędzamy czas wolny. Eskalacja pandemii i dostępne prognozy nakazują sądzić, że z wirusem SARS-CoV-2 będziemy się borykać jeszcze minimum dwa lata.

Marzena Tataj

Ponad 180 dni lockdownu to był niesłychanie trudny okres w teatrze zwykle tętniącym życiem i wypełnionym gwarem publiczności. Puste foyer, nikogo na widowni, martwa scena z fortepianem jako meblem, a nie instrumentem. Cisza w salach prób. Wszyscy to boleśnie przeżywaliśmy. Aż do pierwszego w tym sezonie koncertu Jakuba Józefa Orlińskiego, podczas którego przepływ energii między widownią a artystami był zupełnie wyjątkowy. Zapanaowała czysta radość, że znów jesteśmy razem. Podobnie

rzecz się miała następnego wieczoru, podczas koncertu „Głosy gór”, który graliśmy już kilkanaście razy, ale nigdy wcześniej nie brzmiał tak pięknie – mówił Waldemar Dąbrowski, dyrektor Teatru Wielkiego – Opery Narodowej, w trakcie konferencji prasowej zapowiadającej sezon artystyczny 2020/21.

Niestety, mimo szoku, jaki wywołał pierwszy lockdown, w momencie przygotowywania tego numeru naszego pisma jesteśmy u progu drugiego. Staramy się odnaleźć w nowej rzeczywistości i przystosować ją do naszego życia, które było i nadal powinno być wypełnione kontaktami, również w sferze szeroko pojętej kultury.



Balet „Korsarz”



Przedstawienie „Halki”, na górze Piotr Beczała.



© KRZYSZTOF BIELIŃSKI/TW – ON (2)

Jak pandemia zmieni konsumowanie kultury i w jakim stanie będą instytucje kulturalne, gdy otrząśniemy się już z pandemicznego szoku? Aby odpowiedzieć na te pytania, postanowiliśmy przyjrzeć się wpływowi pandemii i związanego z nią globalnego kryzysu na kulturę.

W cieniu skrzydeł czarnego łabędzia

Z prośbą o ocenę zjawiska zwróciliśmy się do dra hab. Rafała Kasprzaka, profesora Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, który zajmuje się m.in. problematyką przemysłów kreatywnych (ang. *cultural and creative industries*), ich związkiem z innowacyjnością oraz pomiarem oddziaływania kultury na gospodarkę regionu.

Prof. Kasprzak bez wahania stwierdził, że COVID-19 należy do czarnych łabędzi (w ekonomii pojęcie to oznacza nieprzewidywalne zdarzenie o ogromnym wpływie na rzeczywistość). Pandemia mocno namieszała nie tylko w kulturze rozumianej jako grupa organizacji – przemysłów kreatywnych, ale też w naszych codziennych nawykach, systemie komunikacji, a nawet w modelach zachowania w przestrzeni. Zmiany wywołane przez pandemię koronawirusa z pewnością będą latami analizowane przez różnych specjalistów – materiał empiryczny jest bowiem nieprawdopodobnie rozległy i może być inspiracją dla socjologów, antropologów, medyków, a także ekonomistów. Wiele ośrodków badawczych stara się zrozumieć i opisać zmianę w naszych nawykach kulturowych, zbadać, jakiego typu zachowania człowieka zniknęły, a jakie poddały się wymuszonej ewolucji. Praca, życie rodzinne, zagospodarowanie czasu wolnego... Każdy z tych obszarów wymaga rozpoznania i zidentyfikowania zmian wywołanych przez COVID-19.

Jednakże tak szerokie ujęcie nie powinno nam przesłonić obszaru instytucji kultury, który niewątpliwie należy do branż mocno sponiewieranych przez kryzys. Dotyczy to w szczególności podmiotów wymagających od konsumenta udziału w wydarzeniach czy wizyt w instytucji. Dramatyczny spadek liczby osób odwiedzających placówki i uczestniczących w imprezach masowych, wywołany w pierwszym etapie pandemii przez niezbędne obostrzenia sanitarne, spowodował negatywne skutki w płynności finansowej organizacji i ograniczył to, co dla branży szczególnie istotne: kontakt z odbiorcami. Globalny kryzys pokazuje, jak ulotna i krucha jest branża kultury. Branża, która nie tylko tworzy miejsca pracy i generuje PKB, ale również zmienia nas w lepsze osoby.

Olga Wysocka, zastępca dyrektora Zachęty – Narodowej Galerii Sztuki, w obecnej sytuacji kryzysu globalnego odnotowuje trzy ważne zjawiska: wspólnotowość, kreatywność i wolę walki. Zaskakująca sytuacja, którą przyniósł lockdown, i związana z nim niepewność spotęgowały potrzebę wspólnego działania. Nastąpiła reorganizacja pracy i sposobu realizacji projektów, a w rezultacie zaczęto więcej myśleć o innych. – *Wsparcie wewnętrzne w środowisku, na poziomie konsultacji, dzielenia się wiedzą, pomagania (także, a może przede wszystkim, finansowego) w miarę potrzeb i możliwości, było niezwykle.*

Pojawiły się też nowe pomysły. Stres i niepewność u jednych, a u innych ciekawość i fascynacja nieznanym uruchomiły pokłady kreatywnego działania. I wreszcie widoczną wolę walki, aby przejść przez trudny czas, wspierać się wzajemnie i tworzyć – opowiada Wysocka.

Podkreśla również, że kryzys dobitnie obnażył ułomność systemu wspierania kultury. Znowu na pierwszy plan wysunęły się takie kwestie, jak brak zdefiniowania zawodu artysty, brak doprecyzowania świadczeń dla środowiska artystycznego i brak zabezpieczeń społecznych. A więc wszystko to, o czym przedstawiciele środowiska mówią od lat, apelując o zmiany systemowe. – *Jako przedstawiciele instytucji, kierując się swoją misją wspierania sztuki i artystów, podejmujemy działania, które umożliwiają wsparcie finansowe środowiska sztuk wizualnych. Wspólnie z Towarzystwem Zachęty Sztuk Pięknych postanowiliśmy ufundować 160 stypendiów na przypadające w tym roku 160-lecie Towarzystwa – mówi dyrektor Zachęty.*

Znów chodzi o pieniądze

Lockdown przyczynił się do spadku dochodów w każdej instytucji kultury. Część z nich postanowiła na pewien czas zupełnie zamknąć program merytoryczny. – *W Zachęcie podjęliśmy decyzję o przeniesieniu programu do świata wirtualnego. Stworzyliśmy specjalny projekt #ZachetaOnline, dzięki któremu nasi widzowie mogli poznawać wystawy (projekt 3D) i uczestniczyć w oprowadzaniach czy warsztatach przygotowanych do aktualnych wystaw lub kolekcji. Udział we wszystkich wydarzeniach w świecie wirtualnym był dla publiczności bezpłatny. Z czasem pojawiło się wsparcie zewnętrzne. Niemniej straty związane z odwołaniem wystaw, których publiczność nigdy już nie mogła zobaczyć na żywo, są nieodwracalne – zaznacza Olga Wysocka.*

Kłopoty finansowe branży kultury zauważa również Elżbieta Penderecka, prezes Stowarzyszenia im. Ludwiga van Beethovena i wielka propagatorka młodych artystów. Uważa, że artyści i animatorzy kultury ucierpieli na skutek kryzysu wywołanego pandemią koronawirusa bardziej niż przedstawiciele innych branż. Pomoc dla nich przyszła najpóźniej, a po lockdownie spadło zainteresowanie publiczności udziałem w spektaklach teatralnych czy koncertach. Można to tłumaczyć zmniejszeniem przychodów do budżetów domowych i obawą przed zakażeniem. – *W takich warunkach trudno jest zarobkować artystom prowadzącym działalność jednoosobową, a perspektywa powrotu do normalności jest bardzo odległa. Niestety coraz częściej zamykane są biura menedżerskie czy impresariaty. Branża kultury znalazła się w próżni – mówi Penderecka.*

Z kolei Waldemar Dąbrowski uważa, że w okresie światowego kryzysu europejski system finansowania kultury z budżetów rządowych sprawdza się lepiej niż system amerykański, oparty na dotacjach i ulgach podatkowych dla obywateli i firm wspierających kulturę. Metropolitan Opera przeżywa kryzys największy w swojej 137-letniej historii, który spowodował zapaść finansową, zwolnienia pracowników i w rezultacie odwołanie sezonu artystycznego 2020/21. W podobnej sytuacji znajduje się Royal Opera House. Natomiast Teatr Wielki – Opera Narodowa w Warszawie dostał



© ZACHĘTA - NGS (2)

„User X”, Weronika Wysocka, 2019 r., w ramach wystawy „Projekt X”, Zachęta – Narodowa Galeria Sztuki.

Bez tytułu, Joanna Piotrowska, 2015 r., w ramach wystawy „Joanna Piotrowska. Zaduch”, Zachęta – Narodowa Galeria Sztuki.

od Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego wsparcie na pokrycie większości strat i mógł przygotować dla widzów sezon artystyczny 2020/21 z ponad 200 wydarzeniami, wśród których jest 6 tytułów premierowych i 15 repertuarowych z udziałem polskich gwiazd światowego formatu: Aleksandry Kurzak, Piotra Beczały, Tomasza Koniecznego. Spektakle mają się odbywać z zachowaniem wyśrubowanych norm reżimu sanitarnego, więc zespół teatru ma nadzieję na przeprowadzenie całego sezonu bez przeszkód.

Elżbieta Penderecka, organizatorka Wielkanocnego Festiwalu Ludwiga van Beethovena, także podkreśla konieczność przestrzegania zaleceń Głównego Inspektoratu Sanitarnego odnoszących się do wydarzeń kulturalnych – pozwala to zmniejszyć ryzyko zarażenia wirusem i zwiększyć prawdopodobieństwo przeprowadzenia zaplanowanych imprez. Organizatorzy wdrażają rekomendacje, które wiążą się z ograniczeniem miejsc w salach koncertowych, przestrzeganiem reżimu sanitarnego i znaczną redukcją liczby artystów w zespołach chóralskich czy orkiestrowych. Oczywiście zmiany te powodują znaczący uszczerbek w budżetach wszystkich partycypantów branż kreatywnych.

Prof. Rafał Kasprzak potwierdza tezy organizatorów i menedżerów o trudnej sytuacji placówek kultury. Spadek liczby widzów zdecydowanie niekorzystnie wpływa na stan finansów i niestety wymusza trudne decyzje w obszarze rozwoju artystycznego i zatrudnienia. Ze względu na lęk przed zakażeniem może to potrwać dość długo. Uruchomione przez rząd programy wsparcia w jakimś stopniu pomogą przetrwać najtrudniejszy okres, ale negatywne skutki pandemii z pewnością mogą być trwałe.

Fizyczna bliskość niezbędna dla kultury

Kultura potrzebuje żywego kontaktu z odbiorcą. – *Produkty kultury są jak dobre wino, które zyskuje na smaku, jeśli jest konsumowane w gustownych kieliszkach i w szykownym miejscu. Liczy się tu nie tylko jakość, ale też otoczenie – kontekst, w którym konsumujemy produkt kultury. Streamingowany koncert jest odbierany zupełnie inaczej od słuchanego w filharmonii. Podobnie jest z teatrem. Występy przed kamerą udostępniającą obraz online pozwalają na przekazanie przeżycia artystycznego, ale nie zastąpią bliskiej relacji z publicznością i jej żywej reakcji. Nieuchronne w przypadku kontaktu zdalnego ograniczenia transferu, lagi czy niedostępność sieci mogą utrudnić albo wręcz uniemożliwić kontakt z publicznością* – twierdzi prof. Kasprzak.

Spostrzeżenia profesora potwierdzają menedżerowie kultury i artyści. Waldemar Dąbrowski na wspomnianej konferencji przyznał, że po pierwszym szoku wszyscy na świecie starali się postrzegać pandemię w kategoriach szansy na zmianę. Zauważono, że internetowi widzowie nie nawykli do oglądania non stop spektaklu operowego, trwającego minimum trzy godziny, gdyż zwykle obcują z ośmiosekundowymi komunikatami. „Nowy widz” w trakcie opery przyjmuje ponad 800 takich komunikatów. Trzeba nauczyć się do niego docierać.

Przedstawienie
„Werthera”

© KRZYSZTOF BIELIŃSKI/TW - ON



Teatr Wielki również wykorzystał czas lockdownu na budowanie relacji z publicznością, której nie mógł gościć w swoich podwojach. Kiedy dyrygent Lorenzo Passerini utknął w Warszawie w trakcie podróży z Australii do domu, zaproponowano mu poprowadzenie muzycznych lekcji włoskiego w Internecie, w których wyjaśni widzom terminy muzyczne wywodzące się z jego ojczystego języka. Bassem Akiki, kolejny dyrygent związany z Teatrem Wielkim, stworzył cykl „Dyrygent sam w domu”, w którym opowiadał o roli dyrygenta w teatrze operowym. Śpiewaczki Olga Pasiecznik i Izabela Kłosińska prowadziły zajęcia online z uczestnikami Akademii Operowej. Było też wiele inicjatyw pochodzących wprost od zespołu. – *To była wręcz kaskada kreatywności, jakiej się nie spodziewaliśmy. Jednak mimo chwili satysfakcji z projektów internetowych towarzyszyła nam dojmująca tęsknota za spotkaniem z publicznością na żywo. Wspierajmy tę aksjologiczną wartość kultury w świecie przepełnionym jej strywalizowaną współczesną wersją* – mówi dyrektor Dąbrowski.

Dyrektor Polskiego Baletu Narodowego Krzysztof Pastor mówi o lockdownie jako o najtrudniejszym okresie podczas pełnienia swojej funkcji. Pandemia przerwała marcowe próby baletu „Korsarz”. Tancerze źle znoszą czas bez pracy i ćwiczeń, więc teatr zaopatrzył ich w kawałki podłogi baletowej, aby mogli ćwiczyć w domach, trzymając się krzeseł czy blatów kuchennych zamiast drążka, i starali się utrzymać formę. Wykazywali się wielką kreatywnością, publikując w mediach społecznościowych różne filmiki ze swoim udziałem. Ale pełnię artystycznej wyobraźni tancerzy mogliśmy podziwiać podczas 12. edycji warsztatów choreograficznych „Kreacje”, zorganizowanej w trybie online. Artyści, zachowując obowiązujący reżim sanitarny, przygotowali 10 choreografii, które następnie sfilmowali w plenerach i wysłali do teatru, gdzie zostały poddane ostatecznej obróbce przed transmisją online. Krzysztof Pastor wspierał swoich tancerzy, łącząc się z nimi za pośrednictwem Internetu dwa razy w tygodniu. – *W swoich etiudach*

w poetycki, metaforyczny sposób odnieśli się do irracjonalnej nie-rzeczywistości naszych czasów, a filmowa forma „Kreacji” pozwoliła nam zbliżyć się do nich na odległość intymnego kontaktu, co mnie osobiście bardzo wzruszyło – podkreśla.

Kinga Nowak, malarka i profesor ASP w Krakowie, zapytana o wpływ pandemii na jej działalność artystyczną, odpowiada, że lockdown przerwał wystawę „Co dwie sztuki to nie jedna” w Zachęcie, w której brała udział. Wystawa powstała we współpracy z dziećmi i była adresowana do dzieci, rodziców i opiekunów. – *To bardzo sensualna wystawa. Kuratorki wiele działań błyskawicznie przeniosły do sieci, były warsztaty i oprowadzania online. Ale to nie mogło przecież zastąpić wspólnego przeżywania, wspólnej zabawy przy zwiedzaniu. Obecna sytuacja buduje na nowo dystans, barierę fizyczną między twórcą a odbiorcą. Tymczasem zmysły pozwalają nam pełniej doświadczać sztuki. Media społecznościowe czy platformy internetowe można traktować jako uzupełnienie. Nie zastąpią bezpośredniego kontaktu ani ze sztuką, ani z ludźmi. Środowisko formuluje się w realu, a media przenoszą realne kontakty do sieci. Sytuacje odwrotne występują znacznie rzadziej* – wspomina artystka.

Olga Wysocka zauważa, że po euforii związanej z przenoszeniem się w świat wirtualny bardzo szybko przyszło zmęczenie nadmiarem projektów i propozycji kulturalnych. – *Dostępność takiej oferty jest niezwykła, ale ona nie zastąpi rzeczywistego spotkania ze sztuką. Doskonale o tym opowiadały trzy młode kuratorki Zachęty: Magdalena Komornicka, Milena Liebe i Weronika Wysocka, które przygotowały na Instagramie projekt performatywny „Scrolling the System”. Kuratorki pytały w nim, czy kontakt przez Internet może zastąpić kontakt osobisty, dotyk, zapach, język ciała drugiej osoby. Czy bliskość w świecie wirtualnym jest możliwa? Czy czujemy się samotni, mimo że jesteśmy ze sobą połączeni? Wreszcie pytały o to, jak będzie teraz wyglądał świat* – opowiada Wysocka.

Kinga Nowak także podkreśla, że rozwój artystyczny jest możliwy jedynie wtedy, gdy wystawy dochodzą do skutku i można nawiązać

bezpośredni kontakt z odbiorcą. Jak zauważa, pandemia zamknęła i tak bardzo hermetyczne, a zarazem mikroskopijne środowisko artystyczne we wspólnej internetowej bańce. Niemniej potrzeba wyjścia na zewnątrz, również poza ramy instytucjonalne, jest silna. Stąd tyle projektów społecznych, działań interwencyjnych i konfrontacyjnych. – *Nowa sytuacja zmusza do nowych rozwiązań. W instytucjach czy poza nimi życie artystyczne trwa. Myślę, że wszystkim zależy, by je pobudzać, bo jesteśmy sobie nawzajem potrzebni* – twierdzi.

Przyszłość jednak nastąpi

Pandemia wpłynęła na sposób konsumpcji treści kultury. Lockdown umożliwiał odbiorcy sztuki jedynie kontakt wirtualny, który w pewnych przypadkach okazał się na tyle wygodny, że nie będzie już powrotu do tradycyjnej formuły. Prof. Kasprzak rysuje również taki scenariusz, w którym potrzeby kulturalne będą zaspokajane w bezpieczniejszy sposób. Przypuszcza, że książka, obraz czy film mogą zastąpić sztukę teatralną, koncert, operę. Z perspektywy producentów kultury dzisiejsza sytuacja może być swoistą rewolucją, wywołującą równie doniosłe skutki jak upowszechnienie druku albo przełom internetowy. – *Może za chwilę w sferze podaży pojawią się innowacyjne rozwiązania hybrydowe, które połączą przeżycie artystyczne z technologią. Wydaje się, że pierwszym etapem zmian będzie upowszechnienie cyfrowego dostępu do treści kultury. A kolejne etapy? Może już jakiś twórca wpadł na pomysł łączący piękno sztuki z potencjałem technologii. W końcu nie na darmo ta branża jest określana jako przemysł kreatywny* – komentuje profesor.

Jego tezę dotyczącą zwrotu odbiorców ku bezpieczniejszym formom konsumpcji kultury potwierdza Katarzyna Rij, właścicielka Galerii van Rij, która odnotowała ożywienie na rynku sztuki. Tygodnie spędzone w domu uświadomiły ludziom, jak ważne jest obcowanie z malarstwem czy rzeźbą na co dzień. W obecnej sytuacji ekonomicznej coraz więcej osób zaczyna traktować rynek sztuki jako miejsce alternatywnych inwestycji, na czym zyskują twórcy. – *Mam wrażenie, że Polska, jeśli chodzi o rynek sztuki, jest dziś w miejscu, w którym były Stany Zjednoczone w latach 50. i 60. XX w. To wtedy powstawały wielkie prywatne kolekcje, dziś warte miliony dolarów. Nie zmienia to nadal faktu, że sytuacja ludzi ze świata sztuki i kultury jest trudna. Interesującym zjawiskiem jest również chęć zwiedzania wystaw indywidualnie lub w małych grupach. Taka forma zapewnia bezpieczeństwo, bo istotnie redukuje ryzyko zarażenia się koronawirusem, a przy okazji daje ogromny komfort zwiedzania. Spotkanie z kuratorem czy opiekunem wystawy w relacji jeden na jeden daje możliwość zadawania pytań, większej interakcji, podejścia do dzieła o krok bliżej. W naszej galerii chcemy wprowadzić taką możliwość już na stałe* – deklaruje Katarzyna Rij.

Sonia Draga, właścicielka Grupy Wydawniczej Sonia Draga, też obserwuje większe zainteresowanie książką. – *Pierwsze tygodnie lockdownu były bardzo trudne, bo wszyscy funkcjonowaliśmy w warunkach wielkiej niewiadomej. My, księgarze, nie wiedzieliśmy, jak długo będziemy mogli działać, bo wraz z zamknięciem galerii handlowych*

również sieci Empik i Świat Książki musiały zamknąć swoje księgarnie tam usytuowane. To spowodowało rewolucję w systemie dystrybucji książek. Na szczęście pozostały otwarte mniejsze księgarnie niezależne i czytelnicy zaczęli chętnie je odwiedzać, aby nie chodzić tylko do sklepu spożywczego. Zamknięci w domach, najpierw oglądaliśmy filmy, ale zaraz potem sięgnęliśmy po książki. Zaczęliśmy od dostępnych w domu, potem wymienialiśmy się ze znajomymi. W końcu zaczęliśmy książki kupować, głównie w Internecie. W lockdownie wybieraliśmy rzeczy lekkie, łatwe i przyjemne, aby zapomnieć o rzeczywistości. Wydaje się, że nawyk kupowania książek w Internecie się utrwali, a zatem wyzwaniem dla wydawców i dystrybutorów będzie dotarcie do czytelnika z ofertą książki ambitnej i promocją nowości wydawniczych. Podsumowując: to dzięki czytelnikom, mimo trudnych pierwszych tygodni pandemii, branża wydawnicza zdołała przetrwać – mówi.

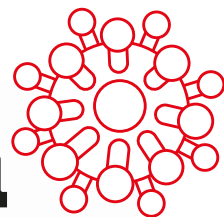
Żeby utrzymać kontakt z odbiorcą, wielu artystów i ludzi prowadzących galerie otworzyło swoje prywatne przestrzenie. Kinga Nowak uważa, że transmisje z miejsca pracy, galerii czy pracowni, rejestrowanie procesu twórczego stały się bardzo powszechne i być może taka forma kontaktu zostanie z nami na zawsze.

Elżbieta Penderecka także prognozuje większy udział przedsięwzięć artystycznych w sferze wirtualnej. – *Tak samo jak pod koniec XX w., gdy załamał się rynek nagrań fonograficznych, którego miejsce zajęły wielkie koncerty świadczące usługi w sieci. Czekają nas interesujące czasy, nie tylko w kulturze* – twierdzi.

Z kolei prof. Rafał Kasprzak zauważa, że dostęp online stanie się rozwiązaniem powszechnie stosowanym przez instytucje kultury. Następnym krokiem będą wynikające z niego innowacje, czyli wirtualna i rozszerzona rzeczywistość. Dostęp online ma swoje zalety: pozwala na prowadzenie pogłębionych analiz publiczności i ruchu na stronach internetowych placówek kultury, co może być impulsem dla innowacji marketingowych. Internet otwiera też nowe kanały sprzedaży i nieprawdopodobny potencjał budowania zaangażowania za pomocą metodyki gamifikacji. – *Wydaje się zatem, że flirt z Internetem, który rozpoczęły instytucje kultury, dzisiaj, a najpóźniej jutro przekształci się w poważny związek, który zaowocuje nowymi modelami podaży i konsumpcji usług kulturalnych. Każdy produkt kultury składa się bowiem z treści i nośnika. Jeżeli nośnikiem stanie się Internet, to oferowaną treść często będzie można rozbudowywać o kolejne warstwy merytoryczne* – przewiduje profesor.

Jedną z instytucji, które wiele swoich projektów już przeniosły do przestrzeni wirtualnej, jest Zachęta. Olga Wysocka zapewnia, że doskonale sprawdzają się internetowe warsztaty dla dzieci, młodzieży i dorosłych. Dzięki oprowadzaniom online poszerzono grono odbiorców o nowych gości z całego świata. Zachęta szuka jednocześnie nowych rozwiązań dla działań w Internecie. – *Mamy świadomość, że świat wirtualny nie jest alternatywą, lecz częścią świata realnego. Musimy nauczyć się poruszać w tej hybrydowej rzeczywistości, zachowując w niej najlepsze wartości świata sztuki* – podsumowuje Wysocka.

Współpraca: Kamil Broszko



Świat po pandemii

Szkic do portretu

O przyszłości, nie tylko w aspekcie gospodarczym, rozmawiają ekonomiści prof. **Elżbieta Mączyńska** i prof. **Piotr Wachowiak**.

Elżbieta Mączyńska: Chyba nikt nie może z całą pewnością powiedzieć, jak będzie wyglądał świat po pandemii, ponieważ jest wiele znaków zapytania. Po pierwsze wróg jeszcze nie został opanowany, nie mamy szczepionki ani leku, wirus szaleje. Nie umiemy policzyć ofiar na tej wojnie, a to, jak będzie wyglądał świat po niej, zależy w dużym stopniu od ostatecznej skali zniszczeń. Problem należy przedstawić nieco inaczej: co powinniśmy zrobić już teraz, żeby świat po pandemii był lepszy niż przed nią? Co zrobić, żeby zwiększyła się jego odporność na kryzys, i jak naprawić te błędy, przez które okazał się słaby? Co zrobić, żebyśmy nie wpadli w stare koleiny, nie popełniali tych samych błędów? Gołym okiem widać, że najbardziej poszkodowane przez kryzys są osoby na tzw. chwilówkach i prowadzące jednoosobową

działalność gospodarczą, więc znów mamy problem do rozwiązania: co zrobić, żeby w przyszłości zminimalizować liczbę osób i przedsiębiorstw dających się łatwo zaatakować „wrogowi”? Tak globalnego kryzysu jeszcze w historii nie było. Do tego nastąpił w momencie, kiedy światowa gospodarka zaczęła słabnąć; ekonomiści podkreślali, że grozi nam recesja. Teraz wszystkie winy przypisujemy koronawirusowi, ale już wcześniej ujawniały się różne nieprawidłowości. Trzeba zadbać o to, żeby świat po pandemii był lepszy, co nie znaczy bogatszy. Mam nadzieję, że nareszcie dotrze do nas bezsens konsumpcjonizmu, który zawładnął nami bez reszty.

Piotr Wachowiak: Obawiam się, że pamięć ludzka jest krótka i szybko zapomnimy o tym, co przeżywamy teraz. A tego, co się stało, nie można z niczym porównać. Nigdy nie było takiej sytuacji, żeby gospodarka całego świata została na dwa miesiące zawieszona. Obecnie znów mamy skok liczby zachorowań i nadal nie wiemy, jak potoczy się sytuacja. A dla przedsiębiorców najgorsza jest niepewność.

EM: Mamy informacje z przeszłości. Pewne rozwiązania Norwega, wprowadzonego przez prezydenta Roosevelta po wielkim kryzysie, przetrwały do czasu złotej ery kapitalizmu, czyli lat 60.–70. XX w. Można więc się spodziewać, że doczekamy rozwiązań racjonalizujących nasze działania, zapobiegających niefrasobliwości społecznej, ekologicznej i ekonomicznej. Wiele się teraz mówi o ratowaniu gospodarki, jednak to życie ludzkie jest bezcenne i nawet jeżeli krótkofalowo budżet ucierpi z tego powodu, to w przyszłości zyska, bo tylko ludzie mogą spowodować wzrost naszego bogactwa. Już starożytni głosili, że bogactwo narodu zależy od pracy; kiedy znika praca, znika bogactwo. Ochrona życia każdego człowieka musi być priorytetem.

PW: Pandemia zmieni styl życia, nawyki. Już teraz ograniczamy kontakty międzyludzkie, utrzymujemy dystans fizyczny. Zmiany następują bardzo szybko, również te na rynku pracy. Wprowadzenie pracy zdalnej pokazuje, że wielkie biurowce są zbędne. Zamrozić gospodarkę jest łatwo i to był standard we wszystkich krajach, ale o wiele trudniej ją odmrozić. Trzeba postępować w sposób wyważony i roztropny.

Elżbieta Mączyńska
– prof. dr hab. nauk ekonomicznych. Związana ze Szkołą Główną Handlową w Warszawie. Członek Prezydium Komitetu Prognoz „Polska 2000 Plus” i Komitetu Nauk Ekonomicznych PAN oraz Rady Naukowej Instytutu Nauk Ekonomicznych PAN, prezes Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego (2005–2020).



© PAN

EM: Chciałabym zwrócić uwagę, że powszechnie stosowane określenie „dystans społeczny” jest nieprecyzyjne, bo w istocie chodzi o dystans przestrzenny. Jedno z wyzwań po pandemii to niedopuszczenie do narastającego rzeczywistego dystansu społecznego, któremu sprzyjają technologie cyfrowe. Zamykamy się w domach przy komputerach; mamy cyfrowe zakupy, koncerty, seks. Z jednej strony musimy temu przeciwdziałać. Ale z drugiej – wykorzystać efekty przyspieszonej edukacji cyfrowej. Przed koronawirusem obserwowaliśmy zjawisko analfabetyzmu cyfrowego. Dziś widać jak na dłoni nierówności społeczne, np. w dostępie do technologii cyfrowych. Wiele instytucji niższego szczebla jest niedofinansowanych i źle wyposażonych, przez co nie może włączyć się w proces cyfryzacji. A nawet gdy „na gorze” podejmowane są właściwe decyzje i np. urząd pracy funkcjonuje jedynie cyfrowo, to nie obsłuży tych bezrobotnych, którzy nie mają dostępu do Internetu czy komputera albo nie potrafią się nim posługiwać. Traktuję to jako pewnego rodzaju sabotaż. To tak, jakby lekarz wyleczył pacjenta, stosując najlepsze technologie i metody, ale obsługa pomocnicza położyła go w niedopraną pościel, przez co naraziła na zakażenie sepsą i śmierć, niwecząc cały trud lekarza. Właśnie takich sytuacji musimy unikać.

PW: Należy rozróżnić dwa okresy: pierwszy, w którym gospodarki będą się zamykały, i drugi, w którym będą musiały się otwierać. Wszystkie kraje UE powinny opracować jedną strategię działania po kryzysie i wspólnie ją realizować, bo w zespole jest siła.

EM: Na początku pandemii obserwowaliśmy zamknięcie granic, niektórzy nawet postulowali odcięcie się od Chin. Istniało ryzyko autarkicznych działań, na szczęście przejściowe. Każdy ekonomista doskonale wie, ile korzyści przynosi dzielenie się zadaniami, które inni wykonują lepiej, a zostawienie sobie tych, w których to my jesteśmy lepsi. Z pewnością nie dojdzie do autarkii na stałe, podobnie jak nie dojdzie do zanegowania globalizacji. Jednak potrzebujemy właściwego modelu globalizacji, gdyż kryzys pokazał, że w pogoni za taniością bardzo dużo się traci. Nie zawsze tanio znaczy dobrze, szczególnie gdy nie uwzględniamy kosztów i efektów zewnętrznych. Podam przykład: 95 proc. antybiotyków używanych w USA pochodzi z Chin. Nie trzeba wielkiej wyobraźni, żeby przewidzieć konsekwencje decyzji Chin o zamknięciu granic lub ich problemów z produkcją. Wiele długich łańcuchów dostaw nie uwzględnia rachunku kosztów zewnętrznych, co uwiadamnia brak refleksji dotyczącej przyszłości.

Ale istnieją rzeczy, którym służą wstrząsy. Nassim Taleb, autor „Czarnego łabędzia”, nazywa je antykruchymi. One wręcz rozwijają się i rozkwitają pod wpływem zmienności, przypadkowości, nieładu i stresu. Ryzyko to ich żywioł. Istotne jest też to, co podkreśla John C. Bogle w książce „Dość. Prawdziwe miary bogactwa, biznesu i życia”: świat doprowadził do wydłużenia łańcucha żywieniowego, czyli wzrostu liczby pośredników na drodze pro-

ducent–konsument. Nie mam pewności, czy tak musi być, czy nie powinno się raczej zastosować rachunku kosztów i efektów zewnętrznych. I nie nazywajmy tego autarkią, tylko dążeniem do racjonalizacji ekonomicznej, społecznej i ekologicznej.

PW: Przed wakacjami, na początku pandemii, przeżyliśmy totalny lockdown i niektórzy zastanawiali się, czy lekarstwo nie jest gorsze od skutków choroby. Trzeba było podjąć decyzje, które mogły mieć różne konsekwencje. Pierwszy etap miał za zadanie ustabilizować sytuację, czemu służyły tarcze antykryzysowe. Należało chronić miejsca pracy i poprawić płynność przedsiębiorstw. Teraz przedsiębiorcom brakuje scenariuszy funkcjonowania gospodarki od nowa, a powinni wiedzieć, jak przygotować się do nadchodzącej rzeczywistości. Wyniki międzynarodowego badania prowadzonego w Polsce przez prof. Małgorzatę Iwanicz-Drozdowską wykazały, że według prawie połowy respondentów organizacje nie posiadały planu ciągłości działania. A te, które posiadały taki plan, sprawniej i efektywniej dopasowały się do funkcjonowania w warunkach pandemii.

EM: Z prowadzonych w SGH badań na temat bankructw jednoznacznie wynika, że przedsiębiorstwa, które miały przygotowane scenariusze, nie dochodziły do stanu upadłości. Natomiast te żyjące

Piotr Wachowiak – doktor habilitowany nauk ekonomicznych, profesor nadzwyczajny Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie i jej rektor w kadencji 2020–2024. Jest członkiem Komitetu Organizacji i Zarządzania Polskiej Akademii Nauk i jego sekretarzem. Od 2019 r. przewodniczy Radzie ds. Przedsiębiorczości przy Prezydencie RP oraz Kapitułe Polskiej Wystawy Gospodarczej. W kadencji 2020–2024 przewodniczący Konferencji Rektorów Uczelni Warszawskich.

© SGH



z dnia na dzień, bez poduszki na wypadek kryzysu, często kończyły likwidacją lub upadłością. Nikt nie wie, kiedy skończy się pandemia i jakie będą jej skutki. Dlatego tak duże znaczenie ma tworzenie różnych scenariuszy, także przez przedsiębiorstwa, bez oglądania się na prognozowanie państwowe. Konieczna jest interakcja, a nie bierne oczekiwanie na pomoc. Kluczowe są wewnętrzne rzetelne analizy uwzględniające niepewność otoczenia, a ich wynikiem powinno być właśnie podejście wieloscenariuszowe. Upadłość jest również szansą na restrukturyzację; choć źle się kojarzy, może być początkiem dobrej przemiany, jeżeli zostaną podjęte właściwe działania.

PW: Musimy odpowiedzieć na pytania, kogo i w jaki sposób bronimy oraz na jakich przedsiębiorstwach nam zależy. Prof. Jerzy Hausner trafnie spostrzegł, że mamy teraz cztery sektory przedsiębiorstw. Pierwszy, strategiczny, skupiający np. przedsiębiorstwa farmaceutyczne, powinien podlegać specjalnej ochronie, bo daje nam możliwość przeżycia. W drugim sektorze znajdują się przedsiębiorstwa, które same sobie poradzą i przejdą przez pandemię bezobjawowo, więc państwo nie musi się nimi interesować. Trzeci sektor to przedsiębiorstwa, które zostały zamrożone, ale po odmrożeniu poradzą sobie przy niewielkiej pomocy państwa, np. zakłady fryzjerskie. Natomiast czwarta kategoria to przedsiębiorstwa działające w sektorach krytycznych, np. w transporcie czy logistyce, potrzebujące dużej pomocy. Pomoc państwa musi być ukierunkowana właśnie na te przedsiębiorstwa, bo bez niej sobie nie poradzą, a wtedy gospodarka nie będzie się rozwijała.

Jest też ryzyko, że w miejsce przedsiębiorstw upadających wejdą inne, wspierane kapitałowo z Chin czy krajów arabskich. Musimy chronić polską gospodarkę, a szczególnie wspierać przedsiębiorstwa eksportujące. Tym powinniśmy się zajmować w fazie wychodzenia z kryzysu. Według mnie narzędzia stosowane w pierwszym etapie były dobrze dobrane i odegrały właściwą rolę. Skuteczna pomoc musi być szybka i trafiona w punkt. Co z tego, że pacjenta będziemy leczyć na wątrobę, jeśli umrze na żołądek?

EM: Pełna zgoda co do tego, że teraz system wspierania powinien być bardziej selektywny, dostosowany do specyfiki poszczególnych branż. Na początku mieliśmy do czynienia z omdłym pacjentem, którego trzeba było cucić, nie zastanawiając się nad tym, czy działał efektywnie i czy płacił podatki. Natomiast kolejne formy pomocy muszą być połączone z dbałością o efektywność. Trzeba więc liczyć się z upadłością części przedsiębiorstw, gdyż nie wszyscy sprostają wymogom nowej rzeczywistości. Niektóre przedsiębiorstwa same muszą zastanowić się nad przebranzowaniem, nad tym, jak ukierunkować swój potencjał. Przykładowo kiedy upowszechni się praca zdalna, firmy posiadające powierzchnie biurowe powinny przekształcić je w mieszkania, hotele lub przestrzenie coworkingowe.

Wiele osób zastanawia się, czy kryzys jest szansą dla przyspieszenia transformacji energetycznej. Początkowo podczas walki z pandemią widzieliśmy wręcz przeciwne obrazy – tony plastiku

w postaci jednorazowych rękawiczek, masek, odzieży ochronnej. Niemniej to konieczność z uwagi na bezpieczeństwo epidemiczne. Wielką transformację energetyczną możemy zacząć od zmiany małych przyzwyczajeń i poszanowania najbliższego otoczenia. Wystarczyły zaledwie dwa tygodnie zamknięcia ludzi w domu, aby na Saską Kępę wróciły ptaki, których nie widziałam od lat. To właśnie pokazuje, jak bardzo szkodzimy środowisku.

PW: Coraz więcej przedsiębiorstw przywiązuje wagę do zrównoważonego rozwoju i do społecznej odpowiedzialności biznesu, szczególnie istotnej w sytuacjach kryzysowych. Jeżeli pracodawca będzie zachowywał się odpowiedzialnie w stosunku do pracowników, to oni będą gotowi do większych poświęceń, żeby pomóc firmie wyjść z kryzysu. Badania pokazują nie tylko frustrację przedsiębiorców i menedżerów, lecz także złe nastroje konsumentów. Mówi się nawet o pandemii konsumentów, stanowiącej prawdziwe niebezpieczeństwo dla gospodarki opartej na konsumpcji. A zrażonych konsumentów niełatwo ponownie do siebie przekonać.

Nie wiemy, jaka będzie koniunktura w przyszłości. Czy będzie to V – idziemy w dół i szybko się odbijamy, U – idziemy w dół, jesteśmy na dole i się odbijamy, L – idziemy w dół i długo tam zostajemy, czy wreszcie W – idziemy w dół, odbijamy się na chwilę, znowu idziemy w dół i w końcu się odbijamy. Musimy mieć opracowane scenariusze działania w każdym z tych przypadków. Inaczej trudno będzie nam mobilizować przedsiębiorców, a co za tym idzie – przekonać konsumentów, żeby wydawali pieniądze. Niestety coraz częściej mówi się, że najbardziej prawdopodobnym scenariuszem jest litera L.

EM: Prognozuje się, że dojście do stanu sprzed pandemii będzie trwało przynajmniej dwa lata. Czeka nas jeszcze wiele różnych zmian i katastrof, musimy się z tym pogodzić i przygotować, abyśmy nie byli całkowicie zaskoczeni, jak przy obecnym kryzysie. Paul Romer powiedział, że kryzys jest zbyt straszną rzeczą, żeby go zmarnować. Byłoby dobrze, gdyby nie nastąpił powrót do bezmyślnej konsumpcji, sztucznie wywołanej przez rynek. Nie kupujemy tego, czego nie potrzebujemy. Choć wiem, że to ciężkie zadanie, bo trudno opanować siłę reklamy.

PW: W powrocie na ścieżkę wzrostu pomagają inwestycje, lecz niełatwo namówić do inwestowania przedsiębiorstwo, które stara się utrzymać na powierzchni. Dlatego widzę tutaj dużą rolę państwa i inwestycji publicznych, które będą zaczynem rozwoju gospodarki i dadzą drugie życie wielu przedsiębiorstwom.

EM: Wspomniana już wcześniej przeze mnie polityka Nowego Ładu Roosevelta oparta na inwestycjach publicznych doprowadziła do podźwignięcia gospodarki USA po wielkim kryzysie. Ale trzeba przypomnieć, że jednocześnie ów kryzys doprowadził Hitlera do władzy w Europie. Nauki mogą pójść w różnych kierunkach i musimy robić wszystko, by wyciągnąć mądre wnioski.

Jak pandemia przyspieszyła rozwój innowacyjności

14 września 2020 r. w trybie online odbyła się trzecia konferencja z cyklu „Innowacyjna gospodarka. Rola polityki ekonomicznej”, zorganizowana przez Wydział Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego przy współudziale Narodowego Banku Polskiego.



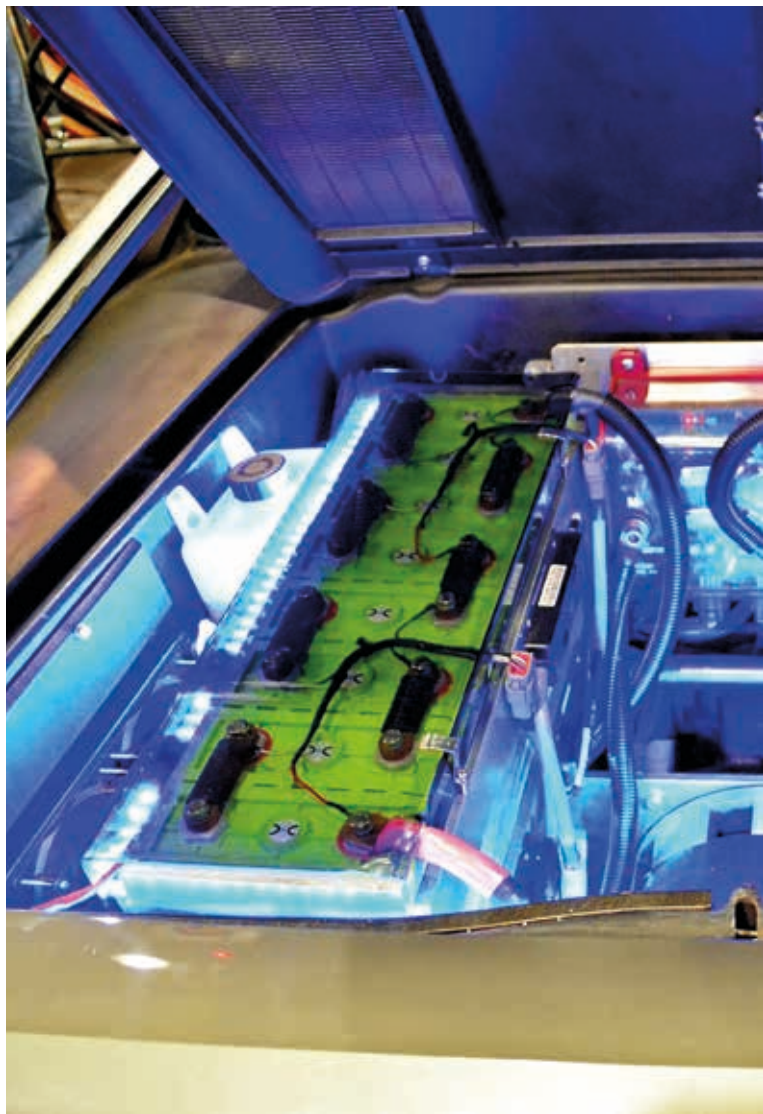
Najważniejszym zagadnieniem tegorocznej edycji był model polskiej polityki innowacyjnej. Prowadzący konferencję dr Jarosław Górski z Wydziału Nauk Ekonomicznych UW w imieniu „Magazynu Teraz Polska” zadał naukowcom i ekspertom kilka pytań o wpływ pandemii na transformację cyfrową i poziom innowacyjności w Polsce. Odpowiedzi udzielili: prof. dr hab. Marzena Anna Weresa, dyrektor Instytutu Gospodarki Światowej w Szkole Głównej Handlowej; dr hab. prof. UW Katarzyna Śledziwska, dyrektor zarządzający DELab UW; dr Maciej Pietrzykowski z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Szymon Ciupa, doradca sektorowy w Związku Miast Polskich.

Jarosław Górski: Zaczniemy nasze rozważania od ustalenia stanu faktycznego. Polska, niestety, nie zalicza się do liderów innowacyjności.

Marzena Anna Weresa: Jesteśmy tzw. umiarkowanymi innowatorami. Zajmujemy dopiero 24. pozycję w rankingu państw UE i 38. miejsce w globalnym rankingu innowacyjności. Niestety zwiększa się luka innowacyjna między Polską a światowymi liderami innowacyjności, takimi jak Stany Zjednoczone, Niemcy i Korea Południowa, oraz niektórymi gospodarkami wschodzącymi, np. Chinami. Obserwujemy też stopniowe doganianie Polski przez mniej rozwinięte kraje, m.in. Ukrainę. Przyczyn takiego stanu rzeczy jest wiele, choćby ta, że tylko niewielki odsetek polskich przedsiębiorstw potrafi skorzystać ze wsparcia działalności innowacyjnej ze środków publicznych, w tym z funduszy europejskich, takich jak Horyzont 2020. Równie małe jest zainteresowanie ulgami podatkowymi na działalność badawczą i innowacyjną, przy czym korzysta z nich relatywnie więcej firm z sektora przemysłu w porównaniu do firm usługowych.

JG: Tradycyjne podejście w rozwiązywaniu wyzwań społecznych, takich jak ubóstwo, starzenie się społeczeństw, zmiana klimatu czy problemy regionalnej restrukturyzacji gospodarczej, nie przynosi spodziewanych rezultatów.

MAW: Tak. Nie wystarcza łagodzenie niedoskonałości rynków czy stosowanie dobrych praktyk sprawdzonych w innych krajach, bo takie podejście nie uwzględnia specyfiki lokalnej. Najnowsze badania odnoszące się do polityki wspierającej innowację podkreślają rolę przedsiębiorczego państwa, któremu przyświeca przede wszystkim idea tworzenia wartości dla społeczeństwa i realizacji celów zrównoważonego rozwoju. Holistyczne podejście do polityki innowacyjnej polega na rozwiązywaniu konkretnych problemów. Wobec silnego zróżnicowania regionalnego znaczenia nabiera dostosowanie celów i instrumentów polityki do potrzeb lokalnych z uwzględnieniem perspektywy regionalnej. Kluczowa jest również ewaluacja efektów polityki innowacyjnej, szczególnie przydatna w projektowaniu nowych narzędzi polityki.

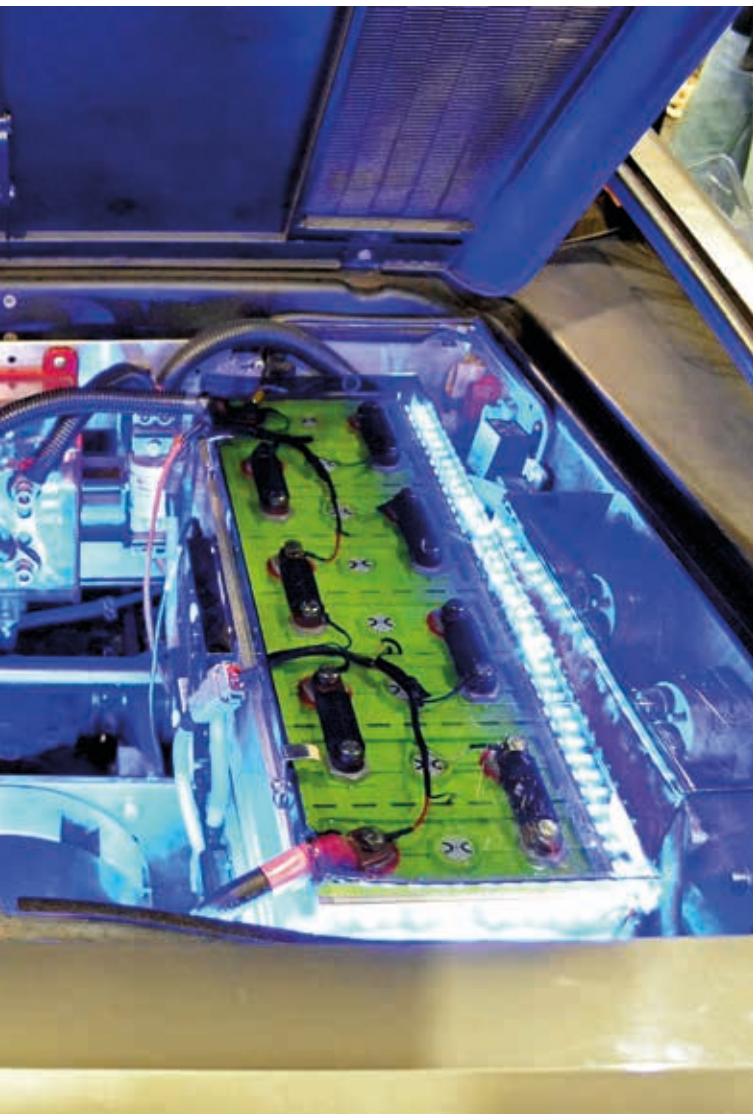


JG: Nagle świat stanął w obliczu pandemii. W marcu wprowadzono lockdown, który wymusił przejście na pracę zdalną, co z kolei przyspieszyło procesy cyfryzacji.

Katarzyna Śledziwska: Małe i duże instytucje zaczęły wdrażać elektroniczny obieg dokumentów, który do niedawna wydawał się marzeniem ściętej głowy. Automatyzacja rutynowych czynności, dla części firm usługowych i przemysłowych będąca abstrakcją z przyszłości, zaczyna jawić się jako opcja warta inwestycji w kontekście siły roboczej podatnej na zakażenie koronawirusem. Firmy handlowe, dotąd marginalnie korzystające z kanału online, w panice testują nowe rozwiązania pozwalające im dotrzeć do klientów. Powszechnie zaczęliśmy korzystać z publicznych e-usług i telemedycyny. W efekcie przyspieszył rozwój gospodarki opartej na danych.

JG: Nowe warunki gry premiuje te firmy, które podjęły wyzwanie transformacji cyfrowej i potrafią budować wartość dodaną na danych. Ale czym jest transformacja cyfrowa?

KŚ: Transformacja cyfrowa to całościowa i głęboka zmiana organizacyjna i procesowa umożliwiająca czerpanie wartości bizne-



Elektromobilność to obszar skumulowanej innowacyjności.
Na zdjęciu samochód sportowy z napędem elektrycznym.

sowej z danych i przekładająca się na personalizację produktów i usług. Ucyfrowione firmy są bardziej elastyczne, szybciej reagują na nietypowe warunki i kryzysy oraz lepiej dostosowują się do potrzeb klientów. Kiedy rozpoczęła się pandemia, były w stanie szybciej przejść w tryb pracy zdalnej, dlatego że dysponowały nie tylko odpowiednimi rozwiązaniami technologicznymi, lecz także pracownikami o odpowiednich kompetencjach. Tacy pracownicy stają się, obok danych, kluczowym zasobem, na którym przedsiębiorstwa będą budować swoją przewagę.

JG: Zapewne nie chodzi wyłącznie o programowanie czy same kompetencje cyfrowe.

KŚ: Mówimy o kompetencjach przyszłości, które pozwolą nam się odnaleźć w nowej rzeczywistości przesyconej technologią cyfrową. Dzięki nim będziemy wiedzieli, jak zadbać o siebie, swoje cyberbezpieczeństwo, prywatność i prawa. Będą niezbędne w procesie uczenia się i nabywania nowych umiejętności. Kom-

petencje przyszłości pozwalają funkcjonować na rynku pracy, w którym większość rutynowych zadań, tych manualnych i kognitywnych, jest odbierana człowiekowi i oddawana robotom i sztucznej inteligencji. Kompetencje te można podzielić na trzy główne typy: techniczne, poznawcze i społeczne. Same kompetencje techniczne (cyfrowe i inżynierskie) nie zapewnią przewagi w przesyconych technologią środowiskach pracy w przyszłości. Kluczowe staną się kompetencje poznawcze i społeczne, obejmujące m.in. umiejętność podejmowania decyzji, krytyczne myślenie, kreowanie, elastyczność poznawczą, empatię, przywództwo i współpracę z innymi. W tym worku jest bardzo dużo elementów.

JG: Kompetencje przyszłości, nazywane często kompetencjami 4.0, pozwolą nam radzić sobie ze zmianami – dzięki nim posiadamy narzędzia do uczenia się przez całe życie.

KŚ: To prawda, ale do tego musimy mieć nową edukację, opartą na innej filozofii, innych celach. Potrzebujemy większej elastyczności i lepszego powiązania między instytucjami edukacyjnymi a pracodawcami, organizacjami pozarządowymi i instytucjami publicznymi w ramach wieloelementowego ekosystemu edukacyjnego.

JG: Prof. Krzysztof Opolski w swoim konferencyjnym wystąpieniu podkreślił, że system edukacji powinien szczególnie kształtować wyobraźnię, która jest czynnikiem warunkującym powstawanie innowacji. Mechaniczne, pamięciowe i bierne nauczanie nigdy nie otworzy olbrzymich perspektyw umysłu i nie zachęci do zmieniania świata. Na szczęście pojawiają się nowe metody nauczania, takie jak *edutainment*.

Maciej Pietrzykowski: *Edutainment* to – jak sama nazwa wskazuje – połączenie edukacji i rozrywki. To atrakcyjna metoda, ponieważ wymaga spersonalizowanego uczenia się, zwiększa kreatywność i wizualizację, przekształca klasę konwencjonalną w inteligentną, poprawia interaktywne i oparte na współpracy metody uczenia się, promuje kulturę cyfrową i zapewnia narzędzia technologiczne dla nauczycieli. Jedną z jej odmian jest edukacja filmowa – *movie education*, polegająca na realizacji procesu dydaktycznego w laboratoriach filmowych, w których studenci piszą scenariusze i realizują je w technice wideo. Muszą zastosować w nich nowo poznane pojęcia w określonych sytuacjach sprzedażowych.

JG: Brzmi to intrygująco. Bez wątpienia metoda ta rozwija kreatywność studentów.

MP: *Movie education* im się podoba. Zwiększa ich zaangażowanie w proces dydaktyczny i stopień przyswajania wiedzy dzięki bezpośredniej aktywności, podnosi kapitał społeczny poprzez konieczność współpracy w grupie. Pewnym minusem może być

nieodzowność posiadania kompetencji z dziedziny edycji wideo, a także doświadczenia w konstruowaniu pouczającej fabuły w bardzo krótkiej formie filmowej.

JG: To może być jedna z kompetencji przyszłości. Tymczasem w marcu polskie szkolnictwo musiało błyskawicznie przejść na zdalne nauczanie. Jak to się udało, możemy prześledzić na przykładzie miast.

Szymon Ciupa: Niewiele miast miało za sobą takie doświadczenia jak Rzeszów, gdzie dwa lata temu zrealizowano projekt „Innowacyjna edukacja”, w ramach którego każdy z 3,6 tys. nauczycieli i 30 tys. uczniów zyskał dostęp do narzędzi cyfrowych umożliwiających komunikację czy pracę nad dokumentami i prezentacjami oraz do platformy e-learningowej i e-wywiadówki. Zdecydowana większość miast, szkół i nauczycieli nie była przygotowana do prowadzenia lekcji z wykorzystaniem instrumentów cyfrowych. Brakowało rozpoznania dostępnych narzędzi czy platform informatycznych, a także doświadczenia i kompetencji do ich wykorzystywania. W dużej mierze jednak, przy znacznym wysiłku osób zaangażowanych w organizację edukacji po stronie miast, nauczycieli, ale i rodziców, udało się te braki nadrobić. Sporym problemem był też fakt, że część uczniów nie posiadała sprzętu komputerowego. W tym wypadku z pomocą przyszły firmy użyczające niewykorzystywanego sprzętu oraz Ministerstwo Cyfryzacji, zapewniające szybką ścieżkę finansowania zakupu nowych komputerów.

JG: Kryzys wywołany pandemią koronawirusa z jednej strony pokazał zaangażowanie miast w działania będące obowiązkiem państwa: samorządy wspierały służbę zdrowia, przedsiębiorców i nauczycieli oraz informowały mieszkańców o aktualnej sytuacji epidemiologicznej. Z drugiej strony obecna sytuacja bezlitośnie obnażyła braki w cyfryzacji usług miejskich i zarządzania miastem. Nasze miasta nie są jeszcze *smart*...

SC: To prawda. W pierwszym okresie epidemii samorządy musiały błyskawicznie przestawić się na usługi świadczone z wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych. Urzędy miast miały niewystarczające doświadczenia i nie były przyzwyczajone do kompleksowej komunikacji i współpracy z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych. Oczywiście nie mam na myśli poczty elektronicznej. Myślę o „stacjonarnej” kulturze pracy, opierającej się na spotkaniach bezpośrednich czy komunikacji służbowej z wykorzystaniem standardowych sposobów przesyłania pism. Dla przykładu – do czasu kryzysu na zamianę spotkania na wideokonferencję udało mi się namówić tylko dwa miasta z kilkudziesięciu, z którymi współpracowałem. Brakowało sprzętu, nie było możliwości zainstalowania oprogramowania ani chęci. Kryzys wymusił zmianę podejścia, a wiele miast z dnia na dzień zaczęło wykorzystywać zintegrowane platformy komunikacji do organizacji narad online czy wspólnej pracy. Dotyczy to również

zdalnego prowadzenia i uczestnictwa w sesjach rad miast. W dużej mierze stało się to dzięki aktywizacji osób, które dobrze radziły sobie z pracą zdalną i technologią ICT.

JG: Podobnie rzecz się ma z e-obslugą mieszkańców i podmiotów gospodarczych.

SC: Kwestia podstawowa to dostępność e-usług publicznych, czyli – mówiąc w uproszczeniu – to, jaki procent spraw można załatwić przez Internet. Ocena obecnego stanu rzeczy nie jest budująca. Nie wdrożono e-usług w odpowiedniej liczbie, o odpowiedniej dojrzałości i ergonomii. Co więcej, często za wdrożeniem e-usług nie poszła pełna cyfryzacja procedury administracyjnej (co nazywam papierowymi e-usługami). Okazało się też, że mieszkańcy czy przedsiębiorcy nie wiedzą o dostępności e-usług i zasadach ich działania. Brakuje bowiem promocji, edukacji odbiorców, ponadto problem tkwi w sposobie projektowania i wdrażania.

JG: Miasta muszą funkcjonować, nawet w warunkach kryzysu. Infrastruktura miejska musi działać niezawodnie.

SC: Wyzwaniem dla miast okazało się zarządzanie procesami i infrastrukturą, co wymaga dostępu do wielu zbiorów danych oraz współpracy komórek organizacyjnych ze sobą czy z zespołami realizującymi prace utrzymaniowe. W wielu przypadkach utrudniony jest zdalny dostęp do kluczowych danych i narzędzi umożliwiających ich skuteczne stosowanie w utrzymaniu infrastruktury. Często używa się narzędzi, które lata świetności technologicznej mają już za sobą i nie wykorzystują potencjału chmury obliczeniowej. Pocięta jest też coraz więcej miast ma świadomość konieczności transformacji cyfrowej. Tak jak Gdynia, która już od kilku miesięcy zarządza infrastrukturą drogową online. Warto zaznaczyć, że Gdynia to miasto bardzo sprawnie funkcjonujące w czasie kryzysu.

JG: Czy polskie miasta zdały egzamin w obliczu kryzysu?

SC: Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie. Należy docenić pracowników samorządowych, którzy byli zaangażowani w przyspieszoną transformację cyfrową swoich urzędów, oraz organizacje wspierające miasta. Polski Fundusz Rozwoju we współpracy ze Związkiem Miast Polskich zorganizował Antykryzysową Platformę Rozwiązań Technologicznych w ramach programu „PFR dla miast”. Ideą tego narzędzia jest łączenie miast i przedsiębiorców na podstawie zgłaszanych przez miasta problemów i wyzwań technologicznych. W ramach Platformy miasta będą mogły skorzystać ze specjalnych ofert na wykorzystanie rozwiązań technicznych oraz wziąć udział w cyklu webinarów i warsztatów.

JG: Wszystkie te przykłady pokazują, jak ważna jest kompleksowa transformacja cyfrowa miast.

SC: Wiele samorządowców i ekspertów od dawna miało świadomość, że dotychczas najczęściej stosowane podejście do cyfryzacji musi się zmienić. Obecny kryzys uwypakował wyzwania w tym ob-

szarze, takie jak „papierowe e-usługi”, niewystarczająca zwinność organizacji, ograniczone kompetencje cyfrowe, brak współpracy, koordynacji i holistycznego spojrzenia na miasto jako całość. Z drugiej strony ostatnie tygodnie pokazały ogromne pokłady motywacji, kompetencji i zaangażowania wielu miast i instytucji w to, aby nasze miasta mimo wszystko działały jak najlepiej.

To jest dobry czas, żeby nie tylko rozpocząć dyskusję o tym, jak powinno funkcjonować prawdziwie inteligentne, cyfrowe

i odporne miasto, lecz także przystąpić do konkretnych działań mających na celu wypracowanie modelowych rozwiązań, standardów i metod transformacji cyfrowej miast.

W tekście wykorzystano fragmenty publikacji „III konferencja nauki i praktyki »Innowacyjna gospodarka. Rola polityki ekonomicznej«. Księga streszczeń”, wydanej przez Wydział Nauk Ekonomicznych UW w październiku 2020 r. Więcej informacji na stronie www.innovation.wne.uw.edu.pl.



Komentarz dra Jarosława Górskiego

Konferencja pokazała skalę wyzwań stojących przed polityką innowacyjną, ale też duży rozdźwięk z nią związany. Rozdźwięk między dalekosiężną wizją całościowego modelu polityki innowacyjnej a dzisiejszymi pilnymi potrzebami w zakresie konkretnych rozwiązań.

Potrzebujemy polityki innowacyjnej holistycznej, zintegrowanej i horyzontalnej, opierającej się na komplementarnych rozwiązaniach sektorowych i regionalnych (cytując liczne sformułowania, które padały w trakcie konferencji dla określenia oczekiwanych przymiotów tejże polityki). Polityki, która odpowiada światowym trendom, szybko identyfikuje i wdraża dobre praktyki z najbardziej innowacyjnych gospodarek świata, systematycznie usprawniając misterną sieć relacji między biznesem, nauką i administracją, tworzących delikatny ekosystem innowacyjności. Polityka ta powinna wpisywać się w liczne konteksty szerzej rozumianej polityki gospodarczej. Zaliczamy do nich wymóg zrównoważonego rozwoju, jak również oczekiwanie, że polityka innowacyjna będzie *mission-oriented*, tzn. – o czym mówi prof. Mariana Mazzucato – będzie dostarczać roz-

wiązań ważnych problemów społecznych i gospodarczych oraz sprzyjać rozwojowi opartemu na inwestycjach. Jak pokazuje obecna sytuacja związana z pandemią koronawirusa, polityka innowacyjna powinna uodparniać gospodarkę na kryzysy i dostarczać mechanizmów szybkiego reagowania na rodzące się nagle potrzeby zmiany formy życia nie tylko ekonomicznego, lecz także kulturalnego i społecznego. Wskazane byłoby, aby rozwiązania oferowane przez politykę innowacyjną stymulowały popyt na innowacje i umożliwiały czerpanie z istniejących zasobów – otwarte dane i otwarta nauka są coraz pilniej oczekiwane. To nie wszystko: powinna to być polityka skrojona na miarę naszych potrzeb i możliwości. Oczekujemy polityki, która nie będzie służyła jedynie nadganiu zaległości w stosunku do bardziej innowacyjnych gospodarek UE (a tych według europejskiej tablicy wyników innowacyjności jest aż 23), ale umożliwi nam awans z grupy „umiarkowanych innowatorów” do „silnych innowatorów”. To oznacza, że należy określić, jaki model polityki innowacyjnej chcemy realizować.

Z jednej strony sięgamy daleko do przodu, próbując sobie wyobrazić i stworzyć model skutecznej polityki innowacyjnej (tu ciekawe doświadczenia mogą wynikać z projektu Next Step Poland, realizowanego przez PFR, PAIH i PARP), z drugiej – mamy bardzo konkretne i pilne potrzeby tu i teraz: rozwiązania operacyjne. Musimy myśleć o polityce innowacyjnej jako praktycznej skrzynce z narzędziami służącymi

stymulowaniu innowacyjności, np. przez wspieranie prac B+R, edukację przedsiębiorczości, ochronę praw własności intelektualnych, tworzenie partnerstw na rzecz złożonych przedsięwzięć innowacyjnych, zabezpieczenie przed nadmiernym ryzykiem, zapewnianie dostępu do finansowania. Wydaje się, że o ile model polityki innowacyjnej w Polsce i rola administracji publicznej w tworzeniu warunków dla rozwoju ekosystemu innowacyjności nie są jeszcze dostatecznie czytelnie nazwane, o tyle coraz lepiej radzimy sobie ze znajdowaniem narzędzi i mechanizmów pokonywania poszczególnych barier innowacyjności.

Nie zapominajmy jednak, że bez kultury innowacyjnej, otwartości na zmianę, gotowości do ponoszenia porażek, odwagi rezygnowania ze schematów i zdolności do współpracy nawet najlepsza polityka innowacyjna nie zadziała, nie trafi na podatny grunt gotowości społecznej i indywidualnej do podejmowania zachowań innowacyjnych. Do szans wynikających z pandemii COVID-19 zaliczam zmianę społecznej percepcji innowacyjności. Pandemia pokazuje bowiem, jak szybko i skutecznie (szkoda, że w tak dramatycznych okolicznościach) potrafimy zmieniać model pracy, tworzyć nowe kanały dystrybucji produktów i usług, kreować inicjatywy społecznościowe, przechodzić transformację cyfrową. Oby bilans tych zmian okazał się korzystny i utwierdzał nas w przekonaniu, że trud i ryzyko innowacyjności się opłacają.

Racjonalny konsument, nieoczywisty patriota

Wyniki badań Fundacji „Teraz Polska”

Dzisiejszy konsument zainteresowany jest przede wszystkim jakością, choć – m.in. w wyniku pandemii – przy podejmowaniu decyzji zakupowych wzrasta również waga ceny. Coraz istotniejszym trendem staje się patriotyzm konsumencki. Godło „Teraz Polska” oznacza wysoką jakość i zachęca do zakupu produktu i usługi. Zachęcamy do lektury raportu badawczego.

Marcelina Hakman

Według najnowszych badań przeprowadzonych na zlecenie Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska” konsumenci podczas codziennych zakupów kierują się jakością, ceną i miejscem pochodzenia produktów. Za pomocą internetowej ankiety CAWI sprawdzono, co determinuje decyzje zakupowe Polaków i czy chętnie sięgają oni po polskie produkty, oraz zapytano o skojarzenia z Godłem „Teraz Polska”. Badanie zostało przeprowadzone przez Centrum Badań i Analiz Rynku (ASM) w październiku br. na próbie 1006 dorosłych Polaków.

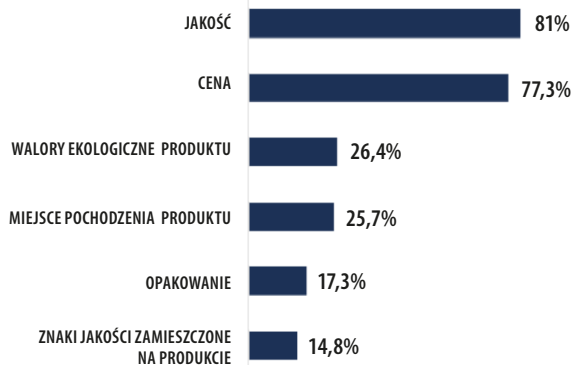
Od prawie trzech dekad Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego wyłania produkty, usługi i innowacje o najwyższej jakości i nagradza je Godłem „Teraz Polska”. Obecnie przyjmuje zgłoszenia do 31. edycji Konkursu „Teraz Polska”. Organizacja działa również na rzecz promowania innowacji w gospodarce, łączenia świata nauki i biznesu oraz monitoruje zachowania konsumentów i trendy w polskiej gospodarce. Od kilkunastu lat zleca przeprowadzanie badań, które mają na celu analizę głównych czynników wpływających na decyzje zakupowe Polaków. W tym roku w ankiecie uwzględniono również zjawisko pandemii.

Po pierwsze jakość

Polscy konsumenci podczas zakupów na pierwszym miejscu stawiają jakość, a w drugiej kolejności patrzą na cenę produktów i usług. Trend ten obserwowany jest niezmiennie od 2017 r., kiedy to pierwszy raz odnotowano zmianę na pozycji lidera. Na pytanie: „Co jest dla Pani/Pana najważniejsze podczas codziennych zakupów?” aż 81 proc. ankietowanych odpowiedziało, że jakość,

natomiast cena została wskazana przez 77,3 proc. respondentów. W porównaniu do ubiegłego roku oba wskaźniki wzrosły – jakość o niecałe 7 punktów procentowych, a cena o ponad 8. Jako kolejne czynniki konsumenci wskazali: walory ekologiczne (26,4 proc.), miejsce pochodzenia produktu (25,7 proc.), opakowanie (17,3 proc.) oraz znaki jakości zamieszczone na produkcie (14,8 proc.).

Co jest dla Pani/Pana najważniejsze podczas codziennych zakupów? (N = 1006, w %)



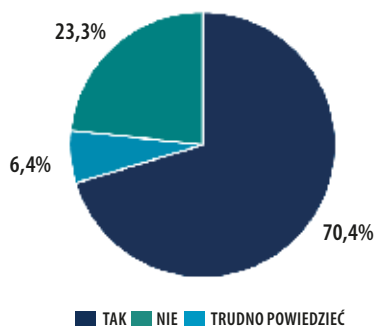
Pytanie zamknięte, wielokrotnego wyboru.

Z badań wynika, że konsumenci są zarówno bardziej świadomi, jak i wymagający. Coraz więcej osób czyta etykiety, analizuje skład produktów oraz dokładnie sprawdza opinie innych klientów przed zakupem. Powszechne posiadanie smartfonów z mobilnym

Internetem spowodowało, że dostęp do informacji nigdy nie był tak szybki i prosty. W kilkanaście sekund możemy przeczytać opis produktu i oceny oraz porównać cenę w kilku sklepach. Świadomy konsument wymaga więcej od producenta i to nie tylko w kwestii jakości samych produktów i usług, ale również w zakresie ekologii czy wizerunku marki w sieci.

Ten sam świadomy i wymagający konsument zdaje sobie sprawę, że jakość kosztuje. Na pytanie: „Czy byłby Pan skłonny / byłaby Pani skłonna zapłacić więcej za produkt wysokiej jakości?” ponad 70 proc. respondentów odpowiedziało, że tak. Blisko jedna czwarta (23,3 proc.) nie miała konkretnego zdania, natomiast jedynie 6,4 proc. zadeklarowało, że nie zapłaci więcej za taki produkt. Dominujące zachowania konsumenckie mogą wynikać ze wzrostu zamożności społeczeństwa oraz ciągłego dążenia jednostek do poprawiania swojej sytuacji materialno-bytowej.

Czy byłby Pan skłonny / byłaby Pani skłonna zapłacić więcej za produkt wysokiej jakości? (N = 1006, w %)



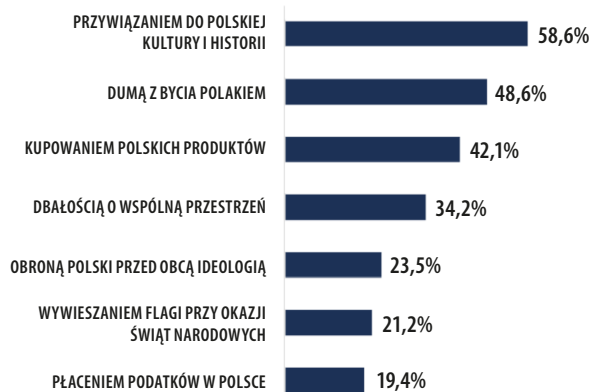
Pytanie zamknięte, jednokrotnego wyboru.

Patrząc całościowo na wyniki badań, można zauważyć, że cena produktu jest nadal bardzo ważnym determinantem wpływającym na decyzje zakupowe. Polacy chcą nabywać produkty i usługi w możliwie jak najwyższej jakości, ale w sposób racjonalny, tzn. za kwotę mieszczącą się w pewnych akceptowalnych granicach, co staje się szczególnie ważne w czasie pandemii.

Patriotyzm konsumencki

Z badania wynika, że miejsce pochodzenia produktu jest, obok jego walorów ekologicznych, ważnym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji zakupowych. Na te kryteria podczas codziennych zakupów zwraca uwagę ponad jedna czwarta ankietowanych. Co więcej, kupowanie polskich produktów jest obecnie postrzegane jako jeden z przejawów patriotyzmu (42,1 proc.), zaraz po przywiązaniu do polskiej kultury i tradycji oraz poczuciu dumy narodowej. Warto także dodać, że jest to najwyższej sklasyfikowana forma patriotyzmu czynnego, czyli takiego, który przejawia się w konkretnym działaniu.

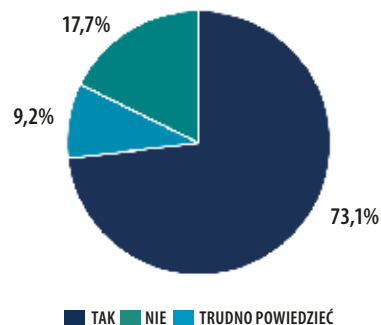
Czym jest dla Pana/Pani patriotyzm dziś? (N = 1006, w %)



Pytanie zamknięte, wielokrotnego wyboru.

Coraz więcej Polaków zdaje sobie sprawę, że decyzje zakupowe jednostki mają wpływ na kondycję krajowej gospodarki i PKB. Można nawet powiedzieć, że od kilku lat panuje pewnego rodzaju moda na kupowanie polskich produktów, a zwłaszcza na wspieranie małych, lokalnych firm. Trend ten jest skutecznie wykorzystywany przez przedsiębiorców, którzy budują swoją markę w oparciu o regionalne pochodzenie, wielopokoleniową tradycję i polski kapitał. Nic dziwnego, skoro aż 73,1 proc. ankietowanych, mając możliwość wyboru, deklaruje zakup produktów polskiego pochodzenia. Tylko 9,2 proc. respondentów było przeciwnego zdania.

Czy zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem, że mając możliwość wyboru, należy kupować produkty polskiego pochodzenia? (N = 1006, w %)



Pytanie zamknięte, jednokrotnego wyboru.

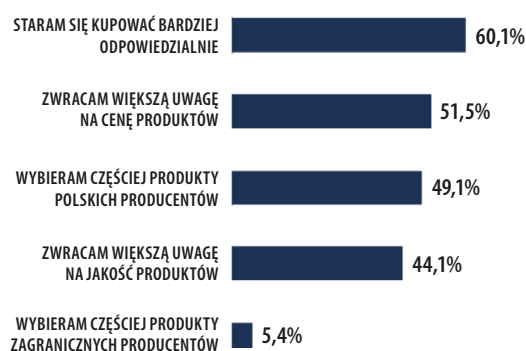
– Jako Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego cieszymy się ze zmian, jakie zaszły przez lata w świadomości społecznej, i z tego, że coraz częściej konsumenci wybierają polskich producentów i usługodawców. To dla nas dowód, że Polski Program Promocyjny odniósł sukces, a wartości, które nam przyświecają, zostały dostrzeżone i wpływają na decyzje zakupowe wielu milionów Polaków – mówi Krzysztof Przybył, prezes Fundacji „Teraz Polska”.

Decyzje zakupowe a pandemia

Jak wynika z najnowszych badań, podczas pandemii decyzje zakupowe Polaków są w większym stopniu przemyślane. Ponad 60 proc. ankietowanych deklaruje, że stara się kupować bardziej

odpowiedzialnie, a ponad połowa (51,5 proc.) zwraca większą uwagę na cenę. W praktyce może to oznaczać np. rezygnację z zakupu drogich produktów, kupowanie produktów w mniejszej ilości, jak również stawianie ceny przed jakością. Zachowania te mogą wynikać z utraty lub zmniejszenia dochodu w gospodarstwach domowych bądź też z odczuwania lęku przed tymi zdarzeniami. Wówczas decyzje konsumentów mogą być warunkowane chęcią zbudowania poduszki finansowej na wypadek sytuacji kryzysowej.

W okresie pandemii: (N = 1006, w %)



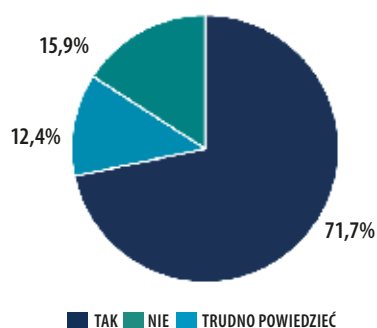
Pytanie zamknięte, wielokrotnego wyboru.

W czasach kryzysu konsumenci wykazują się patriotyzmem ekonomicznym. Prawie połowa z nich wspiera krajową gospodarkę i częściej wybiera produkty polskich producentów. Tylko 5,4 proc. ankietowanych kupuje chętniej importowane towary.

Godło „Teraz Polska”

Od wielu lat Godło „Teraz Polska” należy do najbardziej rozpoznawalnych znaków promocyjnych w Polsce. Jego znajomość w badaniach ankietowych corocznie deklaruje ponad 70 proc. konsumentów. Podobnie było w tym roku. Blisko 72 proc. ankietowanych odpowiedziało, że spotkało się ze znakiem „Teraz Polska” na produktach lub usługach.

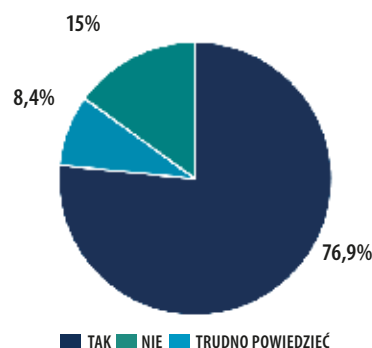
Czy jako konsument spotkał się Pan / spotkała się Pani kiedykolwiek ze znakiem (Godłem) „Teraz Polska” na produktach/usługach? (N = 1006, w %)



Pytanie zamknięte, jednokrotnego wyboru.

Godło „Teraz Polska” jest utożsamiane z wysoką jakością produktów i usług, co jednoznacznie potwierdzają odpowiedzi udzielone przez respondentów. Ma to ogromne znaczenie w kontekście zachowań konsumentów, ponieważ od 2017 r. badani deklarują, że to właśnie jakość jest dla nich najważniejsza podczas codziennych zakupów. Co więcej, odpowiedzi ankietowanych dowodzą skuteczności znaku jako narzędzia wspierającego sprzedaż. Ponad 75 proc. respondentów uważa, że Godło „Teraz Polska” jest dobrym sposobem oznaczania wysokiej jakości polskich produktów i usług, a także – co warto podkreślić – zachęca ich do zakupu.

Czy według Pana/Pani logo „Teraz Polska” jest dobrym sposobem oznaczania wysokiej jakości polskich produktów (usług) i zachęca do ich zakupu? (N = 1006, w %)



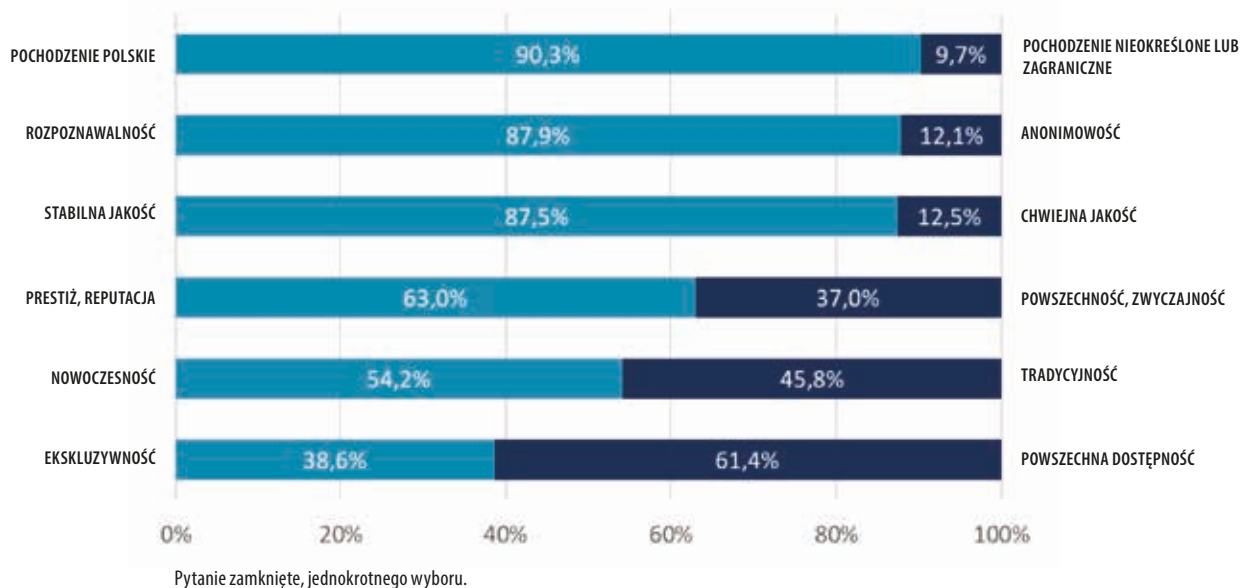
Pytanie zamknięte, jednokrotnego wyboru.

Ankietowani, zapytani o skojarzenia z produktami i usługami nagrodzonymi Godłem „Teraz Polska”, wskazują głównie polskie pochodzenie, dużą rozpoznawalność, stabilną jakość i bardzo dobrą reputację. Tylko 5,2 proc. badanych odpowiedziało, że znak z niczym im się kojarzy.

Wyniki badania kolejny rok z rzędu potwierdzają, że Godło „Teraz Polska” budzi zaufanie klientów i wzmacnia prestiż marki, a także bezpośrednio wpływa na decyzje zakupowe. Silną pozycją znaku promocyjnego nie zachwiała również pandemia. Mimo że konsumenci zwracają większą uwagę na cenę, to jednak nadal kluczowymi czynnikami decydującymi o zakupie są jakość i polskie pochodzenie, czyli cechy produktów i usług wyróżnionych Godłem „Teraz Polska”.

Każdy przedsiębiorca potrzebuje rozpoznawalnej marki i pomysłu, jak ją promować. – Na decyzję zakupową składa się nie tylko ocena walorów produktu, ale także emocje. Klienci wybierają marki, za którymi stoją wartości czy historie spójne z ich oczekiwaniami, pragnieniami, potrzebami. To wszystko odnajdują w biało-czerwonym znaku „Teraz Polska”. Dowodzą tego twarde dane. Dlatego serdecznie zachęcam wszystkich przedsiębiorców do wzięcia udziału w 31. edycji Konkursu. To niebywała szansa, by stać się wizytówką polskiej gospodarki” – dodaje Michał Lipiński, dyrektor Konkursu „Teraz Polska”.

Z jakimi cechami kojarzą się Panu/Pani produkty/usługi nagrodzone Godłem „Teraz Polska”?
Proszę o dokonanie wyboru jednej cechy z każdej pary. (N = 1006, w %)



Jeśli jesteś zainteresowany uczestnictwem w Konkursie „Teraz Polska” i chcesz uzyskać więcej informacji, skontaktuj się z nami (tel. 22 826 01 91, e-mail: konkurs@terazpolska.pl).



© UW

Komentarz dra Jarosława Górskiego

Trwająca od wielu miesięcy pandemia koronawirusa jest źródłem wielu obaw na całym świecie. W największym stopniu wyzwała lęk o bezpieczeństwo naszych najbliższych: zarówno fizyczne, zdrowotne, jak i ekonomiczne. Liczne badania pokazują, że obawiamy się utraty pracy, spadku dochodów, trudności w utrzymaniu dotychczasowego poziomu życia oraz braku zdolności do realizacji długoterminowych zobowiązań. Obawy te prowadzą do rewizji naszych postaw i zachowań związanych z wydawaniem i oszczędzaniem pieniędzy. O ile na zakupy spożywcze wydajemy podobne kwoty jak wcześniej (niekiedy nawet większe, czyniąc – nie zawsze roztropne

– zapasy), o tyle na większość niespożywczych dóbr i usług wydajemy – albo przynajmniej planujemy wydawać (zgodnie z deklaracjami ankietowymi) – mniej. Są to odzież i obuwie, sprzęt sportowy, produkty zdrowotne i pielęgnacyjne oraz szereg usług, których podaż skurczyła się w związku z wprowadzonymi regulacjami, w tym wiele z tzw. branż czasu wolnego (gastronomia, kultura, sport, rekreacja). Zostaliśmy postawieni w sytuacji konieczności przemyslenia sposobu, w jaki gospodarujemy naszymi dochodami. Wobec obaw o przyszłość cena kupowanych dóbr i usług umacnia swoje znaczenie. Jednak nasze zakupy coraz częściej chcemy też uzasadnić na gruncie określonych wartości. Zazwyczaj jest to po prostu wysoka jakość tego, za co płacimy – kupując bardziej odpowiedzialnie, wkładamy do koszyków (coraz częściej koszyków wirtualnych w e-sklepach) mniejszą liczbę przedmiotów, ale wyższej jakości. Tym samym stawiamy jakość na pierwszym miejscu, przed ceną,

wiedząc, że tak naprawdę liczy się relacja ceny do jakości. Aby nadać naszym zakupom większy sens, sięgamy do głębszych pobudek niż tylko zaspokojenie swoich potrzeb. Jak pokazują wyniki badania Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego, chętniej wydajemy pieniądze na to, co zdrowe, ekologiczne, a także na to, co wspiera rodzimą gospodarkę. W czasach kryzysu myślenie o miejscach pracy i perspektywach wzrostu gospodarczego jest nam bliższe niż w czasach prosperity. Badanie zdaje się także potwierdzać, że postrzegamy odpowiedzialne zakupy jako jedną z dróg realizowania postawy patriotycznej – troski o dobro wspólne niestojącej w sprzeczności z troską o własny portfel i standard życia.

Dr Jarosław Górski – adiunkt na Wydziale Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego, członek zarządu Best Place – Europejskiego Instytutu Marketingu Miejsc, doradca sektorowy w Związku Miast Polskich, doradca prezesa Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”.



© KAMIL BROSZKO (2)

Konkurs „Teraz Polska” czyli Godło na nowe czasy

W czerwcu 2020 r. zakończyła się jubileuszowa, 30. edycja Konkursu „Teraz Polska”. Podczas uroczystości w Pałacu Prezydenckim w Warszawie nagrodzono 16 produktów, 9 usług i jedną innowację. I choć trudno dziś prognozować, jaki będzie rok 2021, można stwierdzić, że polscy przedsiębiorcy i konsumenci bardziej niż kiedykolwiek potrzebują Godła „Teraz Polska”. Firmy mogą już zgłaszać się do 31. edycji Konkursu „Teraz Polska”.

W 30. edycji Konkursu nagrodzono między innymi przedstawicieli sektorów: budowlanego, innowacyjnego, medycznego, kosmetycznego, farmaceutycznego, spożywczego (w tym producentów wyrobów tradycyjnych), instytucje finansowe, a także szereg przedsięwzięć z obszaru nowoczesnych technologii (np. roboty, aplikacje, innowacyjne testy do wykrywania grypy czy inteligentny pojemnik na śmieci, który sam rozpoznaje rodzaj odpadu i go sortuje). Przyznano również nagrodę firmie oferującej usługi w zakresie energii odnawialnej.

Pierwsza edycja w dobie pandemii

– Kiedy w marcu ogłoszono lockdown, dopadła nas niepewność, ale też silne przeświadczenie, że powinniśmy zintensyfikować wysiłki, by w bieżącej edycji nagrodzić polskie firmy oferujące produkty i usługi najwyższej jakości i umożliwić im korzystanie ze wsparcia Godła „Teraz Polska”. Równocześnie przystąpiliśmy do zmiany procedur i takiego przeorganizowania naszej działalności, aby możliwe było jej prowadzenie w sytuacji obostrzeń sanitarnych. Zmiany objęły przede wszystkim komunikację zdalną i cyfryzację procedur. W tym celu nawi-

zaliśmy jeszcze bliższą współpracę z naszymi kluczowymi partnerami, m.in. Szkołą Główną Handlową. Dzięki temu mogliśmy bez najmniejszego uszczerbku dla rzetelności i profesjonalizmu przeprowadzić proces oceny zgłoszeń i wyłonić laureatów – mówi Krzysztof Przybył, prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego, organizującej Konkurs „Teraz Polska”. – Prezydent RP Andrzej Duda objął honorowym patronatem finał Konkursu, dzięki czemu uroczystość wręczenia statuetek „Teraz Polska” odbyła się w Pałacu Prezydenckim w Warszawie – mówi Michał Kleiber, przewodniczący Kapituły Godła „Teraz Polska”. Partnerami Głównymi Konkursu „Teraz Polska” są laureaci i wieloletni przyjaciele Fundacji: firma Fakro, wicelider światowej produkcji okien dachowych, i firma Blachy Pruszyński, największy polski producent blachodachówki. Fundacja ma zaszczyt współpracować z podmiotami, które nie tylko oferują konkretne wsparcie, ale też swoją postawą potwierdzają, że bliskie są im ideały, które wyraża od lat Polski Program Promocyjny „Teraz Polska”.

Inauguracja 31. edycji Konkursu „Teraz Polska”

W listopadzie br. Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego oficjalnie ogłasza przyjmowanie zgłoszeń do 31. edycji Konkursu „Teraz Polska”. – Nie jesteśmy nowicjuszami, mamy to szczęście w nieszczęściu, że już 30. edycję organizowaliśmy w warunkach pandemii. Uzyskaliśmy obiektywne potwierdzenie tezy, że w tych trudnych czasach firmy i konsumenci potrzebują Godła „Teraz Polska” bardziej niż kiedykolwiek. Dlatego też rozpoczęliśmy przyjmowanie wniosków do 31. edycji Konkursu. Każda firma, bez względu na profil działalności, specjaliza-

30
EDYCJA
KONKURSU
TERAZ POLSKA

między 30. i 31. edycją,



cję, wielkość, formę prawną, może starać się o uzyskanie dla swoich produktów i usług najbardziej prestiżowego znaku promocyjnego, czyli Godła „Teraz Polska”. Przyciąga ono zainteresowanie klientów, wzbudza ich zaufanie i zwiększa sprzedaż, co udało nam się potwierdzić dzięki setkom rozmów, które przeprowadziliśmy z laureatami, oraz obiektywnym badaniom społeczno-rynkowym – twierdzi Krzysztof Przybył.

Dlaczego krajowe firmy dziś szczególnie potrzebują Godła „Teraz Polska”? – W trudnym czasie przedsiębiorcy starają się racjonalizować wydatki. To oczywiste, że firmy muszą dbać o płynność finansową. Jak pokazują badania, przedsiębiorstwa, które wcześniej wypracowały scenariusze na gorsze czasy, lepiej radzą sobie w czasie pandemii. Każdy kryzys należy postrzegać nie tylko jako zagrożenie, lecz też – choć nie jest to łatwe – jako potencjalną szansę. Konsumenci racjonalizują wydawanie, poszukując jakości w najlepszej cenie oraz chcą wspierać firmy działające na polskim rynku, aby nie wzrosło bezrobocie i nie doszło do obniżenia stopy życiowej. Widząc znak „Teraz Polska”, konsument odczytuje go jako potwierdzenie, że dany produkt i usługa mają następujące parametry: reprezentują najwyższą jakość, są racjonalnie wycenione i pochodzą

z naszego kraju – mówi Michał Lipiński, dyrektor Konkursu „Teraz Polska”. Oznaczanie Godłem „Teraz Polska” swoich produktów i usług może być dla firm efektywnym sposobem zachęcenia klientów do wyboru właśnie tej oferty. – W popandemicznej rzeczywistości, która być może będzie czasem zrównoważonej prosperity, wzrostu gospodarczego z poszanowaniem środowiska i społeczeństwa, Godło „Teraz Polska” będzie po prostu nadal najbardziej adekwatnym oznaczeniem dla najlepszych produktów i usług, bowiem od 30 lat symbolizuje te wartości – podsumowuje Krzysztof Przybył.

Jeśli chcesz, by Twoja firma mogła
oznaczyć produkty i usługi Godłem
„Teraz Polska”, weź udział w Konkursie
„Teraz Polska”. Skontaktuj się z nami!
(tel. 22 826 01 91,
e-mail: konkurs@terazpolska.pl)

Zaufanie społeczne jest najważniejsze podczas pełnienia funkcji publicznej

O roli zdrowego rozsądku i spokoju w zarządzaniu miastem, ważnej krytyce i męczącym hejcie oraz o wielkich projektach, które zmieniły oblicze Katowic, z **Piotrem Uszokiem** rozmawia Kamil Broszko.

Kamil Broszko: W niewielu miejscach w Polsce obserwuję tak silny związek mieszkańców z regionem, jak na Śląsku. Z czego to wynika?

Piotr Uszok: Głównie z uwarunkowań historycznych. Przynależność państwowa obecnego obszaru Górnego Śląska była różna; to przede wszystkim tożsamość regionalna tworzyła poczucie

wspólnoty, stanowiła przyczynę tego, że owa wspólnota przetrwała, zachowała odrębność kulturową. Przykładem mogą być powstania śląskie, których setną rocznicę właśnie obchodzimy.

KB: Czy pełniąc urząd prezydenta, kierował się pan raczej chłodną menedżerską kalkulacją, czy emocjami?

PU: Będąc prezydentem miasta, trzeba – mimo wielu przesileń i napięć – zachować zdrowy rozsądek i spokój. To pozwala racjonalnie rozwiązywać konflikty, budować poczucie zrozumienia, skuteczniej przekonywać innych do swoich racji. Emocje mogą przenosić dyskusję w obszary nieracjonalnych zachowań. Nie

znaczy to wcale, że byłem wolny od emocji. Bardzo często pojawiały się one podczas rozmów dotyczących rozwoju regionu i Katowic, kiedy musiałem walczyć o środki finansowe. Ale skrywałem te emocje w środku, starałem się ich nie uzewnętrzniać.

© ARCHIWUM PU



Piotr Uszok – samorządowiec, prezydent Katowic w latach 1998–2014. Od najmłodszych lat związany z Katowicami. To w dużej mierze dzięki niemu są one dziś odbierane jako jedno z najnowocześniejszych miast w Polsce. Za działalność samorządową Uszok został odznaczony m.in. Krzyżem Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski, Krzyżem Oficerskim Orderu Odrodzenia Polski i Krzyżem Komandorskim Orderu Odrodzenia Polski. W 2020 r. Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego uhonorowała go tytułem Promotora Polski.

KB: Żyjemy w kraju deficytu zaufania społecznego i zaufania do sfery publicznej, w tym urzędników. Jak pan sobie z tym radził?

PU: Zaufanie społeczne to podstawa, jeżeli chce się pełnić funkcję publiczną. Można je budować przez prawdomówność, konsekwencję i przewidywalność działania, a także bliski kontakt z mieszkańcami. Nierzadko wymaga to artykułowania trudnych kwestii i przekonywania do nich mieszkańców. Nie można być populistą i ulegać wąskim grupom nacisku, jeżeli większość nie akceptuje realizacji ich zamierzeń. Moim zdaniem bycie wśród mieszkańców jest podstawą, która buduje zaufanie.

KB: W administracji i w polityce zawsze ma się oponentów, nieraz wytrwałych i zajadłych. Jak pan sobie radził z torpedowaniem projektów i krytyką?

PU: To trudna kwestia. Musimy zdawać sobie sprawę, że krytyka stanowi nieodłączny element demokracji. Jest jak tabletki, które pomagają wyzdrowieć, ale ich przedawkowanie może mieć śmiertelne skutki. We współczesnym świecie, w dobie mediów

społecznościowych spotykamy się często z ostrą krytyką, ale nie w sprawie, lecz przeciwko osobie prezentującej określone poglądy. Ta krytyka służy nie naprawie rzeczywistości, ale wyłącznie niszczeniu człowieka. Najgorsze jest to, że adwersarze pozostają bezimienni, nie ponoszą odpowiedzialności za swoje wypowiedzi. Boleśnie tego doświadczyłem, szczególnie wtedy, gdy moimi głównymi oponentami okazywały się osoby, które wiele mi zawdzięczały. W latach 2008–2010, kiedy ta krytyka była szczególnie zajadła, po prostu wyłączyłem się z aktywności w mediach społecznościowych. I tak pozostało do roku 2014.

KB: Czy Śląsk ma dzisiaj do odegrania jakąś szczególną rolę w kontekście całej Polski?

PU: W moim przekonaniu każdy region kraju powinien mieć i zapewne ma konkretną rolę do odegrania w budowaniu współczesnej Polski. Trochę odmienna i – jak pan to określa – szczególna rola Śląska wynika z jego dziedzictwa historycznego, doświadczeń, ale też cech mieszkańców. Z jednej strony to szacunek do pracy, odpowiedzialność i prostolinijność, z drugiej – olbrzymi potencjał, wynikający z ich różnorodności kulturowej i społecznej. Bardzo często przekonywałem się o tym, rozmawiając z globalnymi inwestorami, którzy otworzyli swoje oddziały w Katowicach, na Śląsku oraz w innych miastach Polski. To właśnie tutaj ta odpowiedzialność za wykonywaną pracę i przywiązanie do pracodawcy były ich zdaniem największe.

KB: W czasie swojej prezydentury był pan ojcem duchowym i realizatorem wielkich projektów, z rewitalizacją terenów po zamkniętej Kopalni Węgla Kamiennego „Katowice” na czele, co wiązało się z powstaniem olśniewającego Muzeum Śląskiego. Jakie cele, idee i motywy przyświecały panu w pracach nad tym projektem?

PU: Trzeba wyraźnie podkreślić, że budowa Muzeum Śląskiego była inwestycją województwa śląskiego, niemniej miasto Katowice miało istotny wkład w ten projekt. To dzięki niemu Muzeum Śląskie pozyskało tereny pod budowę nowych obiektów. Miasto zrealizowało też infrastrukturę niezbędną do jego funkcjonowania i współuczestniczyło finansowo w modernizacji obiektów poza głównym projektem: Międzynarodowego Centrum Kongresowego i budynku Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia. Wracając do pytania: kiedy szukałem pomysłu na zagospodarowanie terenów po Kopalni Węgla Kamiennego „Katowice”, pojawili się inwestorzy, którzy chcieli wykorzystać te tereny czysto komer-



cyjnie, ale taka koncepcja nie zyskała naszej akceptacji. Szukaliśmy lepszego pomysłu. Stąd działania nakierowane na kulturę. Obszar kultury i szkolnictwa wyższego był traktowany po macoszemu przez władze komunistyczne i jej poprzedników. Należało nadrobić te zaległości – i to stało się naszym głównym wyzwaniem. Katowice w przeszłości nie były miastem turystycznym, niestety nie posiadamy „renty historycznej”, dlatego kreowanie dużego ruchu turystycznego opartego na dziedzictwie historycznym nie miało wielkich szans powodzenia. Oczywiście nie można go przekreślać, jest bardzo ważne, lecz nie mogło przynieść natychmiastowego efektu. Stąd pomysł na budowę Międzynarodowego Centrum Kongresowego. Jak się okazało, postawienie na turystykę biznesową przyniosło pozytywne rezultaty.

KB: Muzeum Śląskie jest symboliczne również w aspekcie trendu dekarbonizacji. Czy widzi pan w nim zagrożenie dla Śląska, czy raczej szansę?

PU: Według mnie procesu dekarbonizacji nie da się uniknąć. Ktoś kiedyś powiedział, że epoka kamienia łupanego nie skończyła się dlatego, że zabrakło kamienia. Tak samo teraz epoka węgla kamiennego zakończy się nie z tego powodu, że zabraknie węgla kamiennego. Nie zatrzymamy postępu technologicznego, a to on otwiera nowe możliwości. Nowe technologie może jeszcze nie gwarantują pełnej ekonomiki przedsięwzięć, często są subwencjonowane przez państwo, ale jestem przekonany, że za kilka-kilkanaście lat postęp technologiczny doprowadzi do pełnej rentowności produkcji energii elektrycznej opartej na źródłach odnawialnych. Amerykanie powiadają, że dwie rzeczy są nieuniknione: śmierć i podatki. Ja dodaję trzecią: zmianę. I albo tę zmianę przewidzimy, przygotujemy się do niej i wykorzystamy możliwości z niej wynikające, albo jej nadejście zbagatelizujemy, a ona zaskoczy nas i zniszczy.

Przed takim wyzwaniem stoi teraz Śląsk. Powinniśmy patrzeć w przyszłość głównie przez pryzmat szans, a nie zagrożeń. Nasz świat się zmienia i będzie się zmieniał, musimy to zrozumieć. Niemniej jednak warto dodać, że skala zmian jest tak duża, że bez pomocy rządu nie damy sobie rady. Pyta pan, czy uważam, że myśl, idea i kultura powinny zastąpić to, co industrialne. Myśl, idea i kultura są fundamentem rozwoju społecznego i tożsamości kulturowej, nie powinny jednak wypierać potężnego potencjału industrialnego, lecz stanowić jego istotne uzupełnienie. Odpowiedzmy sobie na pytanie, dlaczego duże miasta, takie jak Detroit, upadały. Wynikało to głównie z monokultury przemysłowej. Jesteśmy więc odpowiedzialni za zadbanie o różnorodność kulturową, przemysłową i usługową naszych miast, naszego regionu. I to nasze główne wyzwanie na dziś.

KB: Wiele się obecnie mówi o inteligentnych miastach (ang. *smart city*), o czwartej rewolucji przemysłowej. Czy fakt, że Katowice były miastem industrialnym, sprawi, że łatwiej im będzie stać się miastem postindustrialnym?

PU: Zdecydowanie tak. Na Śląsku kultura przemysłowa zawsze była na wysokim poziomie, zatem będzie nam znacznie łatwiej zaadaptować się do standardów inteligentnego miasta. Zresztą już to robimy.

KB: Podczas uroczystości przyznania tytułu Promotora Polski osoby wygłaszające mowy pochwalne podkreślały, że jest pan autorytetem i legendą, a prof. Jerzy Buzek nazwał pana „prawdziwym królem Śląska”. Na pewno nie wystarczy być sprawnym zarządcą, aby zasłużyć sobie na taką estymę.

PU: Serdecznie dziękuję za te miłe i ciepłe słowa, bardzo je cenię, ale jestem świadomy tego, że na nie po prostu nie zasługuję. Zawsze starałem się rzetelnie i uczciwie wykonywać swoją pracę, być odpowiedzialny w stosunku do ludzi. Właśnie odpowiedzialność za Katowice i Śląsk była powodem, dla którego wystartowałem w wyborach na prezydenta Katowic. Bolało mnie to, jak miasto wyglądało i było postrzegane w latach 90. ubiegłego wieku. Postanowiłem to zmienić. Oczywiście nie zrobiłbym tego bez moich wspaniałych współpracowników, za co jestem im wdzięczny. Wytyczyłem pewne kierunki działań, postawiłem cele do zrealizowania. Szczęście mi sprzyjało: cele zostały osiągnięte. Mogłem więc w 2014 r. odejść, przekazując miasto w ręce osób znacznie młodszych ode mnie. I to także jest niezmiernie ważne – w odpowiednim momencie oddać władzę młodszemu pokoleniu.

KB: Prof. Benjamin Barber w książce „Gdyby burmistrzowie rządili światem” stawia tezę, że większa rola miast i burmistrzów to lek na niedoskonałości współczesnego świata.

PU: Zgadzam się. Według mnie powinien istnieć ustawowy zakaz przynależności wójtów, burmistrzów czy prezydentów do partii politycznych. Z mojego doświadczenia wynika, że nie ma prezydentów niezależnych, są tylko prezydenci zależni – albo od partii (partyjni), albo od mieszkańców (bezpartyjni). Ta druga zależność jest o wiele korzystniejsza dla naszych miast. A po zakończeniu aktywności na poziomie lokalnym można zaangażować się politycznie, wstąpić do partii i wykorzystać swój dorobek i potencjał.

KB: Czy się pan obecnie zajmuje?

PU: Po zakończeniu działalności publicznej poważnie rozważałem start w wyborach parlamentarnych. Ostatecznie zrezygnowałem z tego pomysłu i poświęciłem się dalszej budowie Katowic, lecz już w obszarze komercyjnym. Obecnie jestem odpowiedzialny za projekt Nowego Wełnowca, dzielnicy, która ma powstać na terenach poprzemysłowych w odpowiedzi na wyzwania stojące przed współczesnymi miastami. Nowy Wełnowiec ma być dostosowany do zmian klimatycznych i zostać zbudowany jako dzielnica wielofunkcyjna, z wykorzystaniem rozwiązań *smart city* w szerokim rozumieniu. Projekt ten stanowi dla mnie wyjątkowe wyzwanie i mocno wierzę w jego powodzenie.



Miasto – strefa wolna od... czystego powietrza?

Wielu komentatorów życia politycznego i gospodarczego twierdzi, że obecna klasa polityczna, zarówno na poziomie centralnym, jak i samorządowym, zajmuje się sprawami drugo- i trzeciorzędowymi, zamiast zająć się tym, co naprawdę ważne (nie, tym razem nie będzie o COVID-19). Nie trzeba być lewicującym centroliberałem, aby dostrzec, że mówią o ochronie środowiska i zmianach klimatu, a w szczególności o jakości powietrza.

Adam Mikołajczyk

Tymczasem w polskich miastach zamiast stref wolnych od nisko zawieszonego pyłu (smogu), od plastiku czy wysp gorąca powstają inne „wolne strefy”. W obronie polskich rodzin, polskich dzieci. Tyle tylko, że te rodziny i te dzieci oddychają najgorszym jakościowo powietrzem w Unii Europejskiej.

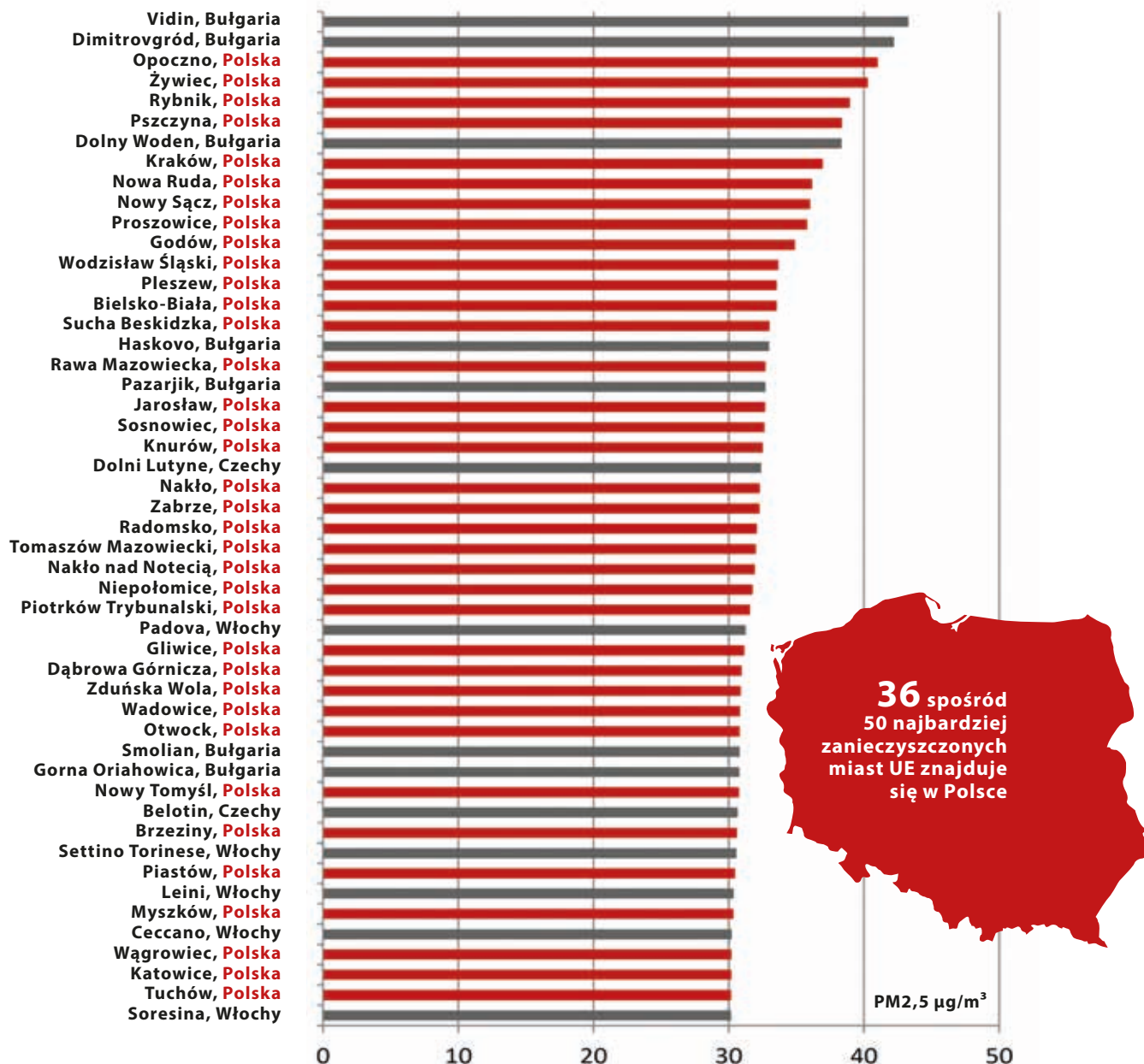
Spośród 50 miast UE z najsilniej zanieczyszczonym powietrzem (pył PM_{2,5}) aż 36 znajduje się w Polsce (2018 r.)¹. A oddychanie zanieczyszczonym powietrzem ma wpływ na wszystkich – od dzieci po dorosłych. Najgroźniejszy jest pył zawieszony – w związku z tym, że jest mikroskopijny, dociera głęboko do naszych płuc, a nawet przenika do krwiobiegu. W pyłe tym mogą znajdować się również szkodliwe metale ciężkie, jak arsen czy rtęć. W powietrzu można niestety znaleźć tlenki azotu (z których powstaje amoniak), a także dwutlenek siarki, benzen, benzopiren, nawet ozon, który niby jest zwykłą składową atmosfery, jednak nie po-

winien być w niej zawieszony zbyt nisko, bo wówczas jest silnie toksyczny. Zanieczyszczone powietrze ma negatywny wpływ na wiele ludzkich organów, nie tylko układ oddechowy (astma, nowotwory płuc), ale również układ krwionośny (miażdżyca tętnic, nadciśnienie), rozrodczy (bezpłodność, przedwczesne porody), mózg (udar, wylew, depresja) i serce (zawał, choroba wieńcowa). Szacuje się, że koszty chorób spowodowanych zanieczyszczeniami powietrza wynoszą w Unii Europejskiej 940 mld euro rocznie. Zaś w samej Polsce w każdym roku na choroby związane z zanieczyszczeniem powietrza umiera około 40 tys. osób (za: Airly.eu). Na krajowych drogach, które przecież nie należą do najbezpieczniejszych, każdego roku śmiertelnych ofiar wypadków jest kilkanaście razy mniej.

Skąd się bierze smog? Główną przyczyną zanieczyszczenia powietrza w Polsce jest niska emisja, czyli spaliny pochodzące z kotłów i pieców na paliwa stałe w gospodarstwach domowych. Sytuację dodatkowo pogarsza spalanie złej jakości węgla w urządzeniach niespełniających żadnych norm emisji spalin. Szacuje się, że w kraju użytkowanych jest ok. 3 mln takich „kopciuchów” (za: Polski Alarm Smogowy).

¹ <https://uneartthed.greenpeace.org/2018/05/02/air-pollution-cities-worst-global-data-world-health-organisation/>

50 najbardziej zanieczyszczonych miast w Unii Europejskiej



Sektor komunalno-bytowy, czyli gospodarstwa domowe, odpowiadają za prawie połowę całkowitej emisji pyłu zawieszonego, większość (ok. 91 proc.) emisji WWA (wielopierścieniowe węglowodory aromatyczne) i praktycznie 100 proc. bardzo toksycznego „koktajlu” związanego z nielegalnym spalaniem tworzyw sztucznych. Jest to tzw. niska emisja powierzchniowa (nazwa pochodzi od niskich kominów, nie od niskiego poziomu zanieczyszczeń), czyli produkty spalania węgla, drewna, a nierzadko śmieci w domowych piecach, kotłach i kominkach najróżniejszych typów, przyczyniające się w głównej mierze do złego stanu polskiego powietrza. Proceder spalania śmieci, choć szkodliwy i nielegalny, jest niestety w Polsce powszechny; występuje zarówno w najmniejszych miejscowościach, jak i w ścisłym centrum Warszawy. Świadomość jego szkodliwości jest niewielka, zaś kary – śmiesznie niskie (drobne

mandaty) i w praktyce nie do wyegzekwowania. Wciąż nie ma też wystarczającej presji społecznej na osoby spalające odpady.

Struktura źródeł zanieczyszczeń powietrza może wydawać się zaskakująca. Jak wynika z ogólnopolskiego badania „Świadomość i zachowania Polaków względem powietrza” (Ministerstwo Środowiska, 2019 r.), mniej niż połowa polskiego społeczeństwa jest świadoma tych danych. Co gorsza, prawie 60 proc. deklaruje, że nie podejmuje absolutnie żadnych działań mających na celu zmniejszenie emisji zanieczyszczeń (zasłaniając się brakiem czasu, wiedzy, sprawczości lub zrzucając winę na rząd lub samorząd). Z grupy podejmującej jakiegokolwiek działania zapobiegawcze (ok. 35 proc., najwięcej osób w wieku 35–59 lat, z wykształceniem wyższym, z większych miast) znaczna część ogranicza używanie samochodu i wybiera komunikację zbiorową oraz wymienia system

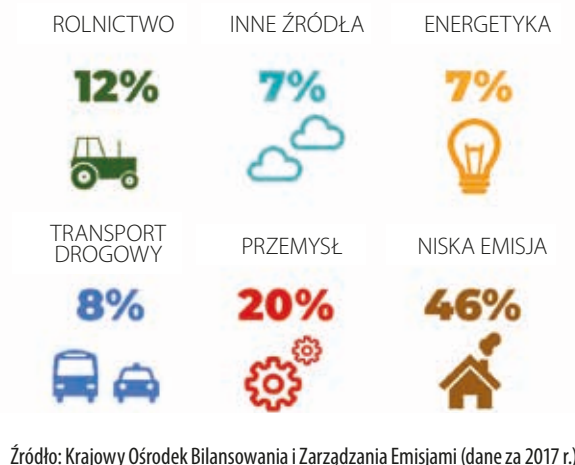
Źródła emisji pyłu PM10

ogrzewania domu i sprzęty AGD/RTV. Mniej decyduje się na ogrzanie domu lub kupno elektrycznego samochodu. Rozwiązania, które badani byliby skłonni zrealizować bądź zaakceptować w celu ograniczenia emisji zanieczyszczeń powietrza, to w szczególności częstsze korzystanie z transportu publicznego, jazda na rowerze lub poruszanie się pieszo po mieście (63,7 proc.), ograniczenie ruchu samochodów w centrum miasta (57,5 proc.) oraz zmiana systemu ogrzewania własnego domu/mieszkania (54,9 proc.).

Spośród wskazanych rozwiązań najmniej osób byłoby skłonnych zaakceptować wzrost cen energii elektrycznej spowodowany produkowaniem jej z odnawialnych źródeł. W przypadku pozostałych rozwiązań odsetek osób, które wyrażały skłonność do ich zrealizowania czy zaakceptowania, wynosił od 41,7 proc. do 51,7 proc.

Trzeba jednak uczciwie przyznać, że nie wszędzie problem jest bagatelizowany. Powstało wiele inicjatyw oraz instytucji i organizacji, które zajmują się problemem jakości powietrza w polskich miastach. Począwszy od wspomnianego już ruchu społecznego Polski Alarm Smogowy (wraz z lokalnymi oddziałami), przez poszczególne samorządy, na Inspekcji Ochrony Środowiska wraz z Państwowym Monitorowaniem Środowiska (PMŚ) kończąc. Jednym z najistotniejszych zadań tej ostatniej jednostki jest prowadzenie badań i ocen stanu środowiska, w tym monitoringu jakości powietrza. Na podstawie krajowego programu PMŚ opracowywane są programy wojewódzkie, zatwierdzone przez Głównego Inspektora Ochrony Środowiska. W ramach programu PMŚ realizowane są przede wszystkim zadania, które wiążą się z wypełnianiem wymagań zawartych w przepisach Unii Europejskiej i prawie polskim, a także podpisanych i ratyfikowanych przez Polskę konwencjach środowiskowych².

Jak twierdzą eksperci, informowanie o bieżącej jakości powietrza stanowi główny czynnik budujący świadomość społeczną. Dzięki tym informacjom ludzie są w stanie dopasować swoje zachowanie i aktywność do panujących warunków. Pozwoli to uniknąć przynajmniej części szkodliwego wpływu zanieczyszczenia powietrza na zdrowie (np. rezygnacja ze spacerów w okresie występowania wysokich stężeń). Biorąc pod uwagę fakt, że to właśnie gminy są odpowiedzialne za informowanie



Źródło: Krajowy Ośrodek Bilansowania i Zarządzania Emisjami (dane za 2017 r.)

mieszkańców o aktualnym stanie powietrza, istotne jest zbudowanie lub odpowiednie wzmocnienie gminnych kanałów informowania.

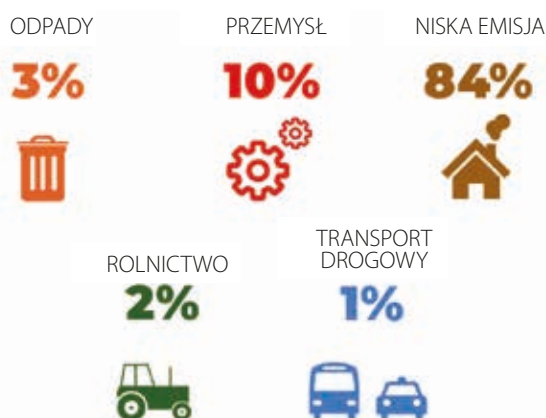
Jednym z prostszych i coraz częściej stosowanych, a do tego skutecznych rozwiązań jest umieszczanie interaktywnych tablic informacyjnych w przestrzeni publicznej. Ustawione w uczęszczanych miejscach, przykuwają wzrok mieszkańców i zwracają uwagę na aktualny poziom zanieczyszczenia powietrza.

Inne rozwiązania w zakresie informowania to: wyświetlanie informacji o jakości powietrza na ekranach w komunikacji miejskiej (w autobusach, tramwajach, metrze i na przystankach), współpraca ze szkołami (poprzez informowanie o aktualnym stanie jakości powietrza w przystępny dla dzieci sposób, na przykład poprzez kolory lub emotikony), wysyłanie powiadomień SMS do mieszkańców gminy. Dobrym sposobem na pokazanie, jak smog wpływa na zdrowie, jest podkreślanie tego faktu podczas organizacji sportowych imprez masowych. Organizator imprezy powinien zawsze zastrzegać, że może zostać ona odwołana z powodu bardzo wysokich stężeń zanieczyszczeń powietrza, dokładnie tak jak w przypadku niesprzyjającej pogody – burzy czy opadów deszczu.

Doświadczenia innych krajów pokazują, że skuteczna edukacja i informowanie o zagrożeniu są w stanie trwale zmienić postawy i nawyki mieszkańców. Ważne jest, aby owa edukacja była prowadzona wielotorowo i obejmowała wszystkie grupy wiekowe, również dzieci i seniorów. Do dobrych praktyk w tym zakresie można zaliczyć wykorzystanie urzędowej korespondencji z mieszkańcami, np. informacji podatkowej, deklaracji odpadowych itp. Taki sposób dystrybucji wiadomości gwarantuje, że trafi ona do adresata, oraz sprawia, że koszty wysyłki są niższe (często zerowe). Pismo urzędowe

zwiększa również wagę przekazywanej informacji – mieszkańcy traktują ją bardziej poważnie niż przypadkową ulotkę znalezionej w skrzynce pocztowej. Gminy województwa małopolskiego w sezonie grzewczym 2018/2019 wysyłały do mieszkańców list marszałka województwa małopolskiego przypominający o zapisach uchwały antysmogowej, który załączony był jako dodatek do informacji podatkowej. Wraz z listem przesłane zostały podstawowe informacje o uchwale antysmogowej i źródłach dofinansowania.

Źródła emisji rakotwórczego benzo(a)pirenu



Źródło: Krajowy Ośrodek Bilansowania i Zarządzania Emisjami (dane za 2017 r.)

² <http://powietrze.gios.gov.pl>

Ważnym elementem edukacji lokalnej społeczności jest zwiększanie świadomości dzieci, które w przyszłości będą odpowiedzialne za jakość powietrza, a już teraz mogą swoim zachowaniem zmienić postawę rodziców i dziadków. Do promocji pozytywnych zachowań i piętnowania złych nawyków warto wykorzystać popularność lokalnych liderów opinii. Mogą to być księża, muzycy, aktorzy czy inne postacie znane i lubiane w społeczności. W spotach akcji „Nie truj sąsiada”, realizowanej przez Subregion Zachodni Województwa Śląskiego, można było zobaczyć znane osoby ściśle związane z powiatem wodzisławskim, m.in. aktorów Franciszka Pieczkę i Mariana Dziędziela, blogera reZigiusza oraz zespół Tabu.

W edukacji antysmogowej nieoceniona jest aktywna rola Kościoła. Księża podczas niedzielnych kazania mogą uświadamiać mieszkańców odnośnie szkodliwego wpływu zanieczyszczenia powietrza na zdrowie, podkreślając, że zatrucie naszej atmosfery jest uznawane za grzech. Na ambonę mogą być również zapraszani eksperci, którzy przybliżą problematykę złej jakości powietrza i wskażą dostępne rozwiązania. Msze niedzielne są dobrym sposobem na dotarcie do całych rodzin, a także osób starszych, dla których ksiądz często jest autorytetem, więc może wpływać na ich postawy.

Biorąc pod uwagę fakt, że to właśnie emisja z domowych kotłów, pieców i kominków stanowi główne źródło zanieczyszczenia powietrza pyłem zawieszonym i rakotwórczym benzo(a)pirenem, kontrola palenisk domowych powinna stanowić jeden z priorytetów walki ze smogiem. Jest to szczególnie istotne zagadnienie dla władarzy gmin, ponieważ zgodnie z art. 379 ustawy Prawo ochrony środowiska to właśnie wójt, burmistrz lub prezydent miasta sprawują kontrolę przestrzegania i stosowania przepisów o ochronie środowiska, w tym kontrolę spalania odpadów i respektowania uchwał antysmogowych.

Obecnie testowane są różne nowoczesne technologie, które mają pomóc kontrolującym w szybszym i dokładniejszym wykrywaniu spalania odpadów, np. drony badające skład dymu wydobywającego się z kominów. Wyposażone są w czujniki, które rozpoznają, czy dany dym pochodzi ze spalania odpadów. Z takich urządzeń korzysta na przykład Straż Miejska w Katowicach. Pierwszy dron skanuje znaczne obszary miasta, wykrywając miejsca, w których występuje zwiększona emisja zanieczyszczeń do powietrza. Na podstawie zebranych w ten sposób danych informacja o obszarze budynków generujących największe zanieczyszczenie zostaje maksymalnie zawężona, a następnie wytypowane są budynki o największym potencjale zanieczyszczeniowym. W tak zdiagnozowany teren kierowany jest drugi dron, wyposażony w odpowiednie analizatory. Zainsta-

lowane na dronie sensory pozwalają na analizę zawartości etanolu, amoniaku, chlorku wodoru, formaldehydu oraz PM10, PM2,5 i PM1 w badanym dymie. Wytypowane obiekty zostają poddane szczegółowej kontroli, obejmującej pobranie próbki spalin ze smugi dymu wydobywającej się z komina. Analiza wyników jest dostępna online w ciągu 1–2 sekund i pozwala na wykrycie procedury spalania odpadów i podjęcie decyzji o skierowaniu funkcjonariuszy straży w celu przeprowadzenia kontroli, zastosowaniu przewidzianych sankcji lub ewentualnym poborze próbek popiołu z paleniska.

Do walki ze smogiem wkroczyły też władze regionalne. Jak podaje Polski Alarm Smogowy (stan na maj 2020 r.) już 10 z 16 regionów wprowadziło swoje uchwały antysmogowe, które przede wszystkim zakazują użytkowania kotłów pozaklasowych (starszych niż 10 lat lub bez tabliczki znamionowej), czyli tzw. kopciuchów. Kilka samorządów, m.in. miasta Kraków, Wrocław i Sopot, poszło jeszcze dalej i zakazuje spalania w domowych systemach grzewczych węgla i/lub drewna.

Skuteczna walka ze smogiem wymaga zaangażowania nie tylko władz, ale również mieszkańców. Ci drudzy zobowiązani są przepisanymi uchwałami antysmogowymi, które nakładają na nich zakaz stosowania paliw złej jakości oraz konieczność wymiany wysokoemisyjnych źródeł. Należy jednak pamiętać, że nie wszyscy mieszkańcy, pomimo przepisów, są w stanie samodzielnie wymienić stare źródło ciepła ze względów czysto ekonomicznych. Wtedy z pomocą powinny przyjść im programy finansowe. Gmina może uruchomić własny program dopłat do wymiany kotłów, finansowany ze swego budżetu. Coraz więcej gmin decyduje się na takie działanie. Ważne, by było ono skoordynowane z krajowym programem Czyste Powietrze – stanowiło niejako dodatek. A więc w pierwszej kolejności mieszkaniowiec powinien uzyskać dopłatę z programu Czyste Powietrze, skorzystać z ulgi termomodernizacyjnej, a z programu lokalnego otrzymać bonus w postaci dodatkowej dotacji. Może on mieć formę zapłaty za trwałe zniszczenie starego kotła.

Co dalej z jakością powietrza w polskich miastach? Wydaje się, że zależy to w dużej mierze od nas samych – mieszkańców miast oraz władz lokalnych. Na pole bitwy wytoczono wiele dział, ale czy to wystarczy? Wnioski z przytoczonych badań dotyczących świadomości i zachowań Polaków względem powietrza nie napawają dużym optymizmem. Prawie 43 proc. respondentów twierdzi, że w przeciągu kolejnych 10 lat jakość powietrza w polskich miastach jeszcze się pogorszy (24 proc. – nie zmieni się, 25 proc. – poprawi się, 8 proc. – trudno powiedzieć). Jeśli powiążemy to z niską świadomością i bezczynnością większości Polaków, może się okazać, że polskie miasta będą strefami wolnymi, ale jedynie od czystego powietrza.

Adam Mikołajczyk

– międzynarodowy ekspert ds. marketingu terytorialnego, pasjonat branding i rozwoju miast. Z dziedziny doradztwa marketingowego dla sfery publicznej (w tym głównie dla jednostek samorządu terytorialnego) związany od ponad 15 lat. Od 2010 r. prezes zarządu Fundacji Best Place – Europejskiego Instytutu Marketingu Miejsc (Bestplaceinstitute.org), która jest szeroko rozpoznawalną i cenioną organizacją ekspercką świadczącą usługi doradcze dla sfery publicznej.



© ARCHIWUM AM



© KAMIL BROSZKO

Prof. dr hab.
Krzysztof
Opolski

Uniwersytet
Warszawski, Wydział
Nauk Ekonomicznych

Innowacyjność jako fenomen społeczno-ekonomiczny

Innowacje są nieodłącznym elementem nowoczesnej gospodarki i nowoczesnego społeczeństwa. Oznacza to, że czynnikiem tworzenia innowacji są zarówno aspekty technologiczne i organizacyjne, jak i społeczne.

Innowacje powstają w sposób spontaniczny i są generalnie wyrazem chęci zmiany pewnego niepokoju twórczego innowatorów. Impuls społeczny innowacji polega na tym, że wiele ogniw życia rodzinnego, edukacyjnego czy społecznego popiera sens i wartość zmiany, która leży u podstaw każdej innowacji.

Aby osiągnąć rozmach właściwy innowacji, musimy wykazywać postawy społeczne, które wyrażają się w aprobachie sukcesu, podziwie dla twórców i odpowiedniej gratyfikacji ekonomicznej za tworzenie i wdrażanie innowacji. Z uwagi na fakt, że każdy innowator podejmuje swoje ryzyko nietrafionych pomysłów – zarówno finansowe, organizacyjne, jak i indywidualne – tworzyć należy takie środowisko, w którym przegrana nie oznacza klęski i dramatu indywidualnego.

Zatem innowacje muszą mieć przestrzeń finansową, organizacyjną, logistyczną, marketingową dla podejmowanego ryzyka. Moim

system edukacji. Mechaniczne, pamięciowe i bierne nauczanie nigdy nie otworzy olbrzymich perspektyw umysłu i nie zachęci do zmieniania i przekształcania. Przy czym pamiętać musimy, że mówiąc o innowacjach, myślimy nie tylko o wielkopomnych wynalazkach, ale także – a może głównie – o pewnych usprawnieniach, udoskonaleniach, zmianie stereotypów itd.

Tworzenie wielkich innowacji zaczyna się od pobudzania młodych (ale nie tylko) ludzi do samodzielności myślenia, twórczego wyciągania wniosków, logicznych syntez. Akcentuję tutaj zwłaszcza silną rolę społecznych impulsów innowacji, ponieważ postawy takie jak zazdrość, chytrość czy negatywny stosunek do postępu zabijają chęć tworzenia.

Zasadniczym motywem innowacji jest zysk, który powstaje nie z mechanicznego mnożenia pieniędzy, ale z odpowiedniej transformacji intelektu, pobudzającego nas do stałego doskonalenia siebie i swojego otoczenia. Źródłem zysku w innowacjach jest twórcze niezadowolenie, dążenie do zmiany swojego obszaru panowania, w tym ekonomicznego, troska o kreatywną przyszłość. Oczywiście, występuje wiele egoistycznych motywów, takich jak dążenie do wzrostu

Innowacje są elementem daleko idącej kreatywności i swoistego błysku geniuszu tych, którzy cenią sobie zmienność, twórczość oraz zrywanie ze schematami, a nawet często tradycją i przyzwyczajeniami.

zdaniem trudno jest tworzyć innowacje w sposób instytucjonalny, tzn. specjalnie organizując pewne komórki czy działy, którym zadano konieczność tworzenia innowacji. Jak już wspomniałem, innowacje są elementem daleko idącej kreatywności i swoistego błysku geniuszu tych, którzy cenią sobie zmienność, twórczość oraz zrywanie ze schematami, a nawet często tradycją i przyzwyczajeniami.

Czynnikiem umożliwiającym tworzenie innowacji jest wyobraźnia, która kształtowana być musi przez system wychowania, a zwłaszcza

wynagrodzenia, zysku, społecznej afirmacji, wyróżnienia się, osiągnięcia przewagi konkurencyjnej, ale generalnie działanie innowacji poprzez dyfuzję jej efektów daje korzyść w szerokim kontekście społecznym.

Podsumowując, innowacje tworzą się w domu, w rodzinie, w szkole, w grupach rówieśniczych, w przedsiębiorstwach, a zatem w tych miejscach powstawać musi społeczna akceptacja dla postępu związanego ze zmianą, mądrze skalkulowanego ryzyka oraz pewnych konfliktów.



Grażyna
Piotrowska-
-Oliwa

*Menedżerka
i przedsiębiorca*

Popandemiczny plan Marshalla to już nie mrzonki, a konieczność

Koronawirus już mocno przeorał światową gospodarkę, ale dla rozważań na temat świata po pandemii kluczowy jest czas jej trwania. Jeśli uda się wirusa okiełznać w ciągu kilku miesięcy, to z grubsza można założyć, że wszystko w mniejszym lub większym stopniu wróci do normalności. Bez wątpienia już staliśmy się bardziej cyfrowi, bo pierwszy lockdown na wielu firmach wymusił przeniesienie ogromnej części procesów ze świata offline do online. Z dużym powodzeniem zresztą. Branża rozrywkowa i gastronomiczna ledwo zipie, ale – przy założeniu racjonalnych zachowań państwa i właściwej pomocy – i tak się odrodzi, bo tam, gdzie jest popyt, jest podaż. Osobiście brakuje mi nowych hollywoodzkich produkcji, bo chociaż kultowy inżynier Mamoń miał rację, twierdząc, że ludzie lubią piosenki (a więc i filmy), które znają, to ile razy można oglądać Hana Solo i Luke'a Skywalker'a w tej samej akcji?

Popatrzmy jednak, jakie mogą być efekty pandemii, jeśli sprawdzą się liczne prognozy mówiące, że musimy się przyzwyczaić do życia z koronawirusem w tle do końca 2022 r.

kacji bezpośredniej do online. Oczywiście nie da się wyprodukować np. płynu dezynfekującego online, ale zarządzanie produkcją, logistyką i łańcuchem dostaw śmiało może przejść w sferę działań zdalnych. Stąd tylko krok do pełnej automatyzacji i robotyzacji procesów, co oznacza jeszcze bardziej przyspieszony rozwój Internetu rzeczy. Porównując dane czysto ekonomiczne, nie sposób nie zauważyć, że chińska gospodarka już odrabia straty, i to w imponującym tempie, podczas gdy reszta świata nadal dusi się w maseczkach i uczy higieny osobistej. Za kolejne dwa lata dystans między tymi ekosferami może się okazać nie tylko gigantyczny, ale wręcz już nie do odrobienia. Bo w przeciwieństwie do zachodniej hemisfery Chińczycy zajmują się gospodarką, a nie politykierstwem i licznymi tematami zastępczymi. Jak widać – słusznie. Gdy w latach 90. Samuel Huntington pisał o zderzeniu cywilizacji, zapewne nie sądził, że temat wróci, ale w jakże innym kontekście i formie.

O II wojnie światowej wspominałam nie bez powodu – bez drugiego planu Marshalla, czyli skoordynowanego na poziomie paneuro-

Bez skoordynowanego na poziomie paneuropejskim i nie tylko, ogromnego, ale i dobrze przemyślanego kierunkowo zastrzyku finansowego dla gospodarek po prostu się nie obejdzie.

Zapewne niektórzy uznają porównanie za niestosowne lub nieadekwatne, ale bądźmy szczerzy – przy założeniu kolejnych kilku lat pandemicznej dewastacji gospodarki efekty będą porównywalne do II wojny światowej. Dokonała ona ogromnych spustoszeń, jednak w istotny sposób przyspieszyła rozwój technologii i w ogóle gospodarki w wielu dziedzinach.

Już kilka miesięcy wiosennego lockdownu przeniosło wiele biznesów ze świata komuni-

pejskim i nie tylko, ogromnego, ale i dobrze przemyślanego kierunkowo zastrzyku finansowego dla gospodarek, po prostu się nie obejdzie. Optymalizacja kosztów i automatyzacja procesów przyspieszą też inne zjawisko, już dotyczące niektórych państw, mianowicie kurczenie się rynku pracy, co wywoła problemy i napięcia społeczne. Ale to już temat na kolejny felieton – pod hasłem „witamy w nowym świecie”.



4 września

Zakończył się XII Europejski Kongres Gospodarczy. Był wyjątkowy, gdyż rozpoczął się 18 maja debatami przeprowadzonymi w Internecie, a zakończył hybrydową debatą zorganizowaną w dniach 2–4 września w Międzynarodowym Centrum Kongresowym w Katowicach. Całość była transmitowana online. Katowicki kongres był pierwszym wydarzeniem tej rangi i skali, które odbyło się po okresie lockdownu, związanym z pandemią koronawirusa.

– *Jeżeli chcemy normalnie żyć i normalnie funkcjonować, musimy wracać do normalności. Oczywiście odpowiedzialnie, z zachowaniem wszystkich reguł bezpieczeństwa zdrowotnego, ale jednak wracać...* – mówił Wojciech Kuśpiak, prezes Grupy PTWP i inicjator Europejskiego Kongresu Gospodarczego.

O potrzebie spotkań biznesowych świadczą statystyki. Na wydarzenie przybyło 3 tys. osób, zarejestrowano 6 tys. uczestników online, a samą transmisję sesji otwarcia oglądało 2 tys. osób. W dyskusjach poruszano zagadnienia związane z odbudową europejskiej gospodarki po kryzysie wywołanym pandemią koronawirusa, a także wyzwaniami wynikającymi z Europejskiego Zielonego Ładu, za którego wdrażanie odpowiada wiceprzewodniczący Komisji Europejskiej Frans Timmermans, uczestniczący zdalnie w obradach drugiego dnia kongresu.



15 września

Zakończyła się 27. edycja Welconomy Forum w CKK Jordanki w Toruniu. W wydarzeniu uczestniczyli przedstawiciele świata polityki, biznesu, nauki oraz samorządowcy. – *To, że musieliśmy przełożyć konferencję z marca na wrzesień, nie wpłynęło ani na chęć bycia z nami, ani na przedsiębiorców, którzy ze współpracy z nami się nie wycofali* – podkreślił Jacek Janiszewski, twórca Welconomy Forum.

Podczas Forum odbyło się kilkadziesiąt sesji i paneli dyskusyjnych. Głównym tematem były kwestie bezpieczeństwa gospodarczego i społecznego w czasach pandemii. Prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego Krzysztof Przybył poprowadził panel na temat wyzwań dla tradycyjnego kanału dystrybucji w kontekście rozwoju sieci handlowych i zmieniających się zwyczajów zakupowych Polaków. Wśród dyskutantów byli m.in. główny inspektor sanitarny Jarosław Pinkas, dyrektor generalny Polskiej Federacji Producentów Żywności Andrzej Gantner, senator Jerzy Chrościkowski, przewodniczący senackiej Komisji Rolnictwa i Rozwoju Wsi. – *Punkt wyjścia do dyskusji to oczywiście pandemia, ale wszyscy zgodzili się, że zmiany, które ona przyspieszyła, mogą mieć również pozytywne skutki. Polscy producenci nie boją się wyzwań, rozumieją otaczający świat i z odwagą stają w konkurencyjne szranki na międzynarodowych rynkach. Są powody do optymizmu* – podsumował dyskusję prezes Przybył.



NAGRODA
GOSPODARCZA
PREZYDENTA RP

16 października

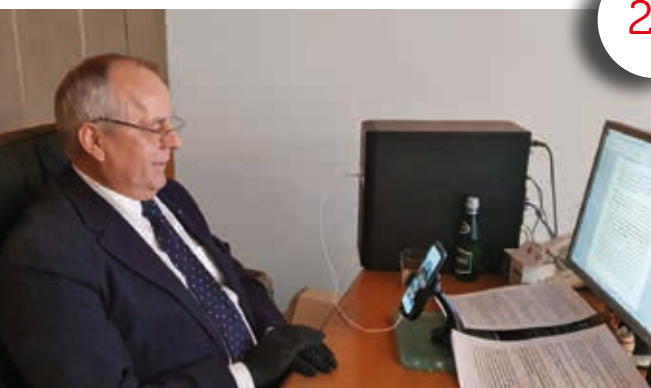
Kapituła Nagrody Gospodarczej Prezydenta RP pod przewodnictwem prof. Krzysztofa Opolskiego ogłosiła listę 21 nominowanych do 18. edycji Nagrody. Wśród firm zgłoszonych przez Fundację Polskiego Godła Promocyjnego, które w tym roku zdobyły Godło „Teraz Polska”,



nominae do Nagrody Gospodarczej Prezydenta RP otrzymały: Fogo Sp. z o.o. (w kategorii Lider MŚP), Columbus Energy SA (w kategorii Narodowy Sukces), Selenia FM SA (w kategorii Międzynarodowy Sukces). W kategorii Odpowiedzialny Biznes nominację uzyskał Suempol Sp. z o.o. (laureat Godła „Teraz Polska”), zgłoszony przez Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego.

22 października

W Filharmonii Narodowej w Warszawie zakończył się 24. Wielkanocny Festiwal Ludwiga van Beethovena. Ze względu na obostrzenia związane z rozwojem pandemii koronawirusa publiczność nie mogła w pełni, jak w latach poprzednich, uczestniczyć w festiwalowych koncertach. Wszystkie były jednak transmitowane przez 2. Program Polskiego Radia oraz streamowane na kanale YouTube. Tegoroczne hasło programowe festiwalu, „Beethoven – wielki inspirator”, nawiązywało do 250. rocznicy urodzin geniusza z Bonn (1770–1827). Zaprezentowano również wybrane utwory Krzysztofa Pendereckiego, wielkiego polskiego kompozytora XX i XXI w., który odszedł w marcu tego roku. Tegoroczny festiwal gościł wybitnych polskich pianistów młodego pokolenia: Szymona Nehringa, Łukasza Krupińskiego, Andrzeja Wiercińskiego, a także najlepsze polskie orkiestry z Orkiestrą Filharmonii Narodowej i Sinfonią Varsovią na czele.



23 października

Odbyła się pierwsza po wakacyjnej przerwie videokonferencja Rady ds. Przedsiębiorczości przy Prezydencie RP z udziałem prezesa Fundacji „Teraz Polska” Krzysztofa Przybyły. W trakcie spotkania omówiono bieżącą sytuację gospodarczą w kraju oraz dyskutowano o przeciwdziałaniu negatywnym skutkom COVID-19, w związku z nadejściem drugiej fali epidemii. Ponadto poświęcono uwagę przepisom prawa antymonopolowego. Fundacja „Teraz Polska” i Fundacja „Pomysł o Przyszłości” podnosiły argumenty za koniecznością uregulowania zasad działania zagranicznych koncernów, wykorzystujących efekt skali do tzw. dyscyplinowania mniejszych konkurentów. Jak wiadomo, takie praktyki mają na celu przede wszystkim ograniczenie udziału w rynku lokalnych konkurentów czy nawet ich wyeliminowanie, co w dłuższym okresie czasu może odbić się negatywnie na naszej gospodarce.



26 października

Grupa Lux Med, laureat Konkursu „Teraz Polska” za kompleksową opiekę onkologiczną, jest największym prywatnym świadczeniodawcą usług medycznych w Polsce. W obliczu gwałtownego rozwoju pandemii koronawirusa zarząd spółki postanowił włączyć warszawski Szpital św. Elżbiety do grupy placówek przeznaczonych do opieki nad pacjentami z COVID-19. – *Od lat czuję się współodpowiedzialna za zdrowie i życie Polaków. Przez ostatnie miesiące skupialiśmy się na zapewnieniu naszym pacjentom ciągłości opieki medycznej, ale zawsze widzieliśmy siebie jako partnera sektora publicznego w dbaniu o zdrowie Polaków. W tym trudnym momencie próby angażujemy się w aktywną walkę z COVID-19. Pamiętamy, że każdy z nas może być pacjentem* – podkreśla w oświadczeniu Anna Rulkiewicz, prezes zarządu Grupy Lux Med.

Kraków

nieodkryty



pakiety promocyjne:
www.krakow.travel

**BLACHY
PRUSZYŃSKI**



RAZEM
BUDUJEMY POLSKĘ

35 LAT
DZIAŁALNOŚCI