Kapitał zagraniczny w sektorze ubezpieczeniowym w Polsce

Całkowita wartość kapitałów podstawowych 55 zakładów ubezpieczeń posiadających zezwolenie Ministra Finansów na prowadzenie działalności ubezpieczeniowej wyniosła na koniec grudnia 1998 r. 1 643,88 mln. zł i była wyższa w porównaniu ze stanem na koniec 1997 r. nominalnie o 57,4% (wartość kapitałów akcyjnych/zakładowych 51 istniejących wówczas zakładów wyniosła 1 044,60 mln. zł). Przyrost kapitałów podstawowych w ciągu 1998 r. był o 6,2 pkt. proc. niższy niż w okresie roku 1997, kiedy w stosunku do końca 1996 r. kapitały wzrosły o 63,6%.

Stopniowo wzrasta udział kapitału zagranicznego w kapitałach podstawowych zakładów ubezpieczeń w Polsce, tj. na koniec 1995 r. wynosił on 15%, w końcu 1996 r. 18,1%, a na koniec 1997 r. 25,2%. Na koniec grudnia 1998 r. udział kapitału zagranicznego wzrósł do 32,69%. Do 2000 r. przewidywany jest wzrost udziału kapitału zagranicznego do 36-40% podstawowego kapitału sektora ubezpieczeń w Polsce.

Zwłaszcza w II. półroczu 1998 r. obserwowano bardzo intensywny wzrost wartości bezpośrednich inwestycji zagranicznych w sektorze ubezpieczeń. Liczba zakładów ubezpieczeń z przeważającym udziałem kapitału zagranicznego wzrosła do 25 (na koniec 1997 r. – 21 zakładów). Kapitał zagraniczny obecny był jeszcze w 8 zakładach, jednakże w mniejszości. Wśród akcjonariuszy zakładów ubezpieczeń pojawiło się wielu renomowanych ubezpieczycieli zagranicznych, posiadających ogromne doświadczenie w prowadzeniu działalności ubezpieczeniowej na całym świecie.

Zaangażowanie kapitału zagranicznego w poszczególnych

zakładach ubezpieczeń działu I i II przedstawiają tabele 6 i 7.

Tabela 6. Udział kapitału zagranicznego w zakładach ubezpieczeń na życie

Nazwa firmy	Kapitał podstawowy* w mln. zł	Udział kapitału zagranicznego w %	Udział w zbiorze składki
1. AGF Życie S.A.	10,0	francuski 100%	0,37
2. Allianz Życie Polska S.A.	28,0	niemiecki 100%	0,16
3. Alte Leipziger Hestia S.A.	16,0	niemiecki 51%	0,18
4. Amplico Life S.A.	11,0	amerykański 100%	9,27
5. Cardif Polska S.A.	10,0	francuski 100%	0,00
6. Cigna STU Życie S.A.	15,0	belgijski 51%	0,01
7. Commercial Union na Życie S.A.	82,5	brytyjski 90%	17,95
8. Compensa Życie S.A.	13,0	polski 100%	0,01
9. Filar Życie S.A.	3,2	polski 100%	0.03
10. Garda Life S.A.	10,0	szwedzki 74%	0,01
11. Gerling Polska na Życie S.A.	10,0	polski 100%	0,07
12. Heros Life S.A.	40,0	polski 100%	0,41

13. Inter Fortuna Życie S.A.	10,0	niemiecki 58%	0,01
14. Nationale Nederlanden Polska S.A.	26,0	holenderski 100%	6,69
15. TU PBK Życie S.A.	22,0	polski 100%	0,05
16. Petrus S.A.	14,5	włoski 57%	0,02
17. Polisa Życie	18,8	francuski 24%	0,29
18. Polonia Życie	6,3	polski 100%	0,07
19. PZU na Życie	295,0	polski 100%	63,64
20. Prudential na Życie S.A.	10,0	amerykański 100%	0,00
21. WARTA VITA	21,6	amerykański 1,6%	0,51
22. Winterthur Życie	7,5	szwajc. 45; EBOR 35; fr. 20%	0,16
23. Zurich Handlowy na Życie	15,0	szwajcarski 50%	0,02
24. TUW Rejent Life	0,9	polski 100%	0,09
Łącznie	696,3	kapitał zagr. 32,53%	100

* Stan na koniec grudnia 1998 r.

Źródło: Biuletyn PUNU za 1998 r.

Podmioty zagraniczne zainwestowały w zakłady ubezpieczeń na życie w Polsce ponad 226,5 mln. zł (64,67 mln. USD), prawie o 79,7% więcej niż w roku poprzednim. Mimo znacznego nominalnego wzrostu kwoty kapitału zagranicznego jego udział w kapitale podstawowym firm działu I zmniejszył się z 34,03 w 1997 r. do 32,53% na koniec grudnia 1998 r. Spadek ten wynikał z dość szybkiego przyrostu wartości kapitałów krajowych w tym okresie (o 92,3%).

Na pierwszym miejscu w strukturze kapitału zagranicznego działu I jest kapitał brytyjski (prawie 1/3 kapitału zagranicznego tego działu). Na drugim miejscu jest kapitał niemiecki (18,5%).

Tabela 7. Udział zagranicznego kapitału w zakładach ubezpieczeń pozostałych osobowych i majątkowych

Nazwa firmy	Kapitał podstawowy* w mln. zł	Udział kapitału zagranicznego w %	Udział w zbiorze składki
1. AGF UBEZPIECZENIA S.A.	18,5	francuski 100%	0,69
2. AGROPOLISA SA	12,8	polski 100%	0,29
3. AIG POLSKA TU S.A.	5,5	amerykański 100%	0,59
4. ALLIANZ Polska S.A.	80,4	niemiecki 100%	0,48
5. CIGNA STU S.A.	20,0	belgijski 49%	0,52
6. COMMERCIAL UNION Polska Ogólnych S.A.	20,0	brytyjski 90%	0,23
7. COMPENSA	35,0	polski 100%	1,90
8. DAEWOO TU S.A.	84,5	polski 100%	1,93
9. ENERGO-ASEKURACJA S.A.	11,4	amerykański 1,7%%	1,20
10. EUROPA S.A.	8,5	polski 100%	0,13
11. FILAR S.A.	38,1	niemiecki 78%	0,85
12. GERLING S.A.	4,3	niemiecki 75%	1,69
13. GWARANT S.A.	13,0	polski 100%	0,44
14. HEROS S.A.	17,5	EBOR 10; niem.16; austriacki 69%	0,66

15.HESTIA INSURANCE S.A.	75,8	niemiecki 59%, szwajc. 21%	3,83
16. INTER FORTUNA S.A.	20,0	niemiecki 89%	0,69
17. KUKE S.A.	79,8	polski 100%	0,16
18. PARTNER S.A.	11,0	szwedzki 68%	0,21
19. TU PBK S.A.	32,0	polski 100%	1,32
20. POLISA S.A.	34,9	polski 100%	4,10
21. POLONIA S.A.	40,0	polski 100%	2,69
22. PZUSA	60,4	polski 100%	58,8
23. SAMOPOMOC S.A.	13,0	polski 100%	1,33
24. WARTA S.A.	60,5	szwajc. 10; ameryk.8%	13,18
25. WINTERTHUR S.A.	10,0	szwajc. 45; EBOR 35; franc..20%	0,57
26. ZURICH HANDLOWY S.A.	15,0	szwajcarski 50%	0,03
27. PTR S.A.	105,2	bryt. 3,5%; EBOR 1%	1,07
28. TUW Cuprum	2,0	polski 100%	0,08
29. TUW SKOK	2,6	polski 100%	0,03
30. TUW TUW	12,9	luksemburski 62%	0,17
31. TUW Wielkopolska	2,4	polski 100%	0,09
Łącznie	947,5	kapitał zagr. 32,82%	100

* Stan na koniec grudnia 1998 r.

Źródło: jak w tabeli 6.

Bezpośredni udział kapitału zagranicznego w kapitale podstawowym zakładów ubezpieczeń pozostałych osobowych i majątkowych wyniósł na dzień 31 grudnia 1998 r. 32,82% i zwiększył się w porównaniu z rokiem poprzednim o 12,4 punkty

procentowe. Wartość kapitału pochodzącego z zagranicy zaangażowanego w dziale II była równa 310,95 mln. zł (88,78 mln. USD). Najwięcej bo 18,95% kapitału podstawowego zakładów ubezpieczeń pochodziło z Niemiec, co stanowiło 57,7% kwoty kapitału zagranicznego zainwestowanego w dziale II.

Jak pokazuje przykład firmy ubezpieczeniowej Daewoo FSO, niekiedy trudno jest określić kraj pochodzenia kapitału zagranicznego. Ubezpieczyciel ten oficjalnie legitymuje się kapitałem polskim. Faktycznie akcjonariuszem posiadającym 85% akcji jest spółka Daewoo FSO sp. z o.o.

Do 1998 r. do czterech towarzystw ubezpieczeniowych mieli wejść kapitałowo inwestorzy zagraniczni, tj. do Polisy, Gwaranta, Polonii i Energo-Asekuracji. Plany zdołała, chociaż częściowo, zrealizować Energo-Asekuracja. W listopadzie 1998 r. udziałowcem tego towarzystwa stała się duńska firma ubezpieczeniowa Tryg Baltica (obecnie 18,19% akcji na WZA). Takie zakłady jak Samopomoc, Polisa, Gwarant, Polonia nadal poszukują inwestorów.

Większość polskich zakładów ubezpieczeń ma lub chce mieć zagranicznych inwestorów strategicznych. Odwrotna tendencja występuje tylko w Warcie, która odrzuciła oferty Pohjoli i Tryg Baltiki.

Istniejące ograniczenia w dostępie zagranicznych towarzystw ubezpieczeniowych do rynku polskiego, ulegają stopniowej likwidacji ze względu na przyjęte przez Polskę zobowiązania liberalizacyjne. Likwidacja istniejących barier dostępu nastąpi w dwóch etapach. Pierwszy, który skończył się w 1998 r., miał służyć ochronie słabszych kapitałowo polskich firm przed konkurencją zagraniczną. Dlatego obowiązywały w tym okresie ograniczenia w wydawaniu licencji. Firmy zagraniczne mogły prowadzić działalność wyłącznie jako spółki afiliowane i to jeśli towarzyszy temu inwestycja kapitałowa w polski zakład ubezpieczeń. Nie zezwalano więc na prowadzenie działalności operacyjnej za pośrednictwem oddziałów zagranicznych

ubezpieczycieli. W następnym etapie – od 1999 r. do 2004 r. – działalność firm zagranicznych będzie nadal licencjonowana przez Ministerstwo Finansów, nie będzie także możliwości oferowania usług w obrocie transgranicznym.

Znowelizowana ustawa o działalności ubezpieczeniowej, która weszła w życie od 1 stycznia 1999 r., wprowadziła zasadę, iż zagraniczny kapitał ubezpieczeń może podejmować i prowadzić działalność ubezpieczeniową w Polsce jedynie za pośrednictwem głównego oddziału (który podlega wpisowi do rejestru głównych oddziałów), a nie jak dotychczas przedstawicielstwa.

Najważniejsze zmiany wprowadzone w ustawie polegają na:

- zmniejszeniu o połowę dla głównego oddziału zagranicznego ubezpieczyciela kapitału gwarancyjnego określonego dla zakładów ubezpieczeń,
- wprowadzeniu zasady, że za zobowiązania oddziałów odpowiadają firmy-matki, czyli zagraniczne centrale, dotychczas odpowiedzialność majątkowa zakładów ubezpieczeń z udziałem kapitału zagranicznego ograniczona była do wysokości ich kapitałów.

Ponadto wiele czynności związanych z działalnością firmy będą mogli wykonywać pracownicy zagranicznej centrali towarzystwa (dotychczas mogli się tym zajmować pracownicy firm zarejestrowanych w Polsce).

Zagraniczne towarzystwo ma obowiązek spełnić określone wymogi niezbędne do uzyskania zezwolenia Ministerstwa Finansów. Dotyczą one m.in.: przedstawienia statutu, informacji o członkach organu zarządzającego zagranicznym zakładem ubezpieczeń, zaświadczenie organu nadzoru państwa macierzystego o posiadaniu środków własnych na pokrycie marginesu wypłacalności. Ministerstwo Finansów, zanim wyda licencję oddziałowi firmy zagranicznej, będzie dokładnie analizować sytuację finansową spółki-matki, plan działalności oraz kwalifikacje kadry oddziału w Polsce. Na polskim rynku

według znowelizowanej ustawy będą mogły działać towarzystwa z tych krajów, które na zasadzie wzajemności nie stawiają przeszkód w działalności polskich ubezpieczycieli na swoich rynkach.

Ponadto zagraniczny ubezpieczyciel musi stworzyć rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe z tytułu zobowiązań, jakie mogą wynikać z umów ubezpieczenia zawartych za pośrednictwem głównego przedstawiciela w Polsce. Tak jak do końca 1998 r., zagraniczne firmy będą zmuszone – rozpoczynając działalność – złożyć kaucję, co ma zabezpieczyć przyszłe zobowiązania z tytułu sprzedaży polis. Kaucja ma wynosić połowę minimalnej wysokości kapitału gwarancyjnego i jest utrzymywana przez cały okres działalności głównego oddziału na terytorium Polski.

W przypadku ogłoszenia upadłości zagranicznego podmiotu, pierwszeństwo do zaspokojenia z masy upadłościowej będą mieć należności z tytułu umów ubezpieczenia zawartych za pośrednictwem głównego przedstawicielstwa w kraju. Przy likwidacji lub utracie zezwolenia na prowadzenie działalności przez głównego przedstawiciela – jeśli środki finansowe nie wystarczą na pokrycie wszystkich zobowiązań – Minister Finansów może wyrazić zgodę na zaspokojenie nie pokrytej części z kaucji.

Oddział zagranicznej firmy ubezpieczeniowej nie otrzyma zezwolenia na sprzedaż polis w Polsce m.in. jeśli zagrożony jest ważny interes gospodarczy państwa lub gdy firma ta nie daje rękojmi prawidłowego prowadzenia działalności ubezpieczeniowej w Polsce, m.in. nie udowodni posiadania środków finansowych gwarantujących wypłacalność. Poza tym zezwolenie nie będzie wydane, gdy plan działalności wraz z rachunkiem symulacyjnym, obejmującym funkcjonowanie głównego oddziału w Polsce, nie zapewnia trwałej zdolności zagranicznego zakładu ubezpieczeń do wykonywania zobowiązań z tytułu umów zawieranych w Polsce. Nadzór nad zagranicznymi ubezpieczycielami będzie sprawować Państwowy Urząd Nadzoru Ubezpieczeniowego (PUNU). Jednak po przystąpieniu Polski do

Unii Europejskiej nadzór przejmą, zgodnie z przepisami UE, organy nadzoru z kraju towarzystwa ubezpieczeniowego – matki.

Do konsekwencji wynikających z otwarcia polskiego rynku ubezpieczeniowego i dopływu kapitału zagranicznego można zaliczyć:

- przyspieszenie zmian rozwojowych rynku ubezpieczeń w Polsce,
- dostarczenie sektorowi ubezpieczeń nowych kapitałów,
- wystąpienie konieczności dokonania konsolidacji sektora ubezpieczeń oraz koncentracji kapitału,
- wprowadzenie nowoczesnych produktów ubezpieczeniowych, poprawę jakości usług etc.,
- wdrażanie nowoczesnych form i metod sprzedaży polis, rozwój sieci, stosowanie bardziej elastycznej polityki wobec klientów.

Zagrożenia wynikające z otwarcia polskiego rynku ubezpieczeniowego i dopływu kapitału zagranicznego dla tego sektora spowodowane są przede wszystkim tym, iż:

- część zagranicznych firm ubezpieczeniowych działających w Polsce należy do międzynarodowych holdingów finansowych funkcjonujących w skali globalnej, co oznacza możliwość transferów środków z Polski do innych krajów,
- do zagranicznych towarzystw ubezpieczeniowych przechodzą najlepsi klienci krajowi oraz podmioty zagraniczne działające w Polsce,
- może nastąpić stopniowe wypieranie z rynku ubezpieczeniowego polskich firm przez zagranicznych ubezpieczycieli, co spowoduje konieczność przechodzenia polskich zakładów ubezpieczeń do tzw. nisz rynkowych.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

Struktura programu GenMachine i schemat blokowy

Program GenMachine składa się z dwóch części. Pierwsza część, umieszczona w pliku main.cpp jest sterująca, rekompilowana dla każdej funkcji celu, druga natomiast jest biblioteką statyczną o nazwie GenMachine.lib, dołączaną za każdym razem do części sterującej i stanowi niezmienny trzon systemu symulacji ewolucji.

Część sterująca ma za zadanie odwoływać się do funkcji biblioteki z pożądanymi w danej chwili argumentami. Wykonuje to w następujących kilkunastu krokach:

- Zainicjowanie zmiennych niezbędnych do pracy programu, takich jak:

logFileName – ścieżka do pliku w którym znajdzie się raport,

iniFileName – ścieżka do pliku tekstowego zawierającego parametry,

population_size – maksymalna liczba osobników w jednym pokoleniu,

vars_number – ilość zmiennych sterujących, czyli długość genotypu.

- Wywołanie konstruktora obiektu klasy GenMachine, wraz z przekazaniem mu nazwy pliku z parametrami, najlepiej ini oraz rozmiaru populacji. W przypadku nie podania drugiego argumentu, konstruktor przyjmuje domyślny rozmiar populacji równy 100 genotypów.
- Ustalenie przedziałów w jakich muszą się mieścić zmienne sterujące funkcji celu i zapisanie ich w zmiennej

tablicowej minmax.

- Wywołanie funkcji Init z argumentami określającymi rozmiar genotypu oraz dziedzinę funkcji celu.
- Sprawdzenie czy Etap Inicjalizacji, czyli alokacja pamięci, utworzenie egzemplarza klasy GenMachine oraz utworzenie populacji początkowej przebiegło pomyślnie. Ewentualny numer błędu zostaje zwrócony przez funkcję Init i zachowany w zmiennej
- Uruchomienie iteracyjnego procesu symulacji poprzez wywołanie funkcji Start, zwracającej najlepsze napotkane dostosowanie, czyli notabene poszukiwane optimum funkcji.
- Pobranie wartości zmiennych sterujących z najlepiej dostosowanego genotypu.
- Sporządzenie raportu z pracy programu, zawierającego:

– czas trwania symulacji,

– najlepsze dopasowanie,

– wektor zmiennych sterujących najlepiej dopasowanego genotypu oraz

– następujące dane dotyczące każdego pokolenia: numer pokolenia, najlepsze dostosowanie, średnie dostosowanie, odchylenie standardowe dostosowań, liczba wystąpień krzyżowania każdego typu, liczba wystąpień operatora krzyżowania w ogóle, liczba wystąpień mutowania każdego typu, liczba wystąpień operatora mutowania w ogóle.

- Opcjonalnie, jeśli maksymalna liczba genotypów w pokoleniu nie jest zbyt duża, zachowanie w dodatkowym pliku tekstowym wszystkich zmiennych sterujących, czyli składników każdego osobnika.

Budowę drugiej części programu, czyli biblioteki GenMachine, można przybliżyć przy pomocy podziału ze względu na definicje używanych klas obiektów, lub też ze względu na etapy w jakich jej kod jest wykonywany. W programie używa się trzech klas

obiektów:

- Genotype – niewielka klasa służąca do opisu pojedynczego osobnika. Składa się zaledwie z trzech metod: konstruktora, destruktora, inicjalizatora oraz czterech zmiennych składowych, wystarczających do opisania genotypu:

Gene – jednowymiarowa tablica, czyli wektor wszystkich genów w postaci liczb rzeczywistych;

Fitness – dostosowanie osobnika, czyli wartość jaką zwróciła dla tego osobnika funkcja Formula;

Rfitness – względne dopasowanie osobnika, czyli jego wartość na tle całego aktualnego pokolenia; suma wszystkich względnych dopasowań wynosi jeden, a zatem dopasowanie względne jest prawdopodobieństwem wyboru genotypu do reprodukcji;

Cfitness – dopasowanie łączne, zawiera sumę dopasowania względnego bieżącego osobnika i sumy dopasowań względnych wszystkich osobników o mniejszym numerze porządkowym.

- IniFile – obiekt powiązany z plikiem ini, z zaimplementowanymi algorytmami szybkiego odnajdywania sekwencji znaków w plikach tekstowych, służy do pobrania szesnastu parametrów nie przekazywanych jako argumenty funkcji inicjujących. Oto przykładowa zawartość pliku GenMachine.ini wraz z komentarzem:

[main]

MAXGENS = 40000 – maksymalna liczba pokoleń

[selection]

rozmiar turnieju w turniejowej metodzie selekcji, lub dla wartości 0 i 1 selekcja proporcjonalna

(typu real) prawdopodobieństwo krzyżowania

prawdopodobieństwo wyboru krzyżowania prostego

prawdopodobieństwo wyboru krzyżowania arytmetycznego

prawdopodobieństwo wyboru krzyżowania heurystycznego

cierpliwość krzyżowania heurystycznego, czyli liczba prób spłodzenia potomka dopuszczalnego (wewnątrz dziedziny)

(typu real) prawdopodobieństwo mutacji

prawdopodobieństwo wyboru pierwszej metody mutowania w pierwszym pokoleniu

prawdopodobieństwo wyboru pierwszej metody mutowania w ostatnim pokoleniu

prawdopodobieństwo wyboru drugiej metody mutowania w pierwszym pokoleniu

prawdopodobieństwo wyboru drugiej metody mutowania w ostatnim pokoleniu

prawdopodobieństwo wyboru trzeciej metody mutowania w pierwszym pokoleniu

prawdopodobieństwo wyboru trzeciej metody mutowania w ostatnim pokoleniu

liniowa zmiana prawdopodobieństwa wyboru 1 – tak, 0 – nie

DEGREE = 4 – stopień niejednorodności (3. typ mutacji);

parametr mutacji nierównomiernej (patrz metoda GenMachine::delta())

- GenMachine – główna klasa aplikacji, składająca się z trzydziestu pięciu metod i trzydziestu czterech zmiennych składowych; jeden egzemplarz klasy GenMachine, deklarowany w części sterującej, zawiaduje całym procesem symulacji, deklaruje obiekty pozostałych klas i

rezerwuje dla nich zasoby; jej przejrzysty interfejs oraz obsługa błędów umożliwia kalibrację parametrów.

Kod programu GenMachine wykonywany jest w dwóch etapach. W Etapie Inicjalizacji wywołuje się konstruktora klasy GenMachine, następnie jedną z metod tej klasy o nazwie Init. Etap Symulacji polega na przekazaniu sterowania metodzie Start.

Etap Inicjalizacji

Do czynności jakie wykonywane są po wywołaniu konstruktora klasy GenMachine należą:

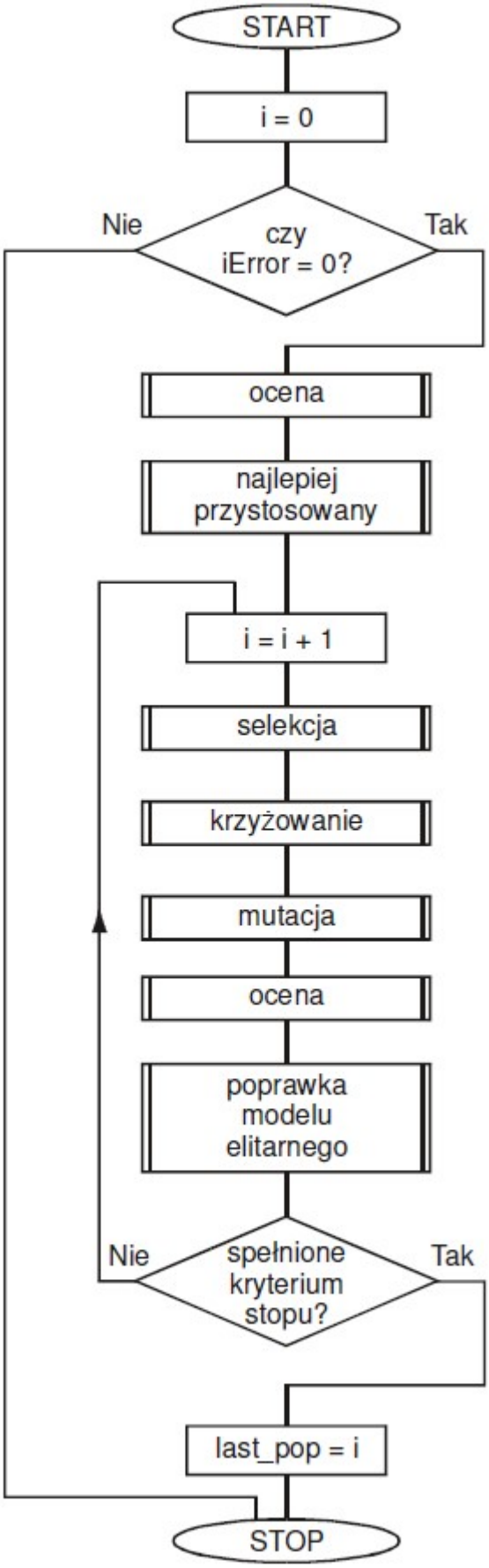
- zainicjowanie generatora liczb losowych,
- zapamiętanie przekazanego jako argument wywołania funkcji rozmiaru populacji w zmiennej popsize,
- alokacja pamięci dla zmiennej tablicowej pop, czyli dla podstawowej (aktualnej) populacji obiektów klasy Genotype w liczbie równej popsize,
- alokacja pamięci dla zmiennej tablicowej newpop, czyli dla dodatkowej (nowej) populacji genotypów,
- pobranie parametrów metody z pliku ini, przy pomocy klasy IniFile,
- unormowanie prawdopodobieństw wyboru metod krzyżowania i mutowania,
- rezerwacja pamięci dla tablic raportu oraz pomocniczej tablicy index wspierającej selekcję turniejową.

Pozostałe czynności Etapu Inicjalizacji wykonuje metoda Init. Są to:

- sprawdzenie poprawności wykonania konstruktora, czyli kontrola wartości zmiennej iError,
- zapamiętanie podanej jako argument wywołania funkcji Init długości genotypu w zmiennej składowej nvars,
- przepisanie podanych jako argument granic przedziałów do których należeć muszą wartości kolejnych zmiennych decyzyjnych do zmiennej tablicowej minmax,

- utworzenie populacji początkowej przy pomocy inicjalizatora klasy Genotype, który rezerwuje pamięć oraz metody klasy GenMachine o nazwie First – funkcja First inicjuje wszystkie osobniki wartościami losowymi należącymi do dziedziny funkcji celu,
- wsparcie modelu elitarnego przez rezerwację pamięci dla najlepszego dotychczas osobnika,
- ustawienie flagi iError na zero – **Etap Inicjalizacji** zakończony pomyślnie.

Rys. 4.1. Schemat blokowy Etapu Symulacji


START
i = 0
Nie
czy
iError = 0?
Tak
ocena
najlepiej
przystosowany
i = i + 1
selekcja
krzyżowanie
mutacja
ocena
poprawka
modelu
elitarnego
Nie
spełnione
kryterium
stopu?
Tak
last_pop = i
STOP

Etap Symulacji.

Wszystkie bloki instrukcji wykonywane podczas Etapu Symulacji, czyli po przekazaniu sterowania do funkcji Start oraz kolejność ich wykonywania przedstawione są na Rys. 4.1. Znaczenie poszczególnych klatek schematu blokowego podane jest w poniższym zestawieniu:

- i = 0 – zainicjowanie licznika iteracyjnej pętli głównej zerem. W funkcji Start pełni on zarazem rolę licznika pokoleń.
- Czy iError = 0? – klatka decyzyjna sprawdzająca status błędów aplikacji. Zerowa wartość zmiennej iError oznacza bezbłędne zakończenie Etapu Inicjalizacji. Wartość różna od zera powoduje awaryjne przerwanie działania aplikacji.
- Ocena – wywołanie metody evaluate. Ocena wszystkich osobników aktualnej populacji, poprzez wielokrotne wywołanie funkcji Formula, zawierającej funkcję dostosowania, z wektorem zmiennopozycyjnym jako argumentem wywołania oraz zapisanie wyniku w zmiennej składowej Fitness klasy Genotype.
- Najlepiej przystosowany – wywołanie metody keep_the_best. Implementacja modelu elitarnego selekcji. Sprawdzenie czy po ostatniej ocenie pojawił się osobnik lepiej dostosowany od najlepiej ocenionego dotychczas. Jeśli tak, zapamiętanie najlepszego genotypu.
- i = i + 1 – zwiększenie licznika pokoleń na początku pętli głównej o jeden. Efektem tej zmiany jest zachowanie numerów pokoleń w przedziale [1 , maxgens].
- Selekcja – wywołanie metody select. Wybór genotypów do prokreacji, w zależności od wartości zmiennej składowej tourn, albo przy pomocy selekcji proporcjonalnej po uprzedniej korekcie ujemnego dopasowania, polegającej na przesunięciu wszystkich dopasowań do zbioru liczb nieujemnych, albo przy pomocy selekcji turniejowej, o rozmiarze turnieju ustalonym w ini.

- Krzyżowanie – wywołanie metody crossover(int pop_num). Losowy wybór dwóch osobników zgodnie z podanym przez parametr PXOVER prawdopodobieństwem krzyżowania, następnie utworzenie na ich miejsce dwóch nowych, przy pomocy wybranej losowo metody krzyżowania, zgodnie z przyjętym rozkładem prawdopodobieństwa. Możliwy jest wybór jednej z trzech zaimplementowanych metod:

krzyżowanie proste (jednopunktowe), krzyżowanie arytmetyczne,

krzyżowanie heurystyczne wspierane krzyżowaniem dwupunktowym. Opcjonalny parametr pop_num, dzięki któremu przekazać można metodzie crossover aktualny numer pokolenia, pozwala w razie potrzeby na dynamiczną zmianę częstotliwości krzyżowania (zmienna pxover), lub też zmianę rozkładu prawdopodobieństwa wyboru metody krzyżowania, już podczas trwania symulacji.

- Mutacja – wywołanie metody mut(int pop_num). Sprawdzenie przy pomocy dwóch zagnieżdżonych pętli każdego elementu składowego, wszystkich wektorów zmiennopozycyjnych, będących genotypami aktualnego pokoleniu, czy zgodnie z przyj ętym prawdopodobieństwem wystąpienia mutacji, podanym jako parametr PMUTATION, osobnik zmutował. Jeśli tak, zgodnie z przyjętym statycznym lub dynamicznym rozkładem prawdopodobieństwa, wybór jednego z trzech zaimplementowanych typów mutacji:

mutacji równomiernej, mutacji brzegowej, mutacji nierównomiernej.

Argument wywołania metody mut umożliwia nie tylko zastosowanie dynamicznego, zmieniającego się w czasie rozkładu prawdopodobieństwa wyboru typu mutacji, ale również opcjonalnie zmiany częstotliwości występowania mutacji w zależności od czasu trwania symulacji – czasu rozumianego jako numer populacji.

- Poprawka modelu elitarnego – wywołanie metody elitist. Sprawdzenie całej aktualnej populacji w poszukiwaniu

najlepiej dostosowanego osobnika, porównanie go z najlepszym napotkanym dotychczas genotypem i w zależności od wyniku porównania, albo zapamiętanie go jako najlepszego dotychczas i oznacza to postęp w poszukiwaniu optimum globalnego, albo zastąpienie najgorszego osobnika w bieżącym pokoleniu genotypem jak dotąd najlepszym.

- Spełnione kryterium stopu? – klatka decyzyjna sprawdzająca, czy nie zostało spełnione którekolwiek określonych kryteriów stopu. Niepomijalnym kryterium stopu jest wartość parametru MAXGENS, czyli największego numeru pokolenia. Poza nim na potrzeby eksperymentu, można w metodzie Stop(int pop_num) zdefiniować dodatkowe kryterium zatrzymania symulacji. Może nim być podobnie jak w innych technikach optymalizacji numerycznej różnica między aktualnym wynikiem, a obliczonym inną metodą wynikiem optymalnym, lub prędkość poprawiania się wyniku, lub odchylenie standardowe wartości dostosowań.
- Last_pop = i – zapamiętanie numeru ostatniego pokolenia, na potrzeby części sterującej aplikacji, która generuje raporty. Numer ostatniego pokolenia może zostać pobrany przez część sterującą, przy pomocy metody GetBest.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

Postrzeganie ciała przez

Azteków. Ujęcie emiczne

Przeanalizowanie sposobów postrzegania ciała i cielesności przez samych Azteków podjęte w tym rozdziale pracy pozwoli nam na dokładne uściślenie kategorii w jakich jawił się ten temat autochtonom Meksyku. Analiza taka umożliwi określenie jakie części ciała miały szczególne znaczenie, jak konotowały się one w mentalności społecznej i jakimi symbolami były opatrzone.

Mieszkańcy dawnego Meksyku pozostawili po sobie obszerną spuściznę kulturową niestety uszczuploną przez konkwistę. Wśród licznych dzieł architektury, malarstwa i rzeźby znaleźć możemy również świadectwa literackie. Myślę, że właśnie na podstawie tego typu materiałów, w których przetrwały wypowiedzi i sądy samych Azteków, najlepiej uda się prześledzić jak pojmowano ciało w tym społeczeństwie.

Aztekowie posługiwali się głównie pismem hieroglificznym. Mimo to przy sporządzaniu zapisków używano zarówno pisma piktograficznego, ideograficznego, jak i fonetycznego[1] [2].

Jednak ten ostatni z wymienionych typów pisma nigdy nie wyszedł ponad poziom pisma szarady . Opierał się on bardziej na domyślności czytającego niż na logicznych regułach. Za pomocą tych metod sporządzano na papierze malowane kodeksy. Znaczenie tych kodeksów rozszyfrował z pomocą informatorów indiańskich zakonnik hiszpański Bernard Shagun. Dzięki jego staraniom zachowały się liczne dzieła tego typu, a co za tym idzie zapisana w nich historia i tradycja podbitego narodu Azteków. Można powiedzieć, że Shagun był pierwszym etnologiem Mezoameryki. Oprócz spisywania tłumaczeń dawnych tekstów do jego zasług należy nauczanie języka hiszpańskiego dawnych kapłanów, tworzących przed konkwistą elitę intelektualną społeczeństwa. Dzięki tym staraniom dawni kapłani azteccy spisali swoje doświadczenia i przeżycia dotyczące konkwisty. Właśnie w tych materiałach doszukać się możemy wielu cennych

informacji o społecznym obrazie ciała.

Konkwista była okresem szczególnym dla Azteków. Po raz pierwszy zetknęli się oni z ludźmi białymi i reprezentującymi daleko odmienną kulturę oraz technikę. W tekstach tych zachowały się pierwsze wrażenia ze spotkania z Hiszpanami, obrazy rzezi i walki, ale także liczne odczucia towarzyszące skrajnym sytuacjom, takie jak: lęk, przerażenie, gorycz, radość. Dlatego też analiza tych źródeł ukazuje ciało Azteków na licznych płaszczyznach i w różnych sytuacjach. Oprócz uczniów Bernardino de Shaguna całości dopełniają liczne pieśni o podboju, anonimowe relacje oraz świadectwa Indian sprzymierzonych z Hiszpanami. Należy zaznaczyć, że w materiałach tych stosunkowo mało miejsca poświecono ciału i cielesności kobiet. Wynika to ze skrajnie patriarchalnego charakteru społeczeństwa azteckiego. Dlatego też teksty dotyczą głównie mężczyzn, walczących i pertraktujących z Hiszpanami. Jednakże część opisów odnosi się zarówno do kobiet, jak i do mężczyzn ukazując ogólnie akceptowane i funkcjonujące normy społeczne i struktury mentalne rządzące postrzeganiem ciała.

Emic/etic- para terminów stworzonych przez amerykańskiego lingwistę K. Pike'a w celu wyodrębnienia dwóch różnych procedur analitycznych. Ujęcie emiczne jest to badanie systemów kulturowych z pozycji wewnętrznego interpretatora. Zob. Hasło emic/etic , Zofia Staszczak (red) , Słownik etnologiczny: Terminy ogólne, Warszawa – Poznań 1987, s. 74-75.

[1] Miguel León – Portilla, Dawni Meksykanie, Kraków 1976, s. 58-70.

[2] Ibidem, s. 60.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy -

potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

Systemy zarządzania treścią (CMS): kluczowe narzędzie współczesnego zarządzania informacją

Systemy zarządzania treścią (ang. Content Management System) umożliwiają tworzenie i modernizację serwisów WWW bez znajomości technologii wykorzystanej do budowy serwisu.

Tworzenie, formatowanie i wprowadzanie treści w systemie CMS odbywa się za pomocą prostych w obsłudze interfejsów użytkownika, najczęściej prostych w obsłudze formularzy, przypominających zazwyczaj pracę z edytorem tekstu. Tak prosta obsługa pozwala na modyfikowanie serwisu niemal każdemu.

Zadanie systemów CMS polega na wyodrębnieniu zawartości menu głównego (treści informacyjnej serwisu) od formularza (drogi). I wypełnia ją bazą danych poprzez system przenoszenia wszystkich danych wprowadzonych w odpowiednie miejsca i jest kwalifikowana u Autora. Projekt strony modyfikuje sposób wykorzystania graficznego całej strony, przygotowanie strony i sformułowanie systemu spisywania późniejszych środków narzuca.

Takie rozwiązanie pozwala nam na swobodną zmianę wyglądu serwisu i aby wprowadzać nowe zmiany w serwisie redaktorzy nie muszą poznawać technologii wykorzystywanych przy tworzeniu serwisów internetowych.

Oczywiście bardzo wygodne i wskazane jest zastosowanie systemów CMS w aplikacjach wspomagających pracę agencji reklamowych, gdyż można dzięki temu całą aplikację wdrożyć jako kompletny serwis WWW, oferując dostęp klientom do zasobów. Dzięki takiemu rozwiązaniu pracownicy agencji mogą w dowolnym momencie modyfikować treści zamieszczane na łamach serwisu WWW.

Systemy zarządzania treścią, znane powszechnie pod skrótem CMS (ang. Content Management System), odgrywają niezwykle ważną rolę we współczesnym zarządzaniu informacją i treściami cyfrowymi. W dobie dynamicznie rozwijającego się internetu, rosnącej ilości danych oraz coraz większych potrzeb w zakresie publikacji treści online, systemy CMS stały się nieodzownym narzędziem umożliwiającym firmom, organizacjom i osobom indywidualnym zarządzanie treściami w prosty, szybki i efektywny sposób.

Definicja i podstawowe funkcje systemów CMS

System zarządzania treścią (CMS) to oprogramowanie, które umożliwia tworzenie, edytowanie, organizowanie i publikowanie treści na stronach internetowych bez potrzeby zaawansowanej wiedzy technicznej. Dzięki CMS, użytkownicy mogą zarządzać zawartością strony internetowej, taką jak teksty, obrazy, filmy czy inne multimedia, w intuicyjny sposób za pomocą interfejsu graficznego, często zbliżonego do edytorów tekstu. Podstawową ideą CMS jest oddzielenie treści od struktury i wyglądu strony internetowej, co oznacza, że użytkownicy mogą dodawać i edytować treści, nie ingerując w techniczne aspekty działania strony, takie jak kodowanie czy projektowanie.

Najważniejsze funkcje, które oferują systemy CMS, to:

- **Tworzenie i edytowanie treści**: CMS pozwala użytkownikom na tworzenie, edycję i publikację treści w czasie rzeczywistym. Użytkownicy mogą dodawać teksty, obrazy,

filmy, dokumenty i inne pliki multimedialne w prosty sposób, często przy użyciu edytorów typu „przeciągnij i upuść” (drag-and-drop).

- **Zarządzanie mediami**: Systemy CMS oferują zaawansowane funkcje zarządzania multimediami, takie jak organizowanie obrazów, filmów czy dokumentów w biblioteki, co ułatwia późniejsze ich wyszukiwanie i wykorzystanie.
- **Personalizacja treści**: CMS pozwala na personalizację treści w zależności od profilu użytkownika, co oznacza, że różne grupy odbiorców mogą zobaczyć różne wersje tej samej strony w zależności od swoich preferencji, lokalizacji geograficznej czy historii przeglądania.
- **Zarządzanie użytkownikami i uprawnieniami**: W systemach CMS możliwe jest tworzenie różnych poziomów dostępu dla użytkowników. Administratorzy mogą nadawać uprawnienia do edycji, publikacji czy przeglądania treści, co jest szczególnie istotne w dużych organizacjach.
- **SEO i optymalizacja wydajności**: Współczesne systemy CMS oferują narzędzia wspierające optymalizację treści pod kątem wyszukiwarek internetowych (SEO), co zwiększa widoczność stron internetowych w wynikach wyszukiwania.

Typy systemów zarządzania treścią

Wyróżnia się kilka typów systemów zarządzania treścią, które różnią się funkcjonalnością, zakresem zastosowań oraz stopniem zaawansowania technologicznego.

1. Open Source CMS

Systemy CMS typu open source są dostępne publicznie i mogą być dowolnie modyfikowane przez użytkowników. Najbardziej popularnymi systemami tego typu są WordPress, Joomla! i Drupal.

- **WordPress**: To najpopularniejszy na świecie system zarządzania treścią, który początkowo był zaprojektowany

z myślą o blogach, ale obecnie jest używany do tworzenia różnorodnych stron internetowych, w tym sklepów internetowych, portali informacyjnych, a nawet stron korporacyjnych. Jego popularność wynika z prostoty obsługi, ogromnej liczby dostępnych wtyczek oraz szerokiej społeczności użytkowników.

- **Joomla!**: Jest to bardziej zaawansowany system CMS, który pozwala na tworzenie bardziej złożonych struktur stron internetowych. Joomla! oferuje wiele zaawansowanych funkcji, takich jak system zarządzania użytkownikami, co czyni go idealnym wyborem dla stron społecznościowych i portali internetowych.
- **Drupal**: To CMS skierowany do bardziej zaawansowanych użytkowników, oferujący bardzo wysoką elastyczność i skalowalność. Drupal jest popularny wśród dużych organizacji i instytucji, które potrzebują rozbudowanych funkcji, dużego bezpieczeństwa i zaawansowanych możliwości zarządzania.

2. Proprietary CMS

Proprietary CMS to systemy, które są opracowywane i dystrybuowane przez prywatne firmy. Przykładem takich systemów są Adobe Experience Manager czy Sitecore. Systemy te są zazwyczaj bardziej kosztowne niż ich open source’owe odpowiedniki, ale oferują szeroką gamę zaawansowanych funkcji, w tym zaawansowane narzędzia do analizy danych, personalizacji treści i integracji z innymi systemami biznesowymi.

3. Headless CMS

Headless CMS to nowoczesne rozwiązanie, które oddziela warstwę zarządzania treścią od warstwy prezentacyjnej (front-end). W przeciwieństwie do tradycyjnych systemów CMS, gdzie warstwa zarządzania treścią i warstwa prezentacyjna są ściśle ze sobą powiązane, w headless CMS treści są dostarczane za pomocą interfejsu API do dowolnych aplikacji, takich jak strony internetowe, aplikacje mobilne czy platformy e-commerce. Takie

podejście umożliwia większą elastyczność, zwłaszcza w kontekście dostarczania treści na różne urządzenia i kanały.

Zastosowania CMS w różnych branżach

Systemy CMS są szeroko stosowane w różnych branżach i sektorach gospodarki. Dzięki swojej elastyczności i łatwości użytkowania, mogą być wykorzystywane zarówno przez małe firmy, jak i międzynarodowe korporacje.

1. Media i publikacje

W branży medialnej, systemy CMS są wykorzystywane do zarządzania treściami w portalach informacyjnych, blogach oraz stronach z wiadomościami. Firmy medialne, takie jak gazety czy telewizje, wykorzystują CMS do szybkiego publikowania nowych artykułów, zarządzania archiwami oraz personalizacji treści dla różnych grup odbiorców.

2. E-commerce

W sektorze e-commerce systemy CMS są podstawowym narzędziem do zarządzania sklepami internetowymi. Pozwalają na łatwe zarządzanie produktami, tworzenie i edycję opisów produktów, a także integrację z systemami płatności oraz logistycznymi. Popularne platformy e-commerce, takie jak Shopify czy Magento, oferują szeroką gamę funkcji CMS.

3. Instytucje publiczne

Rządy oraz instytucje publiczne coraz częściej wykorzystują CMS do zarządzania informacjami i komunikacji z obywatelami. Systemy te umożliwiają tworzenie portali, które są łatwe w nawigacji, a jednocześnie zawierają dużą ilość treści związanych z prawem, usługami publicznymi czy edukacją.

4. Edukacja

Uczelnie oraz inne instytucje edukacyjne używają systemów CMS do zarządzania swoimi stronami internetowymi, portalami dla

studentów oraz platformami e-learningowymi. Systemy te umożliwiają łatwe publikowanie materiałów dydaktycznych, zarządzanie kursami oraz komunikację ze studentami.

Wyzwania związane z wdrożeniem CMS

Mimo licznych zalet, wdrożenie systemu CMS wiąże się także z pewnymi wyzwaniami, które mogą wpłynąć na skuteczność zarządzania treścią.

1. Bezpieczeństwo

Systemy CMS, zwłaszcza te typu open source, są narażone na różnorodne zagrożenia bezpieczeństwa, takie jak ataki hakerskie czy malware. Regularne aktualizacje systemów oraz stosowanie odpowiednich zabezpieczeń są kluczowe dla minimalizacji ryzyka.

2. Skalowalność

W miarę wzrostu organizacji i ilości treści, systemy CMS mogą wymagać większych zasobów serwerowych oraz lepszej optymalizacji, aby sprostać rosnącym wymaganiom.

3. Dostosowanie do potrzeb użytkownika

Choć wiele systemów CMS oferuje szeroki zakres funkcji, często konieczne jest ich dostosowanie do specyficznych potrzeb organizacji. Obejmuje to integrację z innymi systemami, dostosowanie interfejsu użytkownika czy personalizację funkcji.

Systemy zarządzania treścią (CMS) są niezbędnym narzędziem w dzisiejszym cyfrowym świecie, umożliwiającym firmom i organizacjom efektywne zarządzanie treściami i ich publikowanie w internecie. Niezależnie od branży, CMS oferują elastyczność, skalowalność oraz narzędzia umożliwiające personalizację treści i zarządzanie użytkownikami. Jednakże, skuteczne wdrożenie i zarządzanie systemami CMS wymaga odpowiedniego podejścia do kwestii bezpieczeństwa,

skalowalności oraz integracji z innymi narzędziami biznesowymi.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

E-marketing polityczny

Rewolucja informacyjna w latach dziewięćdziesiątych XX wieku przyniosła odkrycie potęgi Internetu i jego przydatności dla polityki. Agendy rządowe na całym świecie zaczęły tworzyć własne strony internetowe, na których zamieszczały szczegółowe informacje o ich pracy. Zaczęto też wykorzystywać cyberprzestrzeń do włączania społeczności lokalnych w procesy sprawowania władzy i podejmowania decyzji politycznych (np. próby e-votingu – głosowania przez Internet)[1].

Wydaje się, że nie ma ciekawszej lekcji demokracji i zasad wolnego rynku, jak podczas obcowania z Internetem, gdzie każdy może zademonstrować własne ego, poprzez umieszczenie swoich wypowiedzi, nagrań czy grafik w sieci. Każdy może tu być członkiem elity, dziennikarzem, celebrytą, politykiem. Znaczenia nabrało również użycie Internetu w dyplomacji, na rzecz rozwiązywania i zapobiegania międzynarodowym konfliktom[2], ale szczególnie istotne i ciekawe jest posłużenie się Internetem w marketingu politycznym.

E-marketing polityczny jest efektem wykorzystania wszelkich możliwości Internetu w prowadzeniu działań marketingowych, zorientowanych na uzyskanie przewagi konkurencyjnej na rynku politycznym. Zjawisko to jest zatem konsolidacją trzech sfer: polityki, marketingu i cyberprzestrzeni, którą umożliwił

przede wszystkim rozwój technik informacyjnych oraz wzrost ich roli w życiu publicznym.

Istnieje kilka czynników, które przyczyniły się do rozpoczęcia wykorzystania sieci w polityce. Abstrahując od samej popularności Internetu i tradycyjnego naśladownictwa mechanizmów marketingu ekonomicznego w marketingu politycznym, należy wspomnieć o zmianach zachodzących w populacji osób uprawnionych do głosowania. W demokracjach rozwiniętych i rozwijających się obserwowany jest systematyczny spadek frekwencji wyborczej (z wyjątkiem krajów, w których istnieje prawny przymus uczestniczenia w wyborach) a w Internecie upatruje się środka do zwiększenia zaangażowania politycznego obywateli np. poprzez możliwość interaktywnego udziału w głosowaniu.

Niezmiernie istotne jest również pojawienie się nowego pokolenia wyborców – przez socjologów określanego mianem Generacji Y. Zalicza się do nich osoby urodzone w latach 1979-1994, wychowane na przekazie telewizyjnym i odporne na jego siłę perswazyjną oraz tradycyjne kampanie promocyjne. Ich, niejako „naturalnym", źródłem informacji o świecie jest Internet, a że właśnie osiągnęli (bądź wkrótce osiągną) czynne prawo wyborcze, nie należy pomijać ich w kreowaniu oferty politycznej. Optymalnym kanałem komunikacji z nimi jest cyberprzestrzeń. Nie bez znaczenia pozostaje również stale rosnąca liczba internautów (patrz: Tabela 1. i Tabela 2. – Rozdział I). Kolejnym czynnikiem, który skłania polityków do poszukiwania zwolenników przez Internet, jest oddziaływanie wpływowego lobby firm zajmujących się wytwarzaniem i wdrażaniem różnego rodzaju technologii komputerowych, które angażują się w kampanie w charakterze sponsorów. Częstymi darczyńcami na rzecz kampanii politycznych w USA są m.in. Microsoft Corporation, EDS, Oracle, Gateway.[3]

Specjaliści od marketingu politycznego nie mogli też nie zauważyć błyskawicznego wręcz rozwoju handlu elektronicznego,

potencjału reklamy wirtualnej, szansy na zmniejszenie kosztów promocji, czy też kreowania nowych narzędzi marketingowych w odniesieniu do użytkowników Internetu przez specjalistów od marketingu ekonomicznego. Wszystkie te czynniki zmobilizowały podmioty rynku politycznego do poszukiwania rozwiązań na miarę XXI wieku i ujawnienia swojej obecności w sieci, bowiem sprawdziła się myśl, iż „Technologia informacyjna pozwoliła na odwrócenie sytuacji i teraz zamiast Wielkiego Brata podglądającego obywateli, mamy przeciętnego obywatela podglądającego Wielkiego Brata”[4].

Trudno jest jednoznacznie wskazać początek wykorzystania Internetu w marketingu politycznym. Pierwszych eksperymentalnych i jednocześnie marginalnych prób dokonał Bill Clinton w 1992 roku przy użyciu poczty elektronicznej, ale e-marketing polityczny rozpędu nabrał w 1996 roku, w trakcie kolejnych wyborów prezydenckich w USA[5]. Od tamtej pory Internet zagościł na stałe we wszelkich kampaniach politycznych jako narzędzie marketingowe. O ile John F. Kennedy swoje zwycięstwo w 1961 roku zawdzięczał debacie politycznej, o tyle Barack Obama został prezydentem USA przede wszystkim dzięki obecności w sieci. Po raz pierwszy kampania wyborcza w 2008 roku nabrała takiego rozmachu w cyberprzestrzeni, że przyczyniła się do uzyskania przewagi konkurencyjnej nad kontrkandydatem Obamy. Wykreowanie profesjonalnego portalu My.BarackObama.com zagwarantowało pozyskanie głosów jednej wielkiej społeczności – społeczności zgrupowanej wokół Web 2.0[6].

Wszechobecność Baracka Obamy w sieci, w wszelkich portalach społecznościowych była stale poddawana analizie. Kontrola jakości kampanii w Internecie wykazała między innymi, że: stworzono bazę około 13 milionów zwolenników; zgromadzono ponad 500 milionów dolarów (offline ok. 156 milionów dolarów); w serwisie Facebook Obama miał 3 miliony społecznościowych znajomych, założono powiązanych z nim blisko 500 grup oraz

stworzono ponad 300 aplikacji, w serwisie MySpace Obama zgromadził wokół siebie 900 tysięcy „przyjaciół", zaś w serwisie Twitter 128 tys., w portalu YouTube opublikowano blisko 140 tysięcy klipów, dotyczących Obamy, ale tylko 2 tysiące wyszło z inicjatywy sztabu – pozostałe były nagrane i zamieszczone w serwisie przez internautów; łączny czas projekcji filmików z Obamą to blisko 15 milionów godzin; wysłano także około miliard listów elektronicznych[7]. Tak zorganizowana kampania zapewniła nie tylko poprawę wizerunku kandydata (odbierany był jako nowoczesny, podążaj ący za „duchem czasów"), ale też pozyskanie elektoratu we wszystkich stanach, podczas, gdy do tej pory skupiano się jedynie na tych najbogatszych i najbardziej zaludnionych. Internet był wykorzystany w każdym aspekcie kampanii: PR, reklama, zaawansowane działania, zbieranie datków oraz organizacja pracy w 50 stanach. Grupa Obamy obdarzyła cyberprzestrzeń szacunkiem i wiedziała jak ją właściwie użyć w politycznej rywalizacji[8].

Faktem jest, że aby zaistnieć w sieci, należy wykazać się niebagatelną kreatywnością. Jak zauważa S. Trzeciak: „nie wystarczy być medialnym, trzeba zaoferować interesujące idee. Coraz trudniej więc sprzedawać puste opakowania. Politycy o „twarzach ziemniaczanych" uprawiający „parcianą retorykę" w miarę rozwoju świadomości społeczeństwa nie wytrzymają konkurencji, bo ich pomysł na wizerunek jest w gruncie rzeczy dość prymitywny. Przebieranie rękami, opalenizna, krawat i okrągłe zdania nie zrobią już wrażenia.[9]"

Istnieje wiele możliwości wykorzystania sieci w czasie kampanii. Wśród nich należy wymienić chociażby pozyskanie ochotników, wolontariuszy do prac dla sztabu wyborczego, agitacja wyborcza, organizowanie funduszy np. przez podanie numeru konta na stronie internetowej czy też dystrybucja materiałów wyborczych lub sprzedaż gadżetów wyborczych[10]. Odbywać się to może za pomocą wszystkich narzędzi marketingu

wirtualnego, dostępnych w działalności konsumpcyjnej, ale do najbardziej typowych należą:

- Poczta elektroniczna (e-mail) – w marketingu politycznym określana jako e-mail electioneering, swój profesjonalny debiut miała miejsce w USA w 1998 roku podczas kampanii wyborczych na gubernatora i do Senatu USA. Stworzono wówczas bazę adresów e-mailowych ludzi, do których rozesłano karty promocyjne (slate cards) z informacjami o kandydatach i linkami do ich stron WWW[11]. Wbrew pozorom, posługiwanie się pocztą elektroniczną nie jest zadaniem łatwym. Należy bowiem przestrzegać zasad netykiety i zrobić wszystko, aby e-mail nie został potraktowany jako Ułatwić to może kreowanie newslettera, czyli specjalnego listu elektronicznego kierowanego tylko do osób, które go wcześniej subskrybują.
- Internetowe debaty online – prototypowa debata w sieci komputerowej miała miejsce w 1983 roku, trwała dwa miesiące i wzięło w niej udział 150 subskrybentów sieci, którzy mogli dyskutować ze sobą oraz z kongresmenem Edwardem Markey'em[12]. W odróżnieniu od debaty telewizyjnej, ta elektroniczna stwarza szansę na bezpośrednią konfrontację kandydata z elektoratem (bez pośrednictwa spikera) i może w niej brać udział wielu polityków, podczas gdy w telewizyjnej tylko kilku a i wówczas dyskusja może być chaotyczna, nerwowa i przede wszystkim za krótka. Stąd też debaty online zyskuj ą coraz więcej zwolenników a sposoby ich przeprowadzania ulegają stałym modernizacjom.
- Reklama internetowa (webvertising) – w e-marketingu politycznym wykorzystywane są wszystkie warianty e-reklamy (patrz: Rysunek 4. w rozdziale I.), jednakże najbardziej popularne są bannery reklamowe. Po raz pierwszy pojawiły się w 1998 roku w czasie wyborów do Kongresu USA. W Polsce przodownikiem w tym zakresie był kandydat na Prezydenta RP w 2000 roku – Jan Łopuszański,

który umieścił banner nawet na swojej stronie internetowej[13]. Skuteczność kampanii bannerowej zależy od właściwego doboru stron WWW, na których będą prezentowane te formy reklamy. Na uwagę zasługuje również zastosowanie advergamingu jako sposobu promowania kandydatów. W Polsce mieliśmy okazję zapoznać się z taką grą chociażby w czasie wyborów parlamentarnych w 2007 roku, kiedy internauta mógł wcielić się w postać Donalta Muska bądź Yaro Kwaczynskiego i poprowadzić swojego lidera do zwycięstwa poprzez nokaut przeciwnika[14].

- Strona WWW – najbardziej popularna i w zasadzie elementarna forma obecności kandydata w sieci. Stanowi wygodne, stosunkowo tanie i dostępne bez przerwy medium, nad którym podmiot politycznej rywalizacji może sprawować kontrolę absolutną. „Dobrze zaprojektowana, wykonana i wypromowana strona internetowa może stać się silnym narzędziem partyjnej propagandy; dostępnym 24 godziny na dobę i wykorzystującym niedostępną gdzie indziej multimedialność przekazu”[15]. Dlatego warto przyjrzeć się bliżej istocie witryn WWW dla e-marketingu politycznego.

Celem tworzenia strony WWW jest między innymi zachęcenie elektoratu do poparcia kandydata w wyborach. Służyć temu ma budowanie zaufania do danej witryny, które w konsekwencji prowadzi do kreowania pozytywnego wizerunku politycznego. Na zaufanie do stron WWW wpływ mają wygląd strony (profesjonalizm wykonania, łatwość nawigacji, logiczność układu), rozpoznawanie marki polityka bądź partii politycznej, utrzymywanie stałych kanałów komunikacji pomiędzy posiadaczem witryny a odwiedzaj ącymi ją internautami oraz bezpieczeństwo (zawieranych transakcji pieniężnych, kupna-sprzedaży, wymiany informacji)[16].

W literaturze wyróżnia się pewne kryteria, warunkuj ące

skuteczność oddziaływania stron WWW na wyborców. Wymienia się wśród nich: organizację witryny, gromadzenie wolontariuszy i sposób zbierania dotacji na kampanię; treść przekazu politycznego i jego charakter edukacyjny; zdolność do kreowania wspólnoty wokół kandydata; cyber-celebracj ę; linki do innych stron oraz interaktywność[17].

W ramach pierwszego kryteria – organizacji witryny, jej pracy sieciowej i sposobu zbierania funduszy – oceniany jest projekt graficzny strony, bogactwo informacji na temat kandydata i działalności sztabu oraz możliwość koordynowania na drodze online prac i aktywności wyborczej offline. Jak pokazuje doświadczenie Baracka Obamy, strona WWW może w istotny sposób przyczynić się do zwiększenia wyborczego budżetu, dlatego warto umieścić na niej numery kont bankowych i poprosić o wsparcie finansowe. Dużą zaletą witryn jest również możliwość gromadzenia wolontariuszy, chcących wesprzeć kampanię wyborczą. Ich rola często sprowadza się do rozsyłania propagandowych kartek elektronicznych wśród znajomych, jednakże nie należy pomniejszać tej funkcji – marketing partyzancki może przynieść wymierne korzystne skutki.

Biorąc pod uwagę treść strony WWW i jej charakter edukacyjny należy zwrócić uwagę na fakt, iż witryna kandydata musi dostarczać informacji o nim samym oraz jego programie, gdyż tego zazwyczaj poszukują odwiedzający ją internauci. Czytelna i szczegółowa oferta informacyjna strony Web pozwala jak najdłużej utrzymać odwiedzających na danej stronie, co zwiększa prawdopodobieństwo oddania głosu wyborczego na danego kandydata. Wzorcowa w tym zakresie strona Baracka Obamy zawierała takie sekcje jak: aktualności, program wyborczy, zachętę dla osób pragnących wesprzeć kampanię, informacje o możliwości wolontariatu, wzmianki jak zachęcać door-2-door, lokalizator, moduł przekazywania datków, sekcję odnośników do serwisów społecznościowych, najnowsze wpisy z bloga, multimedia (filmy, zdjęcia, tapety, gadżety na telefon) oraz innowacyjny w tej dziedzinie sklep z gad żetami

promocyjnymi[18].

Niekwestionowanym atutem strony internetowej jest możliwość budowania wspólnoty skupionej wokół podmiotu politycznego, biorącego udział w rywalizacji wyborczej. Służyć temu mają odwoływanie się do symboliki i haseł (głównie patriotycznych), możliwość pobierania multimediów zawierających te treści oraz stwarzanie możliwości do komunikowania się między internautami (forum, chat) a także odniesienia do portali społecznościowych. Celem tego typu działań jest zbudowanie silnych więzi emocjonalnych pomiędzy kandydatem a jego zwolennikami oraz wśród samych zwolenników.

Czwartym kryterium oceny skuteczności wyborczej strony WWW jest cyber-celebracja. Pod tym pojęciem rozumie się podkreślenie przynależności kandydata do społeczności high-tech, co unaocznić ma promowanie przez niego rozwoju infrastruktury

internetowej, ujawnianie jego obeznania z nowoczesną technologią informacyjną[19] czy też publikowanie zdjęć kandydata z najnowszymi wynalazkami technologicznymi (np. prezentacja przez W. Pawlaka, startującego w wyborach prezydenckich w 2010 r., własnego iPada w trakcie konferencji prasowej i optowanie za zastąpieniem takim urządzeniem szkolnego tornistra z książkami). Cyber-celebracja przyczynia się przede wszystkim do pozyskania zaufania internautów z Pokolenia Y.

Prawidłowo opracowana strona internetowa kandydata powinna zawierać również linki zewnętrzne, przenoszące na inne witryny związane z kampanią. Pozwala to na budowanie koalicji wyborczych, mobilizowanie wyborców oraz umożliwia komparatystykę między kandydatami. Korzystne jest także „przenoszenie" internauty na strony zawierające różne artykuły prasowe, dotyczące kandydata, bądź też do sondaży przedwyborczych.

Błędem jest tworzenie pasywnej strony internetowej, nastawionej na jednokierunkowe dostarczanie informacji. Dlatego ostatnim kryterium skuteczności witryny kandydata jest jej interaktywność, czyli możliwość wpływania przez internautę na sposób prezentowania jej zawartości i/lub poszczególnych elementów, które na niej się pojawiają. Najczęstszymi formami interaktywności na stronach WWW są quizy, chaty, fora dyskusyjne, możliwość wyrażenia poparcia dla kandydata w księdze gości i inne aplikacje, zachęcające odwiedzających do aktywności. Ciekawy przykład takiego programu opublikował na swojej stronie Steve Forbes, kandydat na prezydenta USA w 1996. Aplikacja Kalkulator Spłaszczonego Podatku pozwalała obliczyć podatek, który dany wyborca musiałby płacić, gdyby Forbes wygrał wybory[20].

Praktyka wyborcza pokazuje, że strony kandydatów są w coraz mniejszym stopniu „biblioteką informacji" a coraz częściej stają się ostoją budowanej wspólnoty. Projektanci witryn uwzględniają fakt, iż nie tylko zdeklarowani wyborcy odwiedzają daną stronę Web, ale i tych należy zachęcić do ponownej wizyty. Amerykańskie badania w 1996 roku pozwoliły na dokonanie typologii potencjalnych użytkowników kampanijnych witryn internetowych i wskazanie celów posługiwania się nią, co prezentuje tabela poniżej (Tabela 4). Choć typologia odnosi się do internautów ze Stanów Zjednoczonych, to bez problemów może być traktowana w sposób uniwersalny i przenieść ją można na grunt np. Polski.

Tabela 4. Potencjalni użytkownicy wyborczych stron WWW

Typ użytkownika	Cel posługiwania się stroną WWW

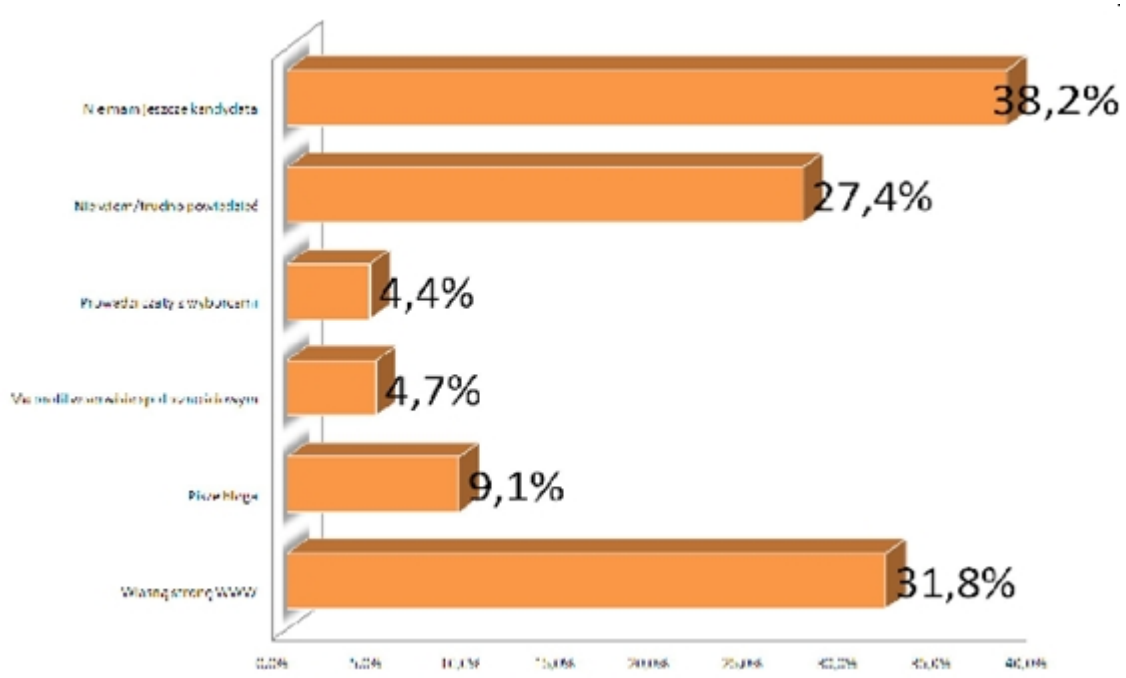
Obywatele i wyborcy	• zdobywanie informacji, edukacja, podejmowanie decyzji wyborczych • znajdowanie wspólnoty politycznej • uczestnictwo polityczne • komunikowanie się z kampanią • zabawa, rozrywka • włączanie się w pracę przy tworzeniu kampanii
Kandydaci i kampanie	• reklama • dostarczanie informacji gdzie indziej niedostępnych • rekrutowanie wolontariuszy i zbieranie funduszy na kampanię • zdobywanie nowych pomysłów, które można wykorzystać podczas kampanii • demonstrowanie swojej przynależności do społeczeństwa high-tech
Reporterzy i badacze	• zdobywanie szczegółowych informacji o kampaniach (kalendarz wieców wyborczych, programy polityczne) • badania i sondaże • uczestniczenie w tworzeniu polityki online
Działacze i organizatorzy	• uzyskiwanie z „centrali” informacji koniecznych do pracy w terenie • badania dotyczące konkurencji • śledzenie przebiegu kampanii • współtworzenie kampanii
Użytkownicy międzynarodowi	• zdobywanie informacji o amerykańskiej polityce • uczestniczenie w dyskusjach i kampaniach politycznych prowadzonych w Stanach Zjednoczonych • bycie „na bieżąco” – w wypadku Amerykanów przebywających za granicą

Źródło: W. Cwalina, A. Falkowski, op. cit., s. 474.

Ciekawą kwestią jest, czy polscy specjaliści od e-marketingu politycznego potrafią wykorzystywać dorobek swoich „kolegów po fachu" zza oceanu. Było to przedmiotem badań przeprowadzonych po wyborach do Parlamentu Europejskiego w 2009 roku, których efekt zaprezentowano w postaci raportu „Internetowa kampania wyborcza do Parlamentu Europejskiego". W ramach badań sprawdzono m.in. znajomość wyborcy narzędzi internetowych, jakimi posługuje się jego kandydat (Rysunek 10). Zaskakujące, że niemal jedna trzecia respondentów nie wykazywała wiedzy na ten temat. Jedynie 31,8% wiedziało, że ich kandydat ma własną stronę internetową.

Z profilami w portalach społecznościowych zaznajomiło się zaledwie 4,7% badanych (przypomnijmy, że był to istotny element kampanii Obamy). W tychże badaniach zweryfikowano również popularność kandydata, posiadającego własną stronę WWW, w zależności od wieku respondentów. Politycy posiadający własną witrynę okazali się najbardziej popularni wśród najmłodszych wyborców (24 lata lub mniej – 40,9 proc.), najmniej zaś wśród wyborców najstarszych (65 lat i więcej – 18,5 proc.) [21], co potwierdza tezę o specyfice Generacji Y. Autorzy raportu w podsumowaniu stwierdzili, iż „dla internetu jako sfery publicznej, medium oraz zestawu narzędzi promocyjnych zrozumienie wśród sztabów wyborczych było w dalszym ciągu ograniczone. […] formułować można tezę, iż internet w tej kampanii wyborczej, mimo iż silnie akcentowany przez poszczególne komitety, potraktowany został z dozą rezerwy właściwą marketingowemu eksperymentowi. Niemeniej należy się spodziewać, że w kolejnych wyborach będzie odgrywał coraz większą rolę" [22].

Rysunek 10. Narzędzia internetowej promocji wizerunku wykorzystywane przez kandydatów respondentów.



Źródło: P. Fiećko, A. Winciorek, Internetowa kampania wyborcza do Parlamentu Europejskiego, castellswpolsce.pl/pobierz-raport (02-06-2010).

Choć często podkreśla się atrakcyjność Internetu jako środka przekazu dla polityków, J. Sas konstatuje, iż nie może on jeszcze konkurować z prasą, radiem czy telewizją. Problem stanowią bowiem: ciągle zbyt mała ilość internautów, brak umiejętności polityków do wykorzystywania Internetu w celach politycznych (nie wypracowano jeszcze dobrych metod marketingowych dla Internetu) a także brak nawyku ze strony internautów do poszukiwania informacji o polityce w sieci[23]. Jednak nie zmienia to faktu, że potencjał rozwojowy e-marketingu politycznego jest największy. Oczywiste jest, iż to medium dostarcza szerokich i obiecujących możliwości wykorzystania go w marketingu politycznym. Próby stworzenia prognozy rozwoju użycia Internetu na potrzeby polityczne dokonała Eleine Sherman. Oto, co stwierdziła[24]:

1. Pojawi się nowe wykorzystanie baz danych do przeprowadzania precyzyjnej segmentacji elektoratu, co ułatwi właściwe pozycjonowanie oferty politycznej.
2. Większego znaczenia nabierze budowanie związków

polityków z wyborcami poprzez spersonalizowaną i interaktywną komunikacj ę.
3. Wzrośnie stopień zaawansowania technologicznego politycznych stron Web, będą one coraz bardziej profesjonalne.
4. Promocja polityczna odbywać się będzie za pomocą precyzyjnych

i zindywidualizowanych nośników, np. przez direct mail.

5. Powszechniejsze staną się interaktywne dialogi (debaty Online) pomiędzy politykami a wyborcami.
6. Pojawią się nowoczesne sondaże przedwyborcze
7. Intensywność wykorzystania nowych technologii będzie wzrastała tak, aby komunikat polityczny docierał do wszystkich wyborców.
8. Pojawi się głosowanie przez Internet, jeśli stanie się on bardziej bezpieczny.

Większość z powyższych prognoz zaczyna już się sprawdzać, co pokazały nam doświadczenia amerykańskiej kampanii o prezydenturę w 2008 roku. Kwestią czasu jest uzyskanie takiego rozwoju technologicznego, które pozwoli nam oddawać głos w wyborach interaktywnych. Dynamika zmian zachodzących w e-marketingu politycznym jest tak duża i tak łatwa do zauważenia, że czyni tę problematykę niezwykle fascynującą, inspirującą i wręcz zachęcającą do przeprowadzania wszelkich badań nad jej zastosowaniem i skutecznością. Dlatego jest to przedmiotem rozważań w następnym rozdziale.

---

[1] W. Cwalina, A. Falkowski, op. cit., s. 439.

[2] Mowa tu chociażby o wykorzystaniu Internetu w czasie powstania Zapatystów w Meksyku, wojny w Zatoce Perskiej, czy wojny w Kosowie. Por. szerzej w: E. Bendyk, Liche witryny. Polityka, nr 36 z dnia 1999-09-04, s.58-59.

[3] W. Cwalina, Internet: nowy multi-kanał marketingu politycznego [w:] Internet. Fenomen społeczeństwa informacyjnego. Pr. Zb. Pod red. T. Zasępy. Wydawnictwo Edycja Świętego Pawła. Częstochowa 2001, s. 408-411.

[4] Cyt. za: W. Cwalina, A. Falkowski, op. cit., s. 437.

[5] M. Bukowski, Witryny WWW kandydatów w kampanii prezydenckiej 2005 roku w Polsce [w:] Studia nad komunikowaniem politycznym. Pr. zb. pod red. J. Fraś. Wyd. Adam Marszałek. Toruń 2007, s. 149.

[6] E. A. Sullivan, Marketer In chief. Marketing News, 10.15.2009, Vol. 43, s. 10-14.

[7] S. Pliszka, Kampania Obamy. Efektywność działań online w liczbach, http://www.internetstats.pl/index.php/2009/10/kampania-obamv-efektvwnosci-dzialan-online-w-liczbach/ (02-06-2010).

[8] M. Learmonth, Social mediapaves way to White House. Advertising Age, 3/30/2009, Vol. 80, s. 11.

[9] S. Trzeciak, Internetowa demokracja, trzeciak.pl/pl/onet pl internetowa demokracja.html (02-06-2010).

[10] S. Trzeciak, Kampania…, op. Cit, s. 181.

[11] W. Cwalina, A. Falkowski, op. cit., s. 444-446.

[12] Ibidem, s. 448.

[13] W. Cwalina, Internet., op. cit., s. 419.

[14] Gra Wybory 2007. Może pozostać tylko jeden! Dostępna jest pod adresem: http://faktv.interia.pl/raport/wvborv 2007/gra (02-06-2010).

[15] P. Preneta, Wykorzystanie stron internetowych w działalności polskich partii politycznych [w:] Wykorzystanie Internetu w marketingu, op. cit., s. 481.

[16] Por.: W. Cwalina, A. Falkowski, op. cit., s. 455-456.

[17] Por szerzej w: W. Cwalina, Internet…, op. Cit., s. 425-435.

[18] Ł. Plutecki, E-marketing na usługach polityki – wykorzystanie marketingu internetowego w kampanii Baracka Obamy, plutecki.net/2009/02/e-marketing-w-politvce-walka-z-falszvwvmi-oskarzeniami/ (02-06-2010).

[19] W. Cwalina, A. Falkowski, op. cit., s. 468.

[20] Ibidem, s. 471.

[21] P.Fiećko, A. Winciorek, Internetowa kampania wyborcza do Parlamentu Europejskiego, castellswpolsce.pl/pobierz-raport (02-06-2010).

[22] Ibidem.

[23] J. Sas, Internet – „V władza. Nowoczesne metody kreowania polityków i partii politycznych [w:] Partie polityczne – przywództwo partyjne. Pr. zb. pod red. J. Sielskiego i M. Czerwińskiego. Wyd. Adam Marszałek. Toruń 2008, s. 68.

[24] Por. W. Cwalina, Internet…, op. Cit., s. 439-440.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

Cechy liberalizmu

Czym jest liberalizm? Termin ten pochodzi z języka łacińskiego (liber – wolny, liberalis – odnoszący się do wolności). Pojęcie to może oznaczać metodę refleksji nad życiem społecznym, sposób rządzenia państwem, konkretną partię, jak również ideologię. Pojęcie liberalizmu nie jest jednoznaczne, zwłaszcza w odniesieniu do różnych sektorów życia indywidualnego i społecznego. Dla niektórych liberalizm to indywidualna wolność człowieka i jego prawa w życiu społeczno-politycznym. Dla innych liberalizm to przede wszystkim wolność ekonomiczna i postulat wolnego handlu.

Według autora słownika filozoficznego – Paula Foulquie – liberalizm to doktryna, w której prawa człowieka mają być chronione w stopniu maksymalnym, i ma być to robione przy minimalnym interwencjonizmie państwa.[1]

Państwo powinno zapewnić jedynie porządek publiczny, a interweniować może w wypadku naruszenia podstawowych praw człowieka, np. chroniąc dzieci przed wyzyskiem. Liberalizm może oznaczać partię polityczną. W wielu krajach istnieją partie liberalne, socjo-liberalne, demokratyczno-liberalne i inne.

Liberalizm nie obejmuje oczywiście wszystkich dziedzin życia ludzkiego, dlatego należy wyodrębnić różne sektory i typy liberalizmu. Najczęściej wyróżniane typy liberalizmu to: ekonomiczny, filozoficzny, polityczny, religijny. Liberalizm ekonomiczny wywodzi się od Adama Smitha i jego teorii „niewidzialnej ręki rynku", liberalizm filozoficzny odwołuje się do oświecenia – to właśnie wtedy w XVII i XVIII wieku uwidoczniły się filozoficzne założenia liberalizmu.[2]

Założenia odwołujące się do nominalizmu, przywołują rozum, aby usankcjonować proces autonomizacji jednostki. Nominalizm to pogląd filozoficzny, który odrzuca istnienie pojęć ogólnych.

Nominaliści, tacy jak Locke czy Hobbes, uważali, że każdemu pojęciu odpowiada jednostkowy konkretny przedmiot. W myśl tej koncepcji, uznali percepcję zmysłową za pierwszy i jedyny etap naukowej wiedzy, a idee ogólne dotyczące życia społecznego były dla nich nieważne i nieistotne.[3]

Korzeniem nowożytnego liberalizmu był indywidualizm, i to nie tylko filozoficzny, ale też polityczny i religijny. Rzecznikiem liberalizmu politycznego był Machiavelli. W swojej rozprawie pt. „Książę" pokazał dominację polityki nad religią i etyką.[4] Religia utraciła swoją rolę dominującą w życiu społeczno-politycznym już po reformacji. Duchowni przestali być przewodnikami sumień, a stali się raczej urzędnikami państwowymi. Można powiedzieć, że doktryna liberalna dokonała sekularyzacji państwa, jak również przyśpieszyła rozdział religii i państwa.

Ta różnorodność form liberalizmu nie wyklucza istnienia cech wspólnych. Wolność, własność i odpowiedzialność – te trzy słowa zdają się stanowić o istocie liberalizmu. Trudno wyobrazić sobie istnienie systemu liberalnego bez choćby jednego z tych trzech elementów. Jeśli chodzi o własność – mamy na myśli własność prywatną. Można przyjąć, że miarą naszej wolności jest wielkość posiadanej przez nas własności. Z kolei warunkiem wolności jest odpowiedzialność. To pokazuje, że liberałowie mówiąc o wolności, nie mieli nigdy na myśli całkowitej swobody i braku ograniczeń dla jednostki. Odpowiedzialność u liberałów łączy się ściśle z moralnością.[5]

W podręczniku współczesnych doktryn, wydanym w Stanach Zjednoczonych w 1972 roku., jego autor Lyman T. Sargent wskazał na następujące cechy doktryn liberalnych: „Mające tendencje do faworyzowania zmian, posiadające wiarę w rozum ludzki, skłonne używać władzy rządu dla polepszenia warunków bytu ludzi, faworyzujące wolności jednostkowe, ambiwalentne w odniesieniu do ludzkiej natury"[6]

Liberalizm jest kierunkiem, w obrębie którego zawsze, w większym czy też mniejszym stopniu, występują następujące elementy: wiara w postęp, doktryna indywidualizmu, doktryny preferujące prawa wolnościowe, akceptujące własność prywatną, przyjmujące ograniczenie funkcji państwa, postulujące ograniczanie władzy aparatu państwowego. Część myślicieli akcentowała bardziej jedną lub drugą z wymienionych cech, traktując ogólnie resztę zasad. Inni natomiast wymagali spełnienia jednej cechy w pełnym rozwinięciu. Niektórzy byli skrajnymi indywidualistami, a inni mogli interpretować zasadę indywidualizmu w sposób bardziej „łagodny".[7]

Ważnym elementem, o którym należy wspomnieć, jest to, że liberalizm narodził się u schyłku epoki feudalnej, jako filozofia prężnego mieszczaństwa, które aspirowało do należnej mu pozycji w ustroju. Przeciwstawiano się porządkowi feudalnemu i monarchii absolutnej. Jak wiadomo, ustrój feudalny opierał się na podstawie daleko posuniętej nierówności praw poszczególnych stanów, jak również na koncepcji prymatu grupy i społeczeństwa nad jednostką. Działalność jednostki były poddana licznym ograniczeniom. W ustroju monarchii absolutnej jednostka nawet ze stanu szlacheckiego, nie wspominając już o chłopach czy mieszczanach, nie mogła być pewna, ani swojego życia ani wolności, ani majątku. I właśnie przeciwko takiemu systemowi społecznemu i politycznemu skierowała się liberalna myśl polityczna. Interesy ekonomiczne wymagały wolności dla wszystkich poddanych, aby mogli zawierać umowy i rozwijać handel. Ponadto miały zapanować rządy prawa a nie samowola. Zaczęto też powoli mówić o współrządach w państwie, widząc w tym lepszą gwarancję dla swoich interesów.

Burżuazyjni liberałowie, walcząc ze skrępowaniem porządku stanowego, występowali w interesie całego społeczeństwa. Mieszczaństwo uwalniając siebie z „więzów feudalnych", było pierwszą z klas uciskanych, która uzyskała swoją świadomość i siłę, aby rozpocząć rewolucję.[8]

W definicjach liberalizmu za cechy charakterystyczne uznaje się indywidualistyczną koncepcję człowieka, potwierdzającą gwarancję swobody działania jednostkom – zwłaszcza w dziedzinie polityki i gospodarki. W znacznym stopniu jest też usunięta interwencja państwa z życia gospodarczego, tolerancyjność i brak rygoryzmu.

Jednostka i jej dobro uznawane są za wartość naczelną, której podporządkowana ma być organizacja całego społeczeństwa. Genezy tego indywidualizmu można szukać już w średniowieczu np. u Kartezjusza. Indywidualizm nie ogranicza się tylko do spraw wolności osobistych, swobody, wolności wypowiedzi i stowarzyszeń. Indywidualizm mówi też o prawie do nabywania własności osobistej. Wolność byłaby niczym bez własności indywidualnej – dlatego te dwie zasady są ze sobą nierozerwalnie związane.

Patrząc w przeszłość, można zauważyć, że zasada wolności nigdy w pełni nie mogła być wprowadzona w życie, bez równoczesnego wewnętrznego przekonania moralnego i bez dochowania wierności pewnym zasadom moralnym. Krótko mówiąc, wolność jest nierozerwalnie związana z odpowiedzialnością.[9]

Innym ważnym elementem liberalizmu jest wiara w postęp i możliwości doskonalenia się ludzi, a także polepszania warunków życia. Liberałowie twierdzą, że w toku ludzkich dziejów dokonuje się rzeczywiste doskonalenie człowieka, poprawa jego warunków życia. Liberałów można nazwać ewolucjonistami – bo tak jak w ewolucji naturalnej – lepszych rozwiązań poszukują metodą prób i błędów. W ogóle pojęcie zmiany jest bliskie liberałom. Już na początku XIX wieku partia liberalna była nazwana „partią ruchu", w odróżnieniu od konserwatystów, nazywanych „partią porządku". Ponieważ liberalizm zakłada, że człowiek jest z natury dobry i dąży w toku rozwoju do doskonalenia się, nie ma się co dziwić, że kolejną zasadą charakterystyczną dla liberalizmu jest zasada leseferyzmu, jak również instytucja ograniczonego rządu

liberalnego.[10]

Koncepcja państwa liberalnego wywodzi się od klasycznych liberałów. Wspomniana koncepcja, w żadnym wypadku nie jest nacechowana anarchistycznymi tendencjami, nikt tutaj nie uznawał państwa za zło konieczne. Jest tutaj prezentowany pogląd, że w życiu społecznym istnieje spontaniczny porządek. Twórcy liberalnych koncepcji unikają poglądów, mówiących o tym, że państwo jest strażnikiem i dostarczycielem powszechnego dobrobytu. Państwo posiada jedynie odpowiednie instytucje, które chronią władzę, dzięki której podstawowe wolności zagwarantowane są wszystkim obywatelom.[11]

Państwo liberalne może spełniać pewne pozytywne funkcje, które mieszczą się w realizacji tego głównego celu, jakim jest zagwarantowanie wolności. Zadaniem polityki liberalnej jest opracowanie takich projektów, które uwzględniają funkcje państwa, ale równocześnie nie zagrażają wolności. Instytucja ograniczonego rządu liberalnego jest do pogodzenia z wieloma odmianami systemu demokratycznego i może ona służyć, przy zastosowaniu różnych środków konstytucyjnych, obronie zasad i praktyk liberalnych. Np. w Wielkiej Brytanii sądowa ochrona wolności oparta jest na rządzie parlamentarnym i konwencji konstytucyjnej.[12]

Państwo liberalne może również opierać swoje działania na prawie zwyczajowym tzw. common law, które rozwijało się w Anglii właśnie nie przez świadome akty prawne tworzone przez pracodawcę, ale ewoluowało stopniowo, jako wynik akceptowania lokalnych zwyczajów i dopasowywania tych zwyczajów do istniejącego systemu społecznego czy prawnego. Powstanie państwa liberalnego jest nierozerwalnie związane z rozwojem systemu parlamentarnego. Nie przez przypadek liberalizm rozwinął się najlepiej w Anglii, w której instytucje parlamentarne powstały najwcześniej i umocniły się przed XVII wiekiem.[13]

Ogólnie mówiąc, warunkiem państwa liberalnego we wszystkich odmianach jest to, aby władza i siła rządu ograniczone były przez system zasad i praktyk konstytucyjnych, w którym respektowana jest indywidualna wolność i równość obywateli wobec przepisów prawa. W fazie klasycznej liberalizm był kojarzony bardzo często z zasadą leseferyzmu. Adam Smith i inny szkoccy liberałowie dopuszczali wiele działań rządu w życiu społecznym i gospodarczym. W przypadku Adama Smitha było to np. wspieranie szkolnictwa i tworzenie różnego rodzaju instytucji pożytku publicznego. Takie zachowania i działania nie do końca są zgodne ze ścisłą interpretacją leseferyzmu. Można zauważyć, że klasyczni liberałowie godzili się na to, aby rząd spełniał różne funkcje i nie widzieli w tym konfliktu z zasadą obrony wolności ekonomicznej. Myślę, że bierze się to stąd, że klasyczni liberałowie interesowali się głównie ingerowaniem rządu w sprawy gospodarcze przy pomocy przymusu i nakazu. Atakowali oni taryfy i przepisy, które nakładały ograniczenia prawne na działalność gospodarczą i na ogół satysfakcjonowało ich znoszenie takich ograniczeń. Nie domagali się oni całkowitego wycofania państwa z życia gospodarczego.[14]

W imię zasad leseferyzmu, można żądać jedynie tego, aby oparte na przymusie działania państwa były ograniczone do minimum niezbędnego do ochrony sprawiedliwości. Przy takiej interpretacji leseferyzmu działalność państwa może obejmować wszystkie rodzaje funkcji usługowych – nawet włączając w to państwo opiekuńcze – przy założeniu, że nie będą one spełniane w sposób związany ze stosowaniem przymusu.

---

[1] S. Kowalczyk, Liberalizm i jego filozofia, Wydawnictwo Unia, Katowice 1995, s. 10

[2] tamże, s. 9

[3] tamże, s.11

[4] N. Machiavelli, Książę, tłum. W .Rzymowski, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa, 1987, s.1-44

[5] S. Kowalczyk, Liberalizm iopr. cyt., s. 14

[6] tamże, s.16

[7] B. Sobolewska, M .Sobolewski, Myśl polityczna XIX i XX wieku. Liberalizm, PWN, Warszawa 1978, s. 9

[8] tamże, s.17

[9] S. Kowalczyk, Liberalizm …, opr. cyt., s.29

[10] J.Miklaszewska, Libertariańskie koncepcje wolności i własności., Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1994, s.52

[11] J.Grey, Liberalizm, tłum. R. Dziubecka, Wydawnictwo ZNAK, Kraków 1994, s.99-100

[12] tamże, s. 93

[13] tamże, s. 104

[14] B. Sobolewska, M. Sobolewski, Myśl…, opr. cyt., s.33-34

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

Zakres podmiotowy regulacji. Użytek własny i nieodpłatny

Ustawa ogranicza zakres podmiotowy dozwolonego użytku prywatnego do osób pozostających w związku osobistym. Nie precyzując tego ostatniego pojęcia, prawodawca dokonuje egzemplifikacji wskazując, iż może być to związek oparty na powinowactwie, pokrewieństwie lub stosunku towarzyskim. W praktyce zdeterminowanie czy dane relacje między ludzkie można będzie zakwalifikować jako związek osobisty może stać się zadaniem bardzo trudnym. E. Traple[1] za jedno z kryteriów istnienia stosunków towarzyskich przyjmuje podtrzymywanie więzów przez pewien czas.

R. Gołat stoi natomiast na stanowisku, iż stosunek osobisty z samej swej istoty „..powinien być postrzegany jako ścisła więź personalna, nie zaś jedynie bliskość oparta na przelotnych, krótkotrwałych lub nieregularnych kontaktach.”[2].

W. Machała wysuwa zastrzeżenia co do uznania postulatu trwałości stosunku towarzyskiego jako determinantu istnienia stosunku osobistego, argumentując, iż „nie do końca odpowiada naturze takich stosunków, których źródłem częstokroć jest jedno spotkanie”[3]. Niedookreśloność i brak jasnych kryteriów tego pojęcia skłaniają do przychylenia się do poglądu iż „rozstrzygnięcia zapadające w omawianej kwestii najczęściej będą arbitralne”[4].

Nawiązując do zakresu podmiotowego dozwolonego użytku osobistego, pragnąłbym na koniec zaznaczyć, iż należy dopuścić możliwość a raczej nie można definitywnie wykluczyć istnienia stosunku osobistego powstałego i utrzymywanego jedynie za pośrednictwem Internet. Oczywiście stosunek taki musiałby spełniać podstawowe kryteria więzi opartych na realnym kontakcie – mam tu na myśli głównie trwałość jako jedną z jego

podstawowych cech. W dobie globalizacji i tworzenia się internetowych społeczności, nie można dyskryminować relacji między ludzkich tylko dlatego, że ich uczestnicy komunikują się jedynie drogą elektroniczną.

---

[1] E. Traple, op. cit., s. 11.

[2] R. Gołat, op. cit, s. 244.

[3] W. Machała, op. cit., s. 65.

[4] Ibidem, s. 66.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

Ciało w rytuale w religii Azteków

Religia Azteków za główny cel stawiała sobie uzyskanie przychylności sił przyrody. Częste susze będące wynikiem specyficznego klimatu i wywołane tym klęski głodu i nieurodzaju wytworzyły przeświadczenie, że siły przyrody mogą działać w złej lub dobrej intencji. Dlatego też bogowie utożsamiani byli z siłami żywiołów. Tak jak one nieprzewidywalnymi i kapryśnymi. Odpowiednio odprawione rytuały były jedyną, w przeświadczeniu Azteków, działalnością umożliwiającą obłaskawienie boskich mocy i uzyskanie przychylności dla ogółu społeczeństwa[1].

Bogowie rządzili każdą dziedzina życia człowieka i przyrody. Dlatego też każde ważniejsze przedsięwzięcie nie mogło obejść się bez rytuału i pełniącej w nim centralną rolę ofiary z człowieka. Najczęściej podczas świąt składani w ofierze byli schwytani jeńcy. Jednak, aby pozyskać jeńców należało prowadzić wojnę, a aby rozpocząć wojnę należało złożyć ofiary. Paradoks ten prowadził do składania coraz liczniejszych ofiar[2].

Stąd też najważniejszą rolę w panteonie bóstw azteckich pełnili bogowie wojny, tacy jak Huitzilopochtli czy Tezcatlipoca. Równie wysoką rangę zajmowali bogowie wegetacji, tacy jak Talaloc – bóg deszczu, czy Xipe – bóg odradzającej się przyrody. Ważną funkcję pełnił również bóg ognia – Huehueteotl. Oprócz nich występowali inni bogowie, nierzadko dysponuj ący podobnymi atrybutami lub będący wcieleniami wspomnianych bóstw.

Oprócz jeńców wojennych liczną grupę składanych w ofierze ludzi stanowili niewolnicy dostarczani przez wyspecjalizowanych kupców[3]. Przed każdą ceremonią ofiary poddawano oczyszczeniu, aby były godne odgrywać bogów. Odbywało się to za pomocą rytualnej kąpieli składającej się z dwóch etapów: pierwszy polegał na wstępnym oczyszczeniu niewolnika „świętą wodą", zmywała ona piętno niskiego stanu społecznego; w drugim etapie starsze kobiety obmywały twarz jeńca, co przybliżało go do stanu uświęcenia[4]. Taki niewolnik mógł już swobodnie stać się „obrazem boga".

Rytuał musiał dotrzeć do konkretnego bóstwa i zjednać jego łaskę dla wiernych. W celu uniknięcia jakiejkolwiek pomyłki ofiary były przebierane, aby upodobnić się do danego bóstwa. Przykładem tego może być ofiara na cześć boga Tezcatlipoca. Stawał się nią najprzystojniejszy ze schwytanych jeńców. Wybierany był on na rok przed uroczystością. Uczono go dobrych manier i przebierano za boga. Całe ciało jeńca wraz z głową przystrajano kwiatami; nogi były ozdobione złotymi

dzwoneczkami i sandałami z uszami ocelota, pomalowana na czarno twarz i długie rozpuszczone włosy oznaczały „tego który pości", co symbolizowało stan świętości[5].

Na miesiąc przed świętem przydzielano mu cztery śliczne dziewczyny przebrane za boginie, które spełniały każde jego życzenie. Przez cały ten okres jeniec odbierał hołd należny bogu Tazatlipoce. W czasie samej uroczystości symboliczny bóg żegnał się ze swoimi małżonkami tonącymi we łzach i na czele kolorowej procesji udawał się do świątyni. Na jej szczycie kapłani przewracali go na kamień ofiarny i wyrywali mu serce. Po śmierci ciało jeńca, z szacunku do jego niedawnej boskości nie było zrzucane ze schodów świątyni tylko znoszone przez kapłanów. Głowę ofiary nadziewano na pale za świątynią[6]. W ofierze ważne było również oddanie pewnych symbolicznych atrybutów bóstwa lub żywiołów, których było ono panem. Niejednokrotnie polem takich działań stawało się ciało ofiary, które specjalnie okaleczane odzwierciedlało domenę, którą władało dane bóstwo. Ukazuje to przebieg ceremonii, która odbywała się na cześć boga ognia

Huehueteotla. Rozpoczynały ją tańce w wykonaniu wojowników i schwytanych przez nich jeńców. Następnego dnia jeńców wprowadzano na szczyt piramidy, gdzie rzucano im w twarz pył z indiańskich konopi. Celem tego zabiegu było znieczulenie ofiar przed bolesnym rytuałem. Następnie każdy kapłan chwytał jednego jeńca i wiązał mu ręce i nogi. Tak spętaną ofiarę zarzucał sobie na plecy i tańczył z nią dookoła wielkiego ogniska. W odpowiedniej chwili jeńca rzucano na rozpalone węgle. Jednak nie czekano aż nieszczęśnik spłonie w ogniu, lecz wyciągano makabrycznie poparzone ciało długimi hakami i jeszcze żywej ofierze wyrywano serce[7]. Ten ryt był uważany za reminiscencje mitu o ofierze boga „okrytego wrzodami", który rzucił się do ognia i spłoną w nim, aby stać się Słońcem[8].

Ciało z zachodzącymi w nim przemianami fizycznymi stawało się

w pewien sposób nośnikiem informacji dla określonego bóstwa i ukierunkowywało ono świętą moc płynącą z ofiary. Funkcję tę widać w innym rytuale poświęconym bogu deszczu Talalocowi. Ofiarowywano mu małe dzieci, które urodziły się określonego dnia i posiadały tak zwany podwójny „wicherek" we włosach, charakterystyczne ułożenie fryzury świadczące o boskim piętnie. Były to ofiary pochodzące ze społeczności Azteków w przeciwieństwie do wspominanych wcześniej jeńców. Kiedy dzieci ukończyły trzeci rok życia, kapłani wykupywali je od matek. Przed śmiercią dzieci przetrzymywane były przez kilka tygodni, a kiedy nadszedł czas święta przynoszono je w lektykach. Przyozdobione były różnokolorowym papierem, a każdy kolor tego przebrania symbolicznie powiązany był z bóstwem[9]. Ważne było, aby podczas całej uroczystości dzieci płakały, gdyż ich łzy miały sprowadzić życiodajny deszcz. W kulminacyjnym momencie płaczącym, małym ofiarom kapłani podrzynali gardła, a krew ofiarowali Talalocowi[10]. Społeczeństwo azteckie utrzymywało się głównie z uprawy roli, dlatego ofiary składane w celu wybłagania deszczu, w przeświadczeniu Indian, zapewnić miały obfitość pożywienia.

Podporządkowanie religii Azteków rytmom przyrody i kultom agrarnym powodowało duże znaczenie bóstw rolnych, dlatego rytuały poświęcone tym bóstwom były jednymi z najważniejszych świąt w tradycji azteckiej. Ciało w tych ceremoniach odzwierciedlało nie tylko element boski, lecz pewne zjawiska przyrody przypisywane określonej porze roku. Uwidacznia się to w święcie boga Xipe-Totec („Nasz Pan Obdarty ze Skóry"). Bóg ten symbolizował wiosnę, a jego charakterystyczny strój – ludzka skóra – oznaczał nową roślinność, którą okrywa się co roku ziemia tak jakby zmieniała skórę[11]. Podczas rytuału poświęconego jego czci i mającego zapewnić dobre plony, kapłani celebruj ący uroczystość zdzierali skórę z jeńca. Po tym zabiegu jeden z nich nakładał ją na siebie, a głowę przyozdabiał pióropuszem z czerwonych piór[12].

W ten sposób odzwierciedlona była idea rodzącej się na nowo roślinności[13]. Tak szczególna rola skóry w tym rycie wiąże się z przekonaniami Azteków o tym, że istota każdego stworzenia zawierała się w jego skórze, tej najbardziej zewnętrznej modelującej wygląd powłoce, która w ich przekonaniu kryła w sobie wielką moc[14]. Przekonanie o transformujących możliwościach skóry przewija się w wielu rytuałach i zachowaniach społecznych Azteków, czego przekładem mogą być przebrania wojowników w skóry jaguarów lub stroje z piór imitujące wygląd orła[15]. Dlatego też oprócz symbolu rodzącej się na nowo przyrody skóra, a nie ukryty pod nią kapłan staje się istotą samego bóstwa[16].

Tak silne związki elementów cielesnych, utożsamianych z nimi mocy i powinności wobec określonych bóstw, rzutowały również na sposoby obchodzenia się z ciałem po śmierci. Dopełnienie określonych rytów wobec ciała, jego pośmiertny wygląd i uposażenie zapewniały bezpieczeństwo i dobrobyt w przyszłym życiu u boku łaskawych bogów.

---

[1] G. C. Vaillant, op. cit., s. 218- 219.

[2] Ibidem, s. 259.

[3] I. Clendinnen, op. cit., s. 104.

[4] Ibidem, s. 104.

[5] Ibidem, s. 110.

[6] G. C. Vaillant, op. cit., s. 255-256.

[7] Ibidem, s. 255.

[8] M. Frankowska, op. cit., s. 292-293.

[9] Maria Sten, Malowane księgi dawnych narodów Meksyku, Kraków 1980, s. 33.

[10] I. Clendinnen, op. cit., s. 104.

[11] A. Caso, op. cit., s. 48-49.

[12] I. Clendinnen, op. cit., s. 251.

[13]A. Caso, op. cit. , s. 48-49.

[14] I. Clendinnen, op. cit., s. 225.

[15] Ibidem.

[16] Ibidem, s. 230.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

„Historia Rosji” Ludwika Bazylowa

Niewiele nowego do naszej wiedzy o Mikołaju wnosi „Historia Rosji” Ludwika Bazylowa. Autor powtarza w niej obiegowe opinie o ostatnim carze, w rodzaju: „Następca Aleksandra III, Mikołaj II (1894-1917), ostatni car Rosji, postanowił nadal – trzymając się systemu wprowadzonego przez ojca i nie odstępować ani na krok od samowładztwa. Z wyjątkiem pewnych

zmian personalnych, np. wycofania Hurki ze stanowiska generała-gubernatora Królestwa, reakcyjny system utrzymał się w całej rozciągłości i dopiero wypadki rewolucyjne 1905 r. miały zmusić carat do częściowych ustępstw”[1].

„Car Mikołaj II był człowiekiem przeciętnym, z różnych powodów nie przygotowanym należycie do sprawowania rządów i mało energicznym. Mimo, że w wielu sytuacjach wykazywał nawet daleko idący upór, ulegał na ogół łatwo i często wpływom zewnętrznym, zwłaszcza tym, które wychodziły ze środowiska bardzo już wtedy rozgałęzionej i licznej rodziny Romanowów”. „W najsilniejszym stopniu poddawał się car wpływom swojej żony, Alicji heskiej, po przyjęciu prawosławia – Aleksandry Fiodorowny”[2].

Albo inne stwierdzenie: „Za pośrednictwem wielkich książąt i ich małżonek robili fantastyczne interesy aferzyści i spekulanci najróżnorodniejszego autoramentu, uzyskując najbardziej intratne koncesje i milionowe pożyczki”[3]. „… dzięki carowej i „Czarnogórkom” (lud rosyjski stale tak nazywał żony Mikołajewiczów) zacząć miał później swoją działalność i prowadzić ją do końca 1916 r. aż nadto znany w historii Rosji Grzegorz Rasputin. I w sensie politycznym wszystkie te wpływy były zdecydowanie ujemne, na wskroś reakcyjne i nieustannie spychały Rosję carską w dosłownym sensie na skraj przepaści”. Wspomnieć można jeszcze o „dziwnym temacie”, katastrofy na tzw. Polu Chodyńskim. „Panowanie Mikołaja II zaczęło się pod bardzo złymi auspicjami…”[4].

Podobne oceny ostatniego Romanowa znajdziemy w kolejnej pozycji tegoż autora „Dzieje Rosji”. Chociaż niektóre wnoszą ciekawe szczegóły do charakterystyki monarchy rosyjskiego. „Następca „najbardziej prawosławnego cara” (Aleksandra III przyp. aut.) był jego najstarszy syn, Mikołaj II (1894-1917), ostatni imperator Rosji. Według wyjątkowo zgodnej opinii większości współczesnych i bardzo wielu historyków Mikołaj nie

nadawał się do sprawowania rządów, zwłaszcza zaś do reprezentowania władzy państwowej jako monarcha absolutny i nie miał żadnych umiejętności kierowania tak olbrzymim państwem w okresie coraz bardziej zaostrzających się przeciwieństw. Przyczyny leżały w jego własnej osobowości, był bowiem człowiekiem przeciętnym i miał słabą wolę; zdarzało się, że jednocześnie wykazywał upór i ulegał różnym wpływom, zwykle niekorzystnym dla państwa i dla niego samego. Wśród osób, które miały w tym układzie najwięcej do powiedzenia, główną rolę odgrywała niewątpliwie, zwłaszcza w okresie nieco późniejszym i w latach wojny światowej – żona, księżniczka heska, Alicja (Alix), po przejściu na prawosławie – Aleksandra Fiodorowna”[5].

Ważna jest także wiadomość, że: „Mikołaj II nie rezydował w Petersburgu ani też w Gatczynie, lecz w Carskim Siole zimą i w Peterhofie latem”. Tam musieli się udawać wszyscy dostojnicy państwowi, którzy bądź to przywozili raporty, bądź też byli zapraszani przez monarchę. Zazwyczaj przyjeżdżali oni pociągiem, ale „po roku 1905 zaczęły też powoli wchodzić w użycie samochody”. „Częściej niż mogłoby się wydawać, posługiwano się telefonem.

Car odebrał w młodości bardzo staranne wychowanie, językami zachodnioeuropejskimi władał świetnie, przeszedł też wszystkie niezbędne ćwiczenia wojskowe. O przygotowaniu go do rządów trudno mówić, w jakimś stopniu to robiono, ale mało systematycznie – Aleksander III nie był zbyt wysokiego mniemania uzdolnieniach swojego następcy jako męża stanu”. Miał jednak inne możliwości: odbył podróż z młodszym bratem w. ks. Jerzym do Indii i Japonii. „Brał wreszcie Mikołaj, wzorem wielu innych młodych książąt, udział w niezliczonych zabawach i hulankach pułkowych, nie brakowało też przygód, najbardziej znana – to krótkotrwały romans z córką polskiego baletmistrza, Matyldą Krzesińską”[6].

Dowodem zupełnie innego postępowania cara w życiu prywatnym i

sprawach państwowych są następujące słowa: „W życiu domowym zachowywał zwykle spokój i łagodność, w załatwianiu spraw urzędowych bywał skryty, uparty i nieszczery". Najlepiej obrazuje to opisywany już wcześniej sposób dymisjonowania ministrów po wcześniejszym łaskawym przyjęciu na audiencji. Jego credo polityczne brzmiało „…nie może być w Rosji innego systemu rządów poza absolutystycznym i że on sam jako władca jest oczywiście powołany do rządzenia Rosją i do uszczęśliwiania jej wzorem swoich poprzedników. Dlatego Mikołaj II, utwierdzany nieustannie w swych poglądach przez małżonkę i otoczenie, nie odstąpił właściwie nigdy od tych zasad, chociaż np. pierwsza rewolucja zmusiła go do ustępstw, według własnego mniemania cara bardzo poważnych"[7].

I znowu jak memento powraca katastrofa chodyńska: „Panowanie jego przyniosło całą serię katastrof zarówno w polityce zagranicznej, jak wewnętrznej, które wykopały ostatecznie przepaść nie do przebycia między dworem a ludem. Zaczęło się od tragicznej katastrofy na tzw. Polu Chodyńskim…"[8].

Tak samo charakteryzuje Bazylow Mikołaja II w „Historii Powszechnej 1789- 1918"[9].

Zaś w tomie III „Historii dyplomacji polskiej", która ukazała się pod jego redakcją, gdy pisze o stosunku cara do sprawy polskiej stwierdza: „Osobistego stosunku Mikołaja II do kwestii polskiej, w szczególności zaś do projektu autonomii, też nie można przedstawić z wyczerpującą jasnością. Różne względy każą przypuszczać, że pod silnym naciskiem byłby się chyba zgodził, raczej bez specjalnego przekonania. Zawsze jednak większy wpływ na niego mieli reakcjoniści niż działacze typu Sazonowa, żeby nie zapomnieć przy tym o carowej i jej nieograniczonych niemal wpływach podczas wojny. Powoływano się już niejednokrotnie na wyjątki z obfitej korespondencji tej pary, potwierdzając takie właśnie stanowisko"[10].

Kilka ciekawych faktów dotyczących polityki wewnętrznej

ostatniego Romanowa, a ściślej mówiąc stosunku do ziemstw znajdziemy w książce Leszka Jaśkiewicza „Carat i ziemstwa na przełomie XIX i XX w.”. I tak: „Wstąpienie na tron Mikołaja II ożywiło w kręgach ziemskich jak również w całej postępowej społeczności rosyjskiej, nadzieje na zmiany w polityce wewnętrznej. Dobrym prognostykiem miał być tu fakt, iż małżonka cara, Alicja – księżniczka heska, ukończyła w Niemczech uniwersytet otrzymując nawet stopień doktora. Przyszłość nie potwierdziła jednak dość naiwnych oczekiwań”[11].

Gdy zaś car przyjmował deklaracje szlachty, miast, ziemstw i wojsk kozackich „z okazji zaślubin z Aleksandrą”, rozwiał nadzieje ich przedstawicieli „o udziale przedstawicieli w sprawach polityki wewnętrznej” mówiąc: „Niechaj wszyscy wiedzą, że ja, poświęcając wszystkie swe siły dla dobra narodu, strzegł będę zasady samowładztwa, tak samo twardo i nieugięcie, jak strzegł jej mój niezapomniany rodzic”[12] [13]. Była zresztą już o tym mowa w rozdziale pierwszym.

Interesująca jest przytoczona przez autora ocena wystąpienia cesarskiego: „Można bez ryzyka błędu powiedzieć, że tym wystąpieniem Mikołaj II odrąbał gałąź, na której siedział, odrzucił on szlachtę i szlacheckie ziemstwo, będące oczywistą podstawą jego tronu” .

O tym, że car negatywnie odnosi się do zajmowania przez ziemstwa stanowiska w sprawach innych niż lokalne, dowodzi jego reakcja na adres ziemstwa orłowskiego w odpowiedzi na manifest z 26 II 1903 r. „O perspektywach udoskonalenia porządku państwowego”. Na marginesie „poczynił on następującą uwagę: „Niechaj przypadki podobne obecnemu nie powtarzają się na przyszłość”[14].

Jeszcze bardziej jego wierność zasadzie samodzierżawia widać w czasie trudnych jesiennych miesięcy 1904 roku. Kiedy to „uległ sugestiom, że liberalizacja polityki wewnętrznej przyniesie rozładowanie silnych napięć społecznych, zaognionych przez

represyjną działalność Plehwego i niepowodzenia rosyjskie w wojnie z Japonią (mianował wtedy min. spr. wew. Piotra Swiatopełka – Mirskiego). Car nie chciał dopuścić jednak do jakichkolwiek reform politycznych, stwarzających choćby cień zagrożenia dla prerogatyw samowładztwa – szczególnie niechętnie odnosząc się do postulatów wysuwanych przez ruch ziemski”[15].

Kolejnym dowodem, na brak tolerancji cara dla mieszania się ziemstw do spraw państwowych, jest uwaga na telegramie wysłanym w czasie kampanii bankietowej przed rewolucją 1905 r. przez marszałka szlachty czernihowskiej, Aleksego Muchowa: „Uważam postępek przewodniczącego czernihowskiego, gubernialnego zebrania ziemskiego za impertynencje i nietakt. Zajmowanie się problemami władzy państwowej to nie sprawa zebrań ziemskich, których zakres działalności i uprawnień jasno określa ustawa”[16].

Jak bardzo bał się ograniczenia swej władzy Mikołaj II, świadczy jego sprzeciw, wobec umieszczenia w dekrecie carskim z 12 XII 1904 r. „O udoskonaleniu porządku państwowego” klauzuli „o powołaniu przedstawicieli samorządu ziemskiego do Rady Państwa”. „Car jednak nie zgodził się na włączenie tego punktu do tekstu dekretu, trwając w przekonaniu, iż byłoby to równoznaczne z ograniczeniem zasady samowładztwa”[17].

Oznaczało to „kres liberalnej polityki wewnętrznej”, którą usiłował wprowadzić Świętopełk – Mirski. Potwierdzeniem tego było oświadczenie rządowe opublikowane wraz z dekretem, gdzie ostrzegano, że ci którzy oczekują gruntownych zmian „przez wieki uświęconych zasad życia państwowego Rosji, sami tego nie uświadamiając sobie, działają nie na korzyść ojczyzny, lecz jej wrogów”. Niedowiarków przekonały „salwy karabinów”, w czasie pokojowej manifestacji robotników w dniu 9 I 1905 r., którzy chcieli przedstawić monarsze swoje postulaty, „a wiara „dobrego” cara utonąć miała w krwi setek i tysięcy zabitych i

rannych”[18].

Niezwykle ciekawą i zarazem intrygującą pozycją dotyczącą badanego okresu jest książka Aleksandra Błoka „Ostatnie dni caratu”. Jej autor poeta rosyjski i członek Nadzwyczajnej Komisji Śledczej Rządu Tymczasowego, która zajmowała się badaniem działań byłych ministrów carskich, miała dostęp do autentycznych dokumentów, zebranych przez powyższą komisję i nigdzie nie publikowanych. Na tej podstawie stworzył niezwykłą relację historyczną, w sposób przystępny i jasny opisując krok po kroku agonię starego systemu. Ponieważ to zagadnienie zostało omówione już wcześniej w niniejszej pracy, pozwolę sobie tylko odnotować opinię autora o ostatnim Romanowie: „Car Mikołaj II, uparty, lecz bezwolny, nerwowy obojętny na wszystko, nie mający zaufania do ludzi, zmęczony i małomówny, stracił głowę (chodzi o sytuację w czasie wojny). Nie orientował się w sytuacji i nie podejmował żadnej inicjatywy, zdając się całkowicie na tych, których postawił u steru rządów. Rasputin mawiał, że carowi „brakuje czegoś w środku”. Mikołaj II, choć interesował się życiem społeczeństwa, lękał się go i krył w sobie zadawnioną urazę do Dumy. Po objęciu naczelnego dowództwa car automatycznie utracił centralną pozycję w państwie, a najwyższa władza znajdująca się „w ręku rekinów giełdowych”, przeszła ostatecznie w ręce carowej i ludzi stojących za nią”[19] [20] [21].

O Rasputinie – „Griszce” pisze następująco: „O szkodzie jaką wyrządza Rasputin, rozmawiali z carem – bez skutku – tacy ludzie jak Rodzianko, generał Iwanow, Kaufman – Turkiestański, admirał Niłow, Orłow, Drenteln, wielcy książęta, Fredericks”. „Samotników z Carskiego Sioła i „małego domku” Wyrubowej,… dzieliła od świata przepaść; malała ona niekiedy, zależnie od woli Rasputina, ułatwiając dostęp pożądanym wpływom, lub zwiększała się stanowiąc nieprzebytą przeszkodę nawet dla krewnych cara, których Rasputin zepchnął na dalszy plan; część rodziny cara przeszła do opozycji”.

W napisanej przez siebie biografii politycznej Sergiusza Wittego – jednej z najwybitniejszych postaci na rosyjskiej scenie politycznej przełomu XIX i XX wieku – przytacza Leszek Jaśkiewicz opinię o carze Mikołaju, która może nie rehabilituje go, ale pozwala inaczej spojrzeć na tego tragicznie uwikłanego w historię człowieka. Gdy pisze on o reformie walutowej w Rosji przytacza słowa samego Sergiusza Wittego, który przecież z racji późniejszych wydarzeń nie żywił wobec swego monarchy najcieplejszych uczuć. „Niemniej jednak w pamiętnikach Witte – może nawet z pewną przesadą – oddał sprawiedliwość ostatniemu carowi, stwierdzając : „Miałem za sobą tylko jedną siłę – zaufanie imperatora, i dlatego stale powtarzam, że swą złotą walutę Rosja zawdzięcza wyłącznie cesarzowi Mikołajowi II".

Sam autor nie jest już tak wyrozumiały dla cara, gdy pisze jak po dymisji Wittego ze stanowiska ministra finansów: „Mikołaj II, z właściwą sobie hipokryzją, zaoferował mu „najwyższe stanowisko administracyjne w państwie tj. funkcję przewodniczącego Komitetu Ministrów. W istocie rzeczy była ona tyleż honorowa, co mało znacząca". Przytacza też opinię Włodzimierza Hurko, który tą nominację określił „awansem w rodzaju kopniaka w górę"[22] [23].

Totalna już krytyka cara przebija z komentarza dotyczącego przyczyn poniesionej porażki w walce o zreformowanie systemu tak, aby umożliwić swobodny rozwój rodzącego się kapitalizmu: „W czasie, gdy większość zwolenników autokratyzmu upatrywała w nim główny oręż obrony istniejącego porządku i tamę przeciwko reformom, Witte traktował samowładztwo jako najlepszy instrument skutecznego przeprowadzania tychże reform. W swych reformatorskich poczynaniach zderzył się jednak boleśnie z wyjątkowo chimerycznym uosobieniem tego systemu – Mikołajem II.

Mam nadzieję, że ten kolejny rozdział mojej pracy, pozwolił czytelnikowi łaskawszym okiem spojrzeć na tragiczną i pełną

sprzeczności postać ostatniego cara z dynastii Romanowów, na tronie Rosji. Choć nie przygotowany przez swego koronowanego rodzica, do wypełnienia jakże trudnego i odpowiedzialnego zadania, jakim było kierowanie tak olbrzymim państwem jak Imperium Rosyjskie, starał się w miarę swych sił i zdolności wypełnić tą misję, która jak zostało mu to wpojone i w co szczerze wierzył zlecił mu sam Bóg. Jednak różne obiektywne przyczyny, jak również ujemne cechy jego własnego charakteru, okazały się dla niego przeszkodą nie do pokonania. Nie potrafił dobierać sobie właściwych ludzi, ani „wykorzystać" tych, których już miał. Należy jednak mieć na uwadze także to, że czasy w których przyszło mu żyć, nie należały do najłatwiejszych, a stojące przed nim problemy i zadania, przerastały siły i możliwości jednego człowieka. Kto wie czy ktoś zdolniejszy i lepiej przygotowany do rządów poradziłby sobie z tym wszystkim.

Należy również zaznaczyć, że autorzy omawianych publikacji nie starają się wykazywać tylko złej woli i błędów Mikołaja II. Gdy okoliczności i fakty na to pozwalają, także chwalą go za różne decyzje i posunięcia. Nie stawiają sobie za zadanie zdyskredytowania monarchy rosyjskiego, lecz w sposób w miarę obiektywny opisują i przedstawiają wszystkie problemy i wydarzenia dotyczące jego osoby i ludzi z najbliższego otoczenia. I tylko takie rzetelne podejście, daje gwarancję, że czytelnik otrzyma właściwy obraz prezentowanych zagadnień i wyciągnie słuszne wnioski z lektury tych książek.

---

[1] L. Bazylow, Historia Rosji, Warszawa 1985, s. 370.

[2] Tamże, s. 409.

[3] Tamże, s. 409.

[4] Tamże, s. 410.

[5] Bazylow, Dzieje Rosji 1801-1917, Warszawa 1977, s. 451.

[6] Tamże, s. 452-453.

[7] Tamże, s. 453.

[8] Tamże, s. 454.

[9] Bazylow, Historia powszechna 1789-1918, Warszawa 1981, s. 678-679.

[10] Historia dyplomacji polskiej, pod red. L. Bazylowa, t. III, Warszawa 1982, s. 841.

[11] Jaśkiewicz, Carat i ziemstwa na przełomie XIX i XX w., Warszawa 1979, s. 82-83.

[12] Tamże, s. 86.

[13] Tamże, s. 88.

[14] Tamże, s. 173.

[15] Tamże, s. 189.

[16] Tamże, s. 216.

[17] Tamże, s. 219.

[18] Tamże, s. 220-221.

[19] A. Błok, Ostatnie dni caratu, Warszawa 1917, s. 14-15.

[20] Tamże, s. 16.

[21] L. Jaśkiewicz, Sergiusz Witte – biografia polityczna, Warszawa 1994, s. 25.

[22] Tamże, s. 53 i 57.

[23] Tamże, s. 106.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.