

ZESZYTY NAUKOWE TOWARZYSTWA DOKTORANTÓW
UNIwersytetu Jagiełłońskiego

RADA NAUKOWA

Przewodniczący Rady Naukowej

Prof. dr hab. Wojciech Nowak | Rektor Uniwersytetu Jagiellońskiego

Dr Denys Azarov | Uniwersytet Narodowy „Akademia Kijowsko-Mohylańska”

Prof. Martin Bier | East California University

Prof. dr hab. Andriy Boyko | Lwowski Uniwersytet Narodowy im. Iwana Franki

Prof. Hugh J. Byrne | FOCAS Research Institute, Dublin Institute of Technology

Dr hab. Adrián Fábíán | University of Pécs

Prof. dr hab. Maria Flis | Uniwersytet Jagielloński

Prof. dr hab. Tadeusz Gadacz | Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

Dr Herbert Jacobson | Linköping Universitet

Prof. dr hab. Katarzyna Kieć-Kononowicz | Uniwersytet Jagielloński

Dr Miklós Kiss | University of Groningen

Dr Erdenhuluu Khohchahar | Kyoto University

Prof. dr hab. Andrzej Kotarba | Uniwersytet Jagielloński

Dr Oleksiy Kresin | Narodowa Akademia Nauk Ukrainy

Prof. dr hab. Marta Kudelska | Uniwersytet Jagielloński

Prof. dr hab. Tomasz Mach | Uniwersytet Jagielloński

Prof. dr hab. Andrzej Mania | Uniwersytet Jagielloński

Dr Kristin McGee | University of Groningen

Prof. dr hab. Karol Musioł | Uniwersytet Jagielloński

Prof. Biderakere E. Rangaswamy | Bapuji Institute of Engineering and Technology

Dr Melanie Schiller | University of Groningen

Prof. dr hab. Jacek Składzień | Uniwersytet Jagielloński

Prof. dr hab. Leszek Sosnowski | Uniwersytet Jagielloński

Prof. dr hab. Bogdan Szlachta | Uniwersytet Jagielloński

Prof. Luigia di Terlizzi | Università degli Studi di Bari Aldo Moro

Prof. Matthias Theodor Vogt | Institut für kulturelle Infrastruktur Sachsen

ZESZYTY NAUKOWE TOWARZYSTWA DOKTORANTÓW
UNIwersYTETU JagIELLOŃSKIEGO

NAUKI SpoŁeczNE
~ NUMER 16 (1/2017) ~



KRAKÓW 2017

Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów UJ
ul. Czapskich 4/14, 31-110 Kraków
www.doktoranci.uj.edu.pl/zeszyty

Redaktor naczelna:
Ewa Modzelewska

Zastępczyni redaktor naczelnej:
Iga Łomanowska

Sekretarz redakcji:
Rafał Kur

Redaktor prowadzący serii:
Krzysztof Popek

Redaktorzy tomu:
Karolina Bleharczyk, Piotr Kalicki,
Artur Karpacz, Iga Łomanowska,
Arkadiusz Nyzio, Krzysztof Popek,
Kamil Ruszała, Jerema Słowiak

Redakcja językowa:
Marcin Lubecki, Joanna Kucharska

Publikacja finansowana ze środków Towarzystwa Doktorantów UJ

Współpraca wydawnicza:

WYDAWNICTWO
n o w a s t r o n a

www.wydawnictwonowastrona.pl
e-mail: biuro@nowastrona.net.pl

© Copyright by Towarzystwo Doktorantów UJ
All rights reserved
Wydanie I, Kraków 2017
Nakład: 60 egz.

e-ISSN 2082-9213
p-ISSN 2299-2383

Spis treści

PAWEŁ PISKORZ	7
Zmiany rekomendacji ostrożnościowych Bazylejskiego Komitetu Nadzoru Bankowego wpływających na kształt regulacji rynku bankowego w Unii Europejskiej	
ANNA WÓJCIUK	27
Reklama komercyjna i reklama społeczna – różnice i podobieństwa	
MICHAŁ WÓJCIAK	45
Na wybiegu bez zmian – militarne inspiracje w branży mody	
ANDRZEJ ZARĘBA	75
Zza siedmiu mórz. Zarys dziejów europejskiej nawigacji do XV wieku	
DOROTA LEONARSKA	95
Nowa Ekonomia i rozdroża kapitalizmu: perspektywa socjologiczna	
JEREMA SŁOWIAK	109
Role of the Religion and Politico-Religious Organizations in the South Vietnam During Ngo Dinh Diem Period	
INFORMACJE O AUTORACH	125

Contents

PAWEŁ PISKORZ	7
Evolution of Basel Committee Recommendations and Their Influence on Banking Law in European Union	
ANNA WÓJCIUK	27
Commercial Advertisement and Social Advertisement in the Perspective of Confrontation of Their Differences and Similarities	
MICHAŁ WÓJCIAK	45
All Quiet on the Catwalk – Militarism in Fashion and Dress	
ANDRZEJ ZARĘBA	75
Out of the Seven Seas. Story of the European Sea Navigation	
DOROTA LEONARSKA	95
The New Economy and the Crossroads of Capitalism: a Sociological Perspective	
JEREMA SŁOWIAK	109
Role of the Religion and Politico-Religious Organizations in the South Vietnam During Ngo Dinh Diem Period	
ABOUT THE CONTRIBUTORS	125

PAWEŁ PISKORZ

UNIwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Wydział Finansów i Prawa, Katedra Bankowości
E-MAIL: PAWEŁ.PIOTR.PISKORZ@GMAIL.COM

Zmiany rekomendacji ostrożnościowych Bazylejskiego Komitetu Nadzoru Bankowego wpływających na kształt regulacji rynku bankowego w Unii Europejskiej

STRESZCZENIE

Niniejszy artykuł zawiera przegląd najważniejszych rekomendacji ostrożnościowych Bazylejskiego Komitetu Nadzoru Bankowego (BKNB) przygotowywanych dla banków oraz analizę ich wpływu na regulacje rynku bankowego w Unii Europejskiej. Przedstawiono historyczny zarys tych wytycznych oraz najważniejsze obszary działalności bankowej podlegające uregulowaniu. Następnie dokonano krytycznej analizy rekomendacji opracowanych przez Komitet Bazylejski. Pozwoliło to na określenie kluczowych obszarów, wymagających innego niż do tej pory podejścia regulacyjnego. Dotyczy to głównie doświadczeń z kryzysu finansowego z lat 2007–2009. Uwidocznił on szereg problemów, na które narażone byłyby banki. Komitet Bazylejski podjął działania w kierunku nowelizacji wytycznych w ramach tak zwanego pakietu Bazylea III. Nowe rekomendacje ostrożnościowe wprowadziły szereg zmian w zakresie kalkulowania współczynnika wypłacalności. Modyfikacji uległ również poziom tego współczynnika oraz jego składowe. Wprowadzono nową definicję kapitału oraz dwa bufony: kapitałowy oraz antycykliczny. Dodatkowo Komitet Bazylejski poruszył tematykę płynności i stabilności banków.

SŁOWA KLUCZOWE

regulacje bankowe, rynek bankowy UE, Bazylejski Komitet Nadzoru Bankowego, Bazylea III

Wstęp

Niniejszy artykuł ma charakter przeglądowy, a jego celem jest krytyczna analiza rekomendacji ostrożnościowych opublikowanych przez Bazylejski Komitet Nadzoru Bankowego (BKNB) oraz ich wpływu na regulacje rynku

bankowego w Unii Europejskiej. Banki funkcjonują w oparciu o zaufanie swoich klientów oraz innych uczestników rynku. Ich specyficzna rola w gospodarce determinuje konieczność istnienia norm prawnych, które zagwarantują stabilność poszczególnych banków oraz całego sektora. Regulacje w krajach Unii Europejskiej oparte zostały na wytycznych publikowanych przez Bazylejski Komitet Nadzoru Bankowego. Od czasu powstania (1974) przedstawił on szereg rekomendacji, które następnie były poddawane nowelizacjom, aby lepiej dostosować je do zmieniających się warunków rynkowych. Istotnym czynnikiem determinującym kształt obecnych zapisów w ramach tak zwanego pakietu Bazyla III był globalny kryzys finansowy z lat 2007–2009. Znowelizowane normy stanowiły odpowiedź na problemy sektora bankowego i odnosiły się do obszarów, których uregulowanie w okresie przedkryzysowym było niewystarczające.

Historia regulacji rynku bankowego w Unii Europejskiej

Początkowe próby jednolitego uregulowania rynku bankowego w krajach Wspólnoty Europejskiej sięgają lat siedemdziesiątych XX wieku. Po upadku systemu z Bretton Woods część banków poniosła istotne straty, co przełożyło się na spadek stabilności tego sektora. Za bezpośrednią przyczynę powołania Komitetu Bazylejskiego należy uznać upadek niemieckiego banku Herstadt Bankhaus. Bank ten, posiadający znaczną ekspozycję na rynku walutowym, w 1974 roku ogłosił niewypłacalność. Źródłem problemu były transakcje wymiany niemieckiej marki na dolary amerykańskie, których rozrachunek miał nastąpić w Nowym Jorku. Ze względu na różnicę czasu kontrahenci uregulowali swoje zobowiązania przekazując marki, nie otrzymali jednak należnych środków w dolarach¹. Sytuacja ta posłużyła do zdefiniowania „ryzyka rozrachunku” i przyczyniła się do powołania Bazylejskiego Komitetu Nadzoru Bankowego. Powstał on w 1974 roku przy Banku Rozrachunków Międzynarodowych. Miał umożliwić współpracę krajów grupy G10² w zakresie nadzoru nad rynkiem bankowym, co z założenia skutkowało wzrostem stabilności sektora i jakości prowadzonego nadzoru. Należy również zaznaczyć, iż Komitet Bazylejski nie otrzymał uprawnień do stanowienia prawa. Przygotowuje on jedynie rekomendacje i zalecenia,

¹ Ch. Goodhart, *The Basel Committee on Banking Supervision a History of the Early Years, 1974–1997*, Cambridge 2011, s. 3–4.

² Belgia, Francja, Kanada, RFN, Włochy, Japonia, Holandia, Szwecja, Wielka Brytania i Stany Zjednoczone.

które następnie wymagają implementacji do systemów prawnych poszczególnych krajów³.

W 1975 roku Komitet Bazylejski opublikował dokument *Report to the Governors on the Supervision of Banks' Foreign Establishments*⁴ (znany też jako Konkordat Bazylejski), który zawierał zalecenia dotyczące sektora bankowego. Konkordat Bazylejski poruszał aspekt współpracy pomiędzy organami nadzorczymi w różnych krajach oraz wskazywał sposoby zwiększenia jej efektywności. Wprowadzał również klasyfikację zagranicznych operacji podmiotów bankowych. Obejmowała ona: oddział stanowiący integralną część macierzystego podmiotu, spółkę zależną charakteryzującą się niezależnością prawną i operacyjną oraz współpracę w formie *joint venture*⁵.

Wytyczne skupiły się na zapewnieniu pełnego nadzoru nad bankami prowadzącymi operacje poza macierzystym krajem. Wskazano kryteria umożliwiające określenie odpowiedzialności poszczególnych instytucji krajowych. Autorzy przygotowali również zalecenia w zakresie płynności i wypłacalności. Zapisy podejmowały kwestię monitorowania i utrzymywania wystarczającej części aktywów płynnych, aby zapewnić zachowanie ciągłości operacji przez nadzorowany podmiot⁶.

Konkordat Bazylejski był pierwszą próbą stworzenia spójnych regulacji sektora bankowego na skalę międzynarodową. Jego zapisy dotyczyły szeregu istotnych aspektów, jednak zbyt ogólne podejście i pominięcie wielu kwestii doprowadziło do opublikowania nowelizacji w 1983 roku. Wydaje się jednak, że również ona nie zdefiniowała wszystkich obszarów wymagających uregulowania. Za szczególnie istotny można uznać brak zapisów dotyczących regulacji kwestii pożyczkodawcy ostatej szansy oraz systemu gwarancji depozytów⁷. Komitet Bazylejski w przygotowanej nowelizacji wyraźnie wskazał, że kompetencje te leżą po stronie banków centralnych i krajowych regulatorów.

Nowy dokument opracowany przez Komitet Bazylejski nosił tytuł *Principles for the supervision of banks' foreign establishments*⁸ i kładł szczególny

³ *A Brief History of the Basel Committee*, Basel Committee on Banking Supervision, Basel 2015.

⁴ *Report to the Governors on the Supervision of Banks' Foreign Establishments*, Committee on Banking Regulations and Supervisory Practices, Basel 1975.

⁵ *Ibidem*, s. 1.

⁶ *Ibidem*, s. 2–3.

⁷ S. Heffernan, *Nowoczesna bankowość*, tłum. J. Horowska, E. M. Kądziela, M. Jankowski, Warszawa 2007, s. 215–217.

⁸ *Principles for the Supervision of Banks' Foreign Establishments*, Committee on Banking Regulations and Supervisory Practices, Basel 1983.

nacisk na kooperację pomiędzy organami nadzorczymi. Zdefiniowano w nim ogólne podejście do monitorowania stabilności rynku bankowego, opierając je na dwóch zasadach. Pierwsza zakładała objęcie nadzorem wszystkich podmiotów obecnych na rynku. Druga głosiła, że nadzór powinien być adekwatny do operacji prowadzonych przez poszczególne banki⁹. W celu realizacji przyjętych zasad Komitet Bazylejski wyróżnił szereg wrażliwych obszarów, w których mogą wystąpić ich naruszenia. Zalecenia objęły konieczność przeprowadzenia analizy, czy organy nadzorcze kraju goszczącego posiadają odpowiednie kompetencje, aby sprawować nadzór nad międzynarodowymi operacjami banków. W przypadku braku możliwości sprawowania adekwatnej kontroli powinny się jej podjąć instytucje z kraju macierzystego. W ostateczności, jeśli byłoby to niemożliwe, organy nadzorcze z kraju pochodzenia banku powinny dążyć do ograniczenia jego ekspansji. Podkreślono również znaczenie przepływu informacji pomiędzy krajami. Informacje o negatywnych zdarzeniach powinny być przekazywane innym instytucjom w celu ograniczenia ich skutków¹⁰.

W ramach struktur Wspólnoty Europejskiej implementacja rekomendacji Komitetu Bazylejskiego została oparta na Dyrektywie 83/350/EEC¹¹. Pozwoliło to na wprowadzenie zapisów rekomendacji do systemów prawnych poszczególnych krajów. Wyznaczono ponadto dwuletni okres na dostosowanie przez państwa Wspólnoty Europejskiej własnych systemów prawnych do nowych regulacji.

Pierwsza Umowa Kapitałowa

Konkordat Bazylejski oraz jego nowelizacja były pierwszymi dokumentami opublikowanymi przez Komitet Bazylejski, odnoszącymi się do regulacji działalności banków. W toku dalszych prac w 1988 roku przedstawiono Umowę Kapitałową¹². Znacznie szerzej definiowała ona zagadnienia z zakresu stabilności podmiotów obecnych na rynku bankowym. Wprowadzono również zalecenia dotyczące bezpośrednio samych instytucji, a nie jedynie organów nadzorczych.

⁹ Ibidem, s. 2.

¹⁰ Ibidem, s. 3–4.

¹¹ Dyrektywa 83/350/EEC z dnia 13.06.1983 r. w sprawie skonsolidowanego nadzoru nad instytucjami kredytowymi, "Official Journal of the European Communities" 18.07.1983.

¹² *International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards*, Basel Committee, Basel 1988.

Najistotniejszą modyfikacją w stosunku do zapisów Konkordatu Bazylejskiego było wprowadzenie współczynnika wypłacalności. Określał on minimalny poziom rezerw kapitałowych utrzymywanych przez banki. Kalkulacja wskaźnika opierała się na definicji kapitałów własnych banku. W dokumencie rozrózono kapitały Tier 1 oraz Tier 2. W skład pierwszej kategorii weszły podstawowe kapitały banku. Definicja kategorii Tier 2 była znacznie szersza¹³.

Komitet Bazylejski zaproponował również wagowy system kalkulacji aktywów ważonych ryzykiem. Wyszczególniono pozycje bilansowe i w zależności od związanego z nimi ryzyka przypisano stałą wagę. Aktywa charakteryzujące się niskim poziomem ryzyka otrzymały wagę 0%, a aktywa potencjalnie bardziej zagrożone niewypłacalnością wagę 20%, 50% lub 100%¹⁴. Szczegółowe zestawienie wag ryzyka i kategorii poszczególnych aktywów zostało przedstawione w tabeli 1.

Tab. 1. Specyfika aktów ważonych ryzykiem zgodnie z Umową Kapitałową z 1988 roku

Waga ryzyka	Nazwa kategorii aktywów
0%	Gotówka
	Zobowiązania rządowe denominowane w walucie krajowej
	Inne zobowiązania rządowe krajów OECD
	Zobowiązania zabezpieczone lub gwarantowane przez rządy krajów OECD
20%	Zobowiązania międzynarodowych banków wspierających rozwój
	Zobowiązania gwarantowane przez międzynarodowe banki wspierające rozwój
	Zobowiązania banków pochodzących z krajów OECD
	Zobowiązania gwarantowane przez banki pochodzące z krajów OECD
	Zobowiązania przedsiębiorstw z krajów OECD o podobnym poziomie nadzorczym
	Zobowiązania banków spoza krajów OECD z terminem zapadalności do jednego roku

¹³ Ibidem, s. 3–7.

¹⁴ Ibidem, s. 17–18.

	Zobowiązania agend rządowych krajów OECD
	Należności
50%	Zobowiązania w całości zabezpieczone hipoteką
100%	Zobowiązania sektora prywatnego
	Zobowiązania banków spoza krajów OECD z zapadalnością ponad jeden rok
	Zobowiązania rządów spoza krajów OECD denominowane w walucie innej niż krajowa
	Zobowiązania przedsiębiorstw należących do rządów
	Rzeczowe aktywa trwałe
	Inwestycje w nieruchomości
	Instrumenty finansowe emitowane przez inne banki
	Inne aktywa
0%, 10%, 20%, 50% w zależności od decyzji kraju	Zobowiązania przedsiębiorstw sektora publicznego

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards*, Basel Committee, Basel 1988.

Ostatecznie współczynnik wypłacalności kalkulowany był jako stosunek sumy kapitału Tier 1 oraz Tier 2 do sumy aktywów ważonych ryzykiem. Zgodnie z przyjętymi zapisami jego minimalny poziom powinien wynosić 8% przy założeniu, że kapitały należące do kategorii Tier 1 stanowią minimum 4% aktywów ważonych ryzykiem¹⁵. Konstrukcja ta miała na celu poprawę jakości i wysokości kapitałów własnych utrzymywanych przez banki.

Współczynnik wypłacalności wg Umowy Kapitałowej z 1988 roku =

$$\frac{\text{Kapitał własny (suma kapitału Tier 1 i Tier 2)}}{\text{Aktywa ważne ryzykiem}}$$

¹⁵ Ibidem, s. 13.

Umowa Kapitałowa istotnie rozszerzała zakres regulacji zawarty w poprzednich dokumentach. Warto jednak zaznaczyć, że mimo to spotkała się z szeroką krytyką. Podstawowym problemem była zbyt duża koncentracja na ryzyku kredytowym¹⁶. Pominięto jednocześnie szereg innych rodzajów ryzyka, które niewątpliwie związane są z prowadzeniem działalności bankowej. Warto również zaznaczyć, iż ciągły rozwój rynku prowadził do poszerzania zakresu operacji banków. Efektem tego było narażenie tych podmiotów na nowe, wcześniej niespotykane rodzaje ryzyka. Istotną kwestią była również nieadekwatność systemu wag. Sztywne ich zdefiniowanie i przypisanie do konkretnych ekspozycji pozwalało bankom na wykorzystywanie niejasnych definicji i zaniżanie wartości faktycznie posiadanych ekspozycji¹⁷. Wskazano również, iż pomimo ich międzynarodowego zasięgu regulacje przygotowane zostały głównie z założeniem implementacji na rozwiniętych rynkach, zdominowanych przez globalne podmioty. W wyniku tego były one niedostosowane do warunków panujących w krajach rozwijających się¹⁸.

Część krytycznych argumentów uwzględniono w nowelizacji z 1996 roku. Dokument *Amendment to the Capital Accord to Incorporate Market Risks*¹⁹ wprowadził pojęcie ryzyka rynkowego, które podobnie jak ryzyko kredytowe podlegało pomiarowi i monitorowaniu. W jego zakresie wyróżniono cztery osobne kategorie:

- ryzyko stopy procentowej,
- ryzyko zmiany ceny instrumentów finansowych,
- ryzyko walutowe,
- ryzyko zmiany cen surowców.

Po raz pierwszy w zakresie rekomendacji Komitet Bazylejski wprowadził pojęcie modeli wewnętrznych wykorzystywanych do estymowania ryzyka rynkowego. Banki mogły stosować zaproponowane przez regulatorów podejście standardowe bądź autorskie modele przygotowywane w ramach własnych struktur. Z założenia podejście zaawansowane przeznaczone było dla

¹⁶ M. Marcinkowska, *Kręte ścieżki Bazylei... czyli standardy kapitałowe banków: wczoraj, dziś i jutro*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia” 2010, Vol. XLIV, No. 2, s. 48.

¹⁷ J. B. Balin, *Basel I, Basel II, and Emerging Markets: A Nontechnical Analysis*, [online] <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract-id=1477712> [dostęp: 22.05.2017], s. 4–6.

¹⁸ Ibidem, s. 4–6.

¹⁹ *Amendment to The Capital Accord to Incorporate Market Risks*, Basel Committee, Basel 1996.

podmiotów o ugruntowanej pozycji rynkowej, które posiadają zasoby niezbędne do przygotowania tego typu modelu²⁰.

Implementacja postanowień Umowy Kapitałowej do systemu prawnego Unii Europejskiej, podobnie jak w przypadku poprzednich regulacji, oparta została o stosowne dyrektywy. Pierwsza z nich, 89/299/EEC²¹ z 1989 roku, definiowała kapitały własne banku. Zapisy dotyczące współczynnika wypłacalności zostały zawarte w dyrektywie 89/647/EEC²².

Nowa Umowa Kapitałowa z 2004 roku

Konsekwencją dalszego rozwoju banków i ich ekspansji na nowe obszary, jak również pomijania przez poprzednie wytyczne wielu aspektów, była nowelizacja Umowy Kapitałowej. Komitet Bazylejski w 2004 roku opublikował Nową Umowę Kapitałową²³. Dokument ten znacznie rozszerzał poprzednie zapisy i modyfikował szereg wcześniej przyjętych zasad.

Najistotniejszą zmianą było wprowadzenie struktury regulacyjnej opartej na trzech filarach. Konstrukcja ta miała na celu zaproponowanie bardziej kompleksowego podejścia do uregulowania działalności bankowej. Schemat nowej struktury przedstawiono w tabeli 2.

Tab. 2. Trzy filary Nowej Umowy Kapitałowej z 2004 roku

Konstrukcja trzech filarów		
I filar	II filar	III filar
Współczynnik wypłacalności	Nadzór nad rynkiem	Dyscyplina rynkowa
Kalkulacja wymogów kapitałowych z tytułu ryzyka kredytowego, rynkowego oraz operacyjnego	Obowiązki organów nadzorczych	Transparentność oraz zwiększenie porównywalności danych finansowych publikowanych przez banki

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards. A Revised Framework*, Basel Committee on Banking Supervision, Basel 2004.

²⁰ Ibidem, s. 1–7.

²¹ Dyrektywa 89/299/EEC z dnia 17.04.1989 r. w sprawie kapitałów własnych instytucji kredytowych, "Official Journal of the European Communities" 11.12.1991.

²² Dyrektywa 89/647/EEC z dnia 18.12.1989 r. w sprawie współczynnika wypłacalności dla instytucji kredytowych, "Official Journal of the European Communities" 30.12.1989.

²³ *International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards. A Revised Framework*, Basel Committee on Banking Supervision, Basel 2004.

Pierwszy filar określał zagadnienia dotyczące współczynnika wypłacalności. Odmiennie w stosunku do poprzednich regulacji, przy jego kalkulacji oprócz ryzyka kredytowego uwzględniono również ryzyko rynkowe i ryzyko operacyjne. Ostatnie z nich po raz pierwszy wprowadzono do regulacji i zdefiniowano jako możliwość wystąpienia straty ze względu na nieadekwatność procedur, błąd systemów wewnętrznych bądź czynniki zewnętrzne²⁴. Opinie na temat ryzyka operacyjnego są podzielone. Z jednej strony ten rodzaj ryzyka w miarę rosnącego skomplikowania operacji banków zyskiwał na znaczeniu, a uwzględnienie go w ramach nowych regulacji pozwoliło na lepsze ich dostosowanie do występujących zagrożeń. Z drugiej strony należy jednak podkreślić, iż ze względu na jego specyfikę występowały znaczne trudności z określeniem jednoznacznej metody kwantyfikacji. Prowadziło to do wykorzystywania szacunków o niższej skuteczności i ostatecznie niższej jakości. Należy również podkreślić, że w Nowej Umowie Kapitałowej nie wprowadzono zmian w zakresie wysokości wskaźnika wypłacalności.

Istotną modyfikacją w stosunku do poprzednich regulacji było zdefiniowanie na nowo metod kalkulacji aktywów ważonych ryzykiem w zakresie ryzyka kredytowego. Wprowadzono trzy podejścia. Pierwsza metoda została oparta na rozwiązaniach znanych z Umowy Kapitałowej z 1988 roku. Zmiany objęły jednak poziom poszczególnych wag oraz skład samych kategorii. Uzależniono również ostateczną klasyfikację od uzyskanego ratingu zewnętrznego. Element ten z założenia miał na celu powiązanie niezależnie oszacowanego poziomu ryzyka danego instrumentu z wysokością wymogu kapitałowego wynikającego z jego tytułu. W toku implementacji przepisów pojawiły się jednak trudności związane z jakością ocen. Często nie odzwierciedlały one faktycznego ryzyka instrumentów. Dodatkowo można było zauważyć znaczne opóźnienie w weryfikacji wydanych ocen w przypadku zmian warunków rynkowych. Istotnym aspektem był również wewnętrzny konflikt interesów. Emitenci, opłacając przyznanie ratingu, wybierali podmiot gwarantujący otrzymanie jak najwyższej oceny²⁵.

Druga i trzecia metoda oparte zostały na modelach wewnętrznych: podstawowych i zaawansowanych. Z założenia pozwolono instytucjom posiadającym odpowiednie kompetencje na indywidualne szacowanie wymogu kapitałowego. Miało to na celu lepsze dopasowanie jego wysokości do faktycznych ekspozycji kredytowych banków. Regulacje określały jedynie minimalne wymagania, jakie muszą spełniać wykorzystywane modele²⁶.

²⁴ Ibidem, s. 137.

²⁵ P. Bolton, X. Freixas, J. Shapiro, *The Credit Ratings Game*, Cambridge 2009, s. 1–6.

²⁶ *International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards. A Revised Framework...*, op. cit., s. 81–100.

W ramach drugiego filaru zdefiniowano kompetencje organów nadzorczych. Obejmują one głównie monitorowanie podmiotów im podległych w zakresie spełniania wymogu kapitałowego. Dodatkowo instytucje powinny angażować się w działania zmierzające do konstrukcji skuteczniejszych metod zarządzania ryzykiem²⁷. Komitet Bazylejski podkreślił również aspekt jakościowy nadzoru. Elementem koniecznym jest zwiększenie transparentności organów nadzorczych. Obejmuje to między innymi publikację wytycznych wykorzystywanych do oceny modeli wewnętrznych stosowanych przez banki.

Z kolei w zakresie trzeciego filaru zdefiniowano elementy dyscypliny rynkowej. Ten aspekt znalazł się w regulacjach po raz pierwszy i stanowił uzupełnienie dwóch wcześniejszych filarów. Uwzględni on perspektywę właścicieli i wierzycieli jako podmiotów sprawujących nadzór nad bankiem. Realizacja tego zadania możliwa jest przy zapewnieniu odpowiedniego poziomu transparentności działań kontrolowanej instytucji. Szczególnie podkreślono znaczenie informacji dotyczących modeli wewnętrznych wykorzystywanych do szacowania wymogów kapitałowych.

Nowa Umowa Kapitałowa, pomimo swojej kompleksowości i uwzględnienia licznych braków poprzednich regulacji, spotkała się z ostrą krytyką. Wydaje się, iż najważniejsze mankamenty dotyczyły jej niskiej skuteczności w okresie globalnego kryzysu finansowego z lat 2007–2009. Wynikało to z procykliczności przedstawionych regulacji. W okresie sprzyjającej koniunktury instrumenty i podmioty otrzymywały wysoki rating, co przekładało się na zaniżoną kalkulację wymogu kapitałowego wynikającego z takich ekspozycji. Z kolei w okresach spowolnienia tempo dostosowania ocen było zbyt niskie, a banki zmuszone były pozyskiwać kapitał w czasie, kiedy był on najdroższy²⁸.

Złożoność nowych przepisów powodowała szereg problemów zarówno po stronie banków, jak i organów nadzorczych. Ich implementacja wiązała się z poniesieniem znacznych nakładów inwestycyjnych w obszarze systemów teleinformatycznych²⁹. Dodatkowe koszty dotyczyły również odpowiedniego przeszkolenia pracowników. W przypadku instytucji nadzorczych, szczególnie z krajów rozwijających się, wystąpiły trudności na poziomie od-

²⁷ Ibidem, s. 158–172.

²⁸ G. Bancarewicz, *Procykliczne zachowania banków a Nowa Umowa Kapitałowa*, „Bezpieczny Bank” 2004, nr 3/4 (24/25), s. 125–136.

²⁹ M. Marcinkowska, *Standardy kapitałowe banków. Bazylejska Nowa Umowa kapitałowa w polskich regulacjach nadzorczych*, Gdańsk 2009, s. 489–498.

powiednich kwalifikacji do analizy zaawansowanych modeli szacowania ryzyka stosowanych przez banki³⁰.

Negatywnie należy również ocenić wpływ nowych regulacji na konkurencję pomiędzy podmiotami w sektorze bankowym. Instytucje zdolne do tworzenia i wykorzystywania zaawansowanych modeli estymacji ryzyka mogły finalnie utrzymywać niższe wymogi kapitałowe, co stawiało je w uprzywilejowanej pozycji na rynku³¹. Przytoczone powyżej argumenty oraz szereg innych, związanych między innymi z założeniami metodologii VaR (*Value at Risk*), doprowadziły do znacznego przyspieszenia prac nad kolejną wersją regulacji bazylejskich.

W ramach systemu prawnego Unii Europejskiej zapisy Nowej Umowy Kapitałowej zostały wprowadzone szeregiem dyrektyw. Obejmowały one między innymi dyrektywę 2006/48/EC³² oraz 2006/49/EC³³. Akty te tworzyły tak zwaną dyrektywę w sprawie wymogów kapitałowych (*Capital Requirements Directive*, CRD).

Wpływ kryzysu finansowego z lat 2007–2009 na wytyczne Komitetu Bazylejskiego

Wybuch kryzysu finansowego w 2007 roku miał bardzo istotny wpływ na rentowność i stabilność banków. Początkowo problemy dotyczyły jedynie banków amerykańskich, jednak szybko rozprzestrzeniły się do krajów europejskich. Uwidocznili to podatność całego systemu na przenoszenie negatywnych efektów zewnętrznych, a skutkiem były znaczne problemy finansowe banków. Jednym z najistotniejszych był gwałtowny spadek płynności na rynku międzybankowym. Podmioty silnie uzależnione od tego źródła finansowania nie były w stanie na bieżąco regulować swoich zobowiązań. Wiązało się to z koniecznością wsparcia ich ze środków publicznych poszczególnych krajów.

W odpowiedzi na narastające problemy banków Komitet Bazylejski przygotował nowelizację wcześniejszych regulacji. Dokument potocznie nazywany Bazylea III³⁴ został opublikowany w grudniu 2010 roku. Należy również

³⁰ A. Milne, *"Basel Lite": Recommendations for the European Implantation of the New Basel Accord*, London 2003, s. 8–10.

³¹ M. Marcinkowska, *Standardy kapitałowe banków...*, op. cit., s. 500–501.

³² Dyrektywa 2006/48/WE z dnia 14.06.2006 r. w sprawie podejmowania i prowadzenia działalności przez instytucje kredytowe, DzU Unii Europejskiej 30.06.2006.

³³ Dyrektywa 2006/49/We z dnia 14.06.2006 r. w sprawie adekwatności kapitałowej firm inwestycyjnych i instytucji kredytowych, DzU Unii Europejskiej 30.06.2006.

³⁴ *Basel III: A Global Regulatory Framework for More Resilient Banks and Banking Systems*, Basel Committee, Basel 2010.

zaznaczyć, iż finalna wersja zapisów, pomimo swojego szerokiego zakresu, już po wdrożeniu została poddana modyfikacjom dotyczącym kwestii płynności banków i stabilności ich finansowania. W 2013 i 2014 roku opublikowano dwa dokumenty regulujące wskazane aspekty: *Basel III: The Liquidity Coverage Ratio and Liquidity Risk Monitoring Tools*³⁵ oraz *Basel III the Net Stable Funding Ratio*³⁶.

W nowych wytycznych Komitet Bazylejski zaproponował szereg zmian dotyczących kalkulacji wymogu kapitałowego. Autorzy utrzymali w mocy konstrukcję składającą się z trzech filarów, jednak zmodyfikowano definicję kapitału. W ramach kategorii kapitału Tier 1 wyodrębniono CET 1 (*Common Equity Tier 1*). Ustalono również, iż minimalna wysokość tej kategorii powinna wynosić 4,5% aktywów ważonych ryzykiem. Wraz z pozostałymi kapitałami Tier 1 wymóg kapitałowy z ich tytułu docelowo będzie wynosił 6% aktywów ważonych ryzykiem. Szczegółowe wartości wskaźnika wypłacalności dla poszczególnych kategorii wraz z harmonogramem implementacji przedstawiono w tabeli 3. Warto podkreślić, że nie uległa zmianie sumaryczna wartość wymogu. Nadal wynosi on 8% aktywów ważonych ryzykiem, a pozostałe dwa punkty procentowe przypadają na kapitały kategorii Tier 2³⁷.

Tab. 3. Minimalne poziomy wskaźnika wypłacalności zgodnie z harmonogramem implementacji wytycznych *Bazylea III*

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1. Minimalny poziom wskaźnika kapitału podstawowego (CET1)	3,5%	4,0%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%
2. Bufor kapitałowy				0,6%	1,3%	1,9%	2,5%
Suma 1 i 2	3,5%	4,0%	4,5%	5,1%	5,8%	6,4%	7,0%
3. Minimalny poziom kapitału Tier 1	4,5%	5,5%	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%
4. Minimalny poziom całkowitego kapitału	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%
Suma 2 i 4	8,0%	8,0%	8,0%	8,6%	9,3%	9,9%	10,5%
Wskaźnik pokrycia płynności			60,0%	70,0%	80,0%	90,0%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Basel III Phase – in Arrangements*, Basel Committee, [online] http://www.bis.org/bcbs/basel3/basel3_phase_in_arrangements.pdf [dostęp: 25.12.2016].

³⁵ *Basel III: The Liquidity Coverage Ratio and Liquidity Risk Monitoring Tools*, Basel Committee, Basel 2013.

³⁶ *Basel III the Net Stable Funding Ratio*, Basel Committee, Basel 2014.

³⁷ *Ibidem*, s. 12–29.

Nowością w ramach pokryzysowych wytycznych Komitetu Bazylejskiego było wprowadzenie bufora kapitałowego (*capital conservation buffer*). Ideą związaną z jego konstrukcją było zapewnienie, by banki w okresie dobrej koniunktury budowały odpowiednie rezerwy, które będą wykorzystane w przypadku wystąpienia sytuacji kryzysowych. Wydaje się, iż wprowadzenie tego rozwiązania było silnie motywowane następstwami związanymi z kryzysem finansowym z lat 2007–2009. Autorzy zaproponowali, by docelowa wysokość bufora wyniosła 2,5% aktywów ważonych ryzykiem. Gromadzenie funduszy zostało oparte o poziom wygenerowanego zysku netto i wcześniej posiadany kapitał ponad wartość wynikającą z regulacji CET 1³⁸. Ostatecznie, zgodnie z zapisami dokumentu banki powinny utrzymywać poziom kapitałów w wysokości 10,5% aktywów ważonych ryzykiem, a poziom ten obowiązywać będzie od 1 stycznia 2019 roku³⁹.

Komitet Bazylejski uwzględnił również kwestię procykliczoności poprzednich regulacji. Do nowych zapisów wprowadzono bufor antycykliczny (*countercyclical buffer*). Jego podstawowym celem było ograniczenie ryzyka systemowego, a wysokość ustalono na poziomie 2,5% aktywów ważonych ryzykiem. Bufor z założenia powinien być wykorzystywany w okresach gwałtownego przyrostu akcji kredytowej. Krajowe organy nadzorcze otrzymały kompetencje do nakładania obowiązku zawiązania dodatkowych rezerw dla poszczególnych instytucji. Podmiot podlegający dodatkowym obciążeniom miał 12 miesięcy na dostosowanie posiadanych kapitałów do nowych regulacji. Oznaczało to poszerzenie zakresu zadań instytucji nadzorczych poszczególnych państw⁴⁰.

W ramach nowelizacji wprowadzono również ograniczenia dotyczące wysokości dźwigni finansowej. Tradycyjna forma działalności bankowej przewiduje znaczny udział finansowania zewnętrznego w strukturze aktywów. Element ten wymaga szczególnej uwagi, gdyż jego zbyt wysoki udział może prowadzić do utraty stabilności przez podmiot. W okresie przedkryzysowym podmioty wykorzystywały dźwignię finansową w celu maksymalizacji wskaźników rentowności (na przykład ROE). Należy również podkreślić, że rosnące skomplikowanie operacji bankowych przekładało się na obniżenie jasności przyjętych zasad rachunkowości. Podmioty wykorzystywały operacje pozabilansowe w celu zmniejszenia wartości aktywów, a tym samym wykazania wyższej efektywności przedsiębiorstwa.

³⁸ Ibidem, s. 55–57.

³⁹ Najnowsze kierunki zmian w regulacjach bankowych, [online] https://www.knf.gov.pl/Images/M_Brzoowski_tcm75-26427.pdf [dostęp: 3.12.2016].

⁴⁰ M. Brzoowski, *CRD IV, CRR – instrumenty makroostrożnościowe*, Warszawa 2014, s. 6–7.

Aby w przyszłości ograniczyć nadmierne narastanie dźwigni finansowej w sektorze, Komitet Bazylejski zaproponował nowy wskaźnik. Zdefiniowano go jako stosunek miary kapitału do wartości ekspozycji. Miarę kapitału określono jako fundusze wchodzące w skład kategorii Tier 1. Zgodnie z zaproponowanymi normami jego wartość powinna wynosić minimum 3%⁴¹. Jego najistotniejszymi zaletami są prostota i jasność interpretacji.

Komitet Bazylejski, kontynuując prace nad bardziej efektywnymi regulacjami sektora, wprowadził również dwie dodatkowe miary: wskaźnik pokrycia płynności (*liquidity coverage ratio*, LCR) oraz wskaźnik stabilnego finansowania netto (*net stable funding ratio*, NSFR). Pierwszy z nich zawarty został w dokumencie ze stycznia 2013 roku⁴². Założeniem autorów była poprawa jakości krótkoterminowego finansowania banków, a tym samym ich bezpieczeństwa. Dokument wprowadzał definicję płynnych aktywów wysokiej jakości (*high quality liquid assets*). Obejmowały one gotówkę oraz aktywa łatwo na nią zamienialne. Wskaźnik odzwierciedlał stosunek płynnych aktywów wysokiej jakości do całkowitego wydatku gotówkowego w okresie 30 dni. Uznano, iż w tym czasie, nawet w przypadku problemów z uzyskaniem płynności, sytuacja rynkowa ulegnie poprawie, a bank będzie mógł zachować ciągłość operacji⁴³. Komitet Bazylejski przygotował również rozwiązania mające na celu poprawę wypłacalności instytucji w średnim i długim terminie. Wskaźnik stabilnego finansowania netto został wprowadzony w październiku 2014 roku⁴⁴. Określono go jako stosunek wartości dostępnego stabilnego finansowania do wartości wymaganego stabilnego finansowania. Minimalna wartość powinna wynosić 100%. Dokument precyzował również definicję obydwu kategorii⁴⁵.

Warto zaznaczyć, iż po raz pierwszy Komitet Bazylejski wskazał na konieczność przeprowadzania testów warunków skrajnych. Rozwiązanie to pozwala na wykorzystanie metod statystycznych do szacowania potencjalnych skutków sytuacji kryzysowych. Implementacja zleceń Komitetu Bazylejskiego została przygotowana na lata 2013–2019. Tak długi okres pozwoli na stopniowe wprowadzenie w życie nowych zapisów i bieżącą analizę ich skutków.

⁴¹ *Basel III: A global...*, op. cit., s. 61–63.

⁴² *Basel III: The Liquidity Coverage...*, op. cit.

⁴³ *Ibidem*, s. 4–6.

⁴⁴ *Basel III the Net Stable...*, op. cit.

⁴⁵ *Ibidem*, s. 2–13.

Wpływ rekomendacji ostrożnościowych BKNB na regulację sektora bankowego w Unii Europejskiej

Wytyczne Komitetu Bazylejskiego stanowią podstawę regulacji sektora bankowego w Unii Europejskiej. Problemy napotkane przez banki po kryzysie finansowym z lat 2007–2009 doprowadziły do intensyfikacji zaangażowania Komisji Europejskiej i Europejskiego Banku Centralnego w wypracowanie lepszych i bardziej skutecznych norm prawnych. Instytucje te aktywnie współpracowały z Komitetem Bazylejskim w czasie projektowania nowych wytycznych⁴⁶.

W Unii Europejskiej wytyczne Komitetu Bazylejskiego implementowane są poprzez pakiet dokumentów CRD IV/CRR (*Capital Requirements Directive IV/Capital Requirements Regulation*). Najistotniejszą modyfikacją w stosunku do wcześniejszych zapisów jest wprowadzenie podejścia jednolitych przepisów (*single rule book*). Dotychczas państwa członkowskie posiadały szereg uprawnień do samodzielnego definiowania regulacji rynku bankowego. Wytyczne Parlamentu Europejskiego wskazywały jedynie minimalne wymagania, które powinny być spełnione. Nowe podejście ma na celu harmonizację przepisów pomiędzy krajami członkowskimi Unii Europejskiej oraz wprowadzenie bardziej restrykcyjnych wymogów, co z założenia powinno zwiększyć efektywność funkcjonowania jednolitego rynku⁴⁷.

Pakiet CRD IV/CRR został opublikowany w czerwcu 2013 roku. W jego skład wchodzi Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego 575/2013⁴⁸ oraz Dyrektywa 2013/36/UE⁴⁹. W ramach rozporządzenia zdefiniowano kwestie wymogów kapitałowych, płynności, dźwigni finansowej oraz ryzyka kontrahenta. Z kolei dyrektywa określa kompetencje nadzorcze, bufory kapitałowe, zasady ładu korporacyjnego oraz ewentualne sankcje dla banków.

⁴⁶ CRD IV/CRR – *Frequently Asked Questions*, [online] http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-272_en.htm?locale=en [dostęp: 26.12.2016].

⁴⁷ J. Atik, *EU Implementation of Basel III in the Shadow of Euro Crisis*, "Review of Banking & Financial Law" 2014, Vol. 33, s. 317–322.

⁴⁸ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 575/2013 z dnia 26.06.2013 r. w sprawie wymogów ostrożnościowych dla instytucji krajowych i firm inwestycyjnych zmieniające rozporządzenie (UE) nr 648/2012, DzU Unii Europejskiej 27.06.2013.

⁴⁹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/36/UE z dnia 26.06.2013 r. w sprawie warunków dopuszczenia instytucji kredytowych do działalności oraz nadzoru ostrożnościowego nad instytucjami kredytowymi i firmami inwestycyjnymi, zmieniająca dyrektywę 2002/87/WE i uchylająca dyrektywę 2006/48WE oraz 2006/49/WE, DzU Unii Europejskiej 27.06.2013.

Specyfika wytycznych Komitetu Bazylejskiego, które formułowane są jako rekomendacje, uniemożliwia bezpośrednią ich implementację do systemów prawnych konkretnych krajów oraz samej Unii Europejskiej. Istotny jest również fakt, iż zapisy dokumentów Bazylea III z założenia skierowane są do międzynarodowych grup bankowych, a przepisy prawa Unii Europejskiej muszą obejmować wszystkie banki obecne na rynku. Należy również podkreślić, że Parlament Europejski wprowadził dodatkowe zapisy. Obejmują one między innymi kwestie wynagrodzeń kadr zarządzających, składu rad nadzorczych czy zwiększenia transparentności. Szczególny nacisk położono na poziom premii wypłacanej kadrom zarządzającym, ograniczając jej poziom do maksymalnie 100% wartości podstawowego wynagrodzenia. Wskazano również na konieczność dywersyfikacji składu rad nadzorczych, co powinno przekładać się na lepszą kontrolę nad ryzykiem związanym z działalnością banków.

Wnioski

Wytyczne publikowane przez Komitet Bazylejski od początku jego istnienia uległy znacznym modyfikacjom, podobnie jak operacje banków, dla których były one przygotowywane. Ostatnia nowelizacja była determinowana wydarzeniami związanymi z kryzysem finansowym z lat 2007–2009. Banki w tym okresie doświadczyły szeregu problemów, wynikających zarówno z własnej działalności, jak również wpływu zewnętrznych czynników i procesów. Obowiązujące regulacje okazały się nieadekwatne do rzeczywistej specyfiki rynku bankowego. Dotyczy to w szczególności procykliczności Nowej Umowy Kapitałowej, zbyt szerokiej definicji kapitałów oraz pominięcia aspektu płynności. Powyższa charakterystyka znowelizowanych norm dotyczących rynku bankowego w Unii Europejskiej pozwala na wskazanie kilku istotnych wniosków odnoszących się do jego regulacji.

Po pierwsze, nowe regulacje zmieniły poziom minimalnego wymogu kapitałowego. Wprowadzono konieczność utrzymywania przez banki bufora kapitałowego oraz zredefiniowano klasyfikację kapitałów. W wyniku tego banki gromadzą kapitał wyższej jakości oraz utrzymują go na wyższym poziomie. Dodatkowo poszerzono kompetencje krajowych organów nadzorczych, umożliwiając im wprowadzenie bufora antycyklicznego. Działania te pozwolą na bardziej elastyczne podejście organów nadzorczych, co powinno przełożyć się na poprawę stabilności europejskiego systemu bankowego.

Po drugie, Komitet Bazylejski w ramach nowych wytycznych uwzględnił aspekt płynności. Wprowadzono wskaźnik pokrycia płynności, którego sto-

sunkowo prosta konstrukcja umożliwiła szybką ocenę sytuacji banków. Organy nadzorcze mogą wykorzystywać przyjętą metodologię do analizy wpływu warunków skrajnych na wypłacalność poszczególnych uczestników rynku.

Po trzecie, unormowano aspekt dźwigni finansowej. Wprowadzono wskaźnik umożliwiający jej pomiar oraz interpretację. Banki w transparentny sposób komunikują wysokość wykorzystywanej dźwigni, a organy nadzorcze mogą prowadzić efektywny nadzór.

Po czwarte, wytyczne przygotowane przez Komitet Bazylejski powstały w wyniku współpracy z Komisją Europejską i Europejskim Bankiem Centralnym. Instytucje te, mając na względzie faktyczne potrzeby Unii Europejskiej, po raz pierwszy zaangażowały się w projekt nowelizacji na etapie konstruowania regulacji. Należy również podkreślić, iż faktyczna implementacja norm do systemu prawnego krajów Wspólnoty Europejskiej została poszerzona o dodatkowe obostrzenia dostosowane do charakterystyki europejskiego rynku bankowego (regulacje wynagrodzeń czy pewnych aspektów „ładu korporacyjnego”).

EVOLUTION OF BASEL COMMITTEE RECOMMENDATIONS AND THEIR INFLUENCE ON BANKING LAW IN EUROPEAN UNION

ABSTRACT

The aim of this article is to provide an overview of the Basel Committee banking sector recommendations and their influence on the European Union legal system. It briefly summarizes the most important aspects of the Basel Committee proposals, advantages and disadvantages that were encountered during implementation as well. The special consideration was given to areas that do not have an adequate regulatory framework. The Global Financial Crisis (2007–2008) unveiled a number of weaknesses of the Basel II. As a result of that, the Basel Committee prepared a revised framework that was intended to overcome the shortcomings of the previous regulations. The Basel III amended the capital adequacy requirements. Two additional buffers and new minimal adherence levels for the capital adequacy ratio were introduced. In addition, the Basel Committee accommodated further measures to strengthen the liquidity and stability of banks.

KEYWORDS

regulation, banking sector, Basel Committee, Basel III, European Union

BIBLIOGRAFIA

LITERATURA PRZEDMIOTU

1. Atik J., *EU Implementation of Basel III in the Shadow of Euro Crisis*, "Review of Banking & Financial Law" 2014, Vol. 33.
2. Balin J. B., *Basel I, Basel II, and Emerging Markets: A Nontechnical Analysis*, [online] <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract-id=1477712> [dostęp: 22.05.2017].
3. Bancarewicz G., *Procykliczne zachowania banków a Nowa Umowa Kapitałowa*, „Bezpieczny Bank” 2004, nr 3/4 (24/25).
4. Bolton P., Freixas X., Shapiro J., *The Credit Ratings Game*, Cambridge 2009.
5. Brzozowski M., *CRD IV, CRR – instrumenty makroostrożnościowe*, Warszawa 2014.
6. *CRD IV/CRR – Frequently Asked Questions*, [online] http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-272_en.htm?locale=en [dostęp: 26.12.2016].
7. Goodhart Ch., *The Basel Committee on Banking Supervision a History of the Early Years, 1974–1997*, Cambridge 2011.
8. Heffernan S., *Nowoczesna bankowość*, tłum. J. Horowska, E. M. Kądziała, M. Jankowski, Warszawa 2007.
9. Marcinkowska M., *Kręte ścieżki Bazylei... czyli standardy kapitałowe banków: wczoraj, dziś i jutro*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia” 2010, Vol. XLIV, No. 2.
10. Marcinkowska M., *Standardy kapitałowe banków. Bazylejska Nowa Umowa kapitałowa w polskich regulacjach nadzorczych*, Gdańsk 2009.
11. Milne A., *“Basel Lite”: Recommendations for the European Implantation of the New Basel Accord*, London 2003.
12. *Najnowsze kierunki zmian w regulacjach bankowych*, [online] https://www.knf.gov.pl/Images/M_Brzozowski_tcm75-26427.pdf [dostęp: 3.12.2016].

DOKUMENTY

1. *A Brief History of the Basel Committee*, Basel Committee on Banking Supervision, Basel 2015.
2. *Amendment to The Capital Accord to Incorporate Market Risks*, Basel Committee, Basel 1996.
3. *Basel III: A Global Regulatory Framework for More Resilient Banks and Banking Systems*, Basel Committee, Basel 2010.
4. *Basel III Phase – in Arrangements*, Basel Committee, [online] http://www.bis.org/bcb/basel3/basel3_phase_in_arrangements.pdf [dostęp: 25.12.2016].
5. *Basel III: The Liquidity Coverage Ratio and Liquidity Risk Monitoring Tools*, Basel Committee, Basel 2013.
6. *Basel III the Net Stable Funding Ratio*, Basel Committee, Basel 2014.
7. Dyrektywa 83/350/EEC z dnia 13.06.1983 r. w sprawie skonsolidowanego nadzoru nad instytucjami kredytowymi, "Official Journal of the European Communities" 18.07.1983.
8. Dyrektywa 89/229/EEC z dnia 17.04.1989 r. w sprawę kapitałów własnych instytucji kredytowych, "Official Journal of the European Communities" 11.12.1991.

9. Dyrektywa 89/647/EEC z dnia 18.12.1989 r. w sprawie współczynnika wypłacalności dla instytucji kredytowych, "Official Journal of the European Communities" 30.12.1989.
10. Dyrektywa 2006/49/WE z dnia 14.06.2006 r. w sprawie adekwatności kapitałowej firm inwestycyjnych i instytucji kredytowych, DzU Unii Europejskiej 30.06.2006.
11. Dyrektywa 2006/48/WE z dnia 14.06.2006 r. w sprawie podejmowania i prowadzenia działalności przez instytucje kredytowe, DzU Unii Europejskiej 30.06.2006.
12. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/36/UE z dnia 26.06.2013 r. w sprawie warunków dopuszczenia instytucji kredytowych do działalności oraz nadzoru ostrożnościowego nad instytucjami kredytowymi i firmami inwestycyjnymi, zmieniająca dyrektywę 2002/87/WE i uchylająca dyrektywę 2006/48WE oraz 2006/49/WE, DzU Unii Europejskiej 27.06.2013.
13. *International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards*, Basel Committee, Basel 1988.
14. *International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards. A Revised Framework*, Basel Committee on Banking Supervision, Basel 2004.
15. *Principles for the Supervision of Banks' Foreign Establishments*, Committee on Banking Regulations and Supervisory Practices, Basel 1983.
16. *Report to the Governors on the Supervision of Banks' Foreign Establishments*, Committee on Banking Regulations and Supervisory Practices, Basel 1975.
17. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 575/2013 z dnia 26.06.2013 r. w sprawie wymogów ostrożnościowych dla instytucji krajowych i firm inwestycyjnych zmieniające rozporządzenie (UE) nr 648/2012, DzU Unii Europejskiej 27.06.2013.

ANNA WÓJCIUK

UNIwersytet Śląski
WYDZIAŁ FILOLOGICZNY, INSTYTUT JĘZYKA POLSKIEGO IM. IRENY BAJEROWEJ
ZAKŁAD SOCJOLINGWISTYKI I SPOŁECZNYCH PRAKTYK KOMUNIKOWANIA
E-MAIL: ANIA.WOJCIUK@GMAIL.COM

Reklama komercyjna i reklama społeczna – różnice i podobieństwa

STRESZCZENIE

Agata Stafiej-Bartosik i Dominika Maison wskazują, że według powszechnego przekonania reklamę komercyjną i reklamę społeczną różni jedynie tematyka. Zdaniem badaczek jest to myślenie uproszczone. Uwaga ta jest punktem wyjścia niniejszego artykułu. Przedstawiono w nim podobieństwa i różnice pomiędzy reklamą komercyjną i reklamą społeczną.

SŁOWA KLUCZOWE

reklama komercyjna, reklama społeczna, istota reklamy

Każdego dnia w środkach masowego przekazu emitowane są reklamy zachęcające do kupna określonego produktu bądź skorzystania z usługi. Reklama nie ogranicza się jednak do promowania produktów i usług. Do odbiorców kierowane są komunikaty, które służą: promocji danej firmy, kreowaniu pozytywnego wizerunku określonej marki, propagowaniu idei politycznych, zwiększaniu sprzedaży poprzez dobór odpowiednich działań promocyjnych, przekonywaniu wybranych grup społecznych do poparcia jakichś działań, promowaniu produktów i usług w konkretnym miejscu sprzedaży, zestawianiu produktów różnych marek w celach promocyjnych lub promowaniu inicjatyw i idei społecznych. Według Mariusza Gwozdzy można wyróżnić kilka typów reklamy. Są to: reklama przedsiębiorstwa, reklama marki, reklama polityczna, reklama detaliczna, reklama wspierająca, rekla-

ma bezpośrednia, reklama porównawcza oraz reklama publiczna (nazywana również reklamą społeczną)¹.

Przedmiotem mojego zainteresowania jest reklama komercyjna i społeczna oraz podobieństwa i różnice między nimi. Agata Stafiej-Bartosik i Dominika Maison wskazują, że według powszechnego przekonania reklamę komercyjną i społeczną różni jedynie tematyka. Zdaniem badaczek jest to myślenie uproszczone².

Jedne z najstarszych śladów reklamy komercyjnej pochodzą sprzed 3000 roku p.n.e. Znalaziono między innymi babilońskie gliniane tabliczki, na których umieszczono informacje na temat działalności sprzedawcy, szewca i pisarza³. Potwierdza to, że wymiana towarowa, którą wiąże się z działalnością handlową, stanowi jedno z najstarszych działań gospodarczych. Pierwotnie dotyczyła ona głównie formy, „wymiany naturalnej: towar za towar”. Działania wspierające sprzedaż zmieniały się wraz z rozwojem cywilizacji. Informowano konsumentów o możliwościach dokonywania zakupu danego produktu lub skorzystania z usługi. W taki sposób narodziła się reklama komercyjna⁴.

Historia reklamy społecznej jest znacznie krótsza, ponieważ pierwsze komunikaty społeczne zaczęły się pojawiać w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych ubiegłego wieku w Stanach Zjednoczonych oraz we Włoszech⁵. W Polsce powstanie reklamy społecznej wiąże się ze zmianami polityczno-społeczno-gospodarczymi po 1989 roku. Po politycznym przełomie społeczeństwo zapoznawało się z nowymi wzorcami kulturowymi, produktami, regułami i zasadami prawnymi oraz rynkowymi. W nowej rzeczywistości pojawiły się instytucje, które zaczęły tworzyć reklamy społecz-

¹ M. Gwozda, *Reklama społeczna jako narzędzie marketingu społecznego*, [w:] *Reklama w społeczeństwie informacyjnym: konteksty społeczno-edukacyjne*, red. E. Kowalska, M. Kowalski, Tychy 2010, s. 65–66.

² A. Stafiej-Bartosik, D. Maison, *Reklama społeczna – czym jest i jak się zmienia*, [w:] *Szlachetna propaganda dobroci, czyli drugi tom o reklamie społecznej*, oprac. i red. P. Wasilewski, współprac. D. Maison, A. Stafiej-Bartosik, Kraków 2007, s. 9–10.

³ M. Strużycki, T. Heryszek, *Nowoczesna reklama na współczesnym rynku*, Warszawa 2007, s. 16.

⁴ R. Nowacki, *Reklama: podręcznik*, Warszawa 2005, s. 10.

⁵ W latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku w Stanach Zjednoczonych pojawiły się pierwsze kampanie antynarkotykowe. W 1970 roku we Włoszech działalność rozpoczęła Pubblicita Progresso, która była wzorowana na Advertising Council, powstałej w 1941 roku w Stanach Zjednoczonych. Celem włoskiej instytucji było wspieranie publicznych akcji dotyczących ochrony środowiska naturalnego, odpowiedzialności i solidarności społecznej oraz prewencji. Zob. M. Bogunia-Borowska, *Reklama jako tworzenie rzeczywistości społecznej*, Kraków 2004, s. 136.

ne. Pierwsze z nich zainaugurowano w Polsce w połowie lat dziewięćdziesiątych XX wieku⁶.

Reklamy komercyjne i społeczne są przedmiotem badań wielu dyscyplin, dlatego też definiowane są zarówno z pozycji branżowych, jak i rozmaitych perspektyw badawczych⁷. Przyjrzyjmy się kilku definicjom interesujących mnie typów reklamy.

Jacek Kall w swojej definicji ujmuje informacyjną i nakłaniającą funkcję reklamy komercyjnej. Według niego „reklama jest jednym z kilku instrumentów, jakimi posługuje się firma w celu poinformowania klientów o swojej ofercie oraz zachęcenia ich do wyboru właśnie jej oferty (a nie ofert konkurencyjnych)”⁸. O informacyjnym i perswazyjnym przeznaczeniu przekazu komercyjnego pisze także Bogusław Kwarciak, który uważa, że „reklama to najkrócej mówiąc informacja plus perswazja”⁹. Zdaniem Mariana Filipiaka „przez reklamę komercyjną należy rozumieć przekaz umieszczony w mediach przez określonego nadawcę, nadawany za opłatą lub inną formą wynagrodzenia, zmierzający do promocji towarów lub usług”¹⁰. Bardziej rozbudowaną definicję zaproponowała Marzena Barańska. Zdaniem badaczki „reklama jest to jedna z form marketingowej prezentacji, zgodna z prawem i dobrymi obyczajami, odpłatna, prowadzona w celu utrzymania bądź zwiększenia popytu na towary lub usługi, wpływająca na decyzję potencjalnych nabywców za pośrednictwem środków masowego komunikowania i innych środków docierania w sposób zorganizowany w interesie reklamodawcy”¹¹.

Reklama społeczna zdaniem Małgorzaty Boguni-Borowskiej „jest czynnikiem kreowania zmian społecznych o charakterze całkowicie świadomym i zaplanowanym, nie zaś chaotycznym i przypadkowym”¹². Oznacza to, że za pomocą reklamy społecznej można wpływać na postawy społeczne, kreować je i utrzymywać. W podobny sposób o komunikacie społecznym wypowiadają się Rafał Drozdowski i Marek Krajewski, którzy notują, że „reklama społeczna jest przede wszystkim nowym (lecz tylko w sensie funkcjonalnym) rodzajem społecznej komunikacji, w której stawką jest promocja społecznie wartościowych wzorów zachowań, nowych wartości i nowych po-

⁶ Ibidem, s. 129.

⁷ M. Gędek, *Reklama: zarys problematyki*, Lublin 2013, s. 121.

⁸ J. Kall, *Reklama*, Warszawa 1994, s. 18.

⁹ B. Kwarciak, *Co trzeba wiedzieć o reklamie*, Kraków 1997, s. 12.

¹⁰ M. Filipiak, *Homo communicans: wprowadzenie do teorii masowego komunikowania*, Lublin 2003, s. 151.

¹¹ M. Barańska, *Reklama i jej ograniczenia. Standardy europejskie a prawo polskie*, Warszawa 2011, s. 24.

¹² M. Bogunia-Borowska, op. cit., s. 129.

staw lub też – przynajmniej – zogniskowanie uwagi społeczeństwa na istotnych, nierozwiązanych problemach (które dotyczą bądź mogą dotyczyć wszystkich, względnie też są problemami węższych, niekiedy zupełnie marginesowych zbiorowości, za które jednakże wszyscy powinni czuć się współodpowiedzialni)¹³. Z przytoczonej definicji wynika, że istotą reklamy społecznej jest zwrócenie uwagi na określony problem społeczny bądź promowanie danego zachowania czy postępowania. Urszula Gołaszewska-Kaczan, wyjaśniając, czym jest komunikat społeczny, zwraca także uwagę na jego nadawców i możliwą pomoc udzielaną przez odbiorców tego typu komunikatów. Badaczka wskazuje, że „reklama społeczna jest formą działań społecznie zaangażowanych organizacji, obok akcji czy programu społecznego. Jest to medialna kampania realizowana najczęściej przy współpracy różnych podmiotów, mająca na celu rozwiązanie jakiegoś problemu społecznego, promocję wartości lub zmianę postaw; umożliwia różne typy wsparcia – finansowe, rzeczowe, usługowe. Zwykle angażuje różnych interesariuszy i powinna być silnie promowana”¹⁴. W kolejnej definicji, zaproponowanej przez Agatę Stafiej-Bartosik i Dominikę Maison, pojawia się odwołanie do funkcji perswazyjnej, co wskazuje na pewne podobieństwo reklamy społecznej i komercyjnej. Zdaniem badaczek „reklama społeczna to komunikat perswazyjny, który służy wywołaniu społecznie pożądanym postaw i zachowań. Jest ona takim komunikatem, gdyż podobnie jak reklama komercyjna służy nie tylko informowaniu, ale również zmianie postawy. Natomiast od reklamy komercyjnej odróżnia ją specyficzny cel”¹⁵. Przekaz społeczny, jak wskazuje Gwozda, można również powiązać z marketingiem społecznym: „reklama społeczna wpisuje się w nowatorskie działanie zwane marketingiem społecznym bądź marketingiem idei”¹⁶.

Z powyższych definicji wynika, że reklamy komercyjne i społeczne wykazują wiele podobieństw: są komunikatami odpłatnymi, zaplanowanymi, posiadającymi nadawcę, kierowanymi do określonej grupy odbiorczej za pośrednictwem środków masowego przekazu. Różne jest natomiast ich przeznaczenie. Istotą reklamy komercyjnej jest aktywizacja sprzedaży poprzez informowanie odbiorców o pojawieniu się na rynku nowego produktu lub

¹³ R. Drozdowski, M. Krajewski, *Reklama społeczna w Polsce – grzechy i możliwości*, [za:] *Akademia Europejska – materiały szkoleniowe*, [online] <http://www.fks.org.pl/b-art-reklama.php> [dostęp: 1.02.2017].

¹⁴ U. Gołaszewska-Kaczan, *Zaangażowanie społeczne przedsiębiorstwa*, Białystok 2009, s. 108–109.

¹⁵ A. Stafiej-Bartosik, D. Maison, op. cit., s. 8.

¹⁶ M. Gwozda, op. cit., s. 66.

możliwości skorzystania z określonej usługi, promowanie towaru lub usługi, nakłanianie do skorzystania z proponowanej oferty, przedstawienie jej w taki sposób, by odbiorcy pomyśleli, że jest ona lepsza od oferty konkurencyjnej. Oznacza to, że celem reklam komercyjnych jest pozyskanie grupy klientów i osiągnięcie zysku finansowego. Nadawcy tych przekazów muszą oczywiście pamiętać, by ich komunikat był zgodny z obowiązującymi przepisami i normami społecznymi. Reklamy społeczne również powinny przestrzegać zasad prawnych i obyczajów społecznych, tym bardziej, że ich cel skupia się wokół zysku ideowego. Komunikat społeczny służy promowaniu prospołecznych postaw i zachowań, namawia do zmiany dotychczasowego postępowania, informuje o problemach społecznych i sposobach ich złagodzenia lub rozwiązania. Ponadto za pomocą reklamy społecznej można prosić o wsparcie finansowe (czynią tak często fundacje). By cel przekazu komercyjnego i społecznego mógł być zrealizowany, ich nadawcy sięgają po różne, zarówno językowe, jak i wizualne, środki perswazyjne. Oba typy reklamy są elementem bardziej skomplikowanego zestawu działań, jakim jest marketing.

Marketing powstał w połowie ubiegłego wieku w wyniku pojawienia się na rynku barier popytowych. Gdy zanotowano nadwyżkę podaży nad popytem, firmy i producenci poszukiwali sposobów na upłynnienie towarów. Zaczęto stosować tak zwaną orientację marketingową, nastawioną na rozpoznanie potrzeb potencjalnych klientów. Podstawowym założeniem było zwrócenie uwagi nie na to, co firma chce sprzedać, lecz na to, co konsument chciałby nabyć¹⁷. Od tej pory działalność rynkowa stała się procesem dopasowywania się przez firmę do oczekiwań konsumentów i ich kształtowania¹⁸. We współczesnym rozumieniu marketingu¹⁹ przyjęto założenie, że „dążenie do usatysfakcjonowania partnera wymiany (klienta, nabywcy, konsumenta, użytkownika) jest naczelną zasadą marketingowego postępowania, wokół której skupiają się wszystkie decyzje i działania służące jej urze-

¹⁷ Proces ten zauważono w Stanach Zjednoczonych w latach sześćdziesiątych XX wieku. Nieco później pojawił się on w innych wysoko rozwiniętych krajach. Od tej pory producenci i sprzedawcy musieli ustalać plan odpowiedniej dystrybucji i efektywnej sprzedaży. Zob. T. Kramer, *Podstawy marketingu*, Warszawa 1998, s. 11.

¹⁸ R. Nowacki, op. cit., s. 13.

¹⁹ Roman Niestrój rozróżnia klasyczne i szerokie ujęcie marketingu. W ujęciu klasycznym marketing jest ściśle powiązany z przedsiębiorczą działalnością nastawioną na zysk, w ujęciu szerokim wiąże się natomiast z wymianą, dzięki której zaspokajane są potrzeby indywidualne i zbiorowe. Zob. R. Niestrój, *Istota i znaczenie marketingu*, [w:] *Podstawy marketingu*, red. J. Altkorn, Kraków 1996, s. 28–32.

czywistnieniu”²⁰. Oznacza to, że reklama staje się wyrazicielem interesów dwóch stron, ponieważ reprezentując producenta i sprzedawcę, służy sprzedaży, a informując o nowych produktach i usługach, umożliwia zaspokajanie potrzeb konsumentów²¹. Zaspokajanie potrzeb i wywoływanie poczucia satysfakcji z użytkowania produktu jest możliwe dzięki narzędziom marketingu-mix²², którymi są²³:

- Produkt (*product*) – oferowane konsumentom towary i usługi, zaspokajające określone potrzeby.
- Cena (*price*) – koszt ponoszony przez konsumenta w wyniku zakupu produktu lub usługi. Cena nie może być ani za wysoka (odbiorcy nie kupią produktu), ani za niska (firma nie będzie miała zysku).
- Dystrybucja (*place*) – inaczej nazywana miejscem. Dystrybucja dotyczy działalności związanej z przewożeniem produktu z miejsca produkcji do miejsca, gdzie może być zakupiony.
- Promocja (*promotion*) – wszelka działalność związana z przekazywaniem informacji o pojawieniu się produktu na rynku, jego szczególnych cechach i korzyściach związanych z zakupem²⁴.

Zadaniem narzędzi marketingu-mix jest „koordynowanie wszystkich podejmowanych przedsięwzięć po to, by powstało zjawisko synergii – polegające na uzyskaniu większego efektu niż ten, który można by uzyskać, stosując dane instrumenty oddzielnie”²⁵. Narzędzia marketingu-mix wzajemnie na siebie oddziałują. Oznacza to, że jakakolwiek zmiana jednego z nich wpływa na pozostałe²⁶.

²⁰ Ibidem, s. 28.

²¹ A. Pitrus, *Zrozumieć reklamę*, Warszawa 1999, s. 61–62.

²² Koncepcja marketingu-mix, określana jako „4P”, pojawiła się w 1960 roku. Jej twórcą jest Edmund Jerome McCarthy. Zob. E. J. McCarthy, W. D. Perreault, *Essentials of Marketing*, Homewood 1989, s. 71.

²³ Pojawiają się także inne koncepcje marketingu-mix, obejmujące pięć bądź siedem narzędzi marketingowych. Zgodnie z koncepcją „5P” piątym narzędziem jest opakowanie produktu (*package*), a według koncepcji „7P” narzędziami są także personel firmy (*people*), procedury realizacji usług (*processes*) i fizyczne dowody ich świadczenia (*physical evidence*). Zob. A. Grzegorzczak, *Reklama*, Warszawa, 2010, s. 18.

²⁴ J. Musiałkiewicz, *Marketing*, Warszawa 2000, s. 14–15.

²⁵ M. Barańska, op. cit., s. 15–16.

²⁶ R. Nowacki, op. cit., s. 15.

W przypadku reklamy społecznej należy mówić o marketingu społecznym²⁷, który pojawił się na początku lat siedemdziesiątych XX wieku²⁸. Na rozwój tego rodzaju marketingu w dużym stopniu wpłynęły ruchy społeczne oraz organizacje ekologiczne, które poprzez działania mające na celu wprowadzenie odpowiednich norm prawnych, gwarantujących między innymi lepszą ochronę środowiska naturalnego czy produkcję bezpiecznych zabawek, wywierały nacisk na władze państwa. Specjaliści do spraw marketingu nie sprzeciwiali się działaniom tych organizacji, zauważyli bowiem, że przedsiębiorstwa swoją działalnością muszą usatysfakcjonować nie tylko pojedyncze jednostki, ale także całe społeczeństwo²⁹. W reklamach społecznych również wykorzystuje się narzędzia marketingu-mix, które w przypadku tych komunikatów przedstawiają się następująco:

- Produkt – staje się nim temat kampanii, który musi być dokładnie określony, by komunikat został zrozumiany przez odbiorców. Produktem może być zarówno zbiórka pieniędzy, żywności itd. na cel charytatywny, jak i zachęcanie do zmiany dotychczasowego postępowania czy kreowanie właściwych, społecznie pożądaných postaw.
- Cena – w przypadku komunikatów społecznych cena i wszelkie koszty finansowe dotyczą różnych akcji charytatywnych, podczas których zbierane są pieniądze. Koszty ponosi wówczas odbiorca reklamy. Cena w kampaniach społecznych obejmuje także koszty psychologiczne i behawioralne, a więc czas poświęcony przez wolontariuszy, poczucie dyskomfortu podczas oddawania krwi lub szpiku kostnego, chęć sięgnięcia po papierosa, która towarzyszy osobie porzucającej nałóg itd.
- Dystrybucja – w reklamach społecznych występuje rzadko i jest słabo widoczna. Niekiedy mówi się, że do dystrybucji można zaliczyć różne ośrodki edukacyjne, umieszczenie w odpowiednich miejscach punktów poboru krwi itp.
- Promocja – informowanie odbiorców o danej reklamie społecznej³⁰.

²⁷ Małgorzata Bogunia-Borowska podkreśla, że marketing jako pierwszy odniósł się do wartości społecznych. Zob. M. Bogunia-Borowska, op. cit., s. 130.

²⁸ A. Sargeant A., *Marketing w organizacjach non profit*, tłum. W. Kisiel, Kraków 2004, s. 348.

²⁹ M. Filipiak, op. cit., s. 167.

³⁰ D. Maison, N. Maliszewski, *Co to jest reklama społeczna, [w:] Propaganda dobrych serc czyli Rzecz o reklamie społecznej*, red. D. Maison, P. Wasilewski, Kraków 2002, s. 14–16.

W reklamie komercyjnej części składowe marketingu-mix wykorzystywane są w celu promocji i sprzedaży produktów, podczas gdy w komunikatach społecznych służą one promowaniu prospołecznych zachowań³¹. W ramach marketingu społecznego można także mówić o łączeniu zysku finansowego i ideowego. Jest to zauważalne w działalności tych producentów, którzy na opakowaniach produktów zamieszczają informację, że część zysku ze sprzedaży zostanie przekazana organizacji charytatywnej. W ten sposób firma z jednej strony udziela się społecznie, z drugiej zaś wykorzystuje społeczne problemy w celu kreowania swojego wizerunku³².

Reklama komercyjna i społeczna, jak można zauważyć, jest zjawiskiem istotnym z punktu widzenia indywidualnego odbiorcy i całego społeczeństwa³³. Zdaniem Antoniego Benedikta reklama komercyjna pełni następujące funkcje:

- informacyjną – polegającą na przedstawianiu cech towaru lub usługi,
- nakłaniającą – poprzez perswazję nakłania się do skorzystania z proponowanej oferty³⁴.

Anna Murdoch oprócz funkcji informacyjnej i nakłaniającej wymienia także:

- funkcję utrwalającą – która polega na ugruntowaniu przekonania o szczególnych i niepowtarzalnych cechach produktu,
- funkcję rozśmieszającą – wywołanie pozytywnych uczuć po obejrzeniu komunikatu reklamowego,
- funkcję grożącą – informowanie o negatywnych skutkach, jeśli odbiorcy nie zakupią reklamowanego produktu lub będą go nadmiernie używać³⁵.

³¹ Warto dodać, że z perspektywy marketingu społecznego istotną rolę pełnią także organizacje *non profit*, czyli „organizacje, które służą poprawie ogólnego poziomu życia społeczeństwa dzięki zebraniu i redystrybucji odpowiednich zasobów oraz dostarczeniu dóbr fizycznych i usług. Celem istnienia takich organizacji nie jest osiągnięcie zysków lub korzyści dla nich samych, toteż nie dystrybuują one zysków lub nadwyżek między udziałowców albo członków. Mogą jednak zatrudniać personel i angażować się w przedsięwzięcia generujące zysk, mające im pomóc w wypełnianiu ich misji” (A. Sargeant, op. cit., s. 17). Organizacje *non profit* przygotowują kampanie, które nie tylko wspierają określone zamierzenia, ale też kreują społeczną rzeczywistość. Ich rola jest pozbawiona czynnika rynkowej rywalizacji, ponieważ polega na realizowaniu funkcji społecznej, a nie ekonomicznej.

³² M. Bogunia-Borowska, op. cit., s. 131–132.

³³ A. Grzegorzczak, op. cit., s. 43.

³⁴ A. Benedikt, *Reklama jako proces komunikacji*, Wrocław 2004, s. 14.

Robert Nowacki wyszczególnia wspomniane już funkcje informacyjną i nakłaniającą, a funkcję utrwalającą traktuje jako oddziaływanie na klienta w ramach wspierania sprzedaży. Oprócz tego badacz wyróżnia:

- funkcję edukacyjną – polegającą na uświadamianiu odbiorców w kwestii nowych sposobów zaspokajania potrzeb. Poprzez reklamę informuje się o nowym produkcie oraz w szczególny sposób podkreśla się jego walory i wyjątkowość,
- funkcję konkurencyjną – reklamuje się daną rzecz w opozycji do towarów konkurencyjnych. Podkreślane są cechy produktu. Podnosi się jego wartość w celu zmniejszenia atrakcyjności towarów konkurencyjnych³⁶.

Na tym tle zupełnie inaczej postrzega się funkcje reklamy społecznej. Marian Filipiak wskazuje następujące funkcje takiego przekazu:

- wsparcie upośledzonych grup społecznych – funkcja ta polega na udzielaniu prawa głosu osobom marginalizowanym i ignorowanym przez społeczeństwo,
- szybka reakcja społeczeństwa w sytuacjach kryzysowych – zgodnie z tą funkcją przekaz społeczny informuje o tragedii lub kataklizmie, a odbiorcy, u których wyzwała się poczucie solidarności społecznej i obowiązku udzielenia pomocy potrzebującym, realizują cel komunikatu,
- przeredagowanie przestrzeni publicznej – dzięki przekazom społecznym prawo do wypowiedzi ma każdy członek społeczeństwa, a nie tylko władza i organizacje rządowe,
- mechanizm zabezpieczający przed „konsumpcjonistycznym przesteregowaniem” – za pomocą tego mechanizmu reklama społeczna, której celem jest obrona i promocja prospołecznych postaw, minimalizuje pejoratywną ocenę przekazu reklamowego,
- narzędzie promocji reklamodawców, agencji reklamowych, organizacji *non-profit* i mediów – każda reklama społeczna wymaga sponsora. Musi znaleźć się osoba lub grupa osób gwarantująca finansowanie społecznego przekazu. Badacze zauważyli, że dość często firmy finansują reklamy społeczne, by poprawić swój wizerunek. Społeczeństwo lepiej ocenia tych producentów, którzy nie przechodzą obojętnie obok problemów społecznych³⁷.

³⁵ A. Murdoch, *Kreatywność w reklamie*, Warszawa 2004, s. 20.

³⁶ R. Nowacki, op. cit., s. 39.

³⁷ M. Filipiak, op. cit., s. 173–174.

Jak można zauważyć, reklama komercyjna pełni dwie podstawowe funkcje: po pierwsze, służy informowaniu odbiorców o pojawieniu się na rynku danego produktu bądź usługi oraz przedstawieniu ich cech, po drugie zaś, przekonywaniu konsumentów do skorzystania z proponowanej oferty. Jak wskazuje Anna Kozłowska, funkcja informacyjna odgrywa szczególną rolę w dwóch pierwszych etapach podejmowania decyzji o zakupie, ponieważ wywołuje u odbiorców świadomość istnienia poszczególnych produktów. Dzięki temu mogą oni identyfikować podstawowe właściwości produktów, a więc ich cechy fizyczne, i kalkulować korzyści związane z zakupem. Funkcja nakłaniająca z kolei ma szczególne znaczenie na etapie oceny alternatyw i podejmowania decyzji o zakupie³⁸. Pozostałe funkcje związane są z próbą wyróżnienia komunikatu spośród wielu innych reklam, a także służą umniejszaniu wartości konkurencyjnych produktów i usług.

Najogólniej ujmując, funkcje pełnione przez reklamę społeczną również skupiają się na informowaniu i przekonywaniu społeczeństwa. Mają one jednak zupełnie inny charakter, ponieważ owo informowanie i przekonywanie odnosi się do wartości i postaw społecznych. Pokazują, że wszyscy ludzie są pełnoprawnymi członkami społeczeństwa, uczą solidarności społecznej i udzielania pomocy innym, wpływają na wzrost zainteresowania sprawami społecznymi, przypominają, że każdy człowiek ma prawo do jawnego wyrażania swoich sądów i opinii, a także dają szansę na poprawę wizerunku poszczególnych przedsiębiorstw oraz zwalczają negatywne myślenie na temat komunikatów reklamowych. Sprawia to, że celem reklam społecznych jest zysk ideowy, polegający na modyfikowaniu rzeczywistości społecznej poprzez namawianie odbiorców do prospołecznych zachowań, propagowaniu idei, uwrażliwianiu na osoby potrzebujące pomocy, angażowaniu w sprawy społeczne oraz walce z przesądami i stereotypami³⁹. Cele reklamy komercyjnej można opisywać z różnych punktów widzenia. Zależą one między innymi od: dotarcia do świadomości odbiorców, utworzenia związków pomiędzy produktem a konsumentem, utrzymania zainteresowania, zmiany postrzegania produktu, stymulowania potrzeb, wywołania pożądanego działania⁴⁰. Zasadnicze cele komunikatu komercyjnego opisuje Anna Murdoch, według której celem reklamy komercyjnej jest:

- sprawienie, by firma i produkt stały się znane odbiorcom,
- spowodowanie, by jak najwięcej odbiorców zapamiętało nazwę firmy, produktu,

³⁸ A. Kozłowska, *Reklama: socjotechnika oddziaływania*, Warszawa 2001, s. 32–33.

³⁹ M. Bogunia-Borowska, op. cit., s. 129–130.

⁴⁰ M. Gędek, op. cit., s. 131.

- zachęcanie do zakupu produktu,
- wytworzenie i utrzymanie pozytywnej opinii o firmie i produkcie,
- wytworzenie i podtrzymanie przychylności oraz dobrych stosunków z otoczeniem wewnętrznym (pracownikami) i zewnętrznym⁴¹.

Z powyższych uwag wynika, że reklama komercyjna skupia się na rozpowszechnianiu informacji o pojawieniu się na rynku określonego towaru lub usługi. Następnie poprzez zachwalanie cech produktu, usługi i ukazywanie firmy w jak najlepszym świetle przekaz komercyjny służy tworzeniu pozytywnych opinii o reklamowanym produkcie i marce. Zabiegi te sprzyjają podejmowaniu decyzji o zakupie towaru, mają znaczenie w pozyskaniu grupy kupców i w konsekwencji przyczyniają się do wypracowania zysku finansowego.

Liczne typologie i klasyfikacje reklamy komercyjnej pokazują, że komunikaty tego typu można dzielić ze względu na rozmaite kryteria: rodzaj zastosowanej argumentacji, poziom zaangażowania konsumentów w zakup produktu, źródła finansowania, środki masowego przekazu, czas emisji komunikatu, zasięg reklamy, formy działań reklamowych i sposób odbioru reklamy.

Ze względu na to, że istnieje wiele podziałów reklamy komercyjnej, odwołuję się do tych, które ułatwią porównanie obu omawianych typów przekazu. Jacek Kall, opierając się na wykorzystywanych w reklamach argumentach oraz poziomie zaangażowania konsumentów, wskazuje, że reklama komercyjna dzieli się na:

- reklamę informacyjną – promuje ona dobra za pomocą argumentacji racjonalnej, a zaangażowanie konsumentów w zakup produktu lub skorzystanie z usługi jest duże (na przykład reklamy aparatów fotograficznych, sprzętu AGD, polis ubezpieczeniowych),
- reklamę emocjonalną – w tym typie reklamy stosowane są argumenty odwołujące się do emocji, a zaangażowanie odbiorców w zakup produktu lub skorzystanie z usługi jest duże (na przykład reklamy luksusowych kosmetyków, biżuterii, markowych ubrań),
- reklamę tworzącą nawyk – nakłania do zakupu produktu lub skorzystania z usługi za pomocą argumentacji racjonalnej, a zaangażowanie konsumenta w zakup jest małe (na przykład artykuły spożywcze, benzyna),

⁴¹ A. Murdoch, op. cit., s. 19.

- reklamę dającą satysfakcję – w tej reklamie stosowane są argumenty emocjonalne, a zaangażowanie konsumenta w zakup produktu lub skorzystanie z usługi jest małe (na przykład papierosy, słodczyce, napoje chłodzące)⁴².

Robert Nowacki zaproponował inną klasyfikację reklamy komercyjnej. Według badacza przekazy reklamowe można podzielić ze względu na:

- cel oddziaływania reklamy – na podstawie tego kryterium można wyróżnić reklamę 1) informacyjną, a więc przedstawiającą cechy, właściwości i zastosowanie produktu, 2) nakłaniającą, której celem jest przekonywanie odbiorców do zaakceptowania konkretnej oferty, oraz 3) przypominającą konsumentom o walorach produktu,
- źródło i sposób finansowania reklamy – w ramach tego kryterium mówi się o 1) reklamie indywidualnej, której koszty ponosi nadawca komunikatu, oraz 2) reklamie wspólnej, finansowanej przez grupę przedsiębiorstw,
- sposób rozplanowania reklamy w czasie – umożliwiał on wyszczególnienie reklamy 1) ciągłej, emitowanej równomiernie w określonym czasie, 2) pulsacyjnej, związanej z cyklicznym wzrostem i spadkiem natężenia działalności reklamowej, 3) skoncentrowanej, związanej z wykorzystaniem w krótkim czasie wszystkich środków finansowych przeznaczonych na reklamę produktu, oraz 4) okresowej, gdy reklamę emituje się w danym czasie, następnie emisja się przerywa, by powrócić do niej po przerwie,
- geograficzny zasięg oddziaływania reklamy – pozwala on wyróżnić reklamę 1) lokalną, stosowaną przez firmy o niewielkim zasięgu działania, 2) regionalną, obejmującą część kraju, 3) ogólnopolską, emitowaną w ogólnokrajowych mediach, 4) międzynarodową, emitowaną na co najmniej jednym rynku zagranicznym, oraz 5) globalną, polegającą na prowadzeniu tych samych działań reklamowych w wielu krajach w tym samym czasie,
- sposób produkcji reklamy – według tego kryterium można mówić o reklamie 1) wydawniczej, opartej na drukowaniu plakatów, ulotek, broszur reklamowych, oraz 2) pozawydawniczej, obejmującej rozmaite działania reklamowe niezwiązane z techniką drukowania,

⁴² J. Kall, op. cit., s. 35–37.

- rodzaj zmysłów odbierających reklamę – według tego kryterium można wyróżnić reklamę 1) wizualną, obieraną za pomocą zmysłu wzroku, 2) akustyczną, odbieraną zmysłem słuchu, oraz 3) wizualno-akustyczną, odbieraną zarówno wzrokowo, jak i słuchowo,
- sposób dotarcia do odbiorcy – w ramach tego kryterium Nowacki wyróżnia reklamę 1) masową, emitowaną w mediach masowych, 2) pół-masową, wykorzystującą te środki przekazu, dzięki którym reklama dotrze do określonej grupy społecznej, oraz 3) zindywidualizowaną, której odbiorcami są konsumenci wyróżnieni z imienia i nazwiska⁴³.

Niektóre kryteria – jak widać – pojawiają się częściej, inne mają charakter unikatowy. Tylko Jacek Kall ujął kwestię języka w reklamie, co stało się podstawą jego typologii. Klasyfikacja komunikatu komercyjnego zaproponowana przez Roberta Nowackiego jest rozszerzeniem podziału opracowanego przez Antoniego Benedikta.

Proponowane podziały reklamy społecznej zależą od kilku kryteriów: od poruszanego w nich problemu, celu, rodzaju zastosowanej argumentacji i nadawcy. Pierwszy z podziałów, zaproponowany przez Agatę Stafiej-Bartosik i Dominikę Maison, dzieli przekaz społeczny na dwa typy:

- komunikaty, których celem jest namawianie do działań prospołecznych bądź nakłanianie do zmiany postępowania,
- reklamy przyjmujące formę społecznej komunikacji – ich celem jest uwrażliwianie odbiorców na pewne problemy lub promowanie określonych wzorów zachowań⁴⁴.

Drugą typologię reklam społecznych zaproponował Marian Filipiak, który podzielił komunikaty ze względu na:

- podejmowany problem – choroby, bezdomność, przemoc, narkomania itp.,
- zamierzony cel – na przykład apel o jednorazową pomoc finansową, pokazanie powagi danego problemu i wskazanie, jak go rozwiązać, a także zachęcanie, by udzielać się społecznie,
- charakter reklamy – reklama społeczna może ukazywać ciągle występujący problem społeczny, może też dotyczyć cyklicznych akcji charyta-

⁴³ R. Nowacki, op. cit., s. 42–44.

⁴⁴ A. Stafiej-Bartosik, D. Maison, op. cit., s. 8–9.

tywnych bądź jednorazowej akcji związanej z nieprzewidywanym wydarzeniem,

- treści reklamy – może ona zawierać argumenty racjonalne bądź emocjonalne. Argumenty racjonalne wykorzystują zwykle nadawcy przekazów informujących o możliwościach leczenia choroby nowotworowej czy badaniach okulistycznych, dzięki którym możliwe jest wczesne wykrycie jaskry. Argumenty emocjonalne pojawiają się w przekazach, których tematem jest przemoc domowa, narkotyki, alkohol itp.
- nadawcę – może nim być organizacja społeczna, przedsiębiorstwo komercyjne, firma komercyjna wraz z organizacją społeczną, a także kilka przedsiębiorstw komercyjnych⁴⁵.

Podsumowując, reklamę komercyjną i społeczną łączą pewne cechy, ale można wskazać także różnice.

Oba typy reklamy odróżnia przede wszystkim cel. W reklamie komercyjnej promuje się produkty, marki, firmy i usługi w celu pozyskania klientów, pozytywnych opinii o firmie, marce czy produkcie, a także osiągnięcia zysku finansowego. Oznacza to, że postawy, które próbują zmieniać nadawcy przekazów komercyjnych, są niezłożone i słabo zakorzenione w myśleniu stereotypowym czy zwyczajach kulturowych, czego przeciwieństwem jest przekaz społeczny⁴⁶. Nadawcy reklam społecznych poruszają bowiem problemy ważne ze społecznego punktu widzenia, wskazują sposoby ich złagodzenia lub zniwelowania, pobudzają do refleksji, nakłaniają do zmiany dotychczasowego postępowania, promują społecznie pożądane postawy i zachowania, a także zachęcają do aktywnego uczestnictwa w rozmaitych akcjach. Sprawia to, że celem komunikatów społecznych jest zysk ideowy. Jak wskazuje Robert Nowacki: „celem reklamy społecznej nie jest zachęcanie do zakupu reklamowanych produktów, ale nakłonienie do zachowań korzystnych ze społecznego punktu widzenia lub zaniechania działań ocenianych przez obowiązujące w społeczeństwie normy negatywne”⁴⁷. By ten cel mógł być zrealizowany, nadawcy przekazów społecznych często współpracują ze sobą, podczas gdy w reklamach komercyjnych mówi się o konkurencji.

W obu typach reklam stosowane są różne środki perswazyjne, wpływające na umysł i emocje odbiorców. Reklamy społeczne najczęściej wywołują współczucie i lęk. Pierwsze z nich mają wzbudzać przekazy przedstawiające

⁴⁵ M. Filipiak, op. cit., s. 172.

⁴⁶ A. Stafiej-Bartosik, D. Maison, op. cit., s. 10–11.

⁴⁷ R. Nowacki, op. cit., s. 48.

osoby potrzebujące pomocy finansowej, proszące o opiekę czy wsparcie medyczne⁴⁸. Komunikaty wywołujące lęk opierają się na schemacie: najpierw wystraszyć odbiorców, następnie pokazać, jak powinno się postępować⁴⁹. Ukazywanie negatywnych skutków niepożądanego społecznie zachowania ma wzbudzić strach, który powinien przyczynić się do zmiany postępowania. Korzyści płynące z realizacji reklam społecznych są oddalone w czasie⁵⁰. W przekazach komercyjnych mówi się o przyjemnościach i gwarantuje się miłe doznania po skorzystaniu z oferty. Oznacza to, że reklamy komercyjne wywołują emocje pozytywne⁵¹.

Nadawcy reklam komercyjnych i społecznych w różny sposób wykorzystują narzędzia marketingu-mix, obie formy przekazu są jednak elementem zintegrowanej komunikacji marketingowej, która według American Association of Advertising Agencies definiowana jest jako „sposób planowania komunikacji marketingowej, uwzględniający strategiczne znaczenie różnych narzędzi komunikacji – np. reklamy, sprzedaży bezpośredniej, promocji sprzedaży i public relations – i zapewniający ich współdziałanie dla uzyskania przejrzystości, spójności i jak największej siły oddziaływania na odbiorców”⁵².

Ponadto reklamy komercyjne i społeczne powiązane są z modelem AIDA, pokazującym proces oddziaływania komunikatu reklamowego. Zgodnie z tym modelem przekaz reklamowy „powinien przeprowadzić konsumenta przez cztery podstawowe etapy komunikowania rynkowego: zwrócenie uwagi odbiorcy (*attention*), zainteresowanie (*interest*), wzbudzenie chęci zakupu, posiadania (*desire*), pobudzenie do działania (*action*)”⁵³. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że w celu przyciągnięcia uwagi odbiorców nie powinno się projektować reklam niezgodnych z prawem i normami społecznymi.

Podobieństwa między reklamą komercyjną i społeczną wynikają ze specyfiki gatunkowej reklamy. Pojawiają się definicje łączące oba typy przekazu, czego dowodem jest powszechnie przyjęta wykładnia reklamy opracowana w 1948 roku przez Amerykańskie Stowarzyszenie Marketingu: „reklama to wszelka płatna forma nieosobowego przedstawiania i popierania towarów, usług lub idei przez określonego nadawcę”⁵⁴.

⁴⁸ D. Doliński, *Psychologiczne mechanizmy reklamy*, Gdańsk 2010, s. 270.

⁴⁹ K. Religa, *Emocje w reklamie społecznej*, „Marketing w Praktyce” 2008, nr 9, s. 38–40.

⁵⁰ A. Stafiej-Bartosik, D. Maison, op. cit., s. 11.

⁵¹ R. Nowacki, op. cit., s. 48.

⁵² J. Woźniczka, *Efekty reklamy i ich pomiar*, Wrocław 2012, s. 13.

⁵³ A. Kozłowska, op. cit., s. 25.

⁵⁴ A. Benedikt, op. cit., s. 14.

COMMERCIAL ADVERTISEMENT AND SOCIAL ADVERTISEMENT IN THE PERSPECTIVE OF CONFRONTATION OF THEIR DIFFERENCES AND SIMILARITIES

ABSTRACT

Agata Stafiej-Bartosik and Dominika Maison mention that people consider that only subject distinguishes commercial advertisement and social advertisement. They point out that it is a simplified way of thinking. This opinion was inspiration to write of this article. The paper describes similarities and differences between commercial advertisement and social advertisement.

KEYWORDS

commercial advertisement, social advertisement, essence of the advertisement

BIBLIOGRAFIA

1. *Akademia Europejska – materiały szkoleniowe*, [online] <http://www.fks.org.pl/b-art-reklama.php> [dostęp: 1.02.2017].
2. Barańska M., *Reklama i jej ograniczenia. Standardy europejskie a prawo polskie*, Warszawa 2011.
3. Benedikt A., *Reklama jako proces komunikacji*, Wrocław 2004.
4. Bogunia-Borowska M., *Reklama jako tworzenie rzeczywistości społecznej*, Kraków 2004.
5. Doliński D., *Psychologiczne mechanizmy reklamy*, Gdańsk 2010.
6. Filipiak M., *Homo communicans: wprowadzenie do teorii masowego komunikowania*, Lublin 2003.
7. Gędek M., *Reklama: zarys problematyki*, Lublin 2013.
8. Gołaszewska-Kaczan U., *Zaangażowanie społeczne przedsiębiorstwa*, Białystok 2009.
9. Grzegorzczak A., *Reklama*, Warszawa 2010.
10. Gwozda M., *Reklama społeczna jako narzędzie marketingu społecznego*, [w:] *Reklama w społeczeństwie informacyjnym: konteksty społeczno-edukacyjne*, red. E. Kowalska, M. Kowalski, Tychy 2010.
11. Kall J., *Reklama*, Warszawa 1994.
12. Kozłowska A., *Reklama: socjotechnika oddziaływania*, Warszawa 2001.
13. Kramer T., *Podstawy marketingu*, Warszawa 1998.
14. Kwarciać B., *Co trzeba wiedzieć o reklamie*, Kraków 1997.
15. Maison D., Maliszewski N., *Co to jest reklama społeczna*, [w:] *Propaganda dobrych serc czyli Rzecz o reklamie społecznej*, red. D. Maison, P. Wasilewski, Kraków 2002.
16. McCarthy E. J., Perreault W. D., *Essentials of Marketing*, Homewood 1989.
17. Murdoch A., *Kreatywność w reklamie*, Warszawa 2004.
18. Musiałkiewicz, *Marketing*, Warszawa 2000.
19. Niestrój R., *Istota i znaczenie marketingu*, [w:] *Podstawy marketingu*, red. J. Altkorn, Kraków 1996.
20. Nowacki R., *Reklama: podręcznik*, Warszawa 2005.
21. Pitrus A., *Zrozumieć reklamę*, Warszawa 1999.
22. Religa K., *Emocje w reklamie społecznej*, „Marketing w Praktyce” 2008, nr 9.

23. Sargeant A., *Marketing w organizacjach non profit*, tłum. W. Kisiel, Kraków 2004.
24. Stafiej-Bartosik A., Maison D., *Reklama społeczna – czym jest i jak się zmienia*, [w:] *Szlachetna propaganda dobroci, czyli drugi tom o reklamie społecznej*, oprac. i red. P. Wasilewski, współprac. D. Maison, A. Stafiej-Bartosik, Kraków 2007.
25. Strużycki M., Heryszek T., *Nowoczesna reklama na współczesnym rynku*, Warszawa 2007.
26. Woźniczka J., *Efekty reklamy i ich pomiar*, Wrocław 2012.

MICHAŁ WÓJCIAK

UNIwersytet Jagielloński
WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ,
KATEDRA ZARZĄDZANIA MEDIAMI I REKLAMY
E-MAIL: MICHALWOJCIAK@VP.PL

Na wybiegu bez zmian – militarne inspiracje w branży mody

STRESZCZENIE

Artykuł stanowi przegląd wybranych przykładów wykorzystania motywów militarnych w kontekście mody, scharakteryzowanej przez pryzmat teorii aktora-sieci jako zjawisko o niejednoznacznym charakterze. Już podczas II wojny światowej cywile, również kobiety, powszechnie nosili trencze. Z kolei w czasach wojny w Wietnamie wiele młodych osób traktowało fragmenty umundurowania, wojskowe kurtki czy spodnie jako symbol antywojennego protestu. Prekursorką tej estetyki była Elsa Schiaparelli, Włoszka, która jako pierwsza wykorzystwała wzór moro w historii *haute couture*. W 2003 roku Madonna, przeciwniczka zbrojnej interwencji w Iraku, przygotowała kontrowersyjny teledysk *American Dream*. W 2010 roku militarne inspiracje znalazły się między innymi w kolekcjach Burberry czy Balmain. Wśród sesji zdjęciowych odwołujących się do militarnej estetyki odnaleźć można zarówno realizacje konwencjonalne, jak i te mocno dyskusyjne. Militarna moda to także satyra na uniform wojskowy w wykonaniu Thoma Browne’a, kobiety piratki Jeana Paula Gaultiera, amazonki Alexandra McQueena, wybranki krzyżowców duetu Viktor & Rolf czy rycerze Dolce & Gabbana. Oprócz analizy literaturowej zaproponowano również interpretację wybranych sesji zdjęciowych w kontekście utrwalania i przełamywania stereotypów dotyczących płci.

SŁOWA KLUCZOWE

moda, trendy, wojna, militaryzm, mundur

W znanym hollywoodzkim filmie *Diabeł ubiera się u Prady* (reż. David Frankel, 2006), będącym satyrą na próżny i zmienny świat mody, redaktor naczelna fikcyjnego magazynu „Runaway” Miranda Priestley podczas kolegium redakcyjnego zbywa ironicznym komentarzem propozycję jednej z dzienni-

karek dotyczącą przedstawienia trendu florystycznego („Kwiaty na wiosnę? Przełomowe!”)¹. Podobnie można by ująć tematykę związaną z inspiracjami militarnymi w modzie, które są stałym elementem sezonu jesienno-zimowego. Niepisaną regułą jest pojawienie się na wybiegach oraz w sesjach zdjęciowych związanych z drugą połową roku między innymi okryć wierzchnich w wojskowym stylu czy akcesoriów o zbrojnym rodowodzie. Inspiracje wojenne mniej lub bardziej historyczne obecne są również w sezonach wiosenno-letnich, ale mają mniejsze natężenie. Tekst jest próbą spojrzenia na trend militarny w modzie XX i XXI wieku.

Moda w kontekście teorii aktora-sieci

Kiedy Indianie zwiedzali wojenny okręt zachodni żeglujący w roku 1857 po rzece Paragwaju, marynarze z „Maracanha” ujrzeli nazajutrz motyw w formie kotwicy na ich ciałach; pewien Indianin dał sobie nawet namalować na piersiach mundur oficerski dokładnie odtworzony, z guzikami, galonami, pasem i połami².

Przedstawiony przykład z książki *Smutek tropików* Claude’a Levi-Straussa pokazuje, że indiańskie plemiona w połowie XIX wieku były pod wrażeniem umundurowanych Europejczyków przybywających do wybrzeży krajów Ameryki Południowej. Jest to znakomity punkt wyjścia rozważań o roli motywu wojny i militariów w modzie. Uwypukla jedno z najważniejszych zjawisk – naśladownictwo, dzięki któremu moda może powstawać, rozpowszechniać się i powszednieć. Na ten wymiar mody zwracał uwagę Georg Simmel, traktujący modę jako wyraz uspołecznienia jednostki:

[...] naśladownictwo daje jednostce zadowolenie, które płynie z faktu, iż nie jest ona samotna w swoich poczynaniach. Kiedy naśladujemy, przenosimy nie tylko roszczenia do twórczej działalności, ale i odpowiedzialność za działanie z siebie na kogoś innego. Tak oto jednostka uwalnia się od kłopotu poszukiwania i jawi się jako wytwór grupy, jako naczynie treści społecznych³.

Niemiecki socjolog zwracał również uwagę, że moda to przede wszystkim zjawisko o charakterze klasowym. Klasy niższe przejmują od wyższych styl ubierania, co z kolei zmusza przedstawicieli elit do poszukiwania nowych

¹ W oryginale: „Florals? For Spring? Groundbreaking”. Por. *Diabeł ubiera się u Prady*, reż. D. Frankel, USA 2006, 00:58:12–00:58:20.

² C. Levi-Strausse, *Smutek tropików*, tłum. A. Steinberg, Warszawa 1964, s. 173.

³ G. Simmel, *Filozofia mody*, [w:] *Socjologia. Lektury*, red. P. Sztompka, M. Kucia, Kraków 2007, s. 272.

rozwiązań estetycznych⁴. W podobnym duchu pisał o modzie Thorstein Veblen, zwracając uwagę, że jest ona narzędziem, umożliwiającym określenie statusu majątkowego danej osoby oraz jej nastawienia do pracy⁵.

Koncepcje obu badaczy reprezentują teorię *trickle down*, zgodnie z którą wzorce niejako „przesączają się” od elit do klas niższych. Jednak dwudziestowieczny rozwój branży mody sprawił, że taki sposób wytłumaczenia mechanizmu jej rozpowszechniania okazał się niewystarczający. Pojawiły się zatem idee *trickle across* oraz *trickle up*. Zgodnie z *trickle across* to, co modne, jest warunkowane przez popularyzację zjawisk między grupami, które można umiejscowić na porównywalnym poziomie społecznym⁶. Według *trickle up* źródłem nowych poszukiwań są także klasy niższe oraz ruchy subkulturowe⁷. We współczesnych społeczeństwach trudno mówić o wyraźnych podziałach klasowych, a sama moda stała się narzędziem tworzenia zmiennych tożsamości.

W kulturze mody nie istnieje tylko jedna wielka narracja, której definicja rzeczywistości, normy i standardy są odbierane jako naturalne i niekwestionowane. Nie ma jednoznacznych wytycznych, jak być modnym – konsument wybiera spośród rozmaitych interpretacji mody, będąc pod wpływem przynależności do grup społecznych, etnicznych lub pod wpływem czynników dalece bardziej osobistych, jak nastrój, sytuacja czy charakter. Co więcej, heterogeniczność i płynność współczesnego stylu pozwala na swobodne oraz twórcze interpretacje, rozwiązania i zestawienia całej gamy sprzecznych ze sobą tożsamości i znaczeń⁸.

Obecnie modę należy zatem rozpatrywać jako system autoreferencyjny, w ramach którego nowe mody naśladują te minione⁹. Ponadto, to właściwie moda staje się mechanizmem wyznaczającym granice konstytuowania się poszczególnych grup społecznych, różnicujących się na podstawie swojego postrzegania trendów, definiowanych przez Henrika Vejlgaarda jako długofalowy proces zmiany¹⁰. Za autorem *Anatomii trendu* można wskazać na

⁴ Ibidem, s. 273.

⁵ T. Veblen, *Teoria klasy próżniaczej*, tłum. J. i K. Zagórcy, Warszawa 1971, s. 152.

⁶ C. W. King, L. J. Ring, *The Dynamics of Style and Taste Adoption and Diffusion: Contributions From Fashion Theory*, „NA – Advances in Consumer Research” 1980, Vol. 7, [online] <http://www.acrwebsite.org/volumes/9638/volumes/v07/NA-07> [dostęp: 26.01.2017].

⁷ B. Dowgiałło, *Ubieranie się jako forma uspołecznienia: o aktualności koncepcji mody Georga Simmla*, Gdańsk–Sopot 2015, s. 39–40.

⁸ A. Antonowicz, *Utopia mody punkowej – od kontestacji do muzeum*, „Dialog” 2014, nr 4, s. 242.

⁹ B. Dowgiałło, op. cit., s. 43.

¹⁰ H. Vejlgaard, *Anatomia trendu*, tłum. D. Wąsik, Kraków 2008, s. 27.

występowanie sześciu grup trendowych: trendsetterów, podążających za trendami, wczesnych mainstreamowców, mainstreamowców, późnych mainstreamowców oraz konserwatystów. To, czy dana jednostka ulega trendom, zależy od wielu czynników, takich jak między innymi osobowość, poziom zamożności, ilość wolnego czasu czy wiek. Trendy wyłaniają się wśród grup je kreujących, za które uważa się: młodych ludzi, projektantów, artystów, osoby majątne, celebrytów, homoseksualistów, przedstawicieli subkultur. Następnie „przechodzą” przez poszczególne grupy naśladowców, aż do momentu dotarcia do tak zwanej grupy konserwatystów, opierających się zmianom, ale w końcu zmuszonych im ulec¹¹.

Moda jako fenomen jest nie tylko zjawiskiem społecznym, ale również estetycznym, tworzonym i umacnianym poprzez obrazy i spektakle. Roland Barthes, autor książki *System mody*, której bohaterem stały się francuskie żurnale z końca lat pięćdziesiątych XX wieku, pisał o obrazach „pobudzających fascynację”¹². Moda jak żadna inna dziedzina jest ściśle powiązana z mediami¹³. Pojawiające się w magazynach reklamy, sesje zdjęciowe, filmy z pokazów czy publikowane w mediach społecznościowych posty mają wyraźną funkcję marketingową. Właśnie dzięki reklamie i działaniom marketingowym ubrania oraz akcesoria opuszczające fabryki stają się modą¹⁴. Pokazy to zaś kwintesencja mody w sensie Baudrillardowskiej symulacji, w której w oparciu o znaki ze świata rzeczywistego tworzona jest hiperrzeczywista iluzja¹⁵.

Moda jest również postrzegana w kategoriach sztuki. Dyskurs ten osiągnął swój szczyt w ostatniej dekadzie XX wieku, kiedy między innymi upowszechniło się prezentowanie mody w ramach wystaw organizowanych w muzeach, a projektanci, tacy jak Victor i Rolf, Martin Margiela, Rei Kawakubo czy Hussein Chalayan, połączyli krawiecką technikę z intelektualnym pierwiastkiem¹⁶. Związek mody i sztuki jest jednak wzajemną wymianą znaczeń:

Moda jest kanibalistycznym biznesem. Asymiluje wszystko, co jest wizualnie ciekawe – sztukę wysoką, graffiti, fotografię, nawet pornografię. Współczesna sztuka sięga do zasobów mody, ale zazwyczaj wykorzystuje te jej aspekty, którymi świat mody się

¹¹ Ibidem, s. 87.

¹² R. Barthes, *System mody*, tłum. M. Falski, Kraków 2005, s. 31.

¹³ J. Bradford, *Fashion Journalism*, London–New York 2014, s. 35.

¹⁴ M. Tungate, *Fashion Brands: Branding Style from Armani to Zara*, London 2008, s. 1.

¹⁵ J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, tłum. S. Królak, Warszawa 2005, s. 6.

¹⁶ A. Geczy, V. Karaminas, *Fashion and Art: Critical Crossovers*, [w:] *Fashion and Art*, eds. A. Geczy, V. Karaminas, London–New York 2012, s. 9.

nie zajmuje, takie jak: patologiczny konsumeryzm, znaczenie metek czy zaburzenia odżywiania¹⁷.

Ta wielość znaczeń mody sprawia, że trudno zdefiniować ją jako zjawisko o wyraźnym charakterze i określonych właściwościach. Dlatego na modę spojrzeć można przez pryzmat teorii aktora-sieci, która podważyła tradycyjny sposób uprawiania socjologii i położyła nacisk na procesualną stronę zjawisk, w codziennym życiu sprowadzanych do pojedynczych pojęć¹⁸. Zdaniem jednego z twórców ANT (skrót od *actor-network theory*), Brunona Latoura, teoria ta stanowi kontynuację myśli Gabriela Tarde'a, żyjącego na przełomie XIX i XX wieku francuskiego socjologa, dla którego to, co społeczne, stanowiło efekt różnego rodzaju powiązań¹⁹. Zgodnie z tym założeniem we wspomnianej teorii kluczowym pojęciem jest „aktor”, czyli coś, co działa²⁰. Aktorami są zarówno ludzie, jak i przedmioty, czyli czynniki ludzkie oraz pozaludzkie²¹, które same w sobie są nieopisywalne, znaczenie zyskując dopiero w relacji aktor – sieć. W tym zestawieniu słownym pojęcia aktora i sieci równoważą się, a sama sieć stanowi raczej narzędzie, dzięki któremu można opisać pewne zjawiska, niż coś, co bezpośrednio ma się stać przedmiotem opisu²². Moda zatem nigdy nie ogranicza się tylko do ubioru, lecz jest związana z szeregiem zagadnień dotyczących na przykład funkcjonowania kapitalistycznego społeczeństwa czy struktury ekonomicznej²³. Wykorzystanie teorii aktora-sieci zdaje się zatem zasadnym podejściem do badania mody, co zresztą postuluje znana badaczka mody Joanne Entwistle²⁴. W kolejnych podrozdziałach pokażę na przykładach, w jaki sposób relacje pomiędzy poszczególnymi aktorami uwarunkowały i warunkują popularność militarnego trendu, a także zaproponuję kilka tropów interpretacyjnych dotyczących wykorzystywanych sposobów obrazowania.

¹⁷ V. Steele, *Fashion*, [w:] *Fashion & Art...*, op. cit., s. 24.

¹⁸ A. Pałęcka, *Teoria aktora-sieci jako ontologia dla socjologii wizualnej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2014, t. 10, nr 4, s. 8.

¹⁹ B. Latour, *Splatając na nowo to, co społeczne: wprowadzenie do teorii aktora-sieci*, tłum. A. Derra, K. Abriszewski, Kraków 2010, s. 22.

²⁰ K. Abriszewski, *Poznanie, zbiorowość, polityka: analiza teorii aktora-sieci Bruno Latoura*, Kraków 2012, s. 74.

²¹ Idem, *Wstęp*, [w:] B. Latour, *Splatając na nowo to, co społeczne: wprowadzenie do teorii aktora-sieci*, tłum. A. Derra, K. Abriszewski, Kraków 2010, s. XXX-XXXI.

²² B. Latour, op. cit., s. 188.

²³ J. Entwistle, *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*, Cambridge 2000, s. 48.

²⁴ A. Rocamora, A. Smelik, *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists (Dress Cultures)*, London 2015, s. 23.

Wybrane przykłady zainteresowania modą militarną w XX wieku

W XX wieku w Europie i Stanach Zjednoczonych bardzo wiele rozwiązań stosowanych w armii zostało przyjętych przez cywilów. Znany współcześnie pod nazwą „trench” rodzaj płaszcza wyewoluował z różnego rodzaju okryć stosowanych w armii brytyjskiej w XIX i XX wieku²⁵. W powszechnej świadomości ta charakterystyczna część garderoby łączona jest z postacią Thomasa Burberry’ego, który zaczął tworzyć tego typu okrycia z gabardyny, innowacyjnego w tamtych czasach materiału wełnianego, odpornego na złe warunki atmosferyczne. Pomiędzy 1914 a 1918 rokiem wśród żołnierzy armii brytyjskiej rozdysponowano ponad pół miliona płaszczy Burberry. Po I wojnie światowej dwurzędowe, wiązane w pasie, wodoodporne płaszcze z charakterystycznym kołnierzem zostały wprowadzone do ogólnego użytku. Na przestrzeni dekad wśród osób noszących trenchy znalazły się osoby ze świata polityki, filmu czy literatury, takie jak Winston Churchill, Ronald Reagan, Humphrey Bogart, Katharine Hepburn, George Bernard Shaw²⁶.

Motywy militarne w swojej pracy chętnie wykorzystywała Elsa Schiaparelli (1890–1973), włoska projektantka, która zadebiutowała w 1927 roku. Jest ona znana przede wszystkim jako osoba romansująca z motywami dadaistycznymi oraz surrealistycznymi (współpracowała między innymi z Salvadorem Dalí). Kiedy we wrześniu 1939 roku Francja i Anglia wypowiedziały Niemcom wojnę, Schiaparelli postanowiła w kolekcji na lato 1940 roku wykorzystać motyw trenchu oraz taftę drukowaną we wzór moro. Było to pierwsze użycie charakterystycznego militarnego desenu w historii mody *haute couture*²⁷. Projektantka chętnie wykorzystywała kieszenie nakładane na przykład w damskim kombinezonie, dzięki czemu kobieta mogła obyć się bez torebki²⁸. W zakiecie z 1940 roku kieszenie zostały przeskalowane i ozdobione złotymi haftami, co dało efekt połączenia praktyczności i ekskluzywności w ramach jednego asortymentu²⁹. Styl włoskiej projektantki

²⁵ J. Tynan, *Burberry Trench Coat in First World War Britain*, „Journal of Design History” 2011, Vol. 24, No 2, s. 148.

²⁶ S. Pendergast, T. Pendergast, *Fashion, Costume, and Culture. Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear Through the Ages*, ed. S. Hermsen, Farmington Hills 2004, s. 688–690.

²⁷ M. Wójciak, *Od Elsy Schiaparelli do Jeremy’ego Scotta – ubiór w kategoriach kiczu i kam-pu*, [w:] *Kicz w języku i komunikacji*, red. B. Kudra, E. Szkudlarek-Śmiechowicz, Łódź 2016, s. 219–220.

²⁸ Maison Schiaparelli, 1939, [online] <http://www.schiaparelli.com/fr/maison-schiaparelli/l-histoire-de-la-maison/#annees30> [dostęp: 11.02.2016].

²⁹ Maison Schiaparelli, 1940, [online] <http://www.schiaparelli.com/fr/maison-schiaparelli/l-histoire-de-la-maison/#annees40> [dostęp: 11.02.2016].

określano jako *hard chic* (ostrzy, odważny szyk). Składały się na niego takie elementy, jak ostre, wutowane ramiona, podkreślona talia oraz wąskie biodra, co miało nadać kobiecej sylwetce charakterystyczny uniformistyczny charakter, tak mocno kojarzący się z męską garderobą i wojskowym mundurem³⁰. Annita Boyd podkreśla, że to właśnie doświadczenie wojenne wpłynęło na charakter prac Schiaparelli. Elementy wojskowe są dostrzegalne zarówno w jej pracach wczesnych, jak i tych późniejszych, powojennych, a także w kampaniach reklamowych. Krawaty sygnowane przez Schiaparelli, sprzedawane w Bachrach Menswear przy Madison Avenue w Nowym Jorku, reklamowano w 1949 roku grafiką przedstawiającą brodatego mężczyznę, palącego cygaro w fotelu, otoczonego przez dwójkę dzieci, żonę oraz francuskiego pudła. Postać tę można utożsamiać z weteranem wojennym. W tym kontekście krawat od Schiaparelli miał być prezentem, stanowiącym wspomnienie czasu spędzonego w Paryżu. Sama projektantka zwracała uwagę, że w czasie II wojny światowej wielu żołnierzy kupowało w butikach prezenty dla swoich partnerek lub matek³¹.

W latach siedemdziesiątych XX wieku wojskowe koszule i kurtki stały się elementem ubioru członków ruchu hipisowskiego. Subkultura ta wykrystalizowała się w Stanach Zjednoczonych około 1965 roku w wielu miejscach, z naciskiem na San Francisco, gdzie rozwijała się scena psychodelicznego rocka. Właśnie w tym mieście hipisowskie idee zyskiwać zaczęły formę zorganizowanego ruchu. W tym czasie wytworzone zostały również estetyczne podstawy charakterystycznego stylu, z odniesieniami do kultury Indian oraz Wschodu, między innymi Indii i Nepalu. Składały się na niego między innymi buty Beatle Boots oraz Clarks Desert Boots, t-shirty, koszule, dżinsowe lub skórzane kurtki. Ważne były akcesoria, takie jak opaski na włosy, kapelusze czy biżuteria z koralików, a także zdobienia w postaci frędzli czy farbowania. Specyfiką ruchu hipisów amerykańskich oraz zachodnioeuropejskich był sprzeciw wobec kapitalistycznego ładu. Dlatego zaopatrywali się w ubrania i akcesoria w sklepach z taną odzieżą czy oferujących odzież militarną. Istotnym elementem światopoglądu hipisów był pacyzizm, którego symbolem stał się między innymi gest wsuwania żywych kwiatów w lufy karabinów policji i wojska tłumiących antywojenne demonstracje. *Flower power* („kwiatowa siła”) to określenie, które często jest stosowane do opisanego ruchu hipisowskiego, co również wywołuje skojarzenia z oddziałem bojowym. Kwiaty oznaczały także połączenie z naturą. In-

³⁰ A. Boyd, *In the Service of Clothes: Elsa Schiaparelli and the War Experience*, [w:] *Fashion and War in Popular Culture*, ed. D. N. Rall, Bristol 2014 [E-book], lok. 1349.

³¹ Ibidem, lok. 1492.

nym charakterystycznym hasłem było *Make love, not war* („Czyń miłość, nie wojnę”)³².

Również inne ruchy subkulturowe chętnie przyjmowały elementy wojskowego umundurowania. W latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XX wieku kurtka lotnicza MA-1, popularnie określana jako *bomber jacket*, stała się charakterystycznym okryciem stylu punk, choć nosili ją także skini. Model ten pojawił się w latach pięćdziesiątych i wyparł wcześniejsze rodzaje tego typu okrycia stosowanego w wojsku. Amerykańska armia poszukiwała lżejszego typu od stosowanych wcześniej kurtek ze skóry i bawełny, opcjonalnego w różnych warunkach pogodowych. Zaproponowano kurtki wykonane z nylonu, z poliestrową podszewką oraz możliwością zapięcia na suwak. W latach osiemdziesiątych kurtki te pojawiły się na łamach mody magazynów „The Face” oraz „i-D”. Chętnie noszono je w Stanach Zjednoczonych, Europie czy Japonii, szczególnie w zimie³³. Najpopularniejsze modele tworzy amerykańska marka Alpha Industries, która powstała w 1959 roku. Firma ta, szyjąca początkowo kurtki w ramach kontraktu z armią, z czasem stała się międzynarodowym dostawcą ubrań w amerykańskim, militarnym stylu. W ostatnich sezonach kurtki typu bomber proponuje praktycznie każda marka sieciowa, także ZARA czy H&M, a na wybiegach pojawiły się wariacje na jej temat, na przykład przeskalowane projekty koreańskiej marki Juun J. w sezonie jesień-zima 2013³⁴.

Innym lotniczym gadżetem, który zdobył popularność, stały się okulary *Aviator* („pilot”, „lotnik”), wprowadzone w 1936 roku przez firmę Bausch & Lomb. Miały one służyć ochronie wzroku lotników, stąd też wzięła się ich nazwa. Charakteryzują się metalową oprawką, dużymi, ciemnymi szklami, których powierzchnia jest trzy razy większa od gałki ocznej, oraz podwójnym lub potrójnym mostkiem pomiędzy nimi. Stały się dobrze znane za sprawą Douglasa MacArthura, gdy zdjęcie generała noszącego ten model okularów przeciwśłonecznych znalazło się w prasie. W latach siedemdziesiątych XX wieku ich nowa plastikowa wersja przeniknęła do głównego nurtu, stając się symbolem ery disco. Ich ostateczny sukces przypieczętowało pojawienie się modelu *Ray-Ban 3025* (znanego jako *Ray-Ban Aviator*) w filmie *Top Gun* (reż. Tony Scott, 1986). Jest to przykład udanego lokowa-

³² Zob. W. Wrzesień, *Krótką historia młodzieżowej subkulturowości*, Warszawa 2013, s. 152–154.

³³ G. O’Hara, *The Encyclopedia of Fashion*, New York 1986, s. 48.

³⁴ *2013 Fall/Winter Lookbook*, [online] http://www.juunj.com/collections/2013_fw/index.jsp [dostęp: 11.02.2016].

nia produktu. W ciągu siedmiu miesięcy po premierze filmu sprzedaż okularów wzrosła o 40%³⁵.

W 2003 roku Madonna wydała swój dziewiąty album studyjny *American Life*. Pierwszy singiel z płyty nosił ten sam tytuł i w krytyczny sposób odnosił się do współczesnego, konsumpcyjnego stylu życia. Towarzyszył mu kontrowersyjny teledysk, przedstawiający inspirowany militarnym stylem pokaz mody. Prezentacja zaczyna się standardowym przejściem modeli i modelek. Następnie sytuacja zagęszcza się i na scenie rozgrywają się batalistyczne sceny. Sama wokalistka wciela się w rebeliantkę, która w kulminacyjnym momencie wjeżdża na wybieg czołgiem. Całość przeplatana jest ujęciami spadających bomb, wybuchów oraz ofiar wojennych³⁶. Premiera zbiegła się w czasie z rozpoczęciem przez Amerykanów zbrojnej interwencji w Iraku. Ostatecznie zdecydowano się zastąpić odważną realizację klipem, w którym wokalistka śpiewa na tle przenikających się państwowych flag³⁷. W kwietniu 2003 roku na stronie Madonny pojawiło się oświadczenie:

Zdecydowałam się nie wydawać mojego nowego teledysku. Został on zrealizowany przed rozpoczęciem wojny i w tym momencie nie jest stosowny. Z powodu niestabilnej sytuacji na świecie i z szacunku do sił zbrojnych, które wspieram i za które się modłę, nie chcę ryzykować obrażenia nikogo, kto mógłby dokonać błędnej interpretacji znaczeń przedstawionych w tym wideo³⁸.

Na podstawie wybranych przykładów wyraźnie widać, że za wyłonienie się militarnej estetyki w ramach mody odpowiada wiele czynników. Na początku wieku było to między innymi zainteresowanie projektantów czy ich współpraca z armią. Można podejrzewać, że po zakończeniu II wojny światowej Thomasowi Burberry'emu zależało na poszerzeniu kręgu potencjalnych odbiorców oferowanych przez niego trendy i wypromowaniu ich wśród cywilów. Z kolei znane osoby, które je nosiły, umocniły pozycję tego typu płaszcza jako modnego elementu ubioru. Po latach zdjęcia tych osób podkreślać mogą kultowość trendy, a także ich ponadczasowość. Z kolei przykłady skinów, hipisów, Madonny oraz okularów *Ray-Ban*, które stały się popularne dzięki filmowi *Top Gun*, zwracają naszą uwagę na rolę ruchów subkulturowych oraz mediów w rozpowszechnianiu się mody. Zgodnie

³⁵ V. Brown, *Cool Shades: The History and Meaning of Sunglasses*, London 2015, s. 36–38.

³⁶ Madonna, *American Dream*, reż. J. Åkerlund, 2003.

³⁷ Ibidem.

³⁸ ABC News, *Why Did Madonna Censor Her Own Video?*, [online] <http://abcnews.go.com/GMA/story?id=125227&page=1> [dostęp: 11.02.2016].

z teorią ANT mamy w tym wypadku do czynienia z szeregiem translacji³⁹. W ich wyniku trend militarny stał się czarną skrzynką, rodzajem ustabilizowanej całości, złożonej z poszczególnych elementów, jak na przykład organizacja, telewizor czy drużyna piłkarska⁴⁰. Moda może zatem odwoływać się do trendu militarnego w ramach samego systemu mody, bez sięgania do tego, co bezpośrednio wpłynęło na jego wyłonienie się. Dlatego, jak zostało podkreślone we wstępie, trend militarny stanowi obecnie stały punkt odniesienia modowych poszukiwań.

Popularyzacja trendu militarnego na początku XXI wieku

W 2001 roku motywy militarne były mocno obecne w kolekcji Alexandra McQueena pt. *What a Merry Go Round* (jesień-zima 2001). Koncept kolekcji opierał się na dwóch filmowych inspiracjach. Pierwszą z nich była postać złowrogiego Child Catchera z filmu *Nasz cudowny samochódzik* (reż. Ken Hughes, 1968). Całość prezentacji przypominała dziecięcy koszmar. Wybieg stanowił skrzyżowanie cyrku i lunaparku, z ustawioną na środku karuzelą. Drugą inspiracją był film *Kabaret* (reż. Bob Fosse, 1972), co zostało szczególnie uwidocznione w formie ubrań, stanowiących nawiązanie do mody lat dwudziestych, trzydziestych i czterdziestych XX wieku⁴¹. Pojawiły się lateksowe zestawy z usztywnianymi kołnierzami przypominające mundury, „spadochroniarski” kombinezon, długie płaszcze z szamerunkami, wysoki obcas w formie oficerek czy charakterystyczne wojskowe nakrycia głowy w połączeniu z piórami. Całość dopełniały ciemno pomalowane usta oraz lokowane fryzury. Prezentacje zamknęły modelki w makijażach nawiązujących do figury clowna⁴².

Dużą zasługę w spopularyzowaniu trendu militarnego w XXI wieku ma dom mody Burberry, który w 2010 roku zaprezentował kolekcję pełną okryć wierzchnich w wojskowym stylu. Dyrektor kreatywny marki Christopher

³⁹ M. Callon, *Wprowadzenie do socjologii translacji. Udomowienie przegrzebków i rybacy znad zatoki Saint-Brieuc*, [w:] *Studia nad nauką i technologią: wybór tekstów*, red. E. Bińczyk, A. Derra, Toruń 2014, s. 324.

⁴⁰ K. Abriszewski, *Teoria Aktora-Sieci Bruno Latoura*, „Teksty Drugie” 2007, nr 1–2, s. 121.

⁴¹ K. Bethune, *WHAT A MERRY GO ROUND*, [online] <http://www.vam.ac.uk/museum-of-savagebeauty/rel/encyclopedia-of-collections-what-a-merry-go-round/#related-objects> [dostęp: 11.02.2016].

⁴² *Zdjęcia z pokazu Alexander McQueen (sezon wiosna-lato 2003)*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/alexander-mcqueen/slide-show/collection> [dostęp: 11.02.2016].

Bailey przyznał: „Myślałem o uniformach i kobietach kadetach – wszystko to zaczęło się, kiedy natknąłem się w archiwach na zdjęcia kurtki lotniczej. Rozpocząłem prace projektowe i zauważyłem, że model ten może być tak samo wszechstronny jak trencz – silny i sexy, męski i kobiecy”⁴³. W kolekcji pojawiły się wszelkie odmiany lotniczych okryć: z futra, kożucha, krótsze, dłuższe, zapinane dwurzędowo, z ogromnymi kołnierzami, kłamrami czy w formie długich płaszczy. Zdaniem Sarhy Mower, redaktorki magazynu „Vogue”, wszystkie na tyle ciekawe, że trudno podjąć decyzję, który model wybrać⁴⁴. Również męska część klienteli została postawiona przed trudną selekcją. Modele na wybiegu prezentowali się niczym szeregowi lotnicy brytyjskich sił wojskowych⁴⁵. W lookbooku Pre-Fall 2016 Burberry podtrzymuje trend na militarne okrycia. W kolekcji, mocno inspirowanej latami siedemdziesiątymi, obecne są podbite futrem puchówki, oversize’owe bombery oraz krótki kożuch z przeskalowanym kołnierzem⁴⁶.

Kolekcja Balmain na sezon wiosna-lato 2010 opierała się na koncepcji militarizmu w wersji *glamour*: dopasowane, wąskie jeansy w zestawieniu z dziurawymi t-shirtami i żakietami kojarzącymi się z mundurem, seksowne, krótkie sukienki, koszule z pagonami. W ubraniach zostały wykorzystane cekinowe aplikacje układające się we wzór moro, surowe wykończenia, cięcia, patchworkowe łączenia, przetarcia czy farbowania. Obecne były także medale i szamerunki. Wszystko w kolorach oliwkowej zieleni, beżu, odcieniach szarości, czerni, a także ciemnego złota i srebra⁴⁷. Z kolei kolekcja Resort 2012 domu mody Alexander McQueen to militarizm w klimacie kolonialnym. Sylwetki zdominowane przez kolor ciemnego beżu, khaki oraz czerni przypominają uniform współczesnej elegantki, na który składają się dopasowane trencze, żakiety z przedłużonym tyłem, asymetrycznie zapinane szmizjerki, spodnie bojówki. Egzotycznego klimatu nadają akcesoria:

⁴³ S. Mower, *Fall 2010 Ready-to-Wear: Burberry*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2010-ready-to-wear/burberry-prorsum> [dostęp: 11.02.2016].

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ A. Thomas, *Zdjęcia z pokazu Burberry sezon jesień-zima 2010*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2010-menswear/burberry-prorsum/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

⁴⁶ Burberry Prorsum, *Lookbook kolekcji Burberry Pre-Fall 2016*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/pre-fall-2016/burberry-prorsum/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

⁴⁷ M. Madeira, *Zdjęcia z pokazu Balmain sezon wiosna-lato 2010*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2010-ready-to-wear/balmain/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

skórzane szerokie pasy, podkreślające talię, torebki we wzór ocelota oraz zdobione kieszenie⁴⁸.

W pokazie na sezon wiosna-lato 2014 Thom Browne całkowicie przedefiniował reguły męskiej mody militarnej, a tym samym męskości w ogóle. W nowy sposób zaprezentował mundur wojskowy. Podczas paryskiego tygodnia mody na dziedzińcu École Militaire pojawili się wojskowi w wersji sfeminizowanej. Czerwone usta, upudrowane policzki, okulary typu *Aviator*, białe rękawiczki, wojskowe czapki, skarpety z falbanką dopełniały stylizacje w kolorach bieli, czerni, czerwieni, granatu oraz szarości. Zapinane dwurzędowo mundury przypominały te z czasów II wojny światowej. Część z nich w formie rozkloszowanych płaszczy bardziej przypominała dziewiętnastowieczne kobiece suknie. Projektant wykorzystał między innymi żakardy oraz lateks. Białe spodnie pojawiły się w formie bryczesów, szortów za kolano, zwężanej oraz rozkloszowanej⁴⁹. Zdaniem Tima Blanksa kampanią wizję Browne'a można interpretować jako komentarz do sytuacji gejów w wojsku lub jako satyrę na militarizm w ogóle⁵⁰.

W mocno autorskiej wersji militarizm obecny jest także w kolekcjach belgijskiego projektanta Waltera van Beirendoncka, który stwierdził w jednym z wywiadów, że: „moda, która jest formą komunikatu, to wciąż ważny kierunek, tym bardziej, że niewielu projektantów tworzy w ten sposób”⁵¹. W kolekcji zatytułowanej *Crossed Crocodiles Growl* na sezon jesień-zima 2014 projektant w symboliczny sposób wypowiedział wojnę zjawisku rasizmu. Wśród akcesoriów znalazły się między innymi nieco za duże kolorowe hełmy oraz pióropusze z hasłem „STOP RACISM”⁵². Sezon jesień-zima 2015 stał się manifestem sprzeciwu wobec wszelkich przejawów ograniczania swobody twórczej, co było wynikiem wydarzeń, które miały miejsce w Paryżu przed prezentacją kolekcji, takich jak usunięcie kontrowersyjnej rzeźby Paula McCarthy'ego z placu Vendome czy zamach terrorystyczny na redakcję tygodnika „Charlie Hebdo”. Twórca nie chciał pozostać obojętny.

⁴⁸ *Lookbook kolekcji Alexander McQueen Resort 2012*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/resort-2012/alexander-mcqueen/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

⁴⁹ M. Tondo, *Zdjęcia z pokazu Thom Browne sezon wiosna-lato 2014*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-menswear/thom-browne/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

⁵⁰ T. Blanks, *Spring 2014 Menswear: Thom Browne*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-menswear/thom-browne> [dostęp: 11.02.2016].

⁵¹ T. Jones, S. Rushton, *Moda dzisiaj 2*, Taschen 2009, s. 513.

⁵² T. Blanks, *Fall 2014 Menswear: Walter Van Beirendonck*, [online] <http://www.style.com/fashion-shows/fall-2014-menswear/walter-van-beirendonck> [dostęp: 11.02.2016].

Pokaz otwierał model ubrany w transparentny top z hasłem „Stop terrorising our world”⁵³.

Militaryzm obecny jest także w kolekcjach polskich projektantów. Jednym z nich jest Maldoror, mieszkający i działający w Berlinie. W ramach sezonu jesień-zima 2012, prezentowanego podczas FashionPhilosophy Fashion Week Poland w Łodzi, pokazał kolekcję *Spirit of 69*, inspirowaną berlińskim środowiskiem *gayskin*. Część sylwetek została odszyta z białego oraz pomarańczowego materiału spadochronowego. Pojawiły się też kurtki bomberki, charakterystyczne dla subkultury punk oraz skin. Całość stylizacji dopełniały wysokie martensy⁵⁴. Militaryny klimat został rozwinięty w kolekcji jesień-zima 2013 pt. *BHO* (skrót od hasła „Bóg, Honor, Ojczyzna”). Stylizacje w harcerskim klimacie stworzone zostały z różnorodnych odzyskanych materiałów, takich jak drelich, płótno czy ortalion. Kolorystyka została ograniczona do czerni, oliwki oraz brązów. Pokaz odbył się w ruinach dawnego szpitala przy Alejach Jerozolimskich w Warszawie, a zaproszenia nawiązywały formą do urzędowego wezwania na komisję wojskową⁵⁵. „To przemyślana i spójna wypowiedź o stylu militarnym, zawłaszczonym przez świat luksusu i złagodzoną na potrzeby wybiegów w Londynie i Mediolanie”⁵⁶. Nie tylko Maldoror sięga po tego typu motywy w polskiej branży modowej. W lookbooku kolekcji jesień-zima 2015 projektantka Lidia Kalita, zainspirowana filmem *Flashdance* (reż. Adrian Lyne, 1983), zmieściła dziewczęce falbanki, tiul i florystyczne wzory z wojskowymi parkami, oversize’owymi płaszczami oraz kombinezonami przypominającymi lotnicze uniformy⁵⁷.

Wybiegowe inspiracje nie ograniczają się tylko do militarnych rozwiązań wypracowanych w XX wieku, ale sięgają również do wcześniejszych okresów. W sezonie jesień-zima 2014 włoski duet Dolce & Gabbana cofnął się do czasów średniowiecza. Choć projektanci przyznali, że nie oglądali amerykańskiego serialu *Gra o Tron*, trudno nie wpisać ich twórczych po-

⁵³ T. Blanks, *Fall 2015 Menswear: Walter Van Beirendonck*, [online] <http://www.style.com/fashion-shows/fall-2015-menswear/walter-van-beirendonck> [dostęp: 11.02.2016].

⁵⁴ M. Nawrocka, *O skinie w Berlinie*, [online] <http://ultrazurnal.pl/o-skinie-w-berlinie/> [dostęp: 11.02.2016].

⁵⁵ T. Kujawa, *Maldoror Jesień-Zima 2013 czyli „Bóg, Honor, Ojczyzna” i... Chuj*, [online] <http://freestylevogueing.com/2013/05/30/maldoror-jesien-zima-2013-czyli-bog-honor-ojczyzna-i-chuj/> [dostęp: 11.02.2016].

⁵⁶ *Pokaz Maldoror „BHO” jesień-zima 2013*, [online] <http://www.elle.pl/moda/artukul/pokaz-maldoror-bho-jesien-zima-2013> [dostęp: 11.02.2016].

⁵⁷ *Lidia Kalita jesień-zima 2015/2016*, [online] <http://www.elle.pl/moda/artukul/lidia-kalita-jesien-zima-2015-2016> [dostęp: 11.02.2016].

szukiwać w popkulturowy historycyzm⁵⁸. Pokaz otworzyli modele z koronami na głowach, noszący inkrustowane kamieniami pantofle i rękawice oraz bluzy z grafikami przedstawiającymi władców z epoki. Współczesny rycerz oprócz dobrze skrojonego dwurzędowego aksamitnego garnituru ma w szafie również podbite futrem płaszcze i oversize'owe wełniane swetry⁵⁹. Średniowieczne motywy na wybiegu wskrzesili również Holendrzy Viktor & Rolf w sezonie jesień-zima 2011: „Czuliśmy potrzebę ochrony. Fakt, z jaką szybkością moda się zmienia, przypomniał nam, jak ważne jest, by walczyć o naszą kreatywność”⁶⁰. Modelki z pomalowanymi na czerwono twarzami prezentowały ubrania w dominujących kolorach czerni i bieli. Wykorzystano element rozety, przestrzennych falbanek oraz plisowań nadających ubraniom przestrzenny charakter, co sprawiało, że modelki zdawały się przygotowane na obronę przed ewentualnym zagrożeniem. Pojawiający się motyw krzyża i róży przywodził na myśl wyprawy krzyżowe. Zamykające pokaz kreacje w kolorze srebra jednoznacznie kojarzyły się z rycerskimi zbrojami⁶¹.

W sezonie jesień-zima 2006 wspomniani Dolce & Gabbana sięgnęli również do innego historycznego okresu – epoki napoleońskiej. Obok aksamitnych marynarek w soczystych kolorach, żakietów typu spencer oraz fraków pojawiły się bogato haftowane i zdobione szamerunkami okrycia, wyglądające niczym mundury francuskiej armii z przełomu XVIII i XIX wieku. Wizerunek współczesnego dandysa dopełniały szale oplecione wokół szyi, widoczne spod rozpiętych koszul. Nie zabrakło także skórzanych kurtek i dłuższych płaszczy ze złotymi guzikami⁶². W podobnym klimacie utrzymano kolekcje dla kobiet (jesień-zima 2006). Otwierająca pokaz Snejana Onopko miała na sobie beżowy zestaw złożony z zapinanego na haftki żakietu, ozdobionego złotymi guzikami, które znalazły się również na bocznych stronach nogawek, tworząc efektowny lampas. Część modelek wyglądała niczym ama-

⁵⁸ T. Blanks, *Fall 2014 Menswear: Dolce & Gabbana*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-menswear/dolce-gabbana> [dostęp: 11.02.2016].

⁵⁹ Y. Vlamos, *Zdjęcia z pokazu Dolce & Gabbana jesień-zima 2014*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-menswear/dolce-gabbana> [dostęp: 11.02.2016].

⁶⁰ N. Phelps, *Fall 2011 Ready-to-wear: Viktor & Rolf*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2011-ready-to-wear/viktor-rolf> [dostęp: 11.02.2016].

⁶¹ Y. Vlamos, *Zdjęcia z pokazu Viktor & Rolf jesień-zima 2011*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2011-ready-to-wear/viktor-rolf/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

⁶² M. Madeira, *Zdjęcia z pokazu Dolce & Gabbana jesień-zima 2006*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2006-menswear/dolce-gabbana/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

zonki gotowe do konnej przejażdżki, w efektownych żakietach i płaszczach, z oficerkami na nogach. Pojawiły się także sukienki w stylu empire, odcinane pod biustem. Wykorzystano bogate zdobienia, takie jak złote hafty, koraliiki czy ptasie pióra. Dostojeństwa dodawały białe koszule, wiązane wysoko pod szyją. Trudno zliczyć, ile różnych rodzajów okryć pojawiło się w kolekcji: od krótkich aksamitnych żakietów, przez kurtki wykonane ze strusiej skóry, po długie, wełniane płaszcze, jakby skradzione od ukochanego, który wyjechał na front⁶³.

Znany z teatralno-kostiumowych realizacji Jean Paul Gaultier w kolekcji wiosna-lato 2008 zaproponował kobiety piratki. Pokaz otworzyła Maria-carla Boscono cała ubrana na czarno, z charakterystycznym kapeluszem. Modelki miały na sobie warstwowe stylizacje złożone między innymi z bogato drapowanych w okolicach bioder spodni, skórzanych kamizelek, rozkłoszowanych spódnic czy rybaczek. Całość to feeria barw i wzorów: od pasków, przez moro, po kwiaty. Klimatu dodawały akcesoria: chusty z frędzlami, fajki, parasole, skórzane pasy opuszczone na biodrach, wysokie, skórzane kozaki oraz sandały z nagolennikami. Ostatnia sekwencja prezentacji składała się z kreacji ślubnych⁶⁴. Atmosferę morskich podróży przywołał również Alexander McQueen w kolekcji *Irere* (wiosna-lato 2003). Oprócz motywów pirackich wykorzystane zostały inspiracje oparte na elementach strojów konkwistadorów. Modelki prezentowały między innymi skórzane minispódniczki, wysokie kozaki czy militarne kurtki⁶⁵.

Na wiosnę-lato 2013 dom mody Versace zaproponował wskrzeszenie postaci gladiatora. Otwierający pokaz umięśnieni modele mieli na sobie kuse szlafroki, szerokie bokierskie pasy oraz sznurowane sandały. Wśród akcesoriów pojawiły się złote łańcuchy oraz pasy na piersiówkę, przeplatane na wysokości klatki piersiowej. Kolekcja została mocno osadzona w estetyce lat osiemdziesiątych XX wieku, stąd pojawiła się odważna kolorystyka, między innymi róż czy turkus, przełamujące oficjalny charakter bardziej formalnych stylizacji, opartych na garniturach w odcieniach szarości i brązu. Nie zabrakło także sportowych stylizacji, takich jak połyskliwy złoty bomber w komplecie ze spodniami z tego samego materiału oraz zestaw z tka-

⁶³ Idem, *Zdjęcia z pokazu Dolce & Gabbana jesień-zima 2006*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2006-ready-to-wear/dolce-gabbana/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

⁶⁴ A. M. Lucioni, M. Volta, *Zdjęcia z pokazu Jean Paul Gaultier sezon wiosna-lato 2008*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2008-ready-to-wear/jean-paul-gaultier/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

⁶⁵ *Zdjęcia z pokazu Alexander McQueen (sezon wiosna-lato 2003)*, op. cit.

niny w abstrakcyjny, kwiatowy wzór⁶⁶. Według domu mody Versace współczesny mężczyzna to typ macho, który pod dobrze skrojonym garniturem ukrywa wyrzeźbione ciało.

Jak pokazano w tym i poprzednim podrozdziale, trend militarny w modzie XXI wieku cieszy się niesłabnącym powodzeniem, odwołując się do samego siebie, jak i różnych epok historycznych czy tekstów kultury. Jego status utwierdzają zarówno działania dużych domów mody, jak i marek sieciowych z branży *fast fashion*, a także tematyczne sesje zdjęciowe w modowych magazynach, których przykłady zostaną omówione w następnym podrozdziale, będącym próbą odpowiedzi na pytanie o symbolikę militarnego obrazowania w modzie. W tym miejscu warto zauważyć, że trend militarny przypomina w wieku aspektach Latourowski program, czyli szereg działań podejmowanych przez aktorów celem przewyciężenia oporu. Przeciwnostwem programu jest tak zwany antyprogram, czyli „działanie wbrew temu, co ma zostać uzyskane”⁶⁷. Trend militarny uczestniczy w rywalizacji z innymi trendami i estetykami o uwagę konsumentów. W tę walkę zaangażowani są zarówno aktorzy ludzkie: projektanci, styliści czy fotografowie, jak i same ubrania i akcesoria, a także obrazy, które stają się nośnikami znaczeń.

Znaczenie militarnego obrazowania w branży mody

Rozpatrując trend militarny w świetle teorii ANT, ważnymi aktorami są również sami konsumenci, o czym w kwietniu 2017 roku przekonała się polska marka RESERVED. Zdaniem wielu internautów, w tym znanego publicysty Mariusza Szczygła, jedna z oferowanych przez markę męskich koszul wyraźnie nawiązywała do ubrań noszonych przez oddziały Hitlerjugend w czasach III Rzeszy. Inni bronili projektu, zwracając uwagę, że w większym stopniu stanowi on odwołanie do mundurów aliantów. Kluczowa okazała się jednak stylizacja z wąskimi spodniami oraz sznurowanymi, ciężkimi butami zaprezentowana przez modela z ogoloną głową, co wywołało jednoznaczne skojarzenia z umundurowaniem nazistowskim⁶⁸. Produkt wycofano ze sprzedaży, czemu towarzyszył komentarz ze strony Marty Chlewickiej, rzeczniczki prasowej LPP SA, koncernu odzieżowego, do którego należy marka RESERVED:

⁶⁶ Y. Vlamos, *Zdjęcia z pokazu Versace wiosna-lato 2013*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2013-menswear/versace/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

⁶⁷ K. Abriszewski, *Poznanie, zbiorowość, polityka...*, op. cit., s. 217.

⁶⁸ Ł. Łoziński, *Czy Reserved należy się krytyka za militarną koszulę?*, [online] <http://www.szarmant.pl/koszula-reserved> [dostęp: 30.04.2017].

Wojskowe motywy to w tym roku bardzo silny trend w modzie, ale komentarze internautów pokazują, że jedna z męskich koszul i stylizacja, w jakiej została przedstawiona, wzbudziły negatywne skojarzenia. W związku z tym podjęliśmy decyzję o natychmiastowym wycofaniu tego modelu ze sprzedaży on-line i w sklepach stacjonarnych⁶⁹.

Zdaniem wielu osób, między innymi znanego dziennikarza Michała Zaczynskiego, oskarżenie marki o chęć promowania nazizmu było znacznym nadużyciem. Niezależnie od interpretacji świat mody ze swoją skłonnością do kontrowersji często igra z tematami wrażliwymi społecznie: „Modę, podobnie jak literaturę czy sztukę, od zawsze fascynowała kategoria kontrowersyjności”⁷⁰. Kiedy projektanci, styliści, twórcy czy artyści próbują komentować brutalną rzeczywistość, może dojść do pomieszania pewnych porządków. Powszechnie akceptowalne jest wykorzystanie wzorów moro, określonej kolorystyki czy elementów umundurowania takich jak szamerunki, pagony czy rodzaje kieszeni. Natomiast nieakceptowane jest wykorzystanie elementów autentycznych, obciążonych znaczeniem politycznym, socjologicznym i sentymentalnym⁷¹. Budzi to sprzeciw osób, które są uprawnione do noszenia tego typu odzieży i akcesoriów. Podobny problem występuje, jeśli działania twórcze dotyczą aktualnej sytuacji politycznej, wydarzeń nieodległych w czasie czy tych szczególnie mocno obecnych w świadomości społecznej: „W Polsce szczególnym tabu objęte jest wszystko to, co związane z nazizmem i z komunizmem. Każdy, kto podejmuje grę z tą symboliką, może liczyć na pożądane w marketingu kontrowersje. Ale jest to zarazem igranie z ogniem”⁷².

Z krytyką spotkały się również dwie sesje zdjęciowe sfotografowane przez Stevena Meisela dla włoskiej edycji magazynu „Vogue”. Twórca ten znany jest z odważnych realizacji, między innymi ze współpracy z Madonną przy książce *Sex*. Pierwszy z omawianych edytoriale *State of Emergency* ukazał się we wrześniu 2006 roku. Perfekcyjnie wystylizowane modelki są brutalnie traktowane przez siły specjalne, przeszukiwane na lotnisku, molestow-

⁶⁹ Radio ZET, *Reserved stworzyło koszulę w stylu Hitler-Jugend? Mamy ODPOWIEDŹ sklepu*, [online] <http://wiadomosci.radiozet.pl/Polska/Bezowa-koszula-Reserved-w-stylu-Hitler-Jugend.-Jest-odpowiedz-sklepu> [dostęp: 30.04.2017].

⁷⁰ A. Ciejka, *Modne ciało na przestrzeni wieków. Kulturowa analiza figury modelki*, [w:] *Moda, model[ka] i czytelnicy. O ikonicznych reprezentacjach w kulturze*, red. M. Gołąb, N. Schiller, Łódź 2015.

⁷¹ A. Laugesen, *Models, Medals and the Use of Military Emblems in Fashion*, [w:] *Fashion and War...*, op. cit., lok. 2035.

⁷² Ł. Łoziński, op. cit.

wane w policyjnej więźniarce. Na jednym z ujęć blond modelka Iselin Steiro seksownie wygięta celuje z karabinu w towarzystwie dwóch antyterrorystów⁷³. „Czy tak wyglądają współczesne aktywistki, terrorystki, kobiety szpie-dzy? Jeśli tak, to potencjalnych obiektów zagrożenia w wielkich metropoliach jest wiele. A władze muszą się mieć na baczności przed zabójczą ko-biecością :)”⁷⁴ (sic!) – stwierdza ironicznie blogerka Fangora. Sesja ukazała się w piątą rocznicę zamachów terrorystycznych na nowojorskie wieżow-ce WTC i stanowi modową interpretację zjawiska terroryzmu i przemocy w ogóle. Jedną z inspiracji do jej stworzenia były doniesienia o torturach dokonywanych przez siły amerykańskie na Irakijczykach w więzieniu w Abu Ghraib. Stąd też pojawiła się krytyka związana z estetyzacją przemocy w me-diach⁷⁵.

Zrealizowana rok później sesja *Make Love, Not War* spotkała się z podobnymi zarzutami. Tym razem inspiracją stała się wojna w Iraku. Modelki w odważnych stylizacjach wchodzą w różnorakie interakcje ze stacjonują-cymi na froncie żołnierzami. Zdają się być prostytutkami sprowadzonymi dla rozrywki do obozu. Zdjęcia utrzymano w wojennym klimacie. Jest pot, kurz i brud. Na jednym z ujęć modelka umazana w błocie uprawia zapasy z jednym z żołdaków. Inny kadr przypomina scenę po gwałcie. Czarnoskóry model leży obok roztrzęsionej kobiety. Dominują sceny zbiorowe. Dwie modelki poją alkoholem jednego z mężczyzn, a całą sytuację z rozbawie-niem obserwują współtowarzysze. Na innym zdjęciu jeden z żołnierzy fil-muje parę w dwuznacznej pozie⁷⁶. Emine Saner konkluduje, że oto „Vogue” pokazał wojnę w wersji *glamour* oraz *sexy*, jednoznacznie określając zdjęcia jako wątpliwe pod względem dobrego smaku⁷⁷.

Militaryzm w modzie to jednak nie tylko kwestia celowych czy przypad-kowych kontrowersji, ale również odtwarzania stereotypów na temat roli kobiet i mężczyzn. Mężczyźni są z reguły charakteryzowani przez takie cechy, jak aktywność, samodzielność, skuteczność, przemoc, odwaga, sta-

⁷³ C. Foiret, *State Of Emergency by Steven Meisel*, [online] <http://trendland.com/state-of-emergency-by-steven-meisel/> [dostęp: 11.02.2016].

⁷⁴ *Stan zagrożenia*, [online] <http://fangorama.blox.pl/html/1310721,262146,169.html?3> [dostęp: 11.02.2016].

⁷⁵ J. Bourke, *A Taste for Torture?*, [online] <http://www.theguardian.com/artanddesign/2006/sep/13/photography.pressandpublishing> [dostęp: 11.02.2016].

⁷⁶ Por Homme, *Steven Meisel's "Make Love Not War" for Italian Vogue*, [online] <http://porhomme.com/2009/03/steven-meisels-make-love-not-war-for-italian-vogue> [dostęp: 11.02.2016].

⁷⁷ E. Saner, *A Tasteless Line in Battledress from Vogue*, [online] www.theguardian.com/lifeandstyle/2007/sep/24/fashion.photography [dostęp: 11.02.2016].

łość, energia, racjonalizm, rozsądek, myślenie, umiejętność oceniania i abstrahowania. Tymczasem kobiety to pasywność, zależność, łagodność, skromność, chwiejność, słabość, uczciwość, wrażliwość, receptywność, wstydlivość i intuicyjność⁷⁸. „Wiele badań ukazuje, że w większości przekazów medialnych postaci kobiece są przedstawiane jako pasywne, podporządkowane i mało ambitne na tle czynnych zawodowo, aktywnych i dominujących mężczyzn⁷⁹. W przypadku obu przytoczonych sesji mężczyźni nadużywają swoich zawodowych pozycji zarówno jako żołnierze, jak i policjanci, traktując kobiety w sposób brutalny, stosując wobec nich przemoc, molestując je i wykorzystując je seksualnie. Jednocześnie obrazy mody czy to z wybiegów, czy z magazynów umacniają dyskurs reżimu kształtowania ciała. Modelka „stanowi ikonę ponowoczesnej obsesji wyglądu, fundament reżimu szczupłości i najdoskonalszą realizację XXI-wiecznego ideału ciała zdyscyplinowanego”⁸⁰. Z kolei fizyczne, muskularne ciało męskich modeli ma symbolizować siłę i dominację⁸¹. Wizerunek wyidealizowanego ciała jako stały element medialnych przekazów staje się źródłem kompleksów zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn⁸².

Zwraca się uwagę, że kobiece wizerunki obecne w kulturze dominującej są zgodne ze sposobem, w jaki mężczyźni definiują kobiecą seksualność⁸³. „Kobieta jest utożsamiana przede wszystkim z jej ciałem, a nie osobowością: ciałem, które sprowadzone zostało do przedmiotu stanowiącego obiekt pożądania”⁸⁴. W kontekście militarystyki w modzie ikoniczne są sesje z udziałem Gisele Bündchen, zrealizowane dla różnych narodowych edycji magazynu „Vogue”. Pochodząca z Brazylii supermodelka stała się w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych XX wieku uosobieniem seksualnej atrakcyjności w kontraście do popularnego w pierwszej połowie tej samej dekady typu androgenicznych modelek określanymi mianem *heroin chic*, reprezentowanych między innymi przez Kate Moss⁸⁵. W serii zdjęć, która ukazała się w „Vo-

⁷⁸ M. Środa, *Kobiety i władza*, Warszawa 2009, s. 42–43.

⁷⁹ J. Makowska-Songin, *Kulturowo-językowa analiza dyskursu płci w reklamach telewizyjnych a rola kobiety i mężczyzny w oczach dziecka*, „Kultura i Polityka” 2011, nr 10, s. 113.

⁸⁰ N. Schiller, *Modelka jako post, modelka jako karnawał – o resakralizacji ciała w kulturze ponowoczesnej*, [w:] *Moda, model[ka] i czytelnicy...*, op. cit., s. 165.

⁸¹ K. Arcimowicz, *Obraz mężczyzny w polskich mediach. Prawda, fałsz, stereotyp*, Gdańsk 2003, s. 115.

⁸² Ibidem, s. 121–122.

⁸³ D. Crane, *Obrazy mody a walka o tożsamość kobiet*, [w:] *Fotospołeczeństwo: antologia tekstów z socjologii wizualnej*, red. M. Bogunia-Borowska, P. Sztompka, Kraków 2012, s. 584.

⁸⁴ J. Makowska-Songin, op. cit., s. 116–117.

⁸⁵ A. Ciejka, op. cit., s. 153–154.

gue Latino” w maju 2010 roku, Bundchen wcieliła się w rolę „seksownego kociaka”. Na okładkę trafiło zdjęcie, na którym pozuje w minisukience marki Blumarine (wiosna-lato 2010) we wzór moro, trzymając w ręce wojskowy hełm. Na jednym z wewnętrznych fotosów pojawiła się w beżowym kombinie, głęboko rozpiętym aż do pasa tak, by odsłonić zarys jędrnego biustu. Sesję tworzą również portretowe ujęcia, na których Bundchen między innymi salutuje⁸⁶. Całość zrealizowana na białym tle z wykorzystaniem mocnego światła ma wyraźny erotyczny podtekst. W tym samym czasie modelka trafiła również na okładkę koreańskiego wydania „Vogue”. Sesja stworzona na potrzeby tego wydania również została zainspirowana militaryzmem, ale miała nieco inny charakter. Gisel jest nadal seksowna, ale pozy są o wiele bardziej dynamiczne, a ona sama zdaje się bojowniczo nastawiona. Na jednym z ujęć wykonuje energiczne kopnięcie⁸⁷. W marcu 2015 roku Bundchen pojawiła się na okładce brytyjskiej edycji „Vogue”. Pozowała w zamszowej koszuli Chanel, a „surowe” zdjęcie wykonane przez Maria Testino pokazuje jej naturalne oblicze. Makijaż typu *no make up*, niedbała fryzura oraz ograniczone zabiegi retuszarskie pozwalają dostrzec nieregularną, naturalną opaleniznę oraz piegi⁸⁸. Co ciekawe, na każdej z tych okładek modelka reprezentuje nieco inny typ urody. W wydaniu na rynek meksykański uwypuklono takie cechy, jak wyraźna opalenizna czy duży biust. W wersji koreańskiej modelka bardziej przypomina porcelanową lalkę, a w brytyjskiej można dostrzec niedoskonałości urody. Wspólnymi elementami sposobu obrazowania powszechnie wykorzystywanymi w prasie kobiecej są rozwiane włosy oraz imitacja ruchu poprzez określony układ ciała i gesty. „[...] zabiegi te, jak łatwo się domyślić, są nakierowane na automatyczne reakcje percepcyjne naszego mózgu, gdzie reakcja na ruch (jak i na jego imitację) jest jedną z reakcji priorytetowych”⁸⁹. Długie włosy symbolizują również zdrowie i piękno. Już od starożytności uznaje się je za atrybut seksualności⁹⁰.

⁸⁶ Sassi Sam Blog, *Gisele Bundchen: Vogue Latino May 2010*, [online] <http://www.sassisamblog.com/2010/05/03/gisele-bundchen-vogue-latino-may-2010> [dostęp: 11.02.2016].

⁸⁷ Sassi Sam Blog, *Gisele Bundchen: Vogue Korea May 2010*, [online] <http://www.sassisamblog.com/2010/04/21/gisele-bundchen-vogue-korea-may-2010> [dostęp: 11.02.2016].

⁸⁸ S. Kilcooley-O'Halloran, *Gisele Bündchen Covers March Vogue*, [online] <http://www.vogue.co.uk/news/2015/02/02/gisele-bundchen-british-vogue-cover-march-2015/gallery/1325907> [dostęp: 11.02.2016].

⁸⁹ A. M. Zarychta, *Jak działają na nas rozwiane, długie włosy? Analiza wybranych okładek magazynów dla kobiet w świetle badań kulturowych i neuroestetyki*, [w:] *Moda, model[ka] i czytelnicy...*, op. cit., s. 125.

⁹⁰ Ibidem, s. 132.

Militarna moda to jednak przede wszystkim odwołanie do figury żołnierza i munduru jako elementu wpisującego się w estetykę powagi oraz urok formalizmu. „Zarówno dawniej, jak i dziś mundur stanowi widzialną osłonę żołnierza i odgrywa kluczową rolę w procesie tworzenia jego tożsamości, a ponadto pełni funkcję reprezentacyjną”⁹¹. W tym miejscu można przywołać znane polskie przysłowie: „Za mundurem panny sznurem”, które – jak zwraca uwagę historyk wojskowości Tadeusz Panecki – podkreślało symbolikę wojskowego stroju w kontekście honoru, dobrego wychowania oraz pozycji społecznej szczególnie w okresie międzywojennym⁹². Obecnie sposób postrzegania munduru jest kwestią pokoleniową.

W badaniach socjologicznych i rankingach pozycja wojska czy policji jest stabilna i wysoka. To wciąż aktualne, ale w młodym pokoleniu występuje pewna modyfikacja odnośnie stosunku do munduru. W zależności od grupy wiekowej mniej symbolizuje on tradycję, bardziej pewność pracy i płacy. Tradycja została w hierarchii ważności zepchnięta na trzecie, czwarte miejsce⁹³.

Niezależnie od przemian społecznych tożsamość mężczyzny-żołnierza jako kulturowej reprezentacji męskości nie uległa znaczącym modyfikacjom i znajduje się w opozycji do zjawiska określanego jako „kryzys męskości”⁹⁴. Mundury i wojskowe emblematy są często fetyszyzowane i seksualizowane w popularnej kulturze, ze szczególnym uwzględnieniem środowisk gejowskich, sadomasochistycznych, subkultur cross-dresserów czy transwestytów⁹⁵. Podążając tym tropem, kobiety w militarnych stylizacjach mogą wzbudzać skojarzenia z praktykami BDSM. Mechanizm ten może działać w dwie strony. Również kobiety mogą czuć seksualną potrzebę podporządkowania się wojskowo wystylizowanemu mężczyźnie. Zresztą, jak pokazują badania dotyczące subkultury BDSM, „wiele pytanym kobiet i mężczyzn wykazuje preferencje zarówno sadystyczne, jak i masochistyczne oraz skłonność tak samo do dominacji, jak i uległości”⁹⁶.

⁹¹ H. Smith, R. Gehrman, *Branding the Muscled Male Body as Military Costume*, [w:] *Fashion and War...*, op. cit., lok. 1028.

⁹² B. Tumiłowicz, *Czy wciąż aktualne jest powiedzenie „za mundurem panny sznurem”?*, [online] <http://www.tygodnikprzeglad.pl/czy-wciaz-aktualne-jest-powiedzenie-za-mundurem-panny-sznurem/> [dostęp: 11.02.2016].

⁹³ Ibidem.

⁹⁴ J. Groth, K. Waszyńska, B. Zyszczyk, *Czynniki ryzyka rozwoju zespołu stresu pourazowego u żołnierzy uczestniczących w misjach wojskowych*, „Studia Edukacyjne” 2015, nr 26, s. 298.

⁹⁵ A. Laugesen, *Models, Medals...*, op. cit., lok. 2035.

⁹⁶ A. Suflida, *Polka scena BDSM*, [w:] *Praktyki cielesne*, red. J. M. Kurczewski, Warszawa 2006, s. 232–233.

W kontekście militarizmu kobieta wkracza do typowo męskiego świata. Zatem w militarnym trendzie odnaleźć można także przełamanie granicy między kobiecością i męskością. Należy tutaj powrócić do omówionych w podrozdziale sesji autorstwa Stevena Meisela, w których kobiety pojawiają się nie tylko jako zdominowane, ale także jako osoby wykonujące profesje uznawane za typowo męskie, wcielając się w role żołnierzy i politycznych snajperów. Gareth Morgan, jeden ze znanych teoretyków zarządzania, zwrócił uwagę, że: „w wielu organizacjach dominują wartości wiążące się z płcią, z powodu których życie w organizacji kształtuje się korzystnie dla jednej lub drugiej płci”⁹⁷. Jeśli są to organizacje działające zgodnie z wartościami, które stereotypowo przypisywane są mężczyznom, to kobiety, aby uzyskać w nich pozycję, muszą przyjmować niejako styl bycia uznawany za męski⁹⁸. Jest to widoczne na przykładzie premier Beaty Szydło, która w „męskim świecie polityki” przywdziewa stylizowane na męskie garnitury zestawy złożone ze spodni i żakietu⁹⁹. W podobny sposób można odczytać pojawienie się Melanii Trump, żony prezydenta Donalda Trumpa, w militarnym zestawie marki Altuzarra podczas wizyty prezydenta Argentyny Mauricio Macriego w Stanach Zjednoczonych pod koniec kwietnia 2017 roku¹⁰⁰.

Wiele zmian w XX wieku, takich jak dwie wojny światowe, liberalizacja społeczna związana z hasłami równościowymi czy przeobrażenia struktur rynku kapitalistycznego, przyczyniło się do podważenia dominującej pozycji mężczyzny¹⁰¹. Również dość trwała figura żołnierza, symbolizowana w kulturze popularnej pod postacią Rambo, jest zagrożona:

Kobiety już wkroczyły w tajemniczy świat militarizmu oraz bohaterstwa. Widać to na przykładzie filmowej bohaterki Lary Croft, która prezentowana jest jako Rambolina – kobieca wersja Rambo. Tradycyjny wzorzec oparty na patriotyzmie oraz odwadze przekształca się, a także nie jest już tylko i wyłącznie męską domeną¹⁰².

⁹⁷ G. Morgan, *Obrazy organizacji*, tłum. Z. Wiankowska-Ładyka, Warszawa 1997, s. 207.

⁹⁸ Ibidem, s. 208.

⁹⁹ *Beata Szydło wymodelowała sylwetkę cygaretkami. Efekt? Piekielnie dobry!*, [online] <http://kobieta.dziennik.pl/moda-na-topie/zdjecia/512814,1,beata-szydlo-styl-beaty-szydlo.html> [dostęp: 30.04.2017].

¹⁰⁰ E. Tempesta, *Fashion Face-off! First Lady Melania Trump Makes a Statement in a \$4,100 Military-inspired Suit as the Argentine President's Wife Wears Heels by the Brand That is SUING Ivanka's Fashion Line*, [online] <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-4452446/Melania-Trump-wears-edgy-military-inspired-suit.html> [dostęp: 30.04.2017].

¹⁰¹ A. Radomski, *Kultura 2.0 a praktyki męskości*, [w:] *Męskość jako kategoria kulturowa. Praktyki męskości*, red. M. Dąbrowska, A. Radomski, Lublin 2010, s. 114.

¹⁰² Z. Melosik, *Kryzys męskości w kulturze współczesnej*, Kraków 2006, s. 142–148.

Wzorce kobiecości i męskości, jak podkreśla Michael Kimmel, konstruowane są we wzajemnej relacji do siebie¹⁰³. Zmieniające się definicje kobiecości wpływają na przemiany kulturowego wizerunku mężczyzny i na odwrót, co znajduje potwierdzenie w badaniach:

Męskość stanowi jedną z większych zagadek współczesnej kultury. Zmieniające się oczekiwania wobec mężczyzny sprawiają, że gubi się on we własnej tożsamości, nie do końca wie, jak zatrzymać w sobie męskość. Drogę wskazują mu kobiety poprzez wizualizację swoich oczekiwań. Kobieta staje się głównym czynnikiem kreowania wzorców męskości w kulturze ponowoczesności. Aprobowany przez nie wzorzec męskości decydować ma o kierunku męskich dążeń w stawianiu się mężczyzną idealnym¹⁰⁴.

W kontekście „kryzysu męskości” ciekawie prezentuje się sfotografowana na potrzeby magazynu „Dazed & Confused” przez Richarda Burbridge’a sesja pt. *War Hero*. Zdjęcia modeli wystylizowanych na poszkodowanych w II wojnie światowej kombatantów zostały stworzone z wykorzystaniem nietypowych materiałów oraz awangardowych stylizacji. Na czterech z dziesięciu zdjęć do stworzenia makijażu wykorzystano fragmenty dziecięcej lalki. Jeden z pozujących mężczyzn w eleganckiej dwurzędowej marynarce ma „dziecięcą rączkę” wystającą z brody, oblicze innego zasłonięte jest przez maskę stworzoną z twarzy lalki. W innych ujęciach do uzyskania efektu pokiereszowanej twarzy wykorzystano między innymi kredki, włóczkę w roli zablizniających się ran czy papierową taśmę. Nie brakuje również czerwonych żelków imitujących wypływającą krew. Oprócz takich ikonicznych elementów, jak oficerskie czapki, medale czy wojskowe płaszcze, modele mają na sobie gorsety, abstrakcyjne formy ze skóry, a jeden z nich skórzaną uprząż¹⁰⁵. Męskie ciało zostało ukazane jako kruche i zdeformowane, co może być interpretowane w kontekście problemów z odnalezieniem się w powojennej rzeczywistości i wystąpieniem zespołu stresu pourazowego na skutek traumatycznych przeżyć:

Samocenę „twardego mężczyzny” wyznacza zerojedynkowy przekaz: albo jestem odważny, albo słaby, albo jestem bohaterem, albo tchórzem. Wystąpienie objawów zespołu pourazowego może w przypadku żołnierzy zaburzać w dużym stopniu ich

¹⁰³ M. Kimmel, *Rethinking “Masculinity”: New Directions in Research*, [w:] *Changing Men. New Directions in Research on Men and Masculinity*, Newbury Park 1987, s. 12–13.

¹⁰⁴ K. Siewicz, *Wpływ przekazu medialnego na współczesny wzorzec męskości a implikacje dla edukacji*, „Kultura-Media-Teologia” 2013, nr 15, s. 14.

¹⁰⁵ Dazed & Confused, *War Hero*, [online] <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/7822/1/war-hero> [dostęp: 11.02.2011].

poczucie własnej tożsamości zarówno w obszarze roli płciowej (poczucie męskości), jak i zawodowej¹⁰⁶.

W sesji *War Hero* mamy zatem do czynienia z twórczą interpretacją tytułowej figury wojennego bohatera, dzięki której wizerunek silnego mężczyzny zostaje zdekonstruowany (podobnie jak u wspomnianego Thoma Browne'a w sezonie wiosna-lato 2014). W kontekście rozważań dotyczących płci pozwala nam to stwierdzić, że moda obecnie w większym stopniu służy kreowaniu płciowej tożsamości niż jej wyznaczaniu¹⁰⁷. Co więcej, istotniejsze mogą stać się kwestie związane z chęcią uniknięcia jednoznacznych rozstrzygnięć co do płciowej przynależności¹⁰⁸.

Podsumowanie

Moda jako fenomen społeczny czerpie z różnych źródeł, takich jak odmienne tradycje kulturowe, okresy historyczne, wizje przyszłości, subkultury czy grupy społeczne¹⁰⁹. „Niemożliwe jest rozumienie lub interpretowanie mody bez znajomości kontekstu. Prawdopodobnie historia znaczy więcej w procesie rozumienia mody niż jakakolwiek inna dziedzina”¹¹⁰. Dlatego spojrzenie na trend militarny i na samą modę przez pryzmat teorii aktora-sieci pozwala pokazać, jak wiele czynników wpływa na wyłanianie się trendów, a także zwraca naszą uwagę na fakt, że różne trendy nie funkcjonują we wzajemnym oderwaniu od siebie. W trendzie militarnym jak w soczewce skupiać się będą również te zjawiska, które dostrzec można w poszczególnych procesach działających na rzecz tego, co zbiorczo określamy modą. Jego wyłonienie się w XX wieku związane było między innymi ze współpracą projektantów z armią czy z działaniami ruchów subkulturowych, które chętnie sięgały po militarną odzież. W XXI wieku trend militarny stanowi ustabilizowaną, estetyczną całość, którą wykorzystują projektanci i marki odzieżowe na całym świecie, co jest dowodem na autoreferencyjność mody rozpa-trywanej w kontekście systemowym.

¹⁰⁶ J. Groth, K. Waszyńska, B. Zyszczyk, op. cit., s. 314.

¹⁰⁷ Z. Melosik, op. cit., s. 30–31.

¹⁰⁸ A. Grudzińska-Pham, *Trzecia płeć mody*, [w:] *Moda, model[ka] i czytelnicy...*, op. cit., s. 192–203.

¹⁰⁹ J. Craik, *Contextualizing Fashion and War within Popular Culture*, [w:] *Fashion and War...*, op. cit., lok. 84.

¹¹⁰ Ibidem, lok. 60.

Niezależnie od możliwych kontrowersji moda pełna jest militarnych wpływów, ale też wojskowe umundurowanie ulega modzie i zmienia się wraz z rozwojem dostępnych technologii i rozwiązań¹¹¹. Związki militarizmu, przemysłu tekstylnego oraz mody mają długą tradycję i dopóki będzie zainteresowanie wojskowym stylem, dopóty tego typu ubrania będą promowane i sprzedawane, co sprzyja również tworzeniu obrazów inspirowanych wojną. Moda to wręcz pole bitwy, front, na którym różni aktorzy walczą z lepszym lub gorszym skutkiem o naszą uwagę. Jest to zgodne z rozumieniem kultury mediów w kategoriach skonfliktowanej hegemonii¹¹². Absolutnej przewagi nie ma dzisiaj ani żaden trend, ani żadna wizja kobiecości, męskości czy androgeniczności.

ALL QUIET ON THE CATWALK – MILITARISM IN FASHION AND DRESS

ABSTRACT

Article reviews selected examples of military motives in the context of fashion. Already during World War II civilians, including women generally wore trench coats. On the other hand, in the days of the Vietnam War, many young people treated the fragments of uniforms, military jackets or pants as a symbol of anti-war protest. The forerunner of the aesthetic was Elsa Schiaparelli, an Italian, who first used the camo pattern in the history of *haute couture*. In 2003, Madonna as an opponent of military intervention in Iraq has prepared a controversial music video *American Dream*. In 2010, the military inspirations include, among others in the collections of brands such as Burberry and Balmain. Among the photo sessions referring to the military aesthetics, it can be found both conventional projects and those hardly discussed. The military fashion is also a satire on the uniform in collections by Thom Browne, women pirates of Jean Paul Gaultier, Alexander McQueen's Amazons, the knights of Dolce & Gabbana. Besides literary analysis, in last part there were proposed selected photo sessions interpretations in the context of gender expectations.

KEYWORDS

fashion, trends, war, militarism, uniform

BIBLIOGRAFIA

1. *2013 Fall/Winter Lookbook*, [online] http://www.juunj.com/collections/2013_fw/index.jsp [dostęp: 11.02.2016].
2. ABC News, *Why Did Madonna Censor Her Own Video?*, [online] <http://abcnews.go.com/GMA/story?id=125227&page=1> [dostęp: 11.02.2016].

¹¹¹ Ibidem, lok. 2121.

¹¹² D. Crane, op. cit., s. 590.

3. Abriszewski K., *Poznanie, zbiorowość, polityka: analiza teorii aktora-sieci Bruno Latoura*, Kraków 2012.
4. Abriszewski K., *Teoria Aktora-Sieci Bruno Latoura*, „Teksty Drugie” 2007, nr 1–2.
5. Abriszewski K., *Wstęp*, [w:] B. Latour, *Splatając na nowo to, co społeczne: wprowadzenie do teorii aktora-sieci*, tłum. A. Derra, K. Abriszewski, Kraków 2010.
6. Antonowicz A., *Utopia mody punkowej – od kontestacji do muzeum*, „Dialog” 2014, nr 4.
7. Arcimowicz K., *Obraz mężczyzny w polskich mediach. Prawda, fałsz, stereotyp*, Gdańsk 2003.
8. Barthes R., *System mody*, tłum. M. Falski, Kraków 2005.
9. Baudrillard J., *Symulakry i symulacja*, tłum. S. Królak, Warszawa 2005.
10. Beata Szydło wymodelowała sylwetkę cygaretkami. *Efekt? Piekielnie dobry!*, [online] <http://kobieta.dziennik.pl/moda-na-topie/zdjecia/512814,1,beata-szydlo-styl-beaty-szydlo.html> [dostęp: 30.04.2017].
11. Bethune K., *WHAT A MERRY GO ROUND*, [online] <http://www.vam.ac.uk/museumof-savagebeauty/rel/encyclopedia-of-collections-what-a-merry-go-round/#related-objects> [dostęp: 11.02.2016].
12. Blanks T., *Fall 2014 Menswear: Dolce & Gabbana*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-menswear/dolce-gabbana> [dostęp: 11.02.2016].
13. Blanks T., *Fall 2014 Menswear: Walter Van Beirendonck*, [online] <http://www.style.com/fashion-shows/fall-2014-menswear/walter-van-beirendonck> [dostęp: 11.02.2016].
14. Blanks T., *Fall 2015 Menswear: Walter Van Beirendonck*, [online] <http://www.style.com/fashion-shows/fall-2015-menswear/walter-van-beirendonck> [dostęp: 11.02.2016].
15. Blanks T., *Spring 2014 Menswear: Thom Browne*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-menswear/thom-browne> [dostęp: 11.02.2016].
16. Bourke J., *A Taste for Torture?*, [online] <http://www.theguardian.com/artanddesign/2006/sep/13/photography.pressandpublishing> [dostęp: 11.02.2016].
17. Boyd A., *In the Service of Clothes: Elsa Schiaparelli and the War Experience*, [w:] *Fashion and War in Popular Culture*, ed. D. N. Rall, Bristol 2014 [E-book].
18. Bradford J., *Fashion Journalism*, London–New York 2014.
19. Brown V., *Cool Shades: The History and Meaning of Sunglasses*, London 2015.
20. Callon M., *Wprowadzenie do socjologii translacji. Udomowienie przegrzebków i rybacy znad zatoki Saint-Brieuc*, [w:] *Studia nad nauką i technologią: wybór tekstów*, red. E. Bińczyk, A. Derra, Toruń 2014.
21. Ciejka A., *Modne ciało na przestrzeni wieków. Kulturowa analiza figury modelki*, [w:] *Moda, model[ka] i czytelnicy. O ikonicznych reprezentacjach w kulturze*, red. M. Gołąb, N. Schiller, Łódź 2015.
22. Craik J., *Contextualizing Fashion and War within Popular Culture*, [w:] *Fashion and War in Popular Culture*, ed. D. N. Rall, Bristol 2014 [E-book].
23. Crane D., *Obrazy mody a walka o tożsamość kobiet*, [w:] *Fotospołeczeństwo: antologia tekstów z socjologii wizualnej*, red. M. Bogunia-Borowska, P. Sztompka, Kraków 2012.
24. Dazed & Confused, *War Hero*, [online] <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/7822/1/war-hero> [dostęp: 11.02.2011].
25. Dowgiało B., *Ubieranie się jako forma uspołecznienia: o aktualności koncepcji mody Georga Simmla*, Gdańsk–Sopot 2015.
26. Entwistle J., *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*, Cambridge 2000.

27. Foiret C., *State Of Emergency by Steven Meisel*, [online] <http://trendland.com/state-of-emergency-by-steven-meisel/> [dostęp: 11.02.2016].
28. Geczy A., Karaminas V., *Fashion and Art: Critical Crossovers*, [w:] *Fashion and Art*, eds. A. Geczy, V. Karaminas, London–New York 2012.
29. Groth J., Waszyńska K., Zyszczyk B., *Czynniki ryzyka rozwoju zespołu stresu pourazowego u żołnierzy uczestniczących w misjach wojskowych*, „Studia Edukacyjne” 2015, nr 26.
30. Grudzińska-Pham A., *Trzecia płęć mody*, [w:] *Moda, model[ka] i czytelnicy. O ikonicznych reprezentacjach w kulturze*, red. M. Gołąb, N. Schiller, Łódź 2015.
31. Jones T., Rushton S., *Moda dzisiaj 2*, Taschen 2009.
32. Kilcooley-O’Halloran S., *Gisele Bündchen Covers March Vogue*, [online] <http://www.vogue.co.uk/news/2015/02/02/gisele-bundchen-british-vogue-cover-march-2015/gallery/1325907> [dostęp: 11.02.2016].
33. Kimmel M., *Rethinking “Masculinity”: New Directions in Research*, [w:] *Changing Men. New Directions in Research on Men and Masculinity*, Newbury Park 1987.
34. King C. W., Ring L. J., *The Dynamics of Style and Taste Adoption and Diffusion: Contributions From Fashion Theory*, “NA – Advances in Consumer Research” 1980, Vol. 7, [online] <http://www.acrwebsite.org/volumes/9638/volumes/v07/NA-07> [dostęp: 26.01.2017].
35. Kujawa T., *Maldoror Jesień-Zima 2013 czyli „Bóg, Honor, Ojczyzna” i... Chuj*, [online] <http://freestylevoguing.com/2013/05/30/maldoror-jesien-zima-2013-czyli-bog-honor-ojczyzna-i-chuj/> [dostęp: 11.02.2016].
36. Latour B., *Splatając na nowo to, co społeczne: wprowadzenie do teorii aktora-sieci*, tłum. A. Derra, K. Abriszewski, Kraków 2010.
37. Laugesen A., *Models, Medals and the Use of Military Emblems in Fashion*, [w:] *Fashion and War in Popular Culture*, eds. Denise N. Rall, Bristol 2014 [E-book].
38. Levi-Strausse C., *Smutek tropików*, tłum. A. Steinberg, Warszawa 1964.
39. *Lidia Kalita jesień-zima 2015/2016*, [online] <http://www.elle.pl/moda/arttykul/lidia-kalita-jesien-zima-2015-2016> [dostęp: 11.02.2016].
40. *Lookbook kolekcji Alexander McQueen Resort 2012*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/resort-2012/nalexander-mcqueen/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].
41. *Burberry Prorsum, Lookbook kolekcji Burberry Pre-Fall 2016*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/pre-fall-2016/burberry-prorsum/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].
42. Łoziński Ł., *Czy Reserved należy się krytyka za militarną koszulę?*, [online] <http://www.szarmant.pl/koszula-reserved> [dostęp: 30.04.2017].
43. Lucioni A. M., Volta M., *Zdjęcia z pokazu Jean Paul Gaultier sezon wiosna-lato 2008*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2008-ready-to-wear/jean-paul-gaultier/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].
44. Madeira M., *Zdjęcia z pokazu Balmain sezon wiosna-lato 2010*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2010-ready-to-wear/balmain/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].
45. Madeira M., *Zdjęcia z pokazu Dolce & Gabbana jesień-zima 2006*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2006-menswear/dolce-gabbana/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

46. Madeira M., *Zdjęcia z pokazu Dolce & Gabbana jesień-zima 2006*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2006-ready-to-wear/dolce-gabbana/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].
47. Maison Schiaparelli, 1939, [online] <http://www.schiaparelli.com/fr/maison-schiaparelli/l-histoire-de-la-maison/#annees30> [dostęp: 11.02.2016].
48. Maison Schiaparelli, 1940, [online] <http://www.schiaparelli.com/fr/maison-schiaparelli/l-histoire-de-la-maison/#annees40> [dostęp: 11.02.2016].
49. Makowska-Songin J., *Kulturowo-językowa analiza dyskursu płci w reklamach telewizyjnych a rola kobiety i mężczyzny w oczach dziecka*, „Kultura i Polityka” 2011, nr 10.
50. Melosik Z., *Kryzys męskości w kulturze współczesnej*, Kraków 2006.
51. Morgan G., *Obrazy organizacji*, tłum. Z. Wiankowska-Ładyka, Warszawa 1997.
52. Mower S., *Fall 2010 Ready-to-Wear: Burberry*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2010-ready-to-wear/burberry-prorsum> [dostęp: 11.02.2016].
53. Nawrocka M., *O skinie w Berlinie*, [online] <http://ultrazurnal.pl/o-skinie-w-berlinie/> [dostęp: 11.02.2016].
54. O'Hara G., *The Encyclopedia of Fashion*, New York 1986.
55. Pałęcka A., *Teoria aktora-sieci jako ontologia dla socjologii wizualnej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2014, t. 10, nr 4.
56. Pendergast S., Pendergast T., *Fashion, Costume, and Culture. Clothing, Headwear, Body Decorations, and Footwear Through the Ages*, ed. S. Hermsen, Farmington Hills 2004.
57. Phelps N., *Fall 2011 Ready-to-wear: Viktor & Rolf*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2011-ready-to-wear/viktor-rolf> [dostęp: 11.02.2016].
58. Pokaz Maldoror „BHO” jesień-zima 2013, [online] <http://www.elle.pl/moda/artykul/pokaz-maldoror-bho-jesien-zima-2013> [dostęp: 11.02.2016].
59. Por Homme, Steven Meisel's "Make Love Not War" for Italian Vogue, [online] <http://por-homme.com/2009/03/steven-meisels-make-love-not-war-for-italian-vogue> [dostęp: 11.02.2016].
60. Radio ZET, *Reserved stworzyło koszulę w stylu Hitler-Jugend? Mamy ODPOWIEDŹ sklepu*, [online] <http://wiadomosci.radiozet.pl/Polska/Bezowa-koszula-Reserved-w-stylu-Hitler-Jugend.-Jest-odpowiedz-sklepu> [dostęp: 30.04.2017].
61. Radomski A., *Kultura 2.0 a praktyki męskości*, [w:] *Męskość jako kategoria kulturowa. Praktyki męskości*, red. M. Dąbrowska, A. Radomski, Lublin 2010.
62. Rall D. N., *The Military in Contemporary Fashion*, [w:] *Fashion and War in Popular Culture*, ed. D. N. Rall, Bristol 2014 [E-book].
63. Rocamora A., Smelik A., *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists (Dress Cultures)*, London 2015.
64. Saner E., *A Tasteless Line in Battledress from Vogue*, [online] www.theguardian.com/lifeandstyle/2007/sep/24/fashion.photography [dostęp: 11.02.2016].
65. Sassi Sam Blog, *Gisele Bundchen: Vogue Korea May 2010*, [online] <http://www.sassisam-blog.com/2010/04/21/gisele-bundchen-vogue-korea-may-2010> [dostęp: 11.02.2016].
66. Sassi Sam Blog, *Gisele Bundchen: Vogue Latino May 2010*, [online] <http://www.sassisam-blog.com/2010/05/03/gisele-bundchen-vogue-latino-may-2010> [dostęp: 11.02.2016].
67. Schiller N., *Modelka jako post, modelka jako karnawał – o resakralizacji ciała w kulturze ponowoczesnej*, [w:] *Moda, model[ka] i czytelnicy. O ikonicznych reprezentacjach w kulturze*, red. M. Gołąb, N. Schiller, Łódź 2015.

68. Siewicz K., *Wpływ przekazu medialnego na współczesny wzorzec męskości a implikacje dla edukacji*, „Kultura-Media-Teologia” 2013, nr 15.
69. Simmel G., *Filozofia mody*, [w:] *Socjologia. Lektury*, red. P. Sztompka, M. Kucia, Kraków 2007.
70. Smith H., Gehrmann R., *Branding the Muscled Male Body as Military Costume*, [w:] *Fashion and War in Popular Culture*, ed. D. N. Rall, Bristol 2014 [E-book].
71. Środa M., *Kobiety i władza*, Warszawa 2009.
72. *Stan zagrożenia*, [online] <http://fangorama.blox.pl/html/1310721,262146,169.html?3> [dostęp: 11.02.2016].
73. Steele V., *Fashion*, [w:] *Fashion & Art*, eds. A. Geczy, V. Karaminas, London–New York 2012.
74. Suflida A., *Polka scena BDSM*, [w:] *Praktyki cielesne*, red. J. M. Kurczewski, Warszawa 2006.
75. Tempesta E., *Fashion Face-off! First Lady Melania Trump Makes a Statement in a \$ 4,100 Military-inspired Suit as the Argentine President's Wife Wears Heels by the Brand That is SUING Ivanka's Fashion Line*, [online] <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-4452446/Melania-Trump-wears-edgy-military-inspired-suit.html> [dostęp: 30.04.2017].
76. Thomas A., *Zdjęcia z pokazu Burberry sezon jesień-zima 2010*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2010-menswear/burberry-prorsum/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].
77. Tondo M., *Zdjęcia z pokazu Thom Browne sezon wiosna-lato 2014*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-menswear/thom-browne/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].
78. Tumiłowicz B., *Czy wciąż aktualne jest powiedzenie „za mundurem panny sznurem”?*, [online] <http://www.tygodnikprzeglad.pl/czy-wciaz-aktualne-jest-powiedzenie-za-mundurem-panny-sznurem/> [dostęp: 11.02.2016].
79. Tungate M., *Fashion Brands: Branding Style from Armani to Zara*, London 2008.
80. Tynan J., *Burberry Trench Coat in First World War Britain*, „Journal of Design History” 2011, Vol. 24, No 2.
81. Veblen T., *Teoria klasy próżniaczej*, tłum. J. i K. Zagórscy, Warszawa 1971.
82. Vejlggaard H., *Anatomia trendu*, tłum. D. Wąsik, Kraków 2008.
83. Vlamos Y., *Zdjęcia z pokazu Dolce & Gabbana jesień-zima 2014*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-menswear/dolce-gabbana> [dostęp: 11.02.2016].
84. Vlamos Y., *Zdjęcia z pokazu Versace wiosna-lato 2013*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2013-menswear/versace/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].
85. Vlamos Y., *Zdjęcia z pokazu Viktor & Rolf jesień-zima 2011*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2011-ready-to-wear/viktor-rolf/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].
86. Wójciak M., *Od Elsy Schiaparelli do Jeremy'ego Scotta – ubiór w kategoriach kiczu i kam-pu*, [w:] *Kicz w języku i komunikacji*, red. B. Kudra, E. Szkuclarek-Śmiechowicz, Łódź 2016.
87. Wrzesień W., *Krótką historia młodzieżowej subkulturowości*, Warszawa 2013.
88. Zarychta A. M., *Jak działają na nas rozwiane, długie włosy? Analiza wybranych okładek magazynów dla kobiet w świetle badań kulturowych i neuroestetyki*, [w:] *Moda, model-[ka] i czytelnicy. O ikonicznych reprezentacjach w kulturze*, red. M. Gołąb, N. Schiller, Łódź 2015.

-
89. Zdjęcia z pokazu *Alexander McQueen (sezon wiosna-lato 2003)*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2003-ready-to-wear/alexander-mcqueen/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].
90. Zdjęcia z pokazu *Alexandra McQueena sezon jesień-zima 2001*, [online] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2001-ready-to-wear/alexander-mcqueen/slideshow/collection> [dostęp: 11.02.2016].

ANDRZEJ ZARĘBA

AKADEMIA IGNATIANUM
WYDZIAŁ FILOZOFICZNY
E-MAIL: PANZEBRA@GMAIL.COM

Zza siedmiu mórz. Zarys dziejów europejskiej nawigacji do XV wieku

STRESZCZENIE

Jedną z cezur kończących europejskie średniowiecze była morska wyprawa Krzysztofa Kolumba na Zachód, celem odkrycia najkrótszej drogi do Indii. Realizacja przedsięwzięcia była możliwa dzięki wielu wiekom obecności Europejczyków na morzach. Żegluga przyciągała uwagę najważniejszych ludów starożytnych, od Egipcjan poczynając, a na Rzymianach kończąc. Na doświadczenia Morza Śródziemnego nałożył się w późniejszych wiekach dorobek ludów północnych, których śmiałe wyprawy grabieżcze wprowadziły do tradycji wiele oryginalnych elementów. Średniowiecze stało się okresem stopienia obu tych głównych nurtów tożsamości morskiej, co było podstawą późniejszych sukcesów nautycznych Europejczyków i ich dominacji kolonialnej. W tekście autor stara się przedstawić rolę, jaką odgrywała w tym procesie kultura ludów europejskich: religia, filozofia, mity, literatura i sztuka. Religia i filozofia zaszczyliły w Europejczykach potrzebę odkrywania świata widzialnego w sposób konkretny i realistyczny. Z kolei eksploracja morska stała się możliwa dzięki stopniowym zmianom technologicznym w dziedzinie nawigacji, co nie następowało w sposób skokowy. Odbywało się powoli, oparte było na nawarstwiających się doświadczeniach pokoleń żeglarzy, z których każde wносиło nowy element do europejskiej skarbnicy wiedzy nautycznej. Podobnie ewolucyjny proces zachodził w dziedzinie budownictwa morskiego. Trwało to od czasu zwodowania pierwszych odnotowanych przez archeologów statków trzciniowych w starożytnym Egipcie aż po okres, kiedy w XIV wieku stocznie europejskie opanowały budowę kadłubów okrętowych o dzielności morskiej pozwalającej na pokonywanie tras oceanicznych. Wyposażone w nieznanne do tej pory systemy takielunku i ożaglowania, statki te mogły służyć kapitanom do bezpiecznego podróżowania po nieprzebytych wcześniej przestrzeniach.

SŁOWA KLUCZOWE

Morze Śródziemne, żegluga, nawigacja, odkrycia geograficzne, mity morskie, historia budownictwa okrętowego

Kto panuje nad morzem, panuje nad handlem.
Kto panuje nad handlem, panuje nad światem!

sir Walther Raleigh¹

Wstęp

Podróże morskie były częścią najstarszych kultur ludzkich². Woda stanowi ponad 70% powierzchni kuli ziemskiej i pozostaje do dziś najpoważniejszą przeszkodą dla działalności człowieka z uwagi na swoją nietrwałość i zabójczy charakter³. Jednocześnie zaś jest najłatwiej dostępną platformą komunikacyjną łączącą kontynenty.

Wielkie mity ludzkości, ukazujące moc boskiego gniewu, często odwołują się do niszczących dla ludzkich kultur właściwości wody. Woda – żywioł bez granic – budziła też w człowieku pierwotny lęk i podziw. Fascynacja nią zapewne brała się, obok oczywistych atrakcji zmysłowych, jakie niosą ze sobą morza i oceany, ze świadomości nieograniczonej komunikacji, poza dostępne granice poznania. Otwarty brzeg jawił się jako możliwość spełnienia marzeń o krainach wyższości w tradycjach religijnych.

Mity związane z morzem były szczególnie silne w kulturze starożytnej Grecji, która mimo podboju przez Rzymian zdołała przetrwać i opanować zbiorową wyobraźnię ludu imperium. Grecka kolonizacja morska w basenie Morza Śródziemnego oraz tradycja kulturowa związana z podróżami morskimi wpłynęły na utrwalenie przekonania o doniosłości i potrzebie żeglugi⁴. Jest to cechą charakterystyczną społeczeństw Europy na tle innych tradycji kulturowych⁵. Nie była to wszak kwestia przewagi technologicznej, ponieważ pozaeuropejskie cywilizacje w nie mniejszym stopniu posiadały zdolności do budowy okrętów i prowadzenia morskiej nawigacji⁶.

¹ Walter Raleigh (1554–1618), angielski polityk, mąż stanu, żołnierz, poeta, zaufany szpieg królowej Elżbiety I, a przede wszystkim eksplorator morski, który przetrwał dla Anglii drogi żeglugowe prowadzące do Ameryki Północnej. Podobnie brzmiący cytat znanego powiedzenia sir Waltera Raleigha przytacza w swej książce P. P. Wiczorkiewicz, *Historia wojen morskich. Wiek żagla*, Londyn 1995, s. 7.

² W. J. Urbanowicz, *Architektura okrętów*, Gdynia 1959, s. 86.

³ D. Miller, J. Jordan, *Współczesne okręty podwodne*, Warszawa 1993, s. 44–45.

⁴ M. Mollat du Jourdin, *Europa i morze*, tłum. M. Bruckowska, Warszawa 1995, s. 35.

⁵ F. Howard, *Sailing Ships of War 1400–1860*, London 1987, s. 9.

⁶ M. Flecker, *A Ninth-Century AD Arab or Indian Shipwreck in Indonesia: First Evidence for Direct Trade with China*, "World Archaeology" 2001, Vol. 32, No. 3, s. 335–354.

Wyprawy morskie są szczególnym rodzajem podróży. Wymagają wysoko rozwiniętej organizacji społecznej i technologicznej. Do przeprowadzenia ekspedycji i kolonizowania ziem zamorskich potrzeba było obok rozwoju technologii także odpowiedniego ukształtowania wyobraźni ludzkiej. Tę funkcję pełniły mity religijne związane z morzem. Pobudzały one naturalną ciekawość i stymulowały potrzebę podróżowania ku nieznanym miejscom. Drugim istotnym elementem była techniczna biegłość w budowie statków, wreszcie obiektywna wiedza i wynikające z niej konsekwencje. Obsesja Greków, czyli spekulacja filozoficzna i odsiewanie zmyślonych zdarzeń od faktów, miała znaczenie fundamentalne przy organizowaniu dalszych podróży morskich⁷.

Mit morski w starożytności miał swoją siłę wyrazu w postaci brata Zeusa, Posejdon⁸, który miał wedle podań przekonanie o swojej równorzędności wobec brata, będącego przecież bogiem najwyższym:

Choć jest mocny, atoli nadto dumnie gada.
Próżno równego w stopniu swą siłą zastrasza.
Trzech nas miała z Kronosa synów matka nasza:
Zeusa, mnie, Hadesa, co Ereba dziedziczy,
Trzech panów, na trzy części podzielon świat liczy.
Każdy ma swe dziedzictwo. Z losów udziałem
Hades wziął czarne cienie, ja morze dostałem⁹.

Ta fascynacja światem morskim była bliska także ludom Północy, zamieszkującym Skandynawię. Bogowie sag germańskich skupiają swoją aktywność wokoło wód, które są całkowicie odmienną przestrzenią od rozświetlonego słońcem i przejrzystego przez większą część roku akwenu Morza Śródziemnego. Jest to miejsce pełne mgieł, zmiennej pogody, gwałtownych sztormów i niewyjaśnionych zjawisk atmosferycznych. Blisko tam do krainy podbiegunowego lodu, a mechanizm Układu Słonecznego, nieznanymi zabobonami Germanom północnym, zatapiał region w ciemności na wiele miesięcy w zimie. Bogiem dobroci i wiosny był dla Skandynawów Baldr, syn Odyna i bogini Frigg, kapitan, rzec by można, używając współczesnej nomenklatury, okrętu o nazwie Hringhorni¹⁰. Gniew bogów morskich czy to na północy, czy też na południu jest jednakowo pustoszący dla ludzkiego losu:

⁷ A. Krokiewicz, *Zarys filozofii greckiej. Od Talesa do Platona, Arystoteles, Pirron i Plotyn*, Warszawa 1995, s. 40–41.

⁸ D. Sacks, *Encyklopedia świata starożytnych Greków*, Warszawa 2001, s. 334–336.

⁹ Z. Drapella, *Mity i legendy morskie*, Gdańsk 1978, s. 91.

¹⁰ W. J. Urbanowicz, op. cit., s. 87.

Po zbudowaniu przez Achajów Troi Menelaos z takim pośpiechem skierował swe okręty do Sparty, że nie starczyło mu czasu ani chęci na złożenie bogom ofiar. Rozgniewana tym lekceważeniem Atena zesłała na jego flotę sztorm, który zniszczył wszystkie prawie okręty, a te, które zdołały się ocalić, wiatr zaniósł na Kretę, skąd Menelaos musiał pożeglować do Egiptu. Przez siedem lat żaden ze spartańskich okrętów nie mógł położyć się na kurs do kraju, gdyż wiatr był stale przeciwny¹¹.

Ta niemożność odwrócenia swojego losu, zawarta w historii spartańskiego władcy, wskazuje na nieodgadnioną naturę morza, a nam udziela lekcji o technicznych ograniczeniach ówczesnych statków. Ferdynand Braudel zaleca historykowi daleko idącą rekonstrukcję własnej wyobraźni przy badaniu dziejów ludzkich, szczególnie tych związanych z żeglugą:

Historyk powinien odciąć się za wszelką cenę od aktualnej wizji Morza Śródziemnego, która zamienia je w jezioro. [...] w lutym 1852 roku podróż statkiem z Marsylii do Pireusu trwała dziewięć dni – morze było ogromne jak na prastarą miarę żagla i okrętów zdanych nieustannie na łaskę kapryśnych wiatrów, potrzebujących dwóch miesięcy na przepłynięcie z Gibraltaru do Stambułu¹².

Ta ścisła zależność żeglarzy od wiatru i anomalii pogodowych była spowodowana właściwościami nautycznymi ówczesnych okrętów.

Z Nilu na bezkres wód morskich

Na Morzu Śródziemnym pierwszymi historycznie potwierdzonymi jednostkami były statki budowane przez Egipcjan. Początkowo były to rodzaje tratw trzciniowych. Ich wielkość zwiększała się wraz z nabywaniem biegłości w konstruowaniu kadłubów¹³. Całość przypominała dzisiejsze łodzie pontonowe używane do raftingu. Kadłub miękki i poddający się naprężeniom, lecz jednocześnie pozostający w stanie pływalności, był bytem doskonałym w warunkach żeglugi rzecznej. Pływanie po rzekach czy jeziorach nie wymaga odporności na wysokie fale ani dokładności nawigacyjnej (bo skiper pozostaje w stałym kontakcie z lądem). Niebezpieczeństwa są powodowane przez niewidoczne przeszkody podwodne i prąd rzeki. Ówczesna żegluga rzeczna

¹¹ Z. Drapella, op. cit., s. 93.

¹² F. Braudel, F. Coarelli, M. Aymard, *Morze Śródziemne. Region i jego dzieje*, tłum. M. Boduszyńska-Borowikowa, Gdańsk 1982, s. 29.

¹³ W. F. Edgerton., *Dimensions of Ancient Egyptian Ships*, "The American Journal of Semitic Languages and Literatures" 1930, Vol. XLVI, No. 3, s. 145–149.

była rodzajem splotu w jedną stronę – w kierunku ujścia¹⁴. Żegluga śródlądowa nie zmieniła się aż do końca XVIII wieku. Jak wynika z zachowanych źródeł, flisacy wiślani, spławiający towary do Gdańska w czasach Rzeczypospolitej Obojga Narodów, odbywali podróż w jedną stronę. Drewno używane do budowy tratw przeznaczano w porcie docelowym na sprzedaż¹⁵. Tratwa rzeczna byłaby bowiem bezużyteczna po zejściu na otwarte wody morskie.

Egipska żegluga morska mogła się rozpocząć na dobre po skonstruowaniu statków ze sztywnym kadłubem. Niedobór drzew na tym obszarze był czynnikiem hamującym rozwój szkutnictwa. Są to jednak zaledwie hipotezy, gdyż nasza wiedza o najwcześniejszych jednostkach morskich tego okresu (3500–3000 p.n.e.) jest oparta na fragmentarycznym obrazie rekonstruowanym przez archeologów¹⁶.

Egipcjanie, wkraczając na morze, zetknęli się z wrogimi siłami, które były na tyle skuteczne, że z tego doświadczenia powstał pierwszy historycznie udokumentowany okręt wojenny¹⁷. Była to jednostka oparta konstrukcyjnie na statku handlowym, zaopatrzona w podwójny system napędowy: żagiel i wiosła.

Żagiel jednostek egipskich był rejowy, zdatny wyłącznie do żeglugi przy wiatrach pełnych, czyli wiejących od rufy (z tyłu statku). Statki miały płaskie dno kadłuba, były pozbawione stępki, czyli rodzaju listwy wyznaczającej oś podłużnej symetrii kadłuba. Taka konfiguracja była korzystna przy wchodzeniu w estuaria rzeczne. Walka z bocznym wiatrem czy prądem narażała statek bez stępki na spory dryf i odchylenie od założonego kursu. Biorąc pod uwagę doświadczenia dzisiejszych żeglarzy, ten brak mógł doprowadzić do wejścia na mieliznę¹⁸.

¹⁴ Wiosłowanie w górę rzeki było rzecz jasna możliwe, ale w ograniczonym zakresie. Użycie żagla na rzekach, nawet o dość szerokim nurcie, jest do dzisiaj ryzykowne i niepewne, zaś pod prąd i z ładunkiem – zupełnie nieefektywne. W istocie żeglowność rzek w stronę źródeł to wynalazek dość późny, związany ze skonstruowaniem statku parowego, który na dobre niezależnił żeglugę od kaprysów natury. J. J. Sydow, *Żeglowanie po wodach śródlądowych*, Szczecin 1991, s. 215–222.

¹⁵ W. Głowacki, *Dzieje żeglarstwa polskiego*, Gdańsk 1989, s. 18.

¹⁶ J. Batchelor, Ch. Chant, *Encyklopedia statków żaglowych od 2000 p.n.e. do 2007 n.e.*, Warszawa 2006, s. 26–29.

¹⁷ Š. Guláš, *Żaglowce*, Warszawa 1985, s. 39.

¹⁸ W. J. Urbanowicz, op. cit., s. 39; J. Szelestowski, *Vademecum manewrowania jachtem pod żaglami*, Warszawa 1989, s. 14–17. Podstawowym problemem przy żegludze w ostrych wiatrach, czyli wiejących od dziobu statku do wiatrów bocznych, zwanych półwiatrami, jest powstający znaczny dryf kadłuba. Obrazowo wyjaśnić go można jako prze-

Egipt nigdy nie utrzymał przestrzeni morskich pod własnym panowaniem, choć już w XX wieku p.n.e. rozpoczęto przekopywanie kanału łączącego Morze Śródziemne z Morzem Czerwonym. Ta strategiczna intuicja miała niebagatelne znaczenie dla żeglugi w regionie, ale w 767 roku Arabowie zniszczyli przejście¹⁹. Prawdziwym przełomem w historii żeglugi śródziemnomorskiej były dokonania nautyczne Fenicjan. Lud ten, zamieszkujący wschodnie wybrzeże Morza Śródziemnego, był znany z wprawnych żeglarzy: „Mędrzy Twoi Tyrze – powiada Ezechiel – którzy bywali w Tobie, ci byli sternikami twymi [...]. Na wody wielkie zaprowadzili cię żeglarze twoi” (Ez, 27). Podróżując nawet nocą i orientując się według Małej Niedźwiedzicy, Fenicjanie byli prekursorami pełnomorskiej nawigacji²⁰. Poprzez kanał Morza Czerwonego zapuszczali się zapewne aż do wybrzeży Indii, a pod koniec VII wieku p.n.e. opłynęli kontynent afrykański²¹. Wyczyny żeglarskie na taką skalę nie byłyby możliwe bez innowacji nawigacyjnych zastosowanych przy budowie jednostek pełnomorskich. Statki fenickie otrzymały stępkę konstrukcyjną, która „zakotwiczyła” kadłub w wodzie. Urządzenie to umożliwiło utrzymywanie precyzyjnego kursu. Stępka pozwoliła na zwiększenie zakresu wykorzystania wiatru aż do tak zwanego półwiatru. Kolejną innowacją było zastosowanie poszycia stykowego zwanego karawelowym. Było ono znane już w 800 roku p.n.e. i stanowiło znak charakterystyczny jednostek basenu Morza Śródziemnego. Pozwoliło na zmniejszenie wagi materiału używanego do konstrukcji kadłuba. Względna gładkość poszycia zwiększyła też nieco prędkość statków²². Fenicjanie wypracowali proporcję kadłuba statku, która utrzymała się aż do średniowiecza – 4:1²³.

Matematyczny świat Argonautów

Cywilizacja Fenicjan upadła za sprawą agresji lądowej Babilończyków. Wcześniej jeszcze zdążyli ponieść klęskę z rąk ateńskich jako perscy sprzymierzeńcy w bitwie pod Salaminą (28 września 480 roku p.n.e.)²⁴, lecz ich roz-

suwanie się statku spowodowane brakiem osadzenia w wodzie. Powoduje to, że wiatr, działając znaczną siłą na kadłub poprzez żagiel, przesuwając jednocześnie całą jednostkę i spycha ją z kursu. Stępka jest podstawowym narzędziem służącym do stabilizacji kadłuba, czyli utrzymania jednolitego kursu statku mimo zmieniających się wiatrów.

¹⁹ Ś. Guláš, op. cit., s. 58.

²⁰ F. Braudel, F. Coarelliu, M. Aymard, op. cit., s. 67.

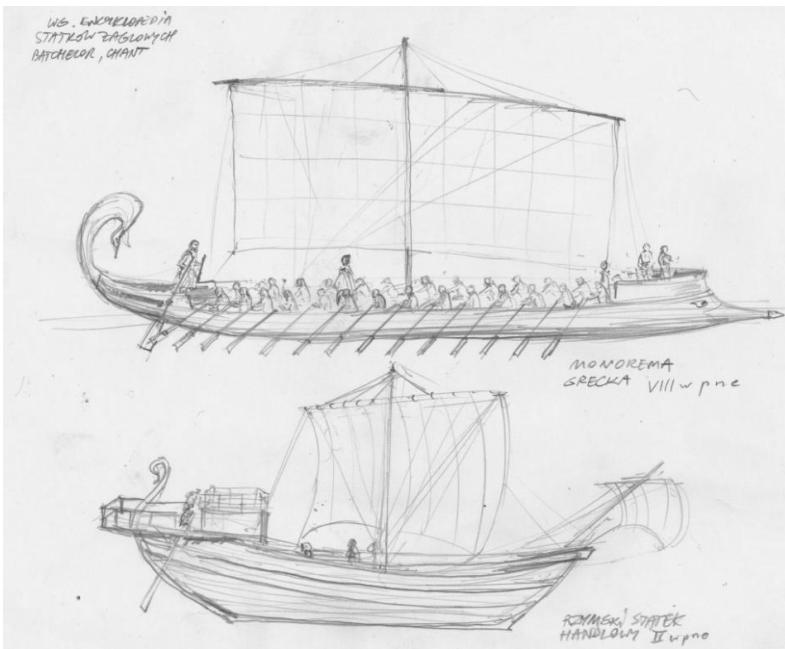
²¹ Ś. Guláš, op. cit., s.40.

²² F. Howard, op. cit., s.18.

²³ Ś. Guláš, op. cit., s. 44.

²⁴ E. Kosiarz, *Bitwy morskie*, Gdańsk 1970, s. 22.

wiązania nautyczne pozostały klasycznym wzorem, przejętym następnie przez cywilizację grecką. Grecy udoskonalili fenickie doświadczenia, dodając do tworzonego skarbcza wiedzy nawigacyjnej swoje niezwykle zdolności w dziedzinie naukowej myśli filozoficznej, obserwacji przyrody, geometrii i matematyki. Należy nadmienić, że mówimy tu o czasach, kiedy arytmetyka była głęboko oddzielona od geometrii i nie posługiwano się jeszcze znanym nam współcześnie systemem liczb zapożyczonym od Arabów (a pośrednio prawdopodobnie z Indii). Z tego właśnie powodu filozofia grecka miała charakter jednorodnych spekulacji umysłu, przekraczając swobodnie granice czegoś, co uważamy dziś za mit, podanie historyczne, estetykę i nauki ścisłe²⁵.



Ryc. 1. Grecka monorema bojowa i rzymski statek handlowy, VIII–II wiek p.n.e.
Źródło: opracowanie własne.

Świat Hellenów rozwinął w szczególach konstrukcje statków, największe osiągnięcia odnotowując w dziedzinie marynarki wojennej (udoskonalenie taranu, pomysły uzbrojenia okrętowego oparte na mechanice). Jednak na dłuższą metę znacznie donioślejsze okazały się odkrycia w dziedzinie geometrii, które pozwoliły na pierwsze w pełni racjonalne opisy świata. Grecy

²⁵ A. Krokiewicz, op. cit., s. 77–79.

odrzucał myśl o płaskości ziemi, co stanowiło kamień milowy na drodze do pełnego opanowania żeglugi²⁶. Rozum w sensie metaforycznym wyratował Menelaosa z opresji, zastępując intrygę przeciwko Proteuszowi kalkulacją matematyczną. Dzięki wiedzy geometrycznej powstała tak zwana gnomoniczna mapa świata, wykonana metodą odwzorowania kuli na płaszczyźnie. Autorstwo mapy takiego typu, opartej na rzutowaniu z punktu położonego w środku teoretycznej kuli ziemskiej, przypisuje się Talesowi z Miletu (640–546 r. p.n.e.). Następnie powstała stereograficzna mapa Hipparcha (190–125 r. p.n.e.), na której punkt rzutowania znajduje się w odległości dwóch promieni ziemskich od punktu styczności płaszczyzny rzutowania z powierzchnią Ziemi – $d=2R$ ²⁷.

Te niezwykle dokonania nie zmieniają jednak faktu, że w powszechnym mniemaniu dominującym sposobem żeglowania było nadal dostosowanie się do sił Losu, personifikowanych w postaci bogów i nimf, kierujących kapryśnie drogami żeglarzy. Przezornie zatem trzymano się utartych szlaków przybrzeżnych. Braudel określa, że „rozsądnym marynarzom, a więc większości z nich, rzadko zdarzało się zapuszczać poza granice swojskiego morza”²⁸. O zwycięstwie rozsądku nad niepewnością zapuszczenia się na nieznanne wody zaświadcza Księga Piąta Flawiusza Wegecjusza Renata w tłumaczeniu staropolskim pod tytułem *O sprawie rycerskiej wodnej*:

Nie każdej porze morze zdadne do żeglugi, niektóre bowiem miesiące pewne, drugie wątpliwe, inne całkiem niezgodne [...]. Od dnia 11 listopada aż do 10 marca cała ustaje żegluga, bo dzień krótki, noc długa, chmury gęste, dżdże, śnieg, wody nie tylko okrętom na morzu, ale też podróżnym na lądzie przynoszą szkodę²⁹.

Navigare necesse est

Rzymianie, powoli, acz nieubłaganie budujący swoje imperium na Półwyspie Apenińskim, nie wykazywali początkowo najmniejszych ciągot w kierunku żeglugi, napotkali jednak na morzu granicę swojej potęgi. W starciu z Kartagińczykami początkowo ponosili klęski. Ponosili też straty w dziedzinie handlu, zdani na umiejętności nautyczne Greków.

²⁶ Ibidem, s. 94.

²⁷ J. Urbański, Z. Kopacz, J. Posiła, *Nawigacja morska*, Gdańsk 1979, s. 100. Na temat koncepcji kosmologicznych Greków starożytnych zob. A. Piskozub, *Historia poznania Wszechocianu*, Toruń 2004, s. 76–77.

²⁸ F. Braudel, F. Coarelliu, M. Aymard, op. cit., s. 37.

²⁹ J. Z. Lichański, *O zwycięstwie morskiej bitwy*, Gdańsk 1984, s. 180.

Kartagina wykazywała wybitne zdolności żeglugowe, zaś po upadku Tyru przeniosła się tam znacząca populacja Fenicjan – niezrównanych żeglarzy. Stała się ona klasycznym centrum morskim o kosmopolitycznym charakterze, w którym dominował kupiecki, praktyczny etos życiowy. Wyposażeni w wiedzę i doświadczenie Kartagińczycy opanowali z czasem basen Morza Śródziemnego. Zaczęli zapuszczać się na nieznane wody północne, przekraczając Cieśninę Gibraltarską w poszukiwaniu towarów i surowców. Okręty kartagińskie pod dowództwem Hamilkona w poszukiwaniu cyny zbadały europejskie wybrzeża aż po Wyspy Brytyjskie (Kassyterydy)³⁰. Lądowe państwo rzymskie musiało zwodować flotę i podjąć rękawicę rzuconą przez żeglarską metropolię. Nie było to łatwe zadanie, gdyż zbudowanie tożsamości morskiej zazwyczaj zajmuje sporo czasu³¹. W sukurs Rzymianom przyszedł wrodzony praktycyzm. Armia rzymska wyróżniała się wybitną kreatywnością w dziedzinie inżynierii wojskowej. Zastosowano szereg wynalazków, które wprowadziły kolejne innowacje do tradycji morskich. Handel, czyli strategiczny element bezpieczeństwa republiki, mogła zapewnić wyłącznie flota wojenna, która wyeliminowałaby zagrożenie³². Do zwycięstwa potrzebne było przełamanie dominacji helleńskiego okrętu wojennego używanego przez Kartagińczyków. Była to galera wiosłowa w proporcji kadłuba 6:1, bardzo szybka i zwrotna. Jej śmiertelną bronią był taran dziobowy, dziurawiący burtę przeciwnika. Odpowiedzią rzymską był abordaż, wykonywany za pomocą prostego urządzenia o nazwie *corvus*³³. Był to zaopatrzony w haki pomost bojowy, którym przerzucano załogę desantową i zatrzymywano taran w bezpiecznej odległości od własnej burty. W walce wręcz piechota rzymska nie miała równych sobie, szczególnie, że przygotowane do szybkiej żeglugi okręty kartagińskie nie posiadały wystarczającej liczby żołnierzy, by odeprzeć wdzierających się na pokład przeciwników.

W ten niezwykle prosty sposób lądowe mocarstwo zwyciężyło doświadczone państwo morskie i zdobyło panowanie nad basenem Morza Śródziemnego. Istotnym wkładem Rzymu w rozwój technologii nautycznej było umieszczenie w kadłubie okrętowym żagla manewrowego w okolicy dziobu. Był to maszt nazywany artemonem³⁴. Największe statki towarowe Rzymu

³⁰ F. Braudel, F. Coarelliu, M. Aymard, op. cit., s. 71.

³¹ W. J. Urbanowicz, op. cit., s. 40–41.

³² B. Rankov, *Roman Shipsheds and Roman Ships Memoirs of the American Academy in Rome*, [w:] *The Maritime World of Ancient Rome*, ed. R. L. Hohlfelder, Ann Arbor 2008, s. 60–61.

³³ Zob. Z. Żygulski, *Broń starożytna. Grecja, Rzym, Galia, Germania*, Warszawa 1998, s. 100–101.

³⁴ W. J. Urbanowicz, op. cit., s. 41.

dochodziły do 1000 ton wyporności kadłuba i ponad 50 metrów długości³⁵. Rzymianie śladami Kartagińczyków wyszli poza basen Morza Śródziemnego, dokonując między innymi kolonizacji Wysp Brytyjskich.

Do utrzymywania stałej komunikacji morskiej potrzebna była sieć nawigacyjnych pomocy zwanych terestrycznymi³⁶:

Od czasów starożytnych i średniowiecznych latarnie morskie stanowiły symbol przebudzenia Europy do życia morskiego, a powiększanie ich liczby i mocy w ciągu stuleci jest przejawem skupienia uwagi na problemach morza. Starożytność znakowała znane sobie brzegi: poblizże ujścia Dunaju, wybrzeża Bosforu, Cieśniny Otranto, Rawnę [...], Mesynę, Regium [...], następnie odcinek między Neapolem a Ostią, gdzie płonęło pięć dość zbliżonych do siebie świateł³⁷.

Budowanie punktów orientacji lądowej było niezbędne, jeśli weźmie się pod uwagę, że żeglarze zwykle byli pozbawieni precyzyjnych instrumentów nawigacyjnych, prowadzących do poznania pozycji statku w każdych warunkach. Zresztą metody obserwacyjne są stosowane do dziś jako pełnoprawne sposoby określania pozycji okrętu na wodzie³⁸. Trzymano się zatem linii brzegowej i wytycznych pogodowych, zgodnie z cytowanym wcześniej dziełem Wegecjusza. W sukurs przychodziła także wiara w siły nadprzyrodzone.

Chrześcijaństwo – religia żeglarzy

Chrześcijaństwo, które wyrugowało z Imperium Rzymskiego mitologię hellesko-rzymską z Posejdonem-Neptunem, władcą morskich otchłani, było samo ściśle związane z żeglugą przez fakt powstania w środowisku prywatnej inicjatywy rybackiej, co nazwalibyśmy po kaszubsku „maszoperią”. Święty Paweł odbywał morskie podróże na statku, przeżywając przygody niczym Menelaos, a niemożność trzymania kursów na wiatr przez jednostki transportowe w pierwszych latach naszej ery powodowała identyczne komplikacje jak w głębokiej starożytności ery heroicznej³⁹. Istotny przełom nastąpił nieco później, co niektórzy autorzy łączą z pojawieniem się w basenie Mo-

³⁵ J. Batchelor, Ch. Chant, op. cit., s. 36–37.

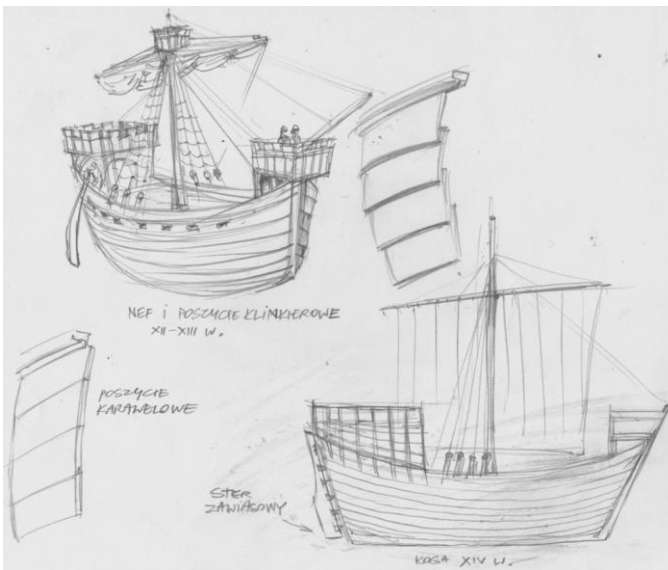
³⁶ G. W. Houston, *Ports in Perspective: Some Comparative Materials on Roman Merchant Ships and Ports*, „American Journal of Archaeology” 1988, Vol. 92, No. 4, s. 553–564.

³⁷ M. Mollat du Jourdin, op. cit., s. 213.

³⁸ J. Urbański, Z. Kopacz, J. Posiła, op. cit., s. 255–257.

³⁹ M. Fitzgerald, *The Ship of Saint Paul. Comparative Archeology*, „The Biblical Archaeologist” 1990, Vol. 53, No. 1, s. 31–39.

rza Śródziemnego Arabów. Polegał on na skorygowaniu pozycji rei na maszcie głównym (jak wiadomo, Rzymianie dodali kolejny maszt na statku), po przekształceniu żagla prostokątnego w trójkątny, zwany dziś łaćńskim. Niektórzy autorzy przypisują wynalazek Arabom żeglującym po stosunkowo wąskim akwenu Morza Czerwonego⁴⁰. W takich warunkach potrzebne było utrzymywanie kursów ostro na wiatr (czego nawigatorzy Menelaosa nie byli w stanie sobie wyobrazić, bo pomyślny wiatr dmuchał nieodmiennie w plecy). Taką zdolność otrzymano w wyniku połączenia stosunkowo smukłego kadłuba z żaglami trójkątnymi⁴¹. Niewykluczone jednak, że jak większość wynalazków ludzkości, także ten ma wielu ojców, gdyż nie sposób wykluczyć, że kapitanowie, obserwując zachowanie się jednostek, samodzielnie dochodzili do podobnych wniosków.



Ryc. 2. Nef (z lewej – XIII w.), XIV-wieczna koga i zasada kładzenia poszycia klinkierowego na kadłubach statków
Źródło: opracowanie własne.

⁴⁰ Arabska żegluga podlegała z przyczyn kulturowych istotnym ograniczeniom: „Cywilizacja europejska od zarania wkraczała w jego [morza] obszar, a kiedy go ostatecznie pokonała, odkryła drogę w świat, poznała wszystkie nieznane wybrzeża i zapanowała nad światem; w tym samym czasie cywilizacja muzułmańska przeżywała coraz większy zastój i skostnienie. Nauka muzułmańska głosiła, że człowiek na tyle szalony, aby odważyć się wpłynąć na wody Atlantyku, powinien być pozbawiony praw obywatelskich”. A. Piskozub, op. cit., s. 131.

⁴¹ Š. Guláš, op. cit., s. 90.

Okres schyłku Imperium Rzymskiego i jego podział na część wschodnią i zachodnią w 395 roku łączy się z późniejszą katastrofą Rzymu i wzrostem znaczenia Konstantynopola, który wyrastał na stolicę głównego państwa-protektora chrześcijaństwa w świecie. Aby skutecznie ochraniać swoje interesy, należało zapewnić panowanie na lądzie i morzu. Dzięki zebraniu doświadczeń wielu wieków żeglugi śródziemnomorskiej powstała bizantyjska dromona, która przetrwała w pewnej kombinacji form stylistycznych aż do XVIII wieku jako galera śródziemnomorska⁴². Była to jednostka z reguły na 50 do 80 wiosł, zaopatrzona w dwa maszty z żaglami łacińskimi. Poza załogą nawigacyjną w jej skład wchodziłi żołnierze piechoty morskiej, którzy mogli dokonywać abordażu. Posiadała też rodzaj *wunderwaffe* w postaci syfonów miotających „ogień grecki”⁴³. O efektywności tego urządzenia, po dzień dzień niemającego następcy w annałach wojen morskich, Edmund Kosiarz pisze następująco: „W 673 r. Konstantynopol obległa flota arabska. Dromony bizantyjskie wyszły wówczas na spotkanie floty arabskiej i zaczęły miotać «ogień grecki». Okręty arabskie, zaskoczone tą nową formą ataku i nie przygotowane do walki z ogniem, poniosły klęskę”⁴⁴.

W tym czasie poza Arabami w rejonie Morza Śródziemnego zaczęli się pojawiać Normanowie, wyznawcy Odyna i Baldra na swoich długich łodziach o poszyciu klinkierowym – drakkarach i snekkarach⁴⁵. Było ono wyjątkowo elastyczne i dobrze nadawało się dla niewielkich jednostek o dużej dzielności morskiej⁴⁶. Mimo niewątpliwych osiągnięć nawigacyjnych, najeźdźcy skandynawscy byli uważani na południu za mocno zacofanych w dziedzinie nawigacji morskiej. Francuski wojskowy, pisarz, uczestnik wypraw krzyżowych, związany z Cyprzem i doświadczony żeglarsko obserwator Filip z Mezieres (1327–1405) nisko cenił nawigatorów z północy: „w krajach północnych żeglują się tylko za pomocą sondy, bez busoli”⁴⁷. Oczywiście ta uwaga dotyczy okresu późniejszego, niemniej jednak w rozwoju żeglugi zazwyczaj nie odnotowuje się skokowego przyrostu umiejętności, jeśli nie przejęto się ich wcześniej od lepiej wykształconych mentorów.

Zetknięcie się Północy i Południa nastąpiło we wczesnych wiekach średnich. Kształtując wzajemne relacje w czasie wojen i kontaktów handlowych, formowała się współczesna morska Europa. W warstwie intelektualnej prze-

⁴² W. J. Urbanowicz, op. cit., s. 45–46.

⁴³ Š. Guláš, op. cit., s. 54–55.

⁴⁴ E. Kosiarz, op. cit., s. 45.

⁴⁵ A. Dudszus, E. Henriot, F. Krumrey, *Das Grosse Buch der Schiffstypen*, Berlin 1987, s. 260–261.

⁴⁶ J. Bachelor, Ch. Chant, op. cit., s. 38–43.

⁴⁷ M. Mollat du Jourdin, op. cit., s. 69.

waga była na razie po stronie Południa. Michel Mollat du Jourdin pisze wprost, że to Włosi, stosując busolę, będącą wynalazkiem chińskim, nauczyli następnie sztuki wyznaczania kursu na morzu resztę żeglarzy kontynentu. Kultura nawigacyjna, kultywowana przez wielowiekową tradycję śródziemnomorską, stworzyła także portulan, czyli rodzaj podręcznika nawigacyjnego (stosowanego do dnia dzisiejszego jak komplet nawigacyjny składający się z map morskich, dziennika okrętowego i przyrządów nawigacyjnych)⁴⁸. W tekstach portulanów gromadzono wiedzę dotyczącą wszelkich spraw ważnych dla nawigatorów: „Tekstom opisowym towarzyszyły tabele deklinacji magnetycznej, kalendarze przyptywów, odpływów, opatrzone popularnymi wówczas ilustracjami w stylu kalendarzy pasterskich”⁴⁹. Na Północy budowano jednak coraz większe, tak zwane okrągłe statki, które przy zastosowaniu poszycia klinkierowego nie mogły zwiększyć wyporności ponad 400 ton⁵⁰. Obliczenia wskazywały, że efektywny handel morski wymagał większych jednostek⁵¹. Dopiero zastosowanie przywiezionego z Południa sposobu na pokrywanie stykowymi klepkami zwiększyło wyporność do prawie 1000 ton. W tak wielkim statku w samą porę pojawił się również podpartzony na Południu ster zawiasowy, który zastąpił płetwę zrobioną z wiosła na prawej burcie (stąd określenie „sterburta”, oznaczające prawy bok statku). W XII wieku powstała karawela, początkowo jako jednostka rybacka z dwoma masztami z ożaglowaniem łacińskim⁵². Jak podkreśla Jacek Czajewski:

Ożaglowanie łacińskie tworzy żagiel o kształcie zbliżonym do wydłużonego w poziomie trójkąta, przymocowanego do wygiętej długiej rejki zawieszanej skośnie na stosunkowo niskim maszcie, w punkcie o ok. 1/3 długości rejki od jej noku wyniesionego w stronę dziobu żaglowca i tam zamocowanego. [...] Ożaglowanie to umożliwia żeglugę ostro na wiatr⁵³.

Wczesne średniowiecze jest czasem powstawania tradycji żeglugowych w Europie. Morze wciąż wzbudzało lęk, ale i ciekawość, o czym pisze Ferdynand Braudel: „Żeglarze z Zachodu polecają ładunki wiezione na swych

⁴⁸ D. Turnbull, *Cartography and Science in Early Modern Europe: Mapping the Construction of Knowledge Spaces*, „Imago Mundi” 1996, Vol. 48, s. 5–24.

⁴⁹ M. Mollat du Jourdin, op. cit., s. 117.

⁵⁰ Ś. Guláš, op. cit., s. 114.

⁵¹ F. Howard, op. cit., s. 14.

⁵² K. H. Donald, *Replicating a Caravel*, „Historical Archaeology” 1992, Vol. 26, No. 4, s. 21–26.

⁵³ J. Czajewski, *Manewrowanie dużymi żaglowcami*, Warszawa 1997, s. 42.

statkach, a tym bardziej własne ciała i dusze, Najświętszej Marii Pannie, Gwieździe Morza [...]. O tym lęku w sercach żeglarzy najdobitniej świadczy ich długotrwała niechęć do wypływania na pełne morze do żeglugi po prostej”⁵⁴. Jednym z najdziwniejszych wynalazków, które przetrwały do dziś, jest dzwon okrętowy. Jego użycie w XIII wieku było zabiegiem czysto magicznym. Dźwięk dzwonu miał służyć odstraszeniu demonów i potworów głębinowych (można sądzić, że marynarze zanieśli na statek istotny element świątyni chrześcijańskiej)⁵⁵. Wychodząc poza strefę nadprzyrodzoną, dzwon okazał się bardzo praktycznym urządzeniem, umożliwiającym sygnalizację dźwiękową na przykład podczas mgły. Aż wreszcie nadszedł czas, kiedy żeglarze z Południa zebrali wszystkie doświadczenia bezimiennych najczęściej marynarzy i na czele trzech statków badawczych z flagową „Gwiazdą Morza” (Santa Maria), będących wspaniałym melanzem doświadczeń południa i północy Europy, pożeglowali 3 sierpnia 1492 roku w stronę zachodzącego Słońca.

Podsumowanie

Wyczyn nawigacyjny „Pinty”, „Niny” i „Santa Marii” nie ma precedensu w dziejach ludzkości⁵⁶. Podróż ta stanowi europejskie dziedzictwo i jest rozpatrywana jako symbol. Nie była jednak tym, za co zwykle się ją brać – jednorazową erupcją odwagi, inicjatywy i wiedzy pojedynczego śmiałka⁵⁷. W niniejszym tekście starano się wykazać, że w rzeczywistości ta kulminacja europejskiej nawigacji była etapem pewnej drogi myślenia. Jej początki tkwią w czymś, co Karl Jaspers określa jako „mrok dziejów ludzkości”⁵⁸. Dlatego w kwestii wskazania przyczyny sprawczej skazani jesteśmy na wieczne dyskutowanie i spory. Wiedza bezsporna pozwala na pokazanie mozolnego procesu, w którym nakładały się na siebie elementy czysto religijne, właściwa kulturom Morza Śródziemnego ciekawość i otwartość na obce osiągnięcia (co przyczyniło się do zdobycia wszelkich niezbędnych technik nawigacyjnych) oraz dobrze rozwinięta, oparta na przesłankach naukowych technologia.

⁵⁴ F. Braudel, F. Coarelliu, M. Aymard, op. cit., s. 37.

⁵⁵ E. Kaczorowski, J. Koziarski, R. Pluta, *Ceremoniał morski i etykieta jachtowa*, Warszawa 1996, s. 217.

⁵⁶ J. Delumeau, *Cywilizacja Odrodzenia*, tłum. E. Bąkowska, Warszawa 1993, s. 52–59.

⁵⁷ J. G. Da Silva, *Morskie dzieje Portugalczyków*, tłum. V. Soczewińska, Gdańsk 1987, s. 265.

⁵⁸ K. Jaspers, *O źródle i celu historii*, tłum. J. Marzęcki, Kęty 2006, s. 38–41.

Akwen Morza Śródziemnego sprzyjał żegludze na rozmaite sposoby. Morze to wiele wybacza, mogły zatem powstawać tam statki o napędzie wiosłowym. Ich dzielność morską, jak wynika z analizy konstrukcji kadłuba, była wystarczająca do podróży po spokojnych akwenach, nie pozwalałaby natomiast na rejsy oceaniczne. Dalekie podróże łodziami wiosłowymi, choć spektakularne (jak choćby penetracja przez Fenicjan wybrzeży afrykańskich bądź też udokumentowana archeologicznie wizyta Wikingów na wybrzeżu Nowej Fundlandii), pozostały jedynie epizodami i ciekawostkami. Z pewnością używając galer niemożliwe było wytyczenie stałych szlaków wodnych i prowadzenie regularnych połączeń transkontynentalnych.

Przełom, który doprowadził do udanej ekspedycji w 1492 roku i powstania zaoceanicznych kolonii Europy, rozpoczął się tak naprawdę dwa wieki wcześniej. Potrzebne było udoskonalenie konstrukcji kadłubów oraz takielunku okrętowego, a także oparcie się na napędzie żaglowym. Otwarty ocean nie pozwalał się bowiem opanować przez jednostki wiosłowe. Świadczą o tym pośrednio konstrukcje okrętowe obszaru Pacyfiku, gdzie duże żaglowce w typie dżonki pokonywały od wieków wielkie przestrzenie morskie⁵⁹. Niewielkie jednostki pływające ludów wyspiarskich tego oceanu posługiwały się zasadniczo także napędem żaglowym⁶⁰.

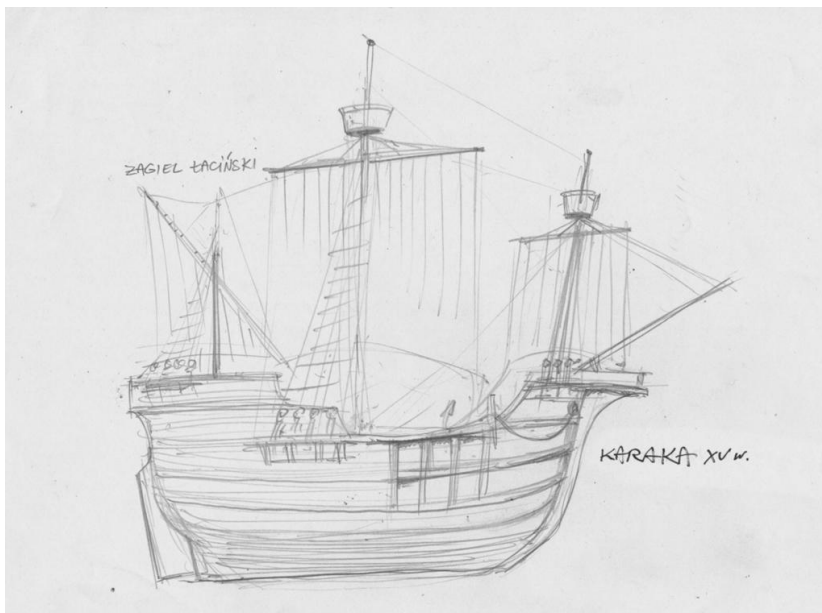
Okręty wiosłowe służące do walki w basenie Morza Śródziemnego wykazywały istotne różnice konstrukcyjne w zestawieniu ze statkami służącymi do przewozu towarów (a także ludzi) już w greckich czasach archaicznych. Istota tkwiła w kształcie kadłuba. Statek do przewożenia dóbr musiał być obszerny, pękaty, stateczny. Jego przeciwieństwem były okręty wojenne, których celem było panowanie na morzach, a głównym zadaniem walka, w związku z czym wyposażano je w szeregi wiosł i grupę abordażową. Ta specjalizacja charakteryzowała szczególnie okres po dominacji rzymskiej. Rozpad porządku imperialnego i chaos wczesnego średniowiecza sprawdziły na żeglugę europejską niespotykane w okresie Imperium Rzymskiego zagrożenia. Zatem jak w czasach starożytnego Egiptu, trzeba było powrócić do koncepcji statku-hybrydy. Brak ochrony szlaków żeglugowych wymusił budowę jednostek żaglowych zdolnych do przewozu towarów na większe odległości i zapewniających sobie ochronę. Pękate kadłuby (nierazko o proporcjach 2,5:1) z wysokimi burtami nie nadawały się do napędzania wiosłami⁶¹. Rozpoczęła się kariera żagla rejowego, znanego z galer śródziemnomorskich, używanego jednak wyłącznie w celach pomocniczych. Ożaglo-

⁵⁹ A. Dudzusz, E. Henriot, F. Krumrey, op. cit., s. 91.

⁶⁰ Š. Guláš, op. cit., s. 78.

⁶¹ F. Howard, op. cit., s. 16–17.

wanie takie miało swoje ograniczenia: „Rejowe żagle najsprawniej pracują przy wiatrach pełnych. Ustawia się je wówczas w przybliżeniu prostopadle do linii płaszczyzny symetrii kadłuba statku”⁶².



Ryc. 3. Karaka z żaglem łacińskim jako manewrowym, XV w.
Źródło: opracowanie własne.

Wzmocnienie masztu głównego i dodanie kolejnych – przedniego, który był wynalazkiem rzymskim, a potem ostatniego, tak zwanego bezana z żaglem skośnym, usprawniło do tego stopnia nawigację, że w ogóle zrezygnowano z wiosel jako napędu. Uciążliwość żeglugi pękatymi, opatrzonymi w kasztele, przypominającymi miniaturowe fortece statkami hybrydowymi doprowadzała do ich dalszych ulepszeń. Nef dominujący we wczesnym średniowieczu został zastąpiony przez wielkie kogi o nieco lepszym kształcie hydrodynamicznym. Konieczność żeglowania pomiędzy Morzem Śródziemnym a portami angielskimi o każdej porze roku uodporniła żeglarzy na trudy wcześniej opisywane jako nieznośne⁶³. Zwieńczeniem wysiłków kon-

⁶² J. Czajewski, op. cit., s. 18.

⁶³ J. Parry, *Ships and Seamen in the Age of Discovery*, "Caribbean Quarterly" 1951/1952, Vol. 2, No. 1, s. 25–33.

struktorów była karaka⁶⁴. Był to trzymasztowy statek, w którym do manewrów przybrzeżnych służył łąciński bezan, a do szybkiego żeglowania dwa wielkie główne żagle rejowe, pozwalające na sprawne wykorzystywanie pasatów, wiejących od rufy na otwartych morzach. „Santa Maria” – flagowa jednostka admirała Kolumba – była właśnie karaką, pozostałe były karawelami⁶⁵. Tak rozpoczął się złoty wiek podróży morskich w dziejach Europy.

OUT OF THE SEVEN SEAS. STORY OF THE EUROPEAN SEA NAVIGATION

ABSTRACT

The end of Medieval Europe was marked by the astonishing achievement in the sea navigation. A squadron of three relatively small ships: “Pinta”, “Nina” and “Santa Maria” under the command of one of the ablest sea captains of those days Christopher Columbus set course to the West, departing from the harbor of the Palos de la Frontera on the evening of 3rd of August 1492. The journey was conceived as a way of finding the shortest possible route to India. It ended on 12th of October on the unknown seashore of lands, which now we call the Bahamas.

The whole enterprise would not be possible without the legacy of the constant involvement of the European nations in the sea navigation. It started as early as the oldest Egyptian state. Their sailors started to navigate using straw hulled vessels. The sea and sailing drew not only attention of ancient Egyptians, but Fenicians and Greeks as well. It was linked with their sophisticated religious beliefs and wealthy sea-based mythology on one hand, and a passion of philosophy, which gave birth to the modern science on the other. Fenicians and Greeks had tremendous influence on the development of the sea navigation.

Romans added sense of practicality to the Greek conceptions about the sea navigation. Challenged by the Carthago navy with its second to none Med fleet, Romans invented new methods of the naval combat, like a boarding bridge and marines. They outmatched Carthaginians in the arms race and were able to force the whole Mediterranean region to submission.

In the North-European boundaries local communities struggled with different type of sea – mist covered, unpredictable, furious and dark for almost half of the year, full of mysteries, inhabited by the myriads of ruthless gods. The local climate created a tough breed of unvanquished sailors, who stormed the shores of Europe just when the Roman regime weakened. The constant struggle between the North and South with the expansion of Christianity marked this stage of the history of Europe. There was also the process of perpetual melting of the sea traditions of both: North and the South. This exchange of data and the knowledge gave us whole brand new types of vessels. They combined technical sophistication of carvel planking practiced in the

⁶⁴ A. Dudzusz, E. Henriot, F. Krumrey, op. cit., s. 152.

⁶⁵ Stopień admirała, powszechny w systemach morskich na całym świecie, jest pochodzenia arabskiego. E. Kaczorowski, J. Koziarski, R. Pluta, op. cit., s. 265.

South with robustness of the big and tough sailship hulls, required in the sea trade of northern Europe. It was also the time of foundation of today's scientific navigation. Without these parts combined, the open ocean journeys and establishing of permanent sea routes would not have been possible.

KEYWORDS

sea navigation, Mediterranean, history of the sea trade, ships construction, naval history

BIBLIOGRAFIA

1. Batchelor J., Chant Ch., *Encyklopedia statków żaglowych od 2000 p.n.e. do 2007 n.e.*, tłum. M. Noworolska, Warszawa 2006.
2. Braudel F., Coarelliu F., Aymard M., *Morze Śródziemne. Region i jego dzieje*, tłum. M. Boduszyńska-Borowikowa, Gdańsk 1982.
3. Czajewski J., *Manewrowanie dużymi żaglowcami*, Warszawa 1997.
4. Delumeau J., *Cywilizacja Odrodzenia*, tłum. E. Bąkowska, Warszawa 1993.
5. Donald K. H., *Replicating a Caravel*, "Historical Archaeology" 1992, Vol. 26, No. 4.
6. Drapella Z., *Mity i legendy morskie*, Gdańsk 1978.
7. Dudsus A., Henriot E., Krumrey F., *Das Grosse Buch der Schiffstypen*, Berlin 1987.
8. Edgerton W. F., *Dimensions of Ancient Egyptian Ships*, "The American Journal of Semitic Languages and Literatures" 1930, Vol. XLVI, No. 3.
9. Fitzgerald M., *The Ship of Saint Paul. Comparative Archeology*, "The Biblical Archaeologist" 1990, Vol. 53, No. 1.
10. Flecker M., *A Ninth-Century AD Arab or Indian Shipwreck in Indonesia: First Evidence for Direct Trade with China*, "World Archaeology" 2001, Vol. 32, No. 3.
11. Głowacki W., *Dzieje żeglarstwa polskiego*, Gdańsk 1989.
12. Guláš Š., *Żaglowce*, tłum. J. Coplak, Warszawa 1985.
13. Howard F., *Sailing Ships of War 1400–1860*, London 1987.
14. Houston G. W., *Ports in Perspective: Some Comparative Materials on Roman Merchant Ships and Ports*, "American Journal of Archaeology" 1988, Vol. 92, No. 4.
15. Jaspers K., *O źródle i celu historii*, tłum. J. Marzęcki, Kęty 2006.
16. Kaczorowski E., Koziarski J., Pluta R., *Ceremoniał morski i etykieta jachtowa*, Warszawa 1996.
17. Kosiarz E., *Bitwy morskie*, Gdańsk 1970.
18. Krokiewicz A., *Zarys filozofii greckiej. Od Talesa do Platona, Arystoteles, Pirron i Plotyn*, Warszawa 1995.
19. Lichański J. Z., *O zwyczaju morskiej bitwy*, Gdańsk 1984.
20. Miller D., Jordan J., *Współczesne okręty podwodne*, Warszawa 1993.
21. Mollat du Jourdin M., *Europa i morze*, tłum. M. Bruczkowska, Warszawa 1995.
22. Parry J., *Ships and Seamen in the Age of Discovery*, "Caribbean Quarterl" 1951/1952, Vol. 2, No. 1.
23. Piskozub A., *Historia poznawania Wszechoceanu*, Toruń 2004.

24. Rankov B., *Roman Shipheds and Roman Ships Memoirs of the American Academy in Rome*, [w:] *The Maritime World of Ancient Rome*, ed. R. L. Hohlfelder, Ann Arbor 2008.
25. Sacks D., *Encyklopedia świata starożytnych Greków*, tłum. D. Mickiewicz-Morawska, Warszawa 2001.
26. Da Silva J. G., *Morskie dzieje Portugalczyków*, tłum. V. Soczewińska, Gdańsk 1987.
27. Sydow J. J., *Żeglowanie po wodach śródlądowych*, Szczecin 1991.
28. Szelestowski J., *Vademecum manewrowania jachtem pod żaglami*, Warszawa 1989.
29. Turnbull D., *Cartography and Science in Early Modern Europe: Mapping the Construction of Knowledge Spaces*, "Imago Mundi" 1996, Vol. 48.
30. Urbanowicz W. J., *Architektura okrętów*, Gdynia 1959.
31. Urbański J., Kopacz Z., Posiła J., *Nawigacja morska*, Gdańsk 1979.
32. Wieczorkiewicz P. P., *Historia wojen morskich. Wiek żagla*, Londyn 1995.
33. Żygulski Z. jun., *Broń starożytna. Grecja, Rzym, Galia, Germania*, Warszawa 1998.

DOROTA LEONARSKA

UNIwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego
Instytut Socjologii, Katedra Myśli Społecznej
E-MAIL: DOROTA.LEONARSKA@STUDENT.UW.EDU.PL

Nowa Ekonomia i rozdroża kapitalizmu: perspektywa socjologiczna

STRESZCZENIE

Nowość „Nowej Ekonomii” wynika z wielkich zmian, jakie zachodzą we współczesnym świecie. Mają one poważne cywilizacyjne podłoże. W niniejszym artykule zarysowano procesy kształtujące współczesną cywilizację, składające się na kryzys cywilizacyjny i kryzys kapitalizmu. We współczesnej literaturze socjologicznej zwraca się uwagę na wyraźne zróżnicowanie modeli kapitalizmu w dobie wielkich przemian cywilizacyjnych i gospodarczych. Tekst przedstawia główne stanowiska takich myślicieli, jak Anthony Giddens, Manuel Castells i Alain Touraine. Analiza wspomnianych wyżej koncepcji prowadzi do wniosku o dwóch modelach kapitalizmu realizowanych we współczesnym świecie.

SŁOWA KLUCZOWE

globalizacja, kapitalizm, kryzys, państwo, rynek, społeczeństwo

Wstęp

Innowacyjność „Nowej Ekonomii” wynika z wielkich przemian, jakie zachodzą we współczesnym świecie. Często akcentuje się wymiar gospodarczy, nie doceniając ich poważnego cywilizacyjnego podłoża. To właśnie z wielkich zmian cywilizacyjnych, przede wszystkim globalizacji, informatyzacji, istotnej roli kapitału ludzkiego i gospodarki opartej na wiedzy, wyłania się paradygmat Nowej Ekonomii. Jest on jeszcze dosyć niejednoznaczny i trudno wskazywać na jedną definicję tego pojęcia. Obejmuje on nową gospodarkę, powstającą wraz z rozwojem i dynamicznym rozprzestrzenianiem się technologii teleinformatycznych. Globalny świat, łatwy dostęp do informacji, no-

we sektory gospodarki – to wszystko elementy nowego paradygmatu. Pojęcie Nowej Ekonomii zostało zastosowane już w 1983 roku przez magazyn „Time”, w którym opublikowano artykuł pod tytułem *The New Economy*¹. Opisano w nim przeobrażenie gospodarki przemysłowej w gospodarkę opartą na technologii. Jest to pojęcie, które, podobnie jak współczesny świat, ulega ciągłym modyfikacjom. Gospodarka zmienia się w bezprecedensowym tempie i dlatego też paradygmat Nowej Ekonomii pozostawia duże pole badawcze do zgłębienia i doprecyzowania.

W obliczu światowego kryzysu ekonomicznego stanęliśmy przed potrzebą redefinicji podstawowego celu ekonomii, czyli tego, komu i czemu ma ona służyć. Czy powinna się ograniczać wyłącznie do elit, transnarodowych korporacji i grup interesów, a jej nadrzędnym celem, nie zważając na środki i skutki uboczne, ma być zysk? Czy wręcz przeciwnie: powinna służyć jak najszerzej grupie obywateli, być narzędziem pomnażania dobra społecznego, a w swoich dążeniach mieć na uwadze jednostkę, społeczeństwo i środowisko naturalne? Chociaż nie sposób jeszcze jednoznacznie określić kierunku, w którym zmierza Nowa Ekonomia oraz nowa wizja systemu kapitalistycznego, w jej ramach należałoby uwzględnić wymiar społeczny, mając na uwadze fakt, że „społeczeństwem nie można kierować, jak gdyby było ono ogromnym rynkiem”².

Niniejszy artykuł ma zatem na celu zapoznanie czytelnika z wybranymi koncepcjami czy też wizjami Nowej Ekonomii i współczesnego świata kapitalistycznego, które są rozwijane w ramach szerszych koncepcji socjologicznych. Nie sposób bowiem nie zauważyć, iż te dwie rzeczywistości – ekonomiczna i socjologiczna – są ze sobą ściśle powiązane i wzajemnie na siebie oddziałują. We współczesnej literaturze socjologicznej zwraca się uwagę na wyraźne zróżnicowanie modeli kapitalizmu w dobie wielkich przemian cywilizacyjnych i gospodarczych. W niniejszym artykule nie sposób gruntownie omówić powyższych zgadnień, dlatego też tekst przedstawia główne stanowiska trzech myślicieli: Anthony’ego Giddensa, Manuela Castellsa i Alaina Touraine’a. Analiza ich koncepcji prowadzi do wniosków dotyczących poważnej przebudowy współczesnego kapitalizmu oraz jego dwóch różnych modeli, które z perspektywy socjologicznej mają zupełnie odmienne znaczenie.

¹ C. P. Alexander, *The New Economy*, „Time Magazine”, 30.05.1983.

² A. Giddens, *Skąd wzięła się Trzecia Droga?*, [w:] *Spory wokół Nowej Trzeciej Drogi*, red. T. Kowalik, Warszawa 2001, s. 76.

Kryzys cywilizacyjny

Na początku należy zarysować tło, na jakim rozwija się paradygmat Nowej Ekonomii. Jest nim niewątpliwie kryzys cywilizacyjny, z którym zmagają się współczesny świat zachodni. Kryzys ten jest silnie odczuwany w naszej europejskiej rzeczywistości. Dyskusje na temat współczesnej cywilizacji ukazują, jak bardzo daleko jesteśmy od osiągnięcia konsensu co do jej oceny. Jedni uważają, że jest to cywilizacja postępu, która otwiera możliwości indywidualnego rozwoju i wyboru oryginalnego stylu życia, uniezależnia jednostkę od społecznych zobowiązań, gwarantuje wolność w każdym jej wymiarze, a także cechuje się niesamowitym rozwojem technologicznym, który tę sferę wolności i niezależności jedynie poszerza.

Z drugiej strony dochodzą nas liczne głosy zaniepokojenia kierunkiem współczesnych zmian. Słyszymy o wielu zagrożeniach, które niosą ze sobą procesy zachodzące w naszej cywilizacji. Na poziomie zbiorowym można wymienić rozluźnienie więzi międzyludzkich, kryzys wartości i rodziny, zagrożenia wynikające z radykalnej globalizacji współczesnego świata, czyli terroryzm międzynarodowy, cyberterroryzm, nierówności społeczne oraz zanieczyszczenie środowiska naturalnego, a na poziomie jednostkowym kryzys tożsamości i zdrowia psychicznego. Niezależnie od stanowiska, jakie zajmujemy w tej kwestii, możemy uznać, że cywilizacja, w której żyjemy, jest cywilizacją nową, pełną niepewności i zmian. W przeciwieństwie do tych poprzednich, współczesne następują w znacznie szybszym tempie.

Wyznacznikami nowej cywilizacji są pewne zjawiska, które należy w tym miejscu pokrótce zarysować. Zważywszy na ilość procesów swoistych dla naszej epoki, nie sposób ich wszystkich w krótkim artykule omówić. Autorka dokonuje zatem pobieżnej charakterystyki czterech z nich, na które zwracają uwagę współcześni socjologowie, gdyż mają one daleko idące skutki społeczne. Do tych procesów zaliczane są: globalizacja, kryzys państwa narodowego, rozwój technologii (tj. informatyzacja) i mobilność.

Pierwszym, obiektywnym procesem – przez co należy rozumieć, iż jest on niezależny od naszej woli i nieodwracalny – jest globalizacja, która

[...] oznacza, że w coraz większym stopniu wszyscy żyjemy w „jednym świecie”, a co za tym idzie, jednostki, grupy i narody są coraz silniej od siebie uzależnione. [...] Jej głównym motorem jest rozwój technik informacyjnych i telekomunikacji, który przyczynił się do wzrostu tempa i zakresu interakcji między ludźmi na całym świecie³.

³ Idem, *Socjologia*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa 2008, s. 74.

Wyznacznikiem obecnej fali globalizacji są nowoczesne technologie, które umożliwiły kompresję czasu i przestrzeni⁴. To za ich pośrednictwem mamy możliwość uczestniczenia w wydarzeniach na drugim krańcu świata na żywo, a przestrzeń geograficzna nie stanowi już żadnej bariery. Globalizacji nie należy zawężać wyłącznie do jej wymiaru ekonomicznego, gdyż jest ona spletem czynników zarówno ekonomicznych, jak i społecznych, technologicznych, politycznych i kulturowych. Doprowadziła ona do coraz większej współzależności, a nawet integracji państw, efektem czego jest pojawienie się jednego, wspólnego świata, globalnego rynku finansowego i kultury masowej oraz wyzwań globalnych, które wykraczają poza granice państwowe.

Pochodną globalizacji jest niewątpliwie słabnięcie państwa narodowego, któremu informacja, pieniądze i kapitał wymknęły się spod kontroli. Bezprecedensowy rozwój nowych technologii przyczynił się do umocnienia i uniezależnienia pracodawców od pracobiorców. Słabnące państwo narodowe jest dodatkowym czynnikiem powodującym zachwianie równowagi między tymi dwiema grupami. Państwo nie dysponuje odpowiednimi instrumentami kontrolnymi, a pracodawców nie reprezentuje już kapitał krajowy, lecz ponadnarodowy⁵.

Nowe technologie nie tylko zmieniły strukturę produkcji, wpływając na zanikanie pewnych zawodów i powstawanie nowych oraz przekształcając dotychczasowy podział pracy, ale wkroczyły także do sfery życia osobistego, chociażby za sprawą Internetu, maili czy SMS-ów. Te nowe formy łączności oraz większa mobilność, która jest efektem globalizacji, mają liczne pozytywne i negatywne skutki. Z jednej strony otwierają możliwości i dają poczucie wolności, sprawiając, iż nasza wiedza o świecie i dostęp do różnych miejsc i kultur znacznie się rozwinęły. Z drugiej zaś mobilność i nowe technologie sprzyjają anonimowym, powierzchownym i pośrednim kontaktom międzyludzkim, zmieniając diametralnie charakter współczesnej komunikacji. Tradycyjna komunikacja w świecie realnym ustępuje coraz częściej miejsca komunikacji odbywającej się w świecie wirtualnym za pośrednictwem urządzeń elektronicznych. Chociaż ułatwiają one kontakt, odbierają zarazem możliwość głębokich relacji międzyludzkich.

Wspomniane procesy, a także inne, których nie sposób w tym miejscu omówić, składają się na wyzwanie cywilizacyjne, które poważnie zmienia funkcjonowanie współczesnego społeczeństwa. Zmiany te są tak trudne i prze-

⁴ Idem, *Nowoczesność i tożsamość: „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa 2010, s. 38.

⁵ Więcej na temat kryzysu państwa narodowego w dalszej części artykułu, we fragmencie dotyczącym koncepcji Manuela Castellsa.

łomowe, zarówno na poziomie jednostkowym, jak i zbiorowym, że można już mówić o kryzysie cywilizacyjnym, gdyż „wyzwania cywilizacyjne uniemożliwiają istnienie społeczeństwa bez istotnych zmian”⁶.

W kryzys cywilizacyjny wpisuje się także kryzys kapitalizmu, gospodarka kapitalistyczna jest bowiem ważnym składnikiem naszej cywilizacji. Współczesny kapitalizm dopadają różne choroby, na czele których stoją bezrobocie i nierówności społeczne. Masowe i utrzymujące się na wysokim poziomie bezrobocie jest zjawiskiem bardzo dokuczliwym społecznie. Już samo zagrożenie bezrobociem może stwarzać poczucie beznadziei. Szacuje się, iż w szczytowym okresie, w latach 2003–2004, bezrobocie bezpośrednio dotykało co trzecią polską rodzinę⁷. Nie tylko nie pozwala ono na zapewnienie materialnych potrzeb, ale w dłuższym okresie odciska swoje piętno w skali mikro na stabilności rodziny, a w skali makro na strukturze społecznej, potęgując poczucie nierówności, niesprawiedliwości, deficytu solidarności, a także stając się źródłem zawiści i podziałów społecznych.

Kapitalizm, podobnie jak inne sfery współczesnego świata, jest zjawiskiem niejednoznacznym i pełnym sprzeczności. Sprzecznością charakterystyczną dla krajów bogatych, demokratycznych i kapitalistycznych jest z jednej strony wzrost bezrobocia, a z drugiej dramatycznie niski przyrost naturalny, uniemożliwiający prostą zastępowalność pokoleń, a co za tym idzie nasilający proces starzenia się społeczeństwa, zmniejszania grupy ludzi w wieku produkcyjnym, i w efekcie prowadzący do wzrostu zapotrzebowania na siłę roboczą⁸.

Niepokojącym zjawiskiem współczesnego kapitalizmu jest wykluczenie społeczne. Ma ono dwojaki charakter i dotyczy dwóch grup społecznych. Z jednej strony wykluczenia doznają najbiedniejsi, którzy nie korzystają z takich samych szans rozwoju, jak pozostałe grupy społeczne. Z drugiej strony marginalizacja dotyczy także najbogatszych, którzy dobrowolnie się izolują, odcinając się od instytucji życia publicznego. Obydwa rodzaje wykluczenia stanowią poważne wyzwanie dla spójności społecznej⁹.

Ponadto, spójność jest zachwiana przez nierówności społeczne. Ludzie okazują frustrację z powodu systemu, który przyczynia się do bardzo nierównego rozdziału bogactwa. „Na przestrzeni XX wieku ten rozziew między światem rozwiniętym i rozwijającym się systematycznie się powiększał i obec-

⁶ K. Wielecki, *Kryzys i socjologia*, Warszawa 2012, s. 331.

⁷ T. Kowalik, *Czy nadchodzi „cywilizacja nierówności”?*, „Res Humana” 2010, nr 6, s. 7–10.

⁸ K. Wielecki, op. cit., s. 410.

⁹ A. Giddens, *Trzecia droga: odnowa socjaldemokracji*, tłum. H. Jankowska, Warszawa 1999, s. 90–93.

nie przybrał największe w dziejach wymiary”¹⁰. Nierówności potęgują anizozje społeczne, nie sprzyjają budowaniu więzi społecznych czy zaufaniu społecznemu. Istnieje wreszcie zależność między poziomem egalitaryzmu w danym państwie a jego skłonnością do pomagania państwom biedniejszym. Najbardziej egalitarne w Europie kraje skandynawskie pomagają państwom rozwijającym się stosunkowo najwięcej.

We współczesnych teoriach socjologicznych dotyczących kryzysu cywilizacyjnego znajdziemy odniesienia do jego wymiaru ekonomicznego. To właśnie na poziomie obecnych procesów i przemian cywilizacyjnych socjologodzy doszukują się źródeł kryzysu kapitalizmu, dostrzegając jego społeczne wyzwania i proponując własną wizję Nowej Ekonomii na miarę nowych czasów. Nie rozwijając całej koncepcji kryzysu cywilizacyjnego wspomnianych myślicieli, w tym miejscu zostanie przedstawiony ich ekonomiczno-społeczny wymiar.

Koncepcja trzeciej drogi – Anthony Giddens

Pierwszym projektem rozwiązania współczesnych wyzwań jest Giddensowska koncepcja trzeciej drogi, w którą wpisana jest nowa wizja kapitalizmu. Trzecia droga stanowi alternatywę dla tradycyjnej koncepcji kapitalistycznej oraz socjaldemokratycznej. Odnosi się ona do gospodarczego wymiaru polityki, która nie jest nastawiona na walkę z kapitalizmem ani nie postuluje państwa opiekuńczego, które miałoby być gwarantem pełnego zatrudnienia.

Państwo opiekuńcze, w rozumieniu tej koncepcji, powinno inwestować w kapitał ludzki, stać się swego rodzaju „państwem inwestycji społecznych”, które wyposaża swoich obywateli w wiedzę oraz instrumenty niezbędne do poradzenia sobie w czasach kryzysu cywilizacyjnego i gospodarczego. Nie się to także korzyści dla samej gospodarki, gdyż zasoby ludzkie są głównym źródłem wzrostu gospodarczego w dzisiejszym świecie¹¹.

Współczesne państwo opiekuńcze stoi przed licznymi wyzwaniami, nie tylko natury finansowej. Musi wprowadzać zmiany strukturalne dotyczące systemu oświaty, świadczeń emerytalnych, tworzenia miejsc pracy itp. Państwo opiekuńcze, zdaniem Giddensa, wymaga modernizacji, gdyż „istniejące systemy opieki okazały się mało skuteczne w redystrybucji dochodu i dobrobytu między biednych i bogatych”¹². Redystrybucja dochodów nie doko-

¹⁰ Idem, *Socjologia*, op. cit., s. 91.

¹¹ Idem, *Trzecia droga...*, op. cit., s. 109.

¹² Idem, *Skąd wzięła się Trzecia Droga?*, op. cit., s. 78.

nuje się samoistnie, bez pewnego stopnia państwowego interwencjonizmu. Jest ona istotnym elementem korygowania niedoskonałych mechanizmów wolnorynkowych. W przemyślanej redystrybucji środków finansowych twórca trzeciej drogi dopatruje się dwojakiego celu. Po pierwsze, redystrybucja powinna być instrumentem upowszechniania edukacji, która „jest dziś imperatywem dla państwa, główną podstawą redystrybucji możliwości”¹³, a po drugie, powinna ona wspierać tych obywateli, którzy znajdują się w trudnej sytuacji materialnej i życiowej, którzy najbardziej potrzebują pomocy. Zatem podstawowym zadaniem rządu, według brytyjskiego socjologa, nie jest zrównanie dochodów obywateli, lecz zapewnienie im podobnych szans rozwoju, przede wszystkim za pośrednictwem równego dostępu do edukacji.

Giddens przestrzega jednak przed zaprzepaszczaniem środków, przyczynianiem się wyłącznie do pogłębiania bezrobocia i wyuczzonej bezradności, przeznaczaniem ich na dotowanie ludzi już zamożnych oraz rozrost biurokracji państwa opiekuńczego. Pieniądze te powinny zostać wykorzystane na inwestycje w badania naukowe, nowe technologie i zwiększanie kapitału ludzkiego. Jak pisze autor *Trzeciej drogi*: „niektóre formy opieki społecznej są zbiurokratyzowane, alienujące i nieskuteczne, a świadczenia mogą mieć niepożądane konsekwencje, odwrotne od zamierzonych”¹⁴.

Jednym z filarów państwa w koncepcji trzeciej drogi jest gospodarka mieszana, która „dąży do synergii między sektorem publicznym i prywatnym, wykorzystując dynamikę rynku, mając jednak na względzie interes publiczny”¹⁵. W wymiarze makro oznacza ona utrzymywanie niskiej inflacji, redukcję zadłużenia państwa oraz zmniejszanie podatku dochodowego na rzecz konsumpcyjnego, co zdaniem Giddensa miałyby pomyślnie wpłynąć na ożywienie gospodarcze, a przede wszystkim znacznie zwiększyć liczbę miejsc pracy. Badacz postuluje także racjonalną i przejrzystą politykę fiskalną, która przekona obywateli, że środki z podatków są właściwie wydatkowane, wpływając w ten sposób na wzrost zaufania społecznego.

Polityka trzeciej drogi jest też pewną odpowiedzią na globalizację. Jej przedstawiciele nie widzą w tym procesie jedynie zagrożeń, lecz „akceptują globalizację jako zjawisko pozytywne, choć stwarzające również problemy. [...] Globalizacja wymaga zespołowego zarządzania, a zatem administracji aktywnej na wszystkich poziomach: globalnym, państwowym i lokalnym”¹⁶. Koncepcja ta nie mieści się zatem w granicach jednego państwa i powinna

¹³ Idem, *Trzecia droga...*, op. cit., s. 98.

¹⁴ Ibidem, s. 100.

¹⁵ Ibidem, s. 89.

¹⁶ Idem, *Skąd wzięła się Trzecia Droga?*, op. cit., s. 77.

być rozumiana w wymiarze globalnym, gdyż znaczna część wyzwań, przed którymi stoją współczesne państwa, ma charakter właśnie globalny, a ich rozwiązania należy poszukiwać na poziomie instytucji globalnych.

Spółeczeństwo sieci – Manuel Castells

Kolejny socjolog, którego koncepcję można rozpatrywać w ramach diagnozy kryzysu kapitalizmu, to Manuel Castells, jeden z najważniejszych teoretyków społeczeństwa sieciowego. Analizuje on liczne przemiany społeczne i ekonomiczne, wynikające z przebudowy współczesnego kapitalizmu. Z punktu widzenia tematu niniejszego artykułu należy zwrócić uwagę na kilka kluczowych elementów tej koncepcji: przede wszystkim ukształtowanie się globalnego rynku, przemiany kapitalizmu, kryzys państwa narodowego, w tym także państwa opiekuńczego.

Castells podkreśla, iż społeczeństwo sieci, w którym obecnie żyjemy, jest społeczeństwem kapitalistycznym. System kapitalistyczny przeszedł znaczące zmiany. Dokonała się integracja rynków finansowych, co skutkowało pojawieniem się globalnego rynku finansowego¹⁷. Socjolog wskazuje na dwie cechy charakterystyczne, które odróżniają współczesny kapitalizm od jego historycznych form, mianowicie to, że „jest [on] globalny i jest strukturowany, w dużej mierze, wokół sieci przepływów finansowych”¹⁸. Przekształcenia te jednak wcale owego systemu nie osłabiają. Ponadto nie wyłoniła się jak do tej pory żadna silna alternatywa dla wspomnianego systemu gospodarczego, która mogłaby mu zagrażać. Wręcz przeciwnie, umocnił on swoją pozycję. Zdaniem Castellsa „po raz pierwszy w historii kapitalistyczny sposób produkcji kształtuje stosunki społeczne na całej planecie”¹⁹. Produkcja ta także uległa przeobrażeniu. Nie jest nastawiona, jak dawniej, na towary czy sektor rolniczy, a nawet już w coraz mniejszym stopniu na sektor przemysłowy. W dzisiejszych czasach kluczowy okazuje się tak zwany trzeci sektor, czyli sektor usług. Zdaniem Castellsa to informacja stała się najcenniejszym dobrem i narzędziem produkcji, a inwestycje w wytwarzanie i przetwarzanie informacji przynoszą największe dochody. Świadczy o tym chociażby znaczący udział trzeciego sektora (usług) we współczesnej gospodarce w stosunku do przemysłu wydobywczego i przetwórczego (czyli dóbr materialnych). Przykładem mogą być licznie powstające i rozwijające się ponadnarodowe korporacje, zastępujące dawne państwowe fabryki.

¹⁷ M. Castells, *Spółeczeństwo sieci*, tłum. M. Marody, Warszawa 2013, s. 43.

¹⁸ Ibidem, s. 493.

¹⁹ Ibidem.

Współczesny kapitalizm przyczynia się do istotnych zmian w relacjach pomiędzy światem kapitału i pracy. Stosunki między pracodawcami a pracownikami mają charakter anonimowy. Dziś często nie wiadomo, kto jest właścicielem wielkich korporacji, nastawionych wyłącznie na zysk. „Pozbawiony twarzy kolektywny kapitalista [...] [składa] się z finansowych przepływów, obsługiwanych przez elektroniczne sieci”²⁰. Zdaniem Castellsa „nie istnieje – socjologicznie i ekonomicznie – taka rzecz, jak globalna klasa kapitalistów. Istnieje jednak zintegrowana, globalna sieć kapitału, której ruchy i zmienna logika, koniec końców, determinują gospodarki i wpływają na społeczeństwa”²¹. Ta anonimowość, nieprzewidywalność i „zmienna logika” przyczyniają się do osłabienia pracowników, wzrasta bowiem poczucie niepewności i zachwianiu ulega stabilność zatrudnienia. Natomiast pracodawcy korzystają z większej wolności, szerszych możliwości, a ich działania często nie podlegają kontroli państwa czy jakichkolwiek instytucji. Struktura społeczna, oparta dotychczas na idei równowagi między pracodawcami i pracownikami, której gwarantem było państwo, przechodzi do przeszłości.

To właśnie kryzys państwa narodowego jest kolejną konsekwencją współczesnego systemu kapitalistycznego. Globalny rynek i wirtualny pieniądz osłabiły tradycyjne państwo, które – wchłonięte przez nowy rodzaj sieci – nie jest w stanie sprawnie wypełniać swoich podstawowych i tradycyjnych zadań. Jak pisze Castells: „kontrola państwa nad przestrzenią i czasem jest w coraz większym stopniu pomijana przez globalne przepływy kapitału, dóbr, usług, technologii, komunikacji i informacji”²². Rządy państw utraciły kontrolę nad globalnymi rynkami finansowymi, „pożyczki rządowe [...] są coraz bardziej uzależnione od źródeł zagranicznych”²³, a zadłużenie wobec tych rynków przekracza rezerwy walutowe poszczególnych państw. Kluczem do uspokojenia nerwowych ruchów na giełdach światowych oraz ich negatywnych skutków jest opanowanie rynku. Castells postuluje nadzór nad globalną gospodarką, który powinny sprawować globalne instytucje.

Państwo nie poddaje się jednak bez walki, próbując utrzymać wpływy na arenie międzynarodowej. Dostosowując się do warunków narzucanych przez globalizację i mając na uwadze stopień współzależności gospodarek, państwa tworzą rozmaite instytucje ponadnarodowe, które miałyby być konkurencyjne wobec potężnych korporacji transnarodowych i niwelować negatywne działania wolnego rynku. Paradoksalnie jednak, jak słusznie zauważa

²⁰ Ibidem, s. 495.

²¹ Ibidem.

²² Idem, *Siła tożsamości*, tłum. S. Szymański, Warszawa 2009, s. 277.

²³ Ibidem, s. 285.

Castells, walka ta przynosi odwrotne skutki, bowiem „podejmowana przez państwo próba ponownego zaznaczenia swej władzy na arenie globalnej przez rozwijanie instytucji ponadnarodowych jeszcze bardziej podkopuje jego suwerenność”²⁴. Ulega ona ograniczeniu, gdyż liczne zobowiązania podejmowane w ramach ponadnarodowych organizacji wymuszają na państwach przekazanie im części uprawnień. Wydaje się, że w czasach tak głębokiej współzależności państwa nieskutecznie poszukują nowych sposobów na utrzymanie swoich suwerennych kompetencji.

Przemiany kapitalizmu nie ograniczają się jedynie do wirtualnej przestrzeni przepływów finansowych, wywierają one bowiem całkiem realny wpływ na życie ludzkie w wymiarze zarówno zbiorowym, jak i jednostkowym. W wymiarze zbiorowym niekontrolowany globalny rozwój i technologia mają destrukcyjny wpływ na środowisko naturalne, stwarzając wedle słów Castellsa „ryzyko ekosamobójstwa”²⁵. Powstanie informacyjnej globalnej gospodarki jest także jednym z czynników, który leży u podstaw kryzysu rodziny patriarchalnej. „Przekształcenie gospodarki i rynku pracy w bliskim związku z otwarciem możliwości edukacyjnych kobiet”²⁶ przyczynia się do zanikania rodziny w jej tradycyjnej postaci, „opartej na patriarchalnej dominacji, która była regułą przez tysiąclecia”²⁷.

Demokracja i kapitalizm – Alain Touraine

Uzupełniając opisane powyżej koncepcje, należy jeszcze zarysować propozycję autorstwa francuskiego socjologa Alaina Touraine’a²⁸. Stwierdza on, iż kryzys jest immanentną cechą społeczeństwa. Jest wpisany w życie społeczne, a zatem można, a nawet trzeba nim zarządzać. Zadaniem demokratycznej polityki pozostaje skuteczne zarządzanie kryzysem w celu utrzymania równowagi między rynkiem a wartościami demokratycznymi. Nowoczesność, w rozumieniu Touraine’a, nie jest równoznaczna z jednym modelem modernizacji czy kapitalizmu, o czym świadczą zresztą dwa jego modele, które wyłaniają się we współczesnym świecie.

Sama gospodarka czy wolny rynek nie są jedynymi ważnymi czynnikami nowoczesności, a pozostawiony sobie, niekontrolowany, w pełni wolny rynek

²⁴ Ibidem, s. 277.

²⁵ Ibidem, s. 77.

²⁶ Ibidem, s. 181.

²⁷ Ibidem, s. 184.

²⁸ Przy omówieniu koncepcji francuskiego socjologa korzystam z cennego opracowania Krzysztofa Wieleckiego. Zob. K. Wielecki, op. cit., s. 209–222.

prowadzi prędzej czy później do patologii społecznych. Prawdziwa wolność pojawia się, gdy demokratyczne państwo i rynek poddają się wzajemnej kontroli. Z jednej strony państwo ogranicza i niweluje negatywne działania rynkowe, z drugiej zaś rynek ogranicza władzę państwa. Państwo musi być jednak wystarczająco silne, by radzić sobie z antydemokratycznymi zjawiskami, takimi jak na przykład czarny rynek, mafia, spekulacja czy korupcja. Państwo pełni funkcję regulatora, który naprawia skutki uboczne mechanizmów wolnorynkowych.

Rozważania Touraine'a prowadzą także do kilku wniosków na temat relacji między demokracją a rynkiem. Jego zdaniem demokracja istnieje tylko tam, gdzie funkcjonuje wolny rynek, natomiast wolny rynek nie jest gwarantem systemu demokratycznego, bowiem istnieją państwa wolnorynkowe, które nie są w pełni demokratyczne. Zarządzanie gospodarcze nie może być zatem sprawowane wyłącznie przez aparat władzy. Musi w nim uczestniczyć sektor prywatny, przedsiębiorcy i społeczeństwo.

Ponadto, Touraine pisze o społeczeństwie programowanym, w którym centralne miejsce zajmuje masowa produkcja i rozpowszechnianie dóbr kulturowych. Przejście od społeczeństwa przemysłowego do programowanego polega na zastąpieniu administrowania rzeczami zarządzaniem ludźmi. Powstaje zatem nowa kultura i wyłaniają się nowe stosunki społeczne, co prowadzi do zastępowania przemysłów materialnych przemysłami kulturowymi. Społeczeństwo programowane jest równoznaczne z dekompozycją społeczeństwa przemysłowego. Władza, którą dają technologie informacyjne, może być zastosowana do szczytnych i ważnych celów. Ich realizacja nie jest jednak możliwa bez wspólnego działania, dlatego Touraine postuluje jednoczenie ludzi w ruchy społeczne, które miałyby stanowić alternatywę dla już istniejących i dominujących układów władzy. To w ruchach społecznych socjolog ten upatruje siłę nowego społeczeństwa i prawidłowego zastosowania nowego dostępu do technologii, wiedzy i informacji.

Dwie odmiany współczesnego kapitalizmu

Z powyższych koncepcji wyłania się obraz kapitalizmu pełnego zmian, znajdującego się niewątpliwie na rozdrożu. Współcześnie, na podstawie wskaźników ekonomicznych i społecznych, można wskazywać na dwie wyraźne odmiany czy też dwa modele kapitalizmu (do których nawiązują omawiani tutaj socjologowie). Z jednej strony mamy do czynienia z kapitalizmem bezwzględny, z drugiej zaś z kapitalizmem prospołecznym. Podstawowa różnica między tymi dwiema tendencjami sprowadza się do postawionego na

początku niniejszego artykułu pytania o nadrzędny cel ekonomii. Celem pierwszej odmiany jest zysk w postaci akumulacji kapitału. Bezwzględny kapitalizm wykorzystuje wytwory nowoczesnej cywilizacji, między innymi sieć, rynek globalny i nowoczesne technologie, nie zważając na jakiegokolwiek zobowiązania wobec człowieka, kultury i środowiska. Opiera się on na przepływach wirtualnego pieniądza, którego właścicielom obce jest pojęcie solidarności. Państwa realizujące ten model to między innymi Stany Zjednoczone i Korea Południowa.

W centrum kapitalizmu prospołecznego znajduje się człowiek i wartości społeczne. Jako przykłady posłużą mi tutaj Szwecja i Kanada. Drugi typ różni się od pierwszego pod tym względem, że zysk nie jest jego nadrzędnym celem. Proces decyzyjny i redystrybucja zysku realizują szersze cele społeczne. W tak rozumianym kapitalizmie kluczowe jest pojęcie równowagi. Zachodzi ona, gdy z jednej strony stwarzamy jak najszerszą sferę wolności rynkowej, umożliwiającą dynamiczny rozwój gospodarczy, a z drugiej państwo nakłada na rynek wystarczające ograniczenia, aby społeczeństwo w jak największym stopniu mogło czerpać korzyści z działalności gospodarczej. Państwo nie tylko powinno stwarzać warunki sprzyjające rozwojowi ekonomicznemu, ale ma także stać na straży prawa, chronić prawa pracownicze i konsumenckie. Działalność gospodarcza powinna bowiem odbywać się zgodnie z normami etycznymi i w granicach wytyczonych przez prawo²⁹.

Te dwa modele nie wpływają w tak znaczącym stopniu na wskaźniki ekonomiczne, natomiast ich oddziaływanie jest bardziej zauważalne na poziomie społecznym. Podstawowym wskaźnikiem, który obrazuje te różnice, jest współczynnik Giniego, używany do mierzenia stanu nierówności dochodowych. Jego wartość zawiera się w przedziale od 0 do 1. Należy ją interpretować w ten sposób, że im wyższa wartość, tym nierówności w dochodach w danym kraju są większe. A zatem stan idealnej dystrybucji dochodów i równości społecznej wynosiłby 0. W państwach o nastawieniu prospołecznym występuje niższy poziom rozwarstwienia społecznego. Według danych ONZ na rok 2011 w Szwecji występuje najmniejsze rozwarstwienie społeczne na świecie – współczynnik Giniego wynosił tu mniej niż 0,25, podczas gdy w Kanadzie wynosił 0,30–0,34. W państwach realizujących model kapitalizmu bezwzględnego wskaźnik ten jest wyższy. W Korei Południowej wynosił 0,35–0,39, a w Stanach Zjednoczonych 0,45–0,49³⁰. Należy

²⁹ Ibidem, s. 204, 409–410.

³⁰ United Nations Development Program, *Human Development Report 2013*, [online] http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/14/hdr2013_en_complete.pdf [dostęp: 5.05.2017].

także zwrócić uwagę na zależność pomiędzy modelem kapitalizmu a subiektywnym odczuciem obywateli co do jakości ich życia w danym państwie, a więc też w ramach konkretnego modelu gospodarczego. W krajach nastawionych bardziej prospołecznie, gdzie nierówności są niwelowane przez państwo, można zaobserwować wyższy poziom zaufania zarówno do rządu, jak i współobywateli. Ponadto, wskaźniki zadowolenia z podstawowych dóbr publicznych, czyli służby zdrowia i edukacji, są znacznie wyższe w państwach, które określam tu mianem kapitalizmu prospołecznego, niż w kapitalizmie bezwzględny³¹.

Zakończenie

Pomimo tych spostrzeżeń może się wydawać, że współczesne procesy, z globalizacją na czele, wspierają rozwój kapitalizmu bezwzględnego na niekorzyść prospołecznego. Jest jednak nadzieja, iż przedstawiciele Nowej Ekonomii, promując jej społeczny wymiar, przyczynią się do osłabienia tej tendencji.

Nowa Ekonomia może zatem stanowić próbę rozwiązania jednego z elementów współczesnego kryzysu cywilizacyjnego, jakim jest kryzys kapitalistycznego systemu gospodarczego. Nowa Ekonomia stoi przed wyzwaniem nadania kapitalizmowi bardziej ludzkiej twarzy, wytyczenia pewnych granic działalności kapitalistycznej, które miałyby uwzględniać normy etyczne i prawne. Stanowi ona pewien wymiar, w którym ludzie mogą współpracować i łączyć swoje siły w budowanie nowego społeczeństwa. To ekonomia powinna służyć ludziom, a nie odwrotnie. To ludzie powinni czerpać korzyści z systemu ekonomicznego, który powinien podnosić poziom ich dobrobytu, a przede wszystkim jego redystrybucja powinna sprzyjać budowaniu sprawiedliwego społeczeństwa. W ramach Nowej Ekonomii należałoby także dokonać reformy państwa opiekuńczego, które powinno racjonalnie dystrybuować środki finansowe i dostrzegać potrzeby obywateli, którzy znaleźli się w trudnej sytuacji życiowej. Nowa Ekonomia powinna w końcu dążyć do zniwelowania pogłębiających się nierówności społecznych, które w długim okresie mogą mieć bardzo dotkliwe skutki, zagrażając spójności społecznej.

³¹ Ibidem.

THE NEW ECONOMY AND THE CROSSROADS OF CAPITALISM: A SOCIOLOGICAL PERSPECTIVE

ABSTRACT

The novelty of the "New Economy" results from the great changes, which are occurring in the contemporary world. They have a serious civilizational basis. This article outlines the processes, which shape today's civilization, and constitutes the civilizational and capitalistic crisis. Contemporary sociological literature presents an explicit difference between capitalistic orientations emerging as a result of these great civilizational and economic changes. This text presents the main standpoints of such sociologists as Anthony Giddens, Manuel Castells, and Alain Touraine. A deeper analysis of the above-mentioned concepts leads us to conclude that two ideal types, in a Weberian sense, two different capitalistic orientations are being introduced in the contemporary world.

KEYWORDS

capitalism, crisis, globalization, market, society, state

BIBLIOGRAFIA

1. Alexander, C. P., *The New Economy*, "Time Magazine", 30.05.1983.
2. Castells M., *Siła tożsamości*, tłum. S. Szymański, Warszawa 2009.
3. Castells M., *Spółeczeństwo sieci*, tłum. M. Marody, Warszawa 2013.
4. Giddens A., *Nowoczesność i tożsamość: „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa 2010.
5. Giddens A., *Skąd się wzięła Trzecia Droga?*, [w:] *Spory wokół Nowej Trzeciej Drogi*, red. T. Kowalik, Warszawa 2001.
6. Giddens A., *Socjologia*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa 2008.
7. Giddens A., *Trzecia droga: odnowa socjaldemokracji*, tłum. H. Jankowska, Warszawa 1999.
8. Kowalik T., *Czy nadchodzi „cywilizacja nierówności”?*, „Res Humana” 2010, nr 6.
9. United Nations Development Program, *Human Development Report 2013*, [online] http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/14/hdr2013_en_complete.pdf [dostęp: 5.05.2017].
10. Wielecki K., *Kryzys i socjologia*, Warszawa 2012.

JEREMA SŁOWIAK

JAGIELLONIAN UNIVERSITY IN KRAKÓW
FACULTY OF HISTORY
E-MAIL: JAREMASLOWIAK@GMAIL.COM

Role of the Religion and Politico-Religious Organizations in the South Vietnam During Ngo Dinh Diem Period

ABSTRACT

After the division of Vietnam into two hostile states in 1954, religion played an important role in the southern, pro-western State of Vietnam. In 1954–56 the struggle for control over the country by politico-religious organizations, or so called Sects, defined the founding period of South Vietnam. After the victory of government under the leadership of Ngo Dinh Diem and proclamation of the Republic of Vietnam, the rivalry between Catholicism and Buddhism began to emerge. However, for various reasons, it erupted only in year 1963, and was in fact a political struggle between different visions of South Vietnam's future, and not a Catholic president repressing his Buddhist citizens, as it is often presented, especially in American literature.

KEYWORDS

Buddhism, Catholicism, Ngo Dinh Diem, Vietnam

Introduction

The Geneva Conference of 1954 divided Vietnam into two hostile countries: the northern Democratic Republic of Vietnam, ruled by the Communists, and the southern pro-western State of Vietnam. In North Vietnam the question of religion quickly became irrelevant, both because of the massive exodus of devout Catholics, and quite typical oppressive policies of the communist state. However, in the South, religion was an important issue in all aspects of life of the young state. The problem of rivalry between two great religions, Buddhism and Christianity, was not evident in 1954, however it was simmering right under the surface, and erupted violently in later years. A much more pressing issue was that of politico-religious organizations, so

called Sects, that had ambitions for country-wide power, and were hostile to any tighter control from the state.

However, before moving into the intricate reality of the forming period of South Vietnam, I would like to present a few facts about the main actors, making it easier for the reader to understand the described events.

Christianity

Christianity, or more precisely, Catholicism, came to Vietnam with European explorers and traders in the 16th century. Vietnam, along with other Asian countries, became the object of interest of religious orders, in particular Jesuits, who in the next decades dominated missionary activities in Indochina. The most prominent member of the Society of Jesus in Vietnam was Alexander De Rhodes, who wrote the *Dictionarium Annamiticum Lusitanum et Latinum*, a trilingual Vietnamese-Portuguese-Latin dictionary, and established Quoc Ngu, the Vietnamese alphabet that uses Roman characters, which eventually became the dominant writing system for Vietnamese.

The rulers and elites of Vietnam were wary of the new faith, seeing it both as a threat to their own position, and as an instrument of unwanted European influence. On the other hand, during the 17th and 18th centuries Vietnam was divided into two states deeply hostile to each other, ruled by the Nguyen and Trinh dynasties, who from time to time sought external support in their fight, be it the Dutch or the Portuguese. This in turn allowed missionary work to continue.

Catholicism became more widespread at the beginning of the 19th century, as a result of the activities of the Bishop of Adran, Pierre Pigneau de Behaine. Like many before him, he came to Vietnam as a priest to proselytize. However, the Frenchman managed to befriend Nguyen Phuc Anh, a prince from the Nguyen Dynasty, and became his close advisor. Despite only a token support from the French royal court, he was able to recruit a few hundred Europeans to support Nguyen Phuc Anh's bid for power. They built modern fortresses and helped reform the army of the Vietnamese ruler, who was able to defeat his adversaries and conquer the whole country, proclaiming himself emperor in 1802.

Gia Long, as the new ruler named himself, tolerated the activities of Roman Catholic missionaries, however this was not the case under the rule of his successors. It was caused by their belief that Christianity was a danger to the state-sponsored Confucianism as a religion, and that it would cause strife and division in the society. This view was reinforced by the Catholic

participation in the failed rebellion against Gia Long's successor, Minh Mang, in year 1833. In addition, the Vietnamese authorities considered the constantly increasing number of arriving missionaries agents of influence of European countries, especially France. As the result, Minh Mang and his successors issued a number of imperial edicts aimed against missionaries. Number of them were expelled, and some were executed. Repression also fell on local converts. 117 victims of those persecutions were first baptized in few batches, to finally be Canonized by Roman Catholic Church in year 1988 as Vietnam Martyrs. Despite harassment, the religion prevailed in Vietnam.

Situation changed completely after the French conquest of Indochina (1862–1896). Christianity quite naturally took a privileged position in the colonial period, and the Catholic Church was one of the largest land-owners in Indochina. Catholic villages usually cooperated with French more willingly, and most colonial troops were recruited from Vietnamese of that faith. However, the religion itself did not become synonymous with collaboration, thanks to several high-profile cases of patriotic Vietnamese Catholics. One of them was the Mandarin Ngo Dinh Kha, who despite his faith reached high positions on Emperor's Thanh Thai's (1889–1907) court. After the French deposed the disobedient ruler and send him into exile, Kha renounced all of his official titles and French decorations in protest and moved to the countryside, becoming a Vietnamese symbol of resistance against colonizers. Around the time of Geneva Conference there were around 1,5 million Catholics in Vietnam, 2/3 of them living in the northern part of the country.

Buddhism

Buddhism came to Vietnam between the 2–3rd centuries BC from India, via South Asia, or between the 1–2nd centuries AD from China, depending on the tradition.¹ By the 2nd century AD the religion was firmly established in the country, with an important regional center of Mahayana Buddhism nearby to the present day capital city of Hanoi. It coexisted with Taoism and Chinese and Vietnamese folk religions, centered around the cult of ancestors and the forces of nature.

Buddhism grew in importance in Vietnam, first becoming the official faith in the 10th century, and then becoming the state religion during the Ly dynasty reign in the 11th century. It retained this privileged position until 14th century when it fell out of favor, and Confucianism took its place among

¹ *The History of Buddhism in Vietnam*, ed. Nguyen Tai Thu, Washington D.C. 2008, p. 13.

ruling elites. Buddhism, however, retained its popularity among common folk, and returned briefly to prominence during the 19th century rule of the Nguyen dynasty.

In the 1920's the Buddhist Revival (Chan Hung Phat Giao) movement emerged in Vietnam, aiming to reform and strengthen the organizational structure of the religion, especially in the face of the growing influence of hierarchical and well organized Christianity, and the emergence of new religions and sects during the French rule. One of the principles propagated by the Buddhist Revival movement was the connection between their religion and the prosperity of the Vietnamese state. Its leaders believed that the golden age of Vietnam between the 10th and 14th centuries was directly linked to the devout adherence of royal dynasties to the Buddhist religion, and it was the abandonment of this faith that led to a series of unfortunate events for the country, such as the invasion of the Chinese Ming dynasty at the beginning of the 15th century. According to this narrative, only the return of Buddhism to its proper position in the country's power-structure could assure the prosperity of the newly formed South Vietnam.² However, in 1954 Buddhists had no unitary structure, and were divided into many sects and denominations.

Politico-Religious Organizations

Under the French rule there were numerous sects and religions originating from Buddhism or folk religion. However, two of them rose to great prominence: Hoa Hao and Cao Dai. Along with the Binh Xuyen organization, they were known as politico-religious organizations or Sects, and played an important role in the birth period of South Vietnam.

Hoa Hao is a religious tradition that sprouted from Buddhism. It was founded by Huynh Phu So, commonly known as Phat Thay (Buddha Master) in year 1939. His variant of the religion was aimed at the poor peasants and was devoid of complex ceremonies and doctrines. So shunned temples, preferring to preach on street corners and canal intersections. However, his ambitions went beyond religion, and he established the Viet Nam Democratic Socialist Party in year 1946. This put him at odds with Viet Minh. Fearing his nationalistic and socialist credentials, Communists captured and killed So in April 1947, chopping his body to deprive his followers of any

² E. Miller, *Missaliance. Ngo Dinh Diem, the United States, and the Fate of South Vietnam*, Cambridge-London 2013, p. 263.

relics. After the Hoa Hao leader's death, the organization became a loose network of warlords who decided to join the French in their war against the Viet Minh to avenge their leader.

Cao Dai, or Caodaism (it means "Highest Power" in Vietnamese) is a religion established in 1926 by Ngo Van Chieu. Officially known as "Great Way of the Third Time of Redemption," it gained over a million members in few decades, especially in Cochinchina. It is a syncretic religion, with pantheon including Joan of Arc, Muhammad, Moses, Luis Pasteur and Victor Hugo, besides many Southeast Asians. It has a structure based on that of the Roman Catholic Church, with a Pope, Cardinals, Bishops, and Priests, and its own Holy See in Tay Ninh, ninety kilometers from Saigon. After WW2 and a brief period of supporting Viet Minh, Pope Pham Cong Tac decided to ally with the French. Cao Dai helped in the fight against the Communists, receiving money, arms, and semi-autonomy in large parts of South Vietnam.

Binh Xuyen did not have a spiritual side – in fact, it was a criminal organization that came into being as a coalition of river pirates from the Mekong Delta. During WW2 they allied themselves first with the Japanese secret police Kempeitai, and then the southern branch of Viet Minh. However, the leader of the organization, Bay Vien, sensed the shift of power in the South, and in the year 1948 he went over to the French side. The price paid by the colonizers was not a small one: Binh Xuyen gained exclusive rights to a territory in Saigon's Chinese district of Cholon and the direct control over the Saigon police force. By 1954 the organization was profiteering from prostitution, black market, drugs, etc. While its military force was much smaller than those of Cao Dai or Hoa Hao, Binh Xuyen's ill-gained wealth proved to be an important asset during the struggle for power in the newly established South Vietnam.

The Republic of Vietnam's founding myth: struggle against the Sects

As it was mentioned in the introduction, the role of religion was quite important from the very beginning of South Vietnam's existence. The Catholic minority in Vietnam was mostly anticommunist, while at the same time being concentrated in the northern part of the country which, as agreed in Geneva Accords of 21st July 1954, was supposed to be under Communist rule. As a result, the South Vietnamese authorities, assisted by the French, the British, and the Americans, launched a massive relocation effort combined with an intense propaganda campaign to move all willing people from

the North to the South during the 300-day grace period that was guaranteed in Geneva.

In operation *Passage to Freedom* that took place between 1954–1955, almost one million people moved from North to South Vietnam. Around six hundred thousand of those were Catholics, convinced to evacuate by their own priests, their own thoughts about the prospect of communist repression, or propaganda aimed at them by the Americans and South Vietnamese authorities, with pamphlets with slogans such as “the Virgin Mary has departed from the North” or “Christ has gone south.”³

In the South, Catholics became a much desired political base for prime minister Ngo Dinh Diem. South Vietnam’s leader came from a quite extraordinary family with long traditions of serving the state, and at the same time devout Christians, tracing their conversion to Catholicism way back to the 17th century. Diem was a son of the mentioned earlier respected mandarin Ngo Dinh Kha. As a young man, the future leader of South Vietnam contemplated becoming a man of the cloth, however in the end he decided to devote himself to serving his country. However, for his whole life Diem remained an austere and devout man, and never renounced his vows of chastity. He had five brothers, of whom four became civil servants like Diem, and the fifth, Ngo Dinh Thuc, became the third Vietnamese priest ever raised to the rank of bishop, and later became the first Vietnamese archbishop of Hue and the head of the Catholic Church in South Vietnam.

However, in the immediate aftermath of the Geneva Conference in 1954, the solid political base of Catholics was still a long way off. The reality faced by Ngo Dinh Diem in June/July 1954 was a country devastated by years of partisan warfare, a fragmented and divided political scene, still considerable influence of the French, and hostile politico-religious organizations in form of Cao Dai, Hoa Hao and Binh Xuyen.⁴ The latter were hostile to Diem, although not openly in the first few months. Sects hoped to take part in sharing a piece of the political pie of the government of South Vietnam, driven both by their ambitions to rule the country, and by the desire to protect their own, semi-autonomous territories from any direct government control. In addition, they were supported politically and financially by the

³ Both the propaganda efforts and the logistical operation behind the population movement are described in detail in book: R. Frankum, *Operation Passage to Freedom: The United States Navy in Vietnam, 1954–55*, Lubbock 2007, p. 260.

⁴ As it was mentioned before, Binh Xuyen was in fact a crime organization, but since political ambitions and actions tied it closely to Cao Dai and Hoa Hao, the terms “politico-religious organizations” and “Sects” in this article also refer to Binh Xuyen.

French, who saw them as their agents of influence in the former colony, and openly despised the Vietnamese prime minister (it was a mutual feeling). Sect leaders tried to convince the Americans throughout the whole summer of 1954 that Diem was isolated and should be replaced – because he lacked political support, but also because he was a Catholic, which Sects claimed was a huge drawback in the South.

September 1954 was marked by the open eruption of the conflict between Ngo Dinh Diem and the Chief of Staff of the Vietnamese National Army, General Nguyen Van Hinh. Hinh was a pro-French officer with huge political ambitions, and saw himself as a savior of the country. During August 1954 he tried to convince the USA to topple Diem's government and set up new regime that would include representatives of the Sects with him, or his father, as the prime minister.⁵ Hinh was supported, both covertly and openly, by the Sects leaders and the French, who lobbied for him both in Saigon and Washington. Aware of his formal subordinate's machinations, Diem ordered the General to leave the country, under the guise of six months of military training in France, thus allowing him to save face. However, Hinh rejected the order, first ostentatiously riding around Saigon with Diem's order displayed on his motorcycle, and then barricading himself in his villa protected by his troops, openly defying the prime minister's decision.⁶

In the end, Diem prevailed, thanks to the US support. Americans viewed the Sects as anachronistic and dangerous forces threatening the stability of the young Vietnamese state, and the State Department disagreed that any better candidate than Diem could be found. Washington also feared that if the General Hinh won this power struggle, it would have set a dangerous precedent about military-civilian relations in the new country.⁷ American assistance allowed the Vietnamese prime minister to bribe some Sect leaders to support his government, and after Hinh started to hint that he will try to gain power by military coup in October, the United States intervened directly, threatening to cut all financial and military support to the Vietnamese National Army.⁸ On November 8th, General Hinh boarded a French plane and left Indochina.

⁵ Nguyen Van Hinh was a son of former Vietnamese prime minister Nguyen Van Tam, who was again favored for this position by the French. It is worth noting, that many (if not most) of South Vietnamese coups were in fact family ventures.

⁶ M. Moyar, *Triumph Forsaken, The Vietnam War 1954–1965*, Cambridge 2006, p. 43.

⁷ *The Ambassador at Saigon (Heath) to the Department of State*, 16 September 1954, [in:] *FRUS*, 1952–1954, vol. XIII, part 2, pp. 2030–2031.

⁸ *Memorandum of Discussion at the 218th Meeting of the National Security Council, Friday, October 22, 1954*, 22 October 1954, [in:] *FRUS*, 1952–1954, vol. XIII, part 2, pp. 2153–2159.

However, the Sects remained, and after the French' favorite for ousting Diem was forced into exile, Paris envoys in Saigon diverted most of their attention and efforts into bringing Cao Dai, Hoa Hao and Binh Xuyen into an open conflict with government. According to the plan of General Paul Ély, Commissioner-General of Indochina, Ngo Dinh Diem's cabinet, lacking the trust of the Vietnamese National Army or any wider popular support, would fall after direct challenge from the Sects, or at least be forced to include pro-French politicians, bringing the country back under French control, even if from the backseat.

One more factor was helping the French: in November 1954, a new American representative arrived in Vietnam. An experienced diplomat Donald R. Heath left Saigon, and General Joseph Lawton Collins arrived to take his place. Washington made this choice to strengthen the American position in dealing with the French, since Collins was not only a military officer, like Ély, but also a war hero from WW2, who took part in the liberation of Paris. However, the choice proved to be a flawed one. The new ambassador arrived directly from his earlier post of the U.S. Representative in NATO, and with political naivety treated his French partners as sincere and well-wishing allies, not understanding the serious differences between the political goals of the Americans and the French in Vietnam. While Washington sought to stabilize Diem's regime and broaden its support, Paris wanted the Vietnamese prime minister gone in any way possible. To the dismay of lower-ranking Americans in Saigon, Collins quickly adopted the French narration that Diem has to go, repeating the arguments of French officers – from his perspective sincere friends and allies, simply more knowledgeable about the internal situation of South Vietnam – in his diplomatic cables to Washington.⁹

By the end of January 1955, the French announced that they will stop paying their usual stipend for armed militias of politico-religious organizations. The Sects reacted exactly as the Commissioner-General expected: leaders of Cao Dai, Hoa Hao and Binh Xuyen turned to Diem, demanding incorporation of their units into Vietnamese National Army and covering their pay by the government. At the same time, Sect soldiers were supposed to remain in the politico-religious organizations territories and under their autonomous command. However, the Vietnamese prime minister managed to use this potential threat to his advantage. Using state funding as a bait, he

⁹ *Memorandum of Conversation, by the Acting Director of the Office of Philippine and Southeast Asian Affairs (Young)*, 7 December 1954, [in:] *FRUS, 1952–1954*, vol. XIII, part 2, pp. 2350–2352.

pulled several of the Sects generals to the government side, weakening the politico-religious organizations' position, and at the same time strengthening his own.¹⁰

However, this forced the Sects into action, and with the beginning of March 1955 they begun their counterattack. The leadership of Binh Xuyen, Cao Dai and Hoa Hao held a press conference, and Cao Dai's pope, Pham Cong Tac, publicly announced the formation of the United Front of the Nationalist Forces. Diem was accused of dictatorship and of being a threat to the nationalistic cause of fighting Communists, and the Sects urged the formation of a new, broad nationalistic government.¹¹

Diem underestimated the threat presented by the United Front, and decided to ignore it completely, convinced that the lure of government fund-ing would quickly erode the unity of the money-deprived Sects. However, on March 21st, the United Front announced its ultimatum, demanding Diem's resignation, which was also signed by the generals that were on the government payroll. This was a disaster for Vietnamese prime minister. Not only military forces at his disposal did suddenly drastically decrease, swaying the balance of power in Saigon; the Generals' betrayal also put new energy into French diplomatic efforts to present him as a weak and divisive politician. The sudden shift baffled and frustrated Americans, even the pro-French Collins, who remarked that "discussing this problem with these generals was like trying to reason with two stubborn four year old children. They were either lying very ineptly or they are alarmingly stupid considering the influence and power they wield."¹²

The whole situation was moving in the direction of an open confrontation, which finally erupted during the night of 29/30th March, when Binh Xuyen militia attacked policemen loyal to Diem. However, after the initial assaults failed, and Diem's troops were preparing to counterattack, French soldiers appeared on the streets of Saigon, separating the warring sides, ostensibly to protect civilians. But in the eyes of most observers, General

¹⁰ In the same month, Diem also refused to prolong Binh Xuyen's gambling license, drastically reducing the revenue of the organization. *Telegram From the Special Representative in Vietnam (Collins) to the Department of State*, 4 January 1955, [in:] *FRUS, 1955-1957*, vol. I, pp. 14-15; *Telegram From the Special Representative in Vietnam (Collins) to the Department of State*, 10 February 1955, [in:] *FRUS, 1955-1957*, vol. I, pp. 81-83.

¹¹ J. M. Chapman, *Cauldron of Resistance. Ngo Dinh Diem, the United States, and 1950s Southern Vietnam*, Ithaca-London 2013, p. 91.

¹² *Telegram From the Special Representative in Vietnam (Collins) to the Department of State*, 23 March 1955, [in:] *FRUS, 1955-1957*, vol. I, pp. 142-143.

Ély has intervened only to protect the Sects from the government retaliation.¹³

To Collins, the eruption of fighting was an additional proof that Diem has lost his ability to control the situation in South Vietnam. Despite the protests from lower-ranking diplomats and officers, the American General started to collaborate with the French Commissioner-General in devising a plot to replace Diem and bring the politico-religious organizations into the reformed government.

In the second half of April, Collins flew to Washington, to personally convince American leaders about the need to get rid of the Vietnamese prime minister. Secretary of State John Foster Dulles and president Eisenhower were skeptical: they saw reports from Saigon that were completely contradictory to what Collins had said, and their opinion of the French constant meddling in Indochina and the Sects was definitely unfavorable. However, they decided to trust the opinion of the man they had sent to Vietnam, and gave a green light for the Collins-Ély plan of disposing of Diem.¹⁴

But the Vietnamese prime minister had no intention of waiting for his doom with folded hands. The sympathetic Americans warned him about the purpose of Collins' Washington trip, and he sprang into action. On 28th April, Saigon erupted with clashes between Vietnamese National Army soldiers and Binh Xuyen militia.¹⁵ In Washington, the start of the conflict was greeted with interest and expectations that finally, the murky situation in Vietnam would become clear. As Secretary Dulles said, "The developments of last night could either lead to Diem's utter overthrow or to his emergence from the disorder as a major hero."¹⁶ One way or another, Americans would finally know who emerged successful. Despite Collins' misgivings, the plan to replace Diem was put on hold.

In Saigon, the battle quite quickly shifted in the government's favor. Contrary to the pessimistic predictions of Collins and the French, the troops of the VAN proved both loyal to Diem and able to fight. In addition, the prime minister managed to secure the support from key Cao Dai and Hoa Hao

¹³ M. Moyar, *op. cit.*, p. 47.

¹⁴ *Memorandum of a Telephone Conversation Between the Secretary of State and the Director of Central Intelligence (Dulles)*, Washington, April 11, 1955, 11:13 a.m., [in:] *FRUS*, 1955–1957, vol. I, p. 235; *Telegram From the Secretary of State to the Embassy in France*, 27 April 1955, *FRUS*, 1955–1957, vol. I, pp. 297–298.

¹⁵ Officially Binh Xuyen troops started the fighting, but most probably they were provoked by government forces. M. Moyar, *op. cit.*, p. 50.

¹⁶ *Memorandum of Discussion at the 246th Meeting of the National Security Council*, Washington, April 28, 1955, 28 April 1955, [in:] *FRUS*, 1955–1957, vol. I, pp. 307–312.

Generals once again, thus isolating Binh Xuyen in Saigon, and quickly pushing them into their Cholon district headquarters. In a few days most of the demoralized defenders defected to the government side or laid down arms, and only a small number of survivors fled into the swamps surrounding capital. Vietnam had a new hero, just like Dulles has predicted.

With renewed American support¹⁷ and the French finally pushed to the side, Diem decided to quell the Sects once and for all. After giving his soldiers a few weeks of respite, the prime minister sent VNA troops against Hoa Hao warlords, who plotted with the exiled General Hinh. Right before the start of the operation, one of the four generals went over to the government's side with all of his men. Two other soon followed, and pleaded for the government's mercy. Ba Cut, the only one remaining, was an old political enemy of Ngo Dinh Diem and refused any kind of talks. However, he was betrayed in April 1956 by his subordinates for the substantial reward offered by the government, and executed three months later. While conducting the operations against Hoa Hao warlords, the Vietnamese National Army did not forget about the remnants of Binh Xuyen, still present in the swamps near Saigon, and crushed them decisively in October 1955. At this point, Bay Vien was already living comfortably in France, with a large part of the organization's wealth.¹⁸

In the meantime, Ngo Dinh Diem's supporters inside Cao Dai led to an internal coup in the organization, forcing pope Pham Cong Tac to flee to Cambodia in February 1956, where he lived until his death in year 1959. While the army was fighting and mopping up the military remnants of the Sects, government administration moved into their former territories, ending their quasi-independence.

While the fight with the Sects was still going on, Diem finalized his seizure of power in Vietnam, organizing a state referendum that took place on October 23rd, 1955. While marred by electoral fraud, the referendum was a resounding organizational success, and confirmed the prime minister's grip on power. Three days after the voting took place, Ngo Dinh Diem proclaimed the creation of the Republic of Vietnam, with him as its president. The struggle against the Sects became an important part of the new state founding story.

¹⁷ On May 13th, Secretary Dulles wrote to his subordinates in the Department of State: "You will continue to give complete, loyal and sincere support to the present government of Diem and you should deal with it as the independent and sovereign government which we believe it is and should be". *Telegram From the Secretary of State to the Department of State*, 13 May 1955, [in:] *FRUS*, 1955–1957, vol. I, pp. 406–408.

¹⁸ J. M. Chapman, *op. cit.*, p. 126.

Religion mixed with politics: Buddhist Crisis and fall of Ngo Dinh Diem

On the evening of November 2nd 1963, Ngo Dinh Diem, the first president of the Republic of Vietnam, was murdered along with his brother in a military coup sponsored and encouraged by the United States Embassy in Saigon. However, most historians describing his downfall point to the Buddhist Crisis from the May 1963 as a real reason behind Diem's demise.

The most common narrative of those events goes as follows: Diem, who at that point was a simple dictator, was also a fanatical Roman Catholic, favoring his co-believers and persecuting the Buddhist majority of the country. In addition, his administration was riddled with nepotism and corruption.

The conflict with the Buddhists erupted when Diem prohibited the display of religious flags on Vesak, a holiday celebrating the birth of Gautama Buddha in the city of Hue, just days after Vatican flags were displayed throughout the city on the occasion of Diem's older brother Ngo Dinh Thuc's 25th anniversary as a bishop. Peaceful protests about these double standards ended in violence, when soldiers started shooting during the demonstration on May 8th 1963, killing several people. The protests escalated, and on June 11th, bonze Thich Quang Duc self-immolated on a busy Saigon street, which was captured on a world-famous photo. This image, along with biased reporting by several American journalists, established the world-recognized narrative of evil dictator Diem oppressing good, peaceful Buddhists. This narration was only reinforced when the Vietnamese president ordered his Special Forces to raid Xa Loi Pagoda¹⁹ and many other places of worship in South Vietnam, occupied by protesters, on early morning of August 21st. First press reports claimed hundreds were killed and wounded, and despite this information quickly being proven untrue, it further poisoned Vietnamese-American relations. When Diem was killed in November, the Buddhists celebrated, and the US and global public opinion deemed this as the just end of the corrupt, brutal dictator.

However, more recent works about the topic prove that the true picture of the Buddhist Crisis was more complicated. Not only was Ngo Dinh Diem not a violent oppressor of the Buddhist majority, the government coexisted with followers of Buddha surprisingly well until 1963. It is enough to say that the Xa Loi Pagoda was funded by Diem's administration in 1956, along with tens of other temples across the country, sponsored by the state. Edward Miller argues that Vietnamese Buddhists saw their religion insepara-

¹⁹ The largest pagoda in Saigon and Buddhist center in the city.

bly connected with the fate of their nation and had their nationalistic vision of their own, making them political rivals to Diem, and this was the real reason for the 1963 confrontation. In other words, the American belief of a religious cause of the conflict is wrong, and in reality it was a clash of two competing visions of Vietnam.²⁰

Also, the ban on public display of religious flags, which provoked the demonstrations in Hue, was in fact the example of president's Diem putting the national interest above religion – furious that his bishop-brother's ostentatious display of Vatican's flags could provoke the Buddhist majority of Hue's populace, Diem introduced the ban to prevent such events in the future. However, correct in the concept, the new law was poorly timed and gave previously mentioned impression of being aimed solely at Buddhists, while it was the other way round.

The Buddhist challenge had a religious aspect, but was in fact a political ploy for power, just like that of politico-religious organizations years earlier. Protesters very quickly turned from their purely religious demands into political ones: first against Buddhist discrimination, then against the Ngo Family, and finally, despite Diem's concessions,²¹ they clearly articulated that their ultimate goal was to force the president to step down. Diem reacted to this challenge exactly like in year 1955: with confrontation. And just like during the Sect Crisis, the forceful solution proved effective. After Xa Loi Pagoda raids the backbone of the protesters movement had been broken and Diem re-affirmed his grip on power, and while the whole dispute was far from over, the streets of South Vietnam became much calmer.

It is also worth noting that the president had support of his military in the struggle against the Buddhists. Despite their post-coup claims that they were tricked and set up by Diem and his brother Nhu and that the pagoda raids were performed exclusively by Special Forces and not the Army, in August 1963 Vietnamese Generals pressured Diem to deal forcefully with protesters, reminding him about the similarities with the 1955 crisis, and in fact they helped to plan the raids.²² They turned against the president only after they saw the negative reaction of the United States to the pagoda raids, which was completely different from the time of the Sect Crisis. This

²⁰ E. Miller, *op. cit.*, pp. 248–278.

²¹ M. Moyar, *op. cit.*, p. 228.

²² *Telegram From the Central Intelligence Agency Station in Saigon to the Agency*, 24 August 1963, [in:] *FRUS*, 1961–1963, vol. III, pp. 614–620; *Telegram From the Central Intelligence Agency Station in Saigon to the Agency*, 10 September 1963, [in:] *FRUS*, 1961–1963, vol. IV, pp. 146–148.

in turn was caused by biased reporting of several American journalists who were sympathizing with protesters and were hostile against Ngo Dinh Diem.²³ For example, all of their articles omitted the fact that the raided pagodas were stocked with supplies and small firearms, and that some leaders of the protest movement had ties to North Vietnam, dismissing any suggestion of Communist involvement as government propaganda.

In reality, the leader of the movement, bonze Thich Tri Quang, preached that Communism and Buddhism could coexist, and his brother was an influential party member in North Vietnam, responsible for the infiltration of the South.²⁴ It is worth noting that the question of communist infiltration of the Buddhist movement as something that definitely took place is raised today by the South Vietnamese Diaspora in United States.²⁵

Beside biased reporting, another reason why the American public opinion generally supported the protesters was their idealized vision of Buddhism as a gentle, peaceful religion of self-enlightenment and wise monks studying ancient knowledge. In reality Buddhism is as fractured and violent as all other great religions like Christianity or Islam.²⁶ This was evident even during the crisis in Vietnam when the before mentioned bonze Thich Tri Quang declared, that "his intention [is] not to cease agitation until the Diem government falls. Thich Tri Quang also has indicated his intention, if necessary, to call for suicide volunteers."²⁷

There is also a controversy about the size of the Buddhist religious majority in South Vietnam. While some authors gave number as high as 90% of the population, others argue that most of this number is made up by practitioners of Vietnamese folk religion, easily mistaken by Westerners for Bud-

²³ This bias is confirmed by the personnel of American Embassy in Saigon, who themselves were not exactly the biggest fans of Ngo Dinh Diem at this period. *Telegram From the Embassy in Vietnam to the Department of State*, 7 July 1963, [in:] *FRUS*, 1961–1963 vol. III, pp. 470–471.

²⁴ M. Moyer, *op. cit.*, pp. 217–218.

²⁵ Michael Do, the President of Vietnamese American Community of the USA, had no doubts about communist infiltration and control over Buddhist and peace movement in South Vietnam during sixties. M. Do, *The Peace Movement in South Vietnam in Mid-1960s*, paper presented at *1967: The Search for Peace Conference*, Lubbock 28–29 April 2017.

²⁶ When in 2nd century BC one of Sri Lanka Buddhist kings defeated and slaughtered his non-Buddhist opponents, and was troubled by the extensive bloodshed, monks consoled him that the slain "were like animals; you will make the Buddha's faith shine". A. Strathern, *Why Are Buddhist Monks Attacking Muslims?*, [online] <http://www.bbc.com/news/magazine-22356306>, [accessed: 29.06.2017].

²⁷ *Central Intelligence Agency Information Report*, 8 July 1963, [in:] *FRUS*, 1961–1963, vol. III, p. 473–478.

dhism, and followers of Buddha never made up more than 20% of population, and that the a large part of Vietnamese Buddhists were actually very lax about their religion.²⁸

Another thing that is easily forgotten in the classic narration of the Buddhist Crisis is the fact that self-immolation has a slightly different role in Southeast Asia. It was not a shocking act of utter desperation, like it was presented by the American journalists, but while indeed being a form of political protest, it had a long tradition as a religious practice in Buddhism, both as a sacrifice and a way of reaching enlightenment.

While the Vietnamese president was indeed a Roman Catholic, and he favored other Catholics on government and military positions, it wasn't actually the case of religious favoritism or discrimination. The key to understanding the South Vietnam of that time was loyalty. One of the main American charges against Diem was his nepotism and favoritism in filling state posts. The Vietnamese president favored people that were loyal to him, even if they were incompetent or corrupt. However, it was a matter of simple survival: in a country lacking democratic traditions but full of ambitious pretenders, filling important positions with your supporters was essential. And since most Catholics in the South Vietnam came from the North during the transition period after the Geneva Conference of 1954, in general they were more anti-Communist, more loyal to the government, and more effective as civil workers. In other words, being a Catholic was seen as a merit, but actually because of all other reasons than the religion itself.

In a widely circulated anecdote, Diem once told one of his Generals, supposedly forgetting that he was a Buddhist, "Put your Catholic officers in sensitive places. They can be trusted."²⁹ It is highly doubtful that Diem would have "forgotten" that one of his close subordinates is Buddhist. Besides, in that situation he was stating the truth, not a religious bias. As already mentioned, Catholics in fact tended to be more loyal and reliable. It was not a slip of the tongue from the Vietnamese president, as the General was already a member of Diem's inner circle, and his faith was irrelevant at this point. The key was loyalty to the head of state. It is also worth noting that in the period when Americans were most vocal about the Ngo family's nepotism, United States were ruled by a president from an influent political family who chose his younger brother to the position of his Attorney General.

²⁸ M. Do, op. cit.

²⁹ M. E. Gittleman, *Vietnam: History, Documents and Opinions on a Major World Crisis*, Harmondsworth-Middlesex 1966, pp. 280-282.

After Diem's demise, Buddhists became one of the main political players in South Vietnam. This however proved fatal: the lack of Ngo Dinh Diem and the dismantling of his administration plunged the country into the state of perpetual chaos. After another coup deposed the Buddhists favorite, General Duong Van Minh, from power, monk-led protests returned to the streets of South Vietnam's cities.

Conclusion

Religion played an important part both during birth and later years of South Vietnam's existence. Most of the time it was only a pretext and cover for political ambition, but the emotions it caused were definitely real. Even if leaders of Sects or Buddhist movement fought for their vision of the state, or their place in country's power structure, their followers treated the question of religion very seriously. It is worth to note that Cao Dai and Hoa Hao survived both the crushing of their political ambitions by Ngo Dinh Diem and later persecution by the Communists; and they are still functioning to this day.

BIBLIOGRAPHY

1. Chapman J. M., *Cauldron of Resistance. Ngo Dinh Diem, the United States, and 1950s Southern Vietnam*, Ithaca-London 2013.
2. Do M., *The Peace Movement in South Vietnam in Mid-1960s*, paper presented at 1967: *The Search for Peace Conference*, Lubbock 28-29 April 2017.
3. *Foreign Relations of the United States. Diplomatic Papers*, [in:] *FRUS: 1952-1954*, vol. XIII; 1955-1957, vol. I; 1958-1960, t. I; 1961-1963, t. III; 1961-1963, vol. IV.
4. Frankum R., *Operation Passage to Freedom: The United States Navy in Vietnam, 1954-1955*, Lubbock 2007.
5. Gettleman M. E., *Vietnam: History, Documents and Opinions on a Major World Crisis*, Harmondsworth-Middlesex 1966.
6. *The History of Buddhism in Vietnam*, ed. Nguyen Tai Thu, Washington D.C. 2008.
7. Miller E., *Missaliance. Ngo Dinh Diem, the United States, and the Fate of South Vietnam*, Cambridge, London 2013.
8. Moyar M., *Triumph Forsaken, The Vietnam War 1954-1965*, Cambridge 2006.
9. Strathern A., *Why Are Buddhist Monks Attacking Muslims?*, [online] <http://www.bbc.com/news/magazine-22356306> [accessed: 29.06.2017].

Informacje o autorach

Dorota Leonarska – doktorantka na kierunku socjologia w Katedrze Myśli Społecznej Instytutu Socjologii Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, absolwentka Centrum Europejskiego i Uniwersyteckiego Kolegium Kształcenia Nauczycieli Języka Francuskiego Uniwersytetu Warszawskiego, współorganizatorka Social Thought Master Courses w Instytucie Socjologii UKSW. Zainteresowania naukowe: współczesne teorie socjologiczne i społeczne, realizm krytyczny i socjologia relacyjna, socjologia cywilizacji, socjologia ekonomii, tożsamość jednostkowa i zbiorowa, podmiotowość i sprawstwo, sekularyzacja. Autorka publikacji na temat twórczości Charlesa Taylora.

Paweł Piskorz – doktorant Wydziału Finansów i Prawa Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Zainteresowania naukowe: regulacje rynku bankowego, modele biznesowe banków, efektywność rynków finansowych.

Jarema Słowiak – doktorant w Zakładzie Historii Powszechnej Najnowszej Instytutu Historii Uniwersytetu Jagiellońskiego. Zainteresowania naukowe: wojna wietnamska, historia wojskowości oraz polska polityka zagraniczna w Azji Południowo-Wschodniej. Przygotowuje pracę doktorską na temat polskiej delegacji w Międzynarodowej Komisji Nadzoru i Kontroli w Wietnamie.

Michał Wójciak – doktorant na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, absolwent Szkoły Artystycznego Projektowania Ubioru w Krakowie, laureat polskich i zagranicznych konkursów (m.in. tytuł „Kolekcji Roku” Cracow Fashion Awards 2013, nagroda Claude’a Bonucciego Russian Silhouette Moskwa 2013, III miejsce w konkursie Fashion Designer Awards 2015). Zainteresowania badawcze: moda rozumiana jako dziedzina kultury.

Anna Wójciuk – absolwentka filologii polskiej, doktorantka w Instytucie Języka Polskiego Uniwersytetu Śląskiego. Zainteresowania badawcze: językoznawstwo współczesne, szczególnie język reklamy, lingwistyka płci, medialna autoprezentacja.

Andrzej Zaręba – magister sztuki, absolwent Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie, doktorant Wydziału Kulturoznawstwa Akademii Ignatianum w Krakowie. Specjalizuje się w dziejach wojskowości, ze szczególnym uwzględnieniem związków pomiędzy kulturą i technologiami prowadzenia wojny. Przygotowuje pracę na temat artystów zajmujących się architekturą obronną w okresie późnego średniowiecza i wczesnego renesansu. Jest autorem książek *Chuda Emma. Austro-węgierski mózdzierz 30,5 cm w czasie Wielkiej Wojny* oraz *Orły Habsburgów. Krótki przewodnik po historii austro-węgierskiego lotnictwa w czasie wojny 1914–1918*. Współpracował z periodykami historyczno-militarnymi w Polsce i Wielkiej Brytanii.

ZESZYTY NAUKOWE TOWARZYSTWA DOKTORANTÓW UJ NAUKI SPOŁECZNE

Czasopismo naukowe wydawane od 2010 roku jako półrocznik, a od 2016 roku jako kwartalnik przez Towarzystwo Doktorantów Uniwersytetu Jagiellońskiego. W ramach serii społecznej „Zeszytów Naukowych TD UJ” publikowane są teksty z różnych dyscyplin, głównie historii, socjologii, ekonomii i prawa. Na łamach czasopisma publikujemy:

- artykuły naukowe,
- opracowania będące wynikiem badań empirycznych,
- raporty i komunikaty,
- recenzje i omówienia tekstów ważnych dla danej dyscypliny,
- sprawozdania z konferencji, sympozjów, sesji naukowych, warsztatów.

Teksty publikowane na łamach „Zeszytów Naukowych” poddawane są procedurze recenzowania opisanej na stronie internetowej www.doktoranci.uj.edu.pl/zeszyty/pliki-do-pobrania, ponadto informuje się, że Redakcja zgodnie z wytycznymi Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego prowadzi działania antyghostwritingowe.

Osoby zainteresowane opublikowaniem tekstu w „Zeszytach Naukowych TD UJ” proszone są o nadsyłanie materiałów w języku polskim lub w jednym z języków kongresowych. Do druku przyjmowane są wyłącznie prace oryginalne, wcześniej niepublikowane. Materiały powinny zawierać dodatkowo streszczenia w języku polskim i angielskim, słowa kluczowe w języku polskim i angielskim oraz bibliografię, a także notę o Autorze wraz z afiliacją i adresem mailowym. Redakcja zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian w tekście. Na ostatnim etapie przygotowywania publikacji przewidziana jest także korekta autorska i autoryzacja.

Kontakt z redakcją: spolecznezuj@gmail.com

Adres redakcji: ul. Czapskich 4/14, 31-110 Kraków

